



LA NOSTALIA POR LOS 90 E INICIOS DE LOS 2000 ES UN GRAN FACTOR.

COMPRAS DE SEGUNDA MANO, NUEVO CONCEPTO PARA EL LUJO

Diseños exclusivos y la posibilidad de lucir una prenda única reconvierten el concepto del lujo hacia la compra de accesorios de segunda mano, una forma de consumo circular que se convierte en la favorita de las nuevas generaciones y de gurús y prescriptoras de moda.

“Desde el 2020, tras la pandemia, se ha notado no solo un incremento significativo en las ventas, sino también el interés de particulares por vender o alquilar sus productos”, explica a Efe Carmen Sánchez, directora y fundadora de la tienda de productos de segunda mano Loué, una de las principales en España.

Como parte de la nostalgia hacia los años 90 del siglo pasado y principios de los dos mil que marca la moda del momento, bolsos, zapatos y accesorios de esta época se convierten en un bien preciado para prescriptoras de moda, que frente a nuevos modelos en tiendas, hacen de la caza de la pieza exclusiva de segunda mano el nuevo lujo.

Según publicaba la plataforma de análisis de datos Tripartite, el mercado global de lujo de segunda mano pasó de unos US\$ 27.000 millones en 2021 a más de US\$ 37.000 millones en 2024. Un incremento que refleja un cambio en los hábitos de consumo, especialmente, entre jóvenes de 18 a 24 años, el grupo más activo en estas compras.

“Las nuevas generaciones tienen una mentalidad más concienciada de economía circular y con un consumo más responsable; la durabilidad de los artículos de lujo frente a la moda rápida”, puntualiza Sánchez.

Plataformas especializadas en la venta de estos productos con distribución internacional y con un equipo de verificadores de autenticidad, como Vestiaire Collective, The RealReal o Fashionphile se convierten

en las favoritas de consumidores de lujo, como parte de esta nueva rama de moda circular.

De la mano de otras alternativas en auge como el arriendo de bolsos y vestidos, esta opción permite dar salida a prendas que no se necesitan y adquirir las deseadas evitando acumular prendas en el clóset, un modelo habitual en países como Francia o Dinamarca. “En España se sigue teniendo el concepto de segunda mano como artículos de necesidad de clases bajas en vez de originalidad o exclusividad, como es considerado en países como Inglaterra, Francia o Alemania”, apunta Sánchez.

Entre los productos más demandados se encuentran los bolsos en sus modelos clásicos y ediciones especiales, pero también “existe mucha demanda de accesorios como pañuelos, cinturones, carteras, ‘charms’ o lentes”, con la firma Hermès como la más buscada y con Chanel, Louis Vuitton y Dior en las siguientes posiciones.

Sobre el tipo de modelo entre piezas clásicas o ediciones especiales, la directora apunta que “hay clientes que buscan el modelo clásico original, a ser posible anterior al año 2000” mientras que otros “buscan las ediciones limitadas actuales que no han podido comprar por no tener acceso a ellas”.

Inspiradas por relatos o dibujos de animación, si algunos bolsos pertenecientes a estas colecciones salían al mercado con un precio de US\$ 1.500, ven triplicado su precio en plataformas de reventa de lujo como Vestiaire Collective.

Algunos centros comerciales vinculados a la Alta Moda y al lujo como Galerías Lafayette Selfridges integran departamentos de segunda mano en sus tiendas físicas, ampliando el acceso a este tipo de prendas y ofreciendo, además, la posibilidad de observar los productos de cerca. ☞