



ECOS DEL MUNDO

El lujo francés se abraza con Trump

Bernard Arnault, presidente del gigante LVMH, celebra el acuerdo comercial entre Washington y Bruselas frente a los dirigentes galos que lo critican con dureza

ENRIC BONET



El hombre más rico de Francia mantiene una posición a contracorriente respecto al sentimiento generalizado en su país. El reciente acuerdo entre Washington y Bruselas, que impone un 15% de aranceles a las exportaciones europeas, y deja indemnes las estadounidenses, ha suscitado duras críticas por parte de los dirigentes galos. El primer ministro, François Bayrou, lamentó la «sumisión» europea, mientras que el presidente, Emmanuel Macron, dijo que el bloque comunitario «no había sabido hacerse temer» en las negociaciones de ese pacto desigual. Para el empresario Bernard Arnault es, en cambio, «una demostración de inteligencia».

«Ante un aliado que deseaba deshacerse de las reglas actuales», la UE «ha sabido defender sus posiciones, sin provocar una ruptura», aseguró el mayor accionista del gigante del lujo LVMH en una tribuna publicada en el diario económico *‘Les Echos’*, de su propiedad. Esta defensa por parte de Bernard Arnault del acuerdo del 27 de julio no resulta del todo sorprendente, aunque vaya en disonancia con el Gobierno francés y la principal organización patronal de su país.

La mayor fortuna de Francia no ha disimulado desde principios de año su simpatía por el presidente estadounidense, Donald Trump. En enero, ya había elogiado el «ambiente propicio a los negocios» que había en Estados Unidos tras la elección del candidato del Partido Republicano. Y lo había contrapuesto a la situación en Francia, donde el

Ejecutivo contemplaba aumentar de manera temporal los impuestos a las grandes empresas para reducir el elevado déficit público. En abril volvió a la carga tachando a la UE de «poder burocrático que se dedica todo el tiempo a hacer reglamentaciones».

Una estrecha amistad

Aquellas declaraciones, más bien propias de un dirigente de la derecha radical, sorprendieron tanto por su dureza como por la voluntad de influir directamente en la opinión pública en lugar de hacerlo entre bandalas. Arnault, de 76 años, deseaba un acuerdo rápido entre Bruselas y Washington, pese a los sacrificios que este conlleva para los intereses del Viejo Continente.

Por un lado, esta filia trumpista refleja su nerviosismo por las dificultades de su conglomerado empresarial, que se hubieran acentuado en caso de una guerra comercial descarnada entre ambas potencias. El resultado neto de LVMH se redujo un 17% el año pasado y sus beneficios cayeron un 22% durante el primer semestre de este 2025. Su valor bursátil en el CAC 40 disminuyó un 36% durante los últimos 12 meses, lo que comportó que se viese

La séptima fortuna del planeta amenaza con deslocalizar parte de su producción al otro lado del Atlántico

Colegas.

Trump estrecha la mano a Arnault en su visita a la nueva fábrica de Louis Vuitton en Texas. **AFP**

ra superado de manera puntual por su gran rival Hermès. Estas turbulencias han aumentado la importancia del mercado norteamericano, que representa el 25% de sus ventas.

Por otro parte, su postura es fruto de la estrecha relación entre Arnault y Trump, que se remonta a hace más de cuatro décadas. Tras la victoria de François Mitterrand en 1981 y la composición en Francia de un Gobierno de coalición entre socialistas y comunistas, el empresario galo, que había heredado la constructora familiar Ferret-Savinel, se fue a Nueva York. Allí conoció al actual inquilino de la Casa Blanca, apenas tres años mayor que él, que ya era un magnate del sector inmobiliario. En la biografía *‘L’ange exterminateur’* el periodista Airy Routier asegura que el francés «se identificaba» con el estadounidense desde finales de los ochenta.

Durante el primer mandato de Trump (2017-2021), el magnate del lujo, propietario de conocidas marcas (Dior, Louis Vuitton, Moët & Chandon...) no dudó en utilizar esos vínculos. No solo había inaugurado al lado del dirigente republicano una fábrica textil en Texas, sino que también había evitado a principios de 2020 que sus botellas de champán se vieran afectadas por los aranceles del 25% que Washington impuso a los productos vitícolas galos.

Cinco años después, no sorprende que Arnault defienda de nuevo sus intereses empresariales. Quizás lo más significativo es que lo haga adoptando postulados trumpistas. A diferencia de Vincent Bolloré, propietario de medios de comunicación (CNews, Europe 1, JDD...) con una línea editorial afín a la derecha radical, Arnault era conocido por sus posiciones centristas y por su cercanía con el presidente Emmanuel Macron y la primera dama Brigitte. No obstante, «entre su fascinación por Trump y su proximidad con Bolloré, Arnault se ha endurecido políticamente», explicó una fuente bien informada sobre LVMH a la revista *‘L’Obs’*.

Su incipiente mutación ideológica ha sido elogiada por otros empresarios, como Patrick Pouyanné (del grupo energético Total) o Dominique Schelcher (de los supermercados Système U), quien dijo que «las empresas están hartas de una burocracia que las ahoga». Las autoridades francesas temen que estas críticas las debiliten en medio del pulso comercial con Washington, y han reivindicado el «patriotismo económico». Una demanda que no ha entusiasmado a algunos de los representantes más conocidos de las élites económicas del país.