

SPANISH NEWSBITES, 28TH NOVEMBER 2008

LEAVING LUXURY

NIVEL INTERMEDIO

I was nearly run down by someone driving a yellow Lamborghini through Madrid the other day, and it made me think that there must be people who haven't been affected in the slightest by the credit crunch. Well, it's true, it seems - even though apparently not a single Lamborghini has been sold in Spain in 2008. But maybe consumer habits are indeed changing at the top end of the market. Spanish NewsBites tells us how. (Oh - and if you're planning on being run down by an automobile, then maybe a yellow Lamborghini isn't a bad choice...)

Un saludo, Freddy

Crisis, ¿qué crisis? El gran lujo sigue llegando a España, pero algunos datos dan la voz de alarma. Durante 2007 este sector creció en torno al 20%. Atraídas por este auge, este año han llegado muchas de las grandes firmas: Tiffany, Marc Jacobs, Óscar de la Renta a Madrid; Bulgari o Hermés a Barcelona. "No, no hemos notado nada", dice Isabel González, subdirectora de la tienda Hermés en Madrid. "¿El Birkin Camel? Como siempre, en lista de espera". Hablamos de un bolso que cuesta más de 6.000 euros. El lujo accesible también ha llegado a los quioscos este año. Esquire, GQ, Vanity Fair, del grupo Condé Nast, han agotado sus primeras ediciones. Los buenos datos de publicidad y ventas han atraído a Robb Report, la revista de ultralujo que llegará a España en dos meses. El primer Luxury Market de España se celebraba en Cataluña durante el mes de mayo con muy buenos resultados. "Vamos a crecer. Al rico de siempre no le afecta la crisis. Hasta se ha vendido una maquinaria de gimnasio de oro", afirmaba Juan Ruiz, socio organizador.

Pero la crisis es un hecho. Durante los primeros seis meses del 2008 se han vendido un 30% menos de Porsches o Lexus. Ningún Lamborghini. El alquiler de aviones privados también ha bajado. ¿Es el alquiler la solución, como en la vivienda? La empresa Look and Stop alquila hoy un 38% más de bolsos exclusivos que en enero. El alquiler de joyas también crece en torno a un 17%. Si no eres rico, al menos puedes parecerlo.

La tendencia ha comenzado. Las empresas del lujo se desplazan hacia Rusia, Brasil y las economías emergentes asiáticas. Corea es ya el cuarto consumidor de lujo del mundo. En 2015 China desplazará a Japón. El diseñador Tom Ford ve claro el futuro: "Aquí en Occidente estamos acabados, nuestro momento llegó y pasó... Es el inicio de culturas que tradicionalmente han adorado el lujo".

Glossary:

qué What. When used in interrogative structures, qué has an accent on the e.

El gran lujo High-end luxury products

sigue llegando a are still arriving in. Seguir + present participle = are 'still' + present participle.

dan la voz de alarma are raising the alarm

creció en torno al grew by about

Atraídas por este auge Attracted by this boom

firmas companies

notado noticed

Como siempre, en lista de espera As usual, on the waiting list

bolso bag

quioscos news-stands

agotado sold out

publicidad y ventas advertising and sales

se celebraba was held

Vamos a crecer We're going to grow. Ir + a + infinitive = 'to be going to' + infinitive

Al rico de siempre The person who's always been rich. Compare el coche de siempre = 'the same old car'.

Hasta se ha vendido una maquinaria de gimnasio de oro We've even sold a set of gym equipment made from gold

hecho fact

alquiler de aviones privados rental of private airplanes

vivienda housing

al menos puedes parecerlo at least you can seem it. Parecer is a useful verb meaning 'seem', 'look' (parece feliz) or 'look like' (parece un elefante).

se desplazan hacia are moving towards

ya already

desplazará a will displace

ve claro el futuro sees the future clearly

Occidente the West. El Oriente = 'the East'

estamos acabados we're finished

llegó y pasó came and went