

# 64

millones de euros es lo que se gastarán los británicos en *souvenirs* reales, según un análisis del Centro para la Investigación del Comercio.



Andador de zorrillo, de Lydialeith.com, 34 €.



Cubiertos de Harrods, 54 €.

ES EL BEBÉ MÁS CARO DEL REINO UNIDO... AL MENOS, EN CUANTO A 'MERCHANDISING' SE REFIERE. PUEDE DECIRSE QUE EL BEBÉ VIENE CON UN PAN BAJO EL BRAZO. ESO SÍ, ROYAL.

Por Maruxa Ruiz del Árbol

# 4



# UN BEBÉ DE 300 MILLONES

**NO HAY INCERTIDUMBRE** que frene la incontinencia creativa de los británicos, multiplicada hasta el infinito cuando la monarquía está de por medio. Ni siquiera las dudas en torno al sexo de su nuevo miembro. Poco importó si el color era rosa o azul, lo importante es que fue un *royal baby*. Desde que Buckingham Palace anunció en diciembre el embarazo de Kate Middleton, la industria manufacturera se propuso aprovechar esta nueva ola de bonanza y mitomanía. Y ya hay cifras: se estima que la venta de productos relacionados con la llegada del tercer heredero al trono aportará a la economía 300 millones de euros.

Solo 24 horas después del anuncio del embarazo, la firma Emma Bridgewater puso en el mercado la primera taza conmemorativa. Una 'joya' llamada *Royal Baby in 2013*, con la leyenda enmarcada entre unos patriotas corazones azules y rojos. ¿Cómo lograron reaccionar tan pronto? El encargado de la firma responde: «Los dueños de esta fábrica son muy monárquicos y no querían perder la oportunidad de ser los primeros en celebrar la llegada del nuevo heredero. No teníamos modelos pensados, hicimos uno sencillo y en tiempo récord», explica. A ellos se unieron muchos más, y nueve meses más tarde las tiendas están llenas de

alusiones al bebé. La tienda del Palacio de Buckingham, así como los museos asociadas a la Royal Collection, ofrecen desde vajillas y baberos conmemorativos hasta un simpático orinal... ¡con corona y música!

**'SOUVENIRS' IRREVERENTES**  
Pero los regalos más impactantes, esos que han sacado lo mejor del humor inglés, están fuera del circuito oficial, en mercadillos e internet. Ahí se venden pijamas con la frase «Keep calm, my granny is the queen», («Mantén la calma, mi abuela es la reina») o baberos con el mensaje: «Quiero a mi tía Pippa» o «Amo a mi tío Harry».



# 9.000

Es el número de bolsas para el mareo (a la izda.), que ya ha vendido la artista británica Lydia Leith con motivo del parto regio.



Bolsa para el mareo (5 €), en [LydiaLeith.com](http://LydiaLeith.com), y tazas *Baby Mugs*, en [Millygreen.com](http://Millygreen.com) (13,95 €).



# 230

millones de euros es la cifra récord que se recaudó solo con la venta de *souvenirs* de la boda de Kate y Guillermo. El nacimiento promete.

# 45.000

tazas y 35.000 platos de la firma Milly Green ya están en los escaparates dispuestos a llenar las repisas de los fanáticos del nuevo bebé real.



Platos conmemorativos del nacimiento y boda real, en **Harrods**, 33,5 €/c.u.



Y es que algunos han hecho de la creación del *merchandising* regio una forma de vida. Es el caso de Lydia Leith. Esta artista de Newcastle, de 26 años, logró vender por internet 9.000 bolsas para el mareo (o el vómito), decoradas por ella, con motivo de la boda de William y Kate. Era «para quienes la boda Real les pone enfermos», comenta. Un negocio tan lucrativo que le ha permitido abrir su propia tienda, en la que ahora vende un nuevo modelo de las mismas bolsas. «Manténgase al alcance de la mano en el verano de 2013», reza con ironía.

Pero quizá la artista que vaya a sacar más partido a este 'evento'

sea Milly Green. Ella tiene una firma de accesorios para niños. «Nunca antes había hecho una edición especial para una ocasión real, pero esta vez lo vi claro. Quise diseñar un juego de desayuno infantil, pero con un toque moderno, como la pareja, pero siempre sin perder el tradicional humor inglés». El resultado ha sido sorprendente, espectacular. Las tiendas oficiales venden su producto y la prensa mundial la ha llamado para interesarse por su producto, que se fabrica en Stoke-on-Trent (oeste de Inglaterra), con producciones de hasta 45.000 tazas para empezar.

Por tercera vez en poco más de dos años la monarquía ha puesto en bandeja (de plata) un filón comercial. Primero fue la boda de William y Kate, que aportó 199 millones de libras (230 millones de euros) en ventas, según el Centro de Investigación del Comercio de Reino Unido. Luego vino el llamado 'Jubileo de Diamante de la Reina', para celebrar los 60 años de reinado de Isabel II. En este caso, la cifra ascendió a los 347 millones de euros, según la misma fuente. Con el natalicio, una nueva oleada de libras llegará a los comercios del país. Su carrito invadirá Londres, y muchos bebés van a llevar su nombre. Es la *babymania*.