



www.modare.org

La compra de ropa de segunda mano crece un 15% en los últimos 12 meses

- Uno de cada tres nuevos clientes de Moda re- es menor de 35 años, según datos propios del proyecto textil impulsado por Cáritas
- Moda re- lanza la campaña "Redefine tu dress code" para concienciar sobre el impacto medioambiental y social de esta opción de compra
- Comprar una camiseta en Moda re- genera 7 minutos de empleo social para más de 600 personas en España

Madrid, 17 de noviembre de 2022. La compra de prendas de segunda mano sigue su tendencia al alza. En la última década, los más jóvenes han marcado un punto de inflexión con su acceso al mercado de la moda. En la actualidad, seis de cada diez jóvenes españoles menores de 26 años han comprado prendas de segunda mano alguna vez.

La evolución de las ventas y el crecimiento de clientes y socios de Moda re- confirman esta tendencia. De acuerdo a los datos del proyecto textil de Cáritas Española, que agrupa las iniciativas para la reutilización y reciclado de ropa de donaciones de 44 Cáritas Diocesanas en toda España, las ventas han registrado un incremento de más del 15% en los últimos 12 meses. Cada año más de 80.000 personas compran ropa de segunda mano por primera vez.

En cuanto al perfil de edad, son cada vez más jóvenes. Ahora, uno de cada tres nuevos clientes de la red es menor de 35 años, con crecimientos en sus consumos de más de un 20% en este último año en esta franja de edad.

"En 2018 sólo el 2% de nuestros clientes era menor de 25 años, en 2022 esta cifra ha subido hasta el 14,3%", comenta **Enrique Osorio**, del equipo de marketing y comunicación de Moda re-. "La combinación de estilo y sostenibilidad ofrece a los jóvenes una fórmula atractiva, a la que se suma el impacto social y solidario de esta opción de compra frente a otras opciones", añade.

Acciones para impulsar el cambio de código

Ante el creciente interés por la compra de moda más responsable nace la nueva campaña de concienciación social de Moda re-. Bajo el lema "Redefine tu Dress

Code”, la iniciativa invita a apostar por una forma de consumo con impacto positivo, que conecta con las generaciones más jóvenes y, además, ayuda a muchas personas en riesgo de exclusión social a través de la red de Cáritas.

“Reutilizar la moda -comenta Enrique- es una forma de hacer algo bonito sin hacer nada nuevo. Es una oportunidad que podemos aprovechar como sociedad, especialmente en contextos de crisis e incertidumbre como los que vivimos. Por eso la campaña nos invita a redefinir nuestro código de vestimenta”.

Comprar ropa de segunda mano en una cadena como Moda re- tiene un doble beneficio: por un lado, la reducción de impacto medioambiental, y, además, la creación de impacto social. “Comprar una camiseta en Moda re-, por ejemplo, genera 7 minutos de empleo social. Cada prenda que adquirimos puede ayudar a más de 600 personas en España a las que ofrece una oportunidad de empleo de inserción”, apunta Enrique.

La campaña de concienciación “Redefine tu Dress Code” estará presente en sus más de 120 tiendas Moda re- en 90 ciudades. El proyecto tiene un compromiso firme con el valor de la compra de segunda mano y este ejercicio de estilismo es una forma más de demostrar que la imagen y la tendencia no están reñidas con la sostenibilidad y la solidaridad.

Acerca de Moda re-

Moda re- es la cooperativa de iniciativa social sin ánimo de lucro impulsada por Cáritas, que, enmarcada dentro de la Economía Social y Solidaria, se dedica a la gestión del círculo completo de la ropa usada: recogida, reutilización, reciclaje, donación y venta.

La cooperativa está formada por 89 socios —45 entidades de la economía social (empresas de inserción) y 44 Cáritas Diocesanas de toda España—. Ellas gestionan a nivel territorial el residuo textil, actividad que puede llevarse a cabo gracias al esfuerzo de los más de 1.200 empleos generados (50% contratos de inserción para personas en situación o riesgo de exclusión social), y de la instalación de más de 7.500 contenedores que han permitido recoger 40.853.255 kilos de textil usado solo en el último año.

Las tiendas de la red Moda re-, cuyos ingresos son destinados de forma íntegra al propio desarrollo y crecimiento del proyecto, son establecimientos que nacen con la vocación de favorecer la inserción socio-laboral de personas en situación o riesgo de exclusión social y con el valor añadido de acercar, cada vez más, el consumo sostenible a la ciudadanía: haciéndoles partícipes de las consecuencias que sus compras tienen en el entorno, dando nuevas oportunidades a la ropa y ahorrando recursos al planeta.

Campaña “Redefine tu dress code” cofinanciada por



Comunicación Moda re-

Enrique Osorio

e.osorio@koopera.org

688 71 51 83