A picture containing icon

Description automatically generated

**POSITIVELY FARFETCH**

*Un gran estilo conlleva una gran responsabilidad ...*



**Ciudad de México, junio de 2021** - FARFETCH, el destino global del lujo moderno, continúa defendiendo moda y servicios más sostenibles con su última campaña Positively FARFETCH. Durante todo el mes de junio en honor al Día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio) y el Día Mundial de los Océanos (8 de junio), el contenido de FARFETCH.com destacará la incomparable selección de la plataforma de piezas más sostenibles, estilos usados y servicios circulares.

Ayudar a los clientes a encontrar las piezas que aman con el menor impacto posible en el mundo (o lo más positivo posible), es parte del ADN de FARFETCH: la plataforma se construyó sobre la premisa de vender productos en pequeñas boutiques de todo el mundo, para combinar mejor la oferta y demanda y así reducir el desperdicio. Este sigue siendo el modelo actual y FARFETCH ha ampliado su misión para convertirse en la plataforma global para el bien en la moda de lujo, capacitando a todos para que elijan, actúen y piensen de manera positiva.

La campaña Positively FARFETCH adopta un enfoque divertido que prioriza la moda para dar vida a la amplia oferta de FARFETCH en el espacio, que presenta un conjunto de películas y elementos visuales con un toque lúdico en el formato de anuncio infomercial clásico, creado en asociación con los nuevos directores creativos globales de Vogue. La fotografía por Convoy, dirigido por Joyce Ng y estilizado por Tati Cotliar.

La campaña Positively FARFETCH inspira a los clientes a ver que pueden amar la moda y preocuparse por el mundo, al mostrar que las opciones de moda sostenible son empoderantes, expresivas y llenas de opciones. La campaña destaca la naturaleza dinámica de la moda más sostenible en FARFETCH al destacar dos elementos clave; formas de elegir positivamente comprando de las ediciones conscientes y de segunda mano de FARFETCH, y formas de actuar positivamente mostrando la gama de servicios de la plataforma que pueden ayudar a extender la vida de compras anteriores.

**ESCOGER POSITIVO**

A lo largo de junio, el contenido en FARFETCH.com y en todos los canales de marketing de FARFETCH se promoverá la selección más relevante y amplia de marcas de lujo en ropa de mujer, ropa de hombre y ropa de niños que están realizando esfuerzos líderes en la industria para minimizar el impacto de la moda en las personas, los animales y el planeta. Esto incluye ediciones dedicadas de piezas usadas para ropa de mujer y de hombre, joyería consciente y relojes y joyas reciclados. 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 reciclados, 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 una agencia de calificación ética [Good on You](https://aboutfarfetch.com/media/1381/sustainability-criteria-for-conscious-products.pdf).

El contenido también incluye una asociación con la importante revista de moda consciente More Or Less con Joyce AKA Flower Love, Samata y Molly Hayward, así como un episodio de World of Ahluwalia en YouTube que explora la vida, el trabajo y la inspiración de la diseñadora consciente Priya Ahluwalia.

**ACTUAR POSITIVO**

Un gran estilo conlleva una gran responsabilidad y en FARFETCH eso significa tomar decisiones más reflexivas sobre las piezas que le gustan una vez que están gastadas o ya no son necesarias. Los clientes pueden explorar formas de liberar espacio en su guardarropa y ganar crédito FARFETCH con el programa de reventa de bolsos [FARFETCH Second Life](https://www.farfetch.com/positively-farfetch/secondlife/gb?gclid=Cj0KCQjwkZiFBhD9ARIsAGxFX8B7SZJ5kM3M9A2LQrq_JNoymLhrzOA7q1tLYl1N1mBn54YFByolkJwaArqIEALw_wcB) (En Estados Unidos y Europa) y el programa de donaciones [FARFETCH Donate](https://thrift.plus/pages/farfetch-donate) (Reino Unido), o la extensión de vida para tus piezas favoritas con el servicio de reparación [FARFETCH Fix](https://www.farfetch.com/uk/stories/positively-farfetch/farfetch-fix.aspx). Este mes FARFETCH Donate ahora también estará disponible para los clientes en los Estados Unidos. por primera vez y también se ampliará con una asociación con Celine Semaan de Slow Factory y su comunidad de voces visionarias, quienes donarán piezas queridas y memorables en una serie de videos titulado "Vidas pasadas".

La campaña Positively FARFETCH sigue al reciente lanzamiento del primer informe anual [Conscious Luxury Trends Report](https://stories.farfetch.com/consciousluxurytrends/) y la herramienta [Fashion Footprint](https://www.farfetch.com/uk/fashionfootprinttool) actualizada de FARFETCH, todo en línea con los ambiciosos [Objetivos de Sostenibilidad 2030](https://aboutfarfetch.com/sustainability/our-2030-goals/) de la compañía. Puede obtener más información sobre lo que hace que un producto sea positivo en FARFETCH.com [aquí](https://aboutfarfetch.com/media/1381/sustainability-criteria-for-conscious-products.pdf) y cómo la plataforma está reduciendo su impacto climático y compensando la huella de carbono de todas las devoluciones y entregas [aquí](https://aboutfarfetch.com/sustainability/positively-cleaner/).

-FIN-

**NOTAS PARA EDITORES**

**ACERCA DE FARFETCH**

FARFETCH Limited 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 cerca de 1400 de las mejores marcas, boutiques y grandes almacenes del mundo, brindando una experiencia de compra verdaderamente única y acceso a la selección más amplia de lujo en un 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 mayor información por favor visite [www.farfetchinvestors.com](http://www.farfetchinvestors.com)