

Super-ricos também economizam

Tom Braithwaite e Lara Ellington-Brown

Das espingardas de caça aos ternos feitos sob encomenda, das lingerie aos artigos de couro, os fornecedores de artigos de luxo deveriam estar imunes ao aperto de crédito. Mas em Londres, a maior parte das lojas das ruas elegantes Savile Row e Bond Street e do shopping de luxo Royal Exchange admite que há sinais de mudança. Nada tão extremo quanto a classe média mudando da Sainsbury para a Aldi, mas mesmo assim há indicadores de que até mesmo os mais endinheirados estão mudando seu comportamento.

"Alguns clientes estão com orçamentos menores que no ano passado e estão procurando peças de preços mais baixos", diz Claire Pendleton, diretora-assistente da Wint & Kidd, a especialista em diamantes e jóias sob encomenda da Royal Exchange. Ela diz que a Wint & Kidd, cujas vendas médias normalmente ficam entre 7 mil e 15 mil libras, agora registra mais vendas abaixo de 7 mil. Os lucros ainda estão vigorosos, mas uma mudança está havendo.

Luca Solca, analista da Bernstein Research, diz que a ideia de que o mercado de artigos de luxo é imune ao ciclo econômico é um mito. Ele diz que há uma correlação clara entre as vendas de "brinquedos de luxo para os super-ricos" e o mercado de ações. Solca afirma que o que está ajudando algumas empresas de artigos de luxo é o apetite crescente dos mercados emergentes.

No Reino Unido os gastos dos turistas deverão manter o setor "flutuando" - especialmente em razão da fraqueza da libra. Os gastos de turistas do Oriente Médio no Reino Unido cresceram 77% em julho, comparado ao mesmo período de 2007, segundo a Global Refund, que administra devoluções de impostos consumidores internacionais. Os turistas russos aumentaram seus gastos em 22% e os visitantes chineses em 49%, compensando uma queda nos gastos dos turistas americanos.

"Obviamente, nesta época do ano há muitos turistas", diz Anita Gulparvar, gerente da Longchamp na Bond Street. "Muitos americanos e árabes visitam a loja, mas temos visto um número muito grande de asiáticos. Embora estejamos nos saindo bem, os clientes estão mais preocupados com o que gastam, especialmente com as bolsas, que estão mais caras. As pessoas estão comprando apenas as bolsas, mas não os acessórios."

Marc Cohen, diretor da Ledbury Research, aponta para o índice de distribuição de importações Swiss Watch como um outro indicador útil da demanda. As exportações para o Reino Unido caíram 8,3% em julho, mas para Emirados Árabes Unidos e China, aumentaram 34,9% e 64,3%, respectivamente.

Mas nem todos os britânicos estão segurando suas compras. Patrick Grant, diretor da Norton & Sons, a alfaiataria da Savile Row, diz que a clientela continua "solidamente britânica" - e ele está surpreso com os negócios nos últimos meses.

"Quando os tempos estão difíceis, eu acho que há um retorno para um guarda-roupa mais formal", diz ele. "Quando o dinheiro está apertado há duas maneiras de se fazer as coisas: ou você compra coisas bem baratas, ou compra algo que não precisará comprar duas vezes." Tendo acabado de ajustar uma calça para o Duque de Edinburgo, comprada há décadas, a Norton & Sons diz que um terno sob encomenda—a partir de 3 mil libras — pode ser a opção econômica de longo prazo. "Acredito que nossos clientes provavelmente vão descartar as compras supérfluas", diz Grant. "Poderão fazer menos festas e partir para vinhos mais baratos."

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 26 ago. 2008, Tendências & Consumo, p. B6.