****

**EMBARGO HASTA LAS 12.01AM NYC, 22 DE ABRIL DE 2021**

**FARFETCH lanza su primer informe anual Conscious Luxury Trends Report y actualiza su herramienta Consumer Fashion Footprint Tool para permitir que los clientes compren de manera más responsable.**

****

**Ciudad de México, abril de 2020 -** FARFETCH (NYSE: FTCH), la plataforma global para la industria de la moda de lujo, publica hoy su primer informe anual Conscious Luxury Trends Report que analiza cómo los consumidores de lujo compran de manera más responsable. FARFETCH también está lanzando una versión mejorada de su Fashion Footprint Tool, en asociación con IOF.earth, que permite a los consumidores comprender fácilmente el impacto de sus elecciones de moda.

El Informe de tendencias de lujo consciente de FARFETCH arrojó que el comportamiento de los clientes en la plataforma cambió significativamente en 2020 durante la pandemia de COVID-19, con un aumento en los clientes de lujo que eligen comprar de manera más consciente, y las marcas y boutiques de FARFETCH responden a la creciente demanda de los consumidores mediante la consolidación y el aumento de sus compromisos para mejorar su impacto en el planeta.

FARFETCH utiliza un conjunto de criterios respaldados de forma independiente para calificar lo que clasifica como productos *Conscious* en la plataforma. Para que los productos sean *Conscious* deben cumplir con uno de los siguientes criterios: estar hechos de materiales certificados o reconocidos independientemente (por ejemplo, tejidos orgánicos, reciclados y reciclables, materiales celulósicos de bajo impacto, etc.), haber sido creados mediante un proceso de producción certificado, ser de segunda mano o pertenecer a una marca que puntúa bien en la agencia de calificación ética *Good on You*.



**Los hallazgos clave de 2020 incluyen:**

• Los consumidores eligen comprar de manera más responsable en todo el mundo: México experimentó el crecimiento más fuerte a nivel mundial en compras conscientes con un crecimiento interanual del 341% en Conscious GMV 2019/2020; Los países asiáticos están demostrando un enfoque de las marcas con visión de futuro, a menudo adoptando marcas Conscious emergentes antes que el resto del mundo.

• La conciencia del consumidor está impulsando la transformación: la venta de productos Conscious creció 3.4 veces más rápido que el promedio del mercado durante 2020 impulsada por la oferta más amplia de FARFETCH y el mayor interés de los consumidores; el tráfico a las páginas de Conscious en FARFETCH.com se cuadruplicó año tras año y después de la pandemia ha habido un aumento dramático en el uso del filtro de sostenibilidad en FARFETCH.com

• Las iniciativas de moda circular están resonando entre los clientes: los clientes utilizan cada vez más servicios que les ayudan a prolongar la vida útil de sus prendas; El servicio de reventa Second Life de FARFETCH creció un 527% interanual, mientras que nuestro servicio de donaciones creció un 662%. Las ventas y visualizaciones de artículos usados ​​también experimentaron un gran crecimiento.

• Las boutiques y las marcas están tomando medidas para satisfacer la demanda de los consumidores: las pequeñas marcas de lujo como Veja, Bode y Alighieri están liderando la carga en términos de práctica consciente; marcas de lujo establecidas como Gucci, Prada y Burberry han lanzado exitosas colecciones Conscious.

FARFETCH también ha actualizado su Fashion Footprint Tool a través de una asociación con IOF.earth para permitir a los clientes ver los ahorros ambientales de versiones más sostenibles de materiales en comparación con las estándar, ayudándoles a comprar de manera más sostenible. La nueva herramienta también incluye un breve dato por material para cubrir algunos de los problemas más amplios de sostenibilidad de la moda, por ejemplo, los microplásticos. Además, la herramienta permite a los clientes ver los posibles ahorros medioambientales de incorporar artículos usados en sus guardarropas.



Puede acceder al informe completo aquí: <https://www.stories.farfetch.com/consciousluxurytrends>

**Thomas Berry, Director de Negocios Sostenibles, FARFETCH, dijo:**

“Estamos encantados de presentar nuestro primer informe anual que explora cómo los consumidores de lujo están comprando de manera más consciente y cómo las marcas y boutiques líderes del mundo están respondiendo a estos cambios. 2020 vio una rápida aceleración del movimiento en línea y, como lo encuentra nuestro informe, un aumento en los consumidores que eligen comprar de manera más positiva.

2020 fue un año ajetreado en FARFETCH, ya que lanzamos nuestros ambiciosos compromisos a largo plazo a través de nuestras metas Positively FARFETCH 2030, aumentamos nuestro stock de productos conscientes y ampliamos nuestras iniciativas que apoyan a nuestros clientes con servicios circulares como FARFETCH Second Life y FARFETCH Donate. Nuestra herramienta Fashion Footprint Tool actualizada es la última de nuestras iniciativas para permitir que los clientes tomen decisiones más informadas sobre cómo compran y el impacto ambiental que tienen ".



**José Neves, Fundador, CEO y Presidente de FARFETCH, dijo:**

“Como plataforma para la industria del lujo, estamos en una posición única para permitir un cambio positivo de muchas formas diferentes. Queremos ser la plataforma para el bien en el lujo, una que permita y empodere a todos, desde nuestra marca y socios boutique y clientes hasta el sector del lujo en general, para pensar, actuar y elegir de manera positiva.

2020 destacó más que nunca la importancia de utilizar nuestra plataforma global para ser un facilitador de cambios positivos en la industria y logramos un progreso significativo en cada uno de nuestros cinco pilares FARFETCH positivamente: más limpio, consciente, circular, inclusivo y cambiante. Nuestro nuevo Informe de Tendencias Conscientes de Lujo y la Herramienta de Huella de Moda actualizada son los próximos pasos para cumplir con nuestra ambición a largo plazo de permitir un cambio positivo en el sector del lujo y los comportamientos de los consumidores. "

**ACERCA DE FARFETCH**

**FARFETCH** es la plataforma global líder para la industria de la moda de lujo. Fundada en 2007 por José Neves por amor a la moda y lanzada en 2008, **FARFETCH** comenzó como un mercado de comercio electrónico para boutiques de lujo en todo el mundo. En la actualidad, **FARFETCH** Marketplace conecta a clientes en más de 190 países y territorios con artículos de más de 50 países y más de 1300 de las mejores marcas, boutiques y grandes almacenes del mundo, brindando una experiencia de compra verdaderamente única y acceso a la más amplia selección de lujo en plataforma única. Los negocios adicionales de **FARFETCH** incluyen Browns and Stadium Goods, que ofrecen productos de lujo a los consumidores, y New Guards Group, una plataforma para el desarrollo de marcas de moda globales. **FARFETCH** ofrece su amplia gama de canales orientados al consumidor y soluciones de nivel empresarial a la industria del lujo bajo su iniciativa Luxury New Retail. La iniciativa Luxury New Retail también incluye **FARFETCH** Platform Solutions, que brinda servicios a clientes empresariales con capacidades tecnológicas y de comercio electrónico, e innovaciones como Store of the Future, su solución minorista conectada.

Para obtener más información, visite [www.farfetchinvestors.com](http://www.farfetchinvestors.com)