

lyst

# YEAR IN FASHION 2019



Contacto: [brenda.otero@lyst.com](mailto:brenda.otero@lyst.com)

# YEAR IN FASHION 2019

Este año, 104 millones de usuarios comenzaron su búsqueda de artículos de moda en Lyst. Hemos analizado a fondo los datos, examinando las consultas, visualizaciones de páginas y métricas de ventas de seis millones de artículos de moda procedentes de más de 12 000 tiendas online, además de la cobertura en los medios internacionales y menciones en redes sociales generados por las marcas y tendencias más potentes del año. Desde el streetwear hasta los broches en forma de araña, pasando por, Meghan Markle, Timothée Chalamet, y el vestido de lunares de Zara, te presentamos lo más destacado en moda de 2019.



## ÍNDICE

<b>MOVIMIENTOS</b>	Pg. 03
<b>ESTADOS DE ÁNIMO</b>	Pg. 04
<b>MOMENTOS</b>	Pg. 05
<b>CELEBRIDADES</b>	Pg. 06
<b>MARCAS REVELACIÓN</b>	Pg. 07
<b>LOGO DEL AÑO</b>	Pg. 07
<b>ARTÍCULOS VIRALES</b>	Pg. 07
<b>ARTÍCULOS REVIVAL</b>	Pg. 08
<b>LOS MÁS DESEADOS</b>	Pg. 09
<b>SNEAKER DEL AÑO</b>	Pg. 09
<b>COLABORACIONES</b>	Pg. 10
<b>CÓMO COMPRAMOS</b>	Pg. 11
<b>PRÓXIMO YIF</b>	Pg. 12



# 1. MOVIMIENTOS

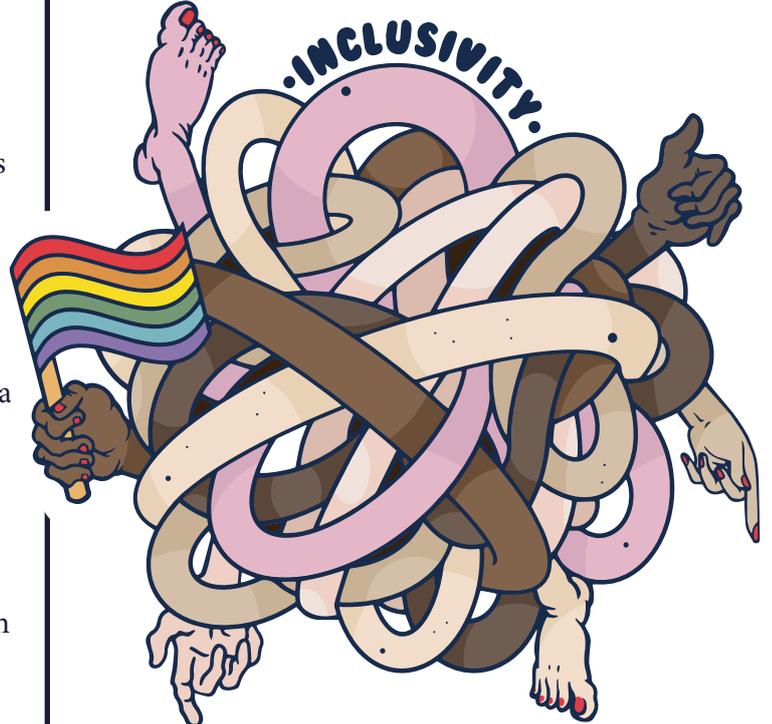
## SOSTENIBILIDAD

Las búsquedas que incluían palabras relacionadas con la sostenibilidad aumentaron un 75 % interanual, con una media de 27 000 búsquedas de moda sostenible al mes. Crecieron las búsquedas de ciertos tejidos sostenibles: un 102 % para el Econyl; un 52 % para el algodón ecológico; un 130 % para el Repreve; y un 42 % para el Tencel. Los vaqueros y las zapatillas sostenibles fueron las categorías de artículos más deseadas. Varias marcas pusieron en marcha importantes iniciativas de sostenibilidad este año: desde prestar más atención a los tejidos empleados en sus colecciones, hasta lanzar programas de donación e invertir en el re-commerce.



## INCLUSIVIDAD

2019 fue testigo de una serie de llamamiento en contra de la falta de representación de la diversidad en la industria. Los usuarios buscaron moda que reflejara las necesidades y los gustos de comunidades muy diversas; las búsquedas de moda adaptable y modesta subieron un 80 % y 90 % respectivamente. Se produjo un aumento del 52 % en las búsquedas de los términos «sin género» y «neutra» en combinación con «ropa». Los simpatizantes de la cultura «woke» —consumidores con gran conciencia social— optaron por diseños y establecimientos que encajaran con sus valores y, como respuesta, algunas de las marcas más poderosas del mundo lanzaron campañas y programas de diversidad que fomentaban la inclusividad; algunas de ellas contrataron incluso a nuevos equipos que asesoraran a su junta directiva.



# 2. ESTADOS DE ÁNIMO

## ROMANTICISMO EXTRA

El 2019 fue el año del romanticismo exagerado. Las búsquedas de bolsos de cuentas, accesorios para el pelo decorados con perlas, faldas de tul y vestidos babydoll aumentaron significativamente esta primavera. El juego de las proporciones fue una tendencia mundial: los «minibolsos» registraron un aumento del 50 % en visualizaciones durante el verano, mientras que marcas como Ganni, Cecilie Bahnsen, Rotat y Jacquemus convirtieron las mangas abullonadas en uno de los básicos imprescindibles de este año.

## ‘STREETWEAR’ POR DOQUIER

A medida que los códigos de vestimenta siguen relajándose y evolucionan las definiciones de lujo, streetwear y sportswear, el fenómeno anteriormente conocido como «streetwear» impulsó las mayores tendencias de este año. Este 2019, los usuarios se gastaron una media de 170 € en un par de zapatillas nuevas, un aumento del 39 % interanual. El gasto medio en camisetas también aumentó un 16 % a 60 €. Off-White fue la marca más buscada del año.

## CULT GIRL SUMMER

Los vestidos recatados al estilo La casa de la pradera –una moda arraigada en la América más rural– fueron una de las tendencias más populares del verano, y las búsquedas alcanzaron su pico máximo en julio. La marca neoyorquina LoveShackFancy fue la firma revelación en esta categoría de vestidos veraniegos: las visualizaciones de páginas subieron un 65 % entre enero y marzo.

## MODA COMO ESCUDO

En un año marcado por la turbulencia política, los usuarios se refugiaron en la moda para la supervivencia. Los pantalones cargo y las camisetas utilitarias registraron una subida en búsquedas en otoño, y la demanda de riñoneras aumentó un 33 % en los últimos seis meses. Las ventas de botas de montaña aumentaron un 73 % en septiembre.

## EL RESURGIR DE LOS 90

De los tops cortos a los tacones de punta cuadrada, pasando por los vestidos lenceros, Lyst fue testigo de cómo algunas tendencias que imperaron en los 90 cobraron fuerza este año. El bolso Baguette de Fendi registró una subida en búsquedas del 164 % interanual, y las celebridades desempolvaron piezas de archivo de diseñadores como Jean Paul Gaultier, Thierry Mugler y Versace.

## ROPA MOLDEADORA

Las búsquedas de pantalones ciclistas siguieron subiendo, un 137 % más interanual, mientras que la demanda de bodies creció un 83 % en conjunto. Kim Kardashian West lanzó una polémica línea de ropa interior reductora. La colección P/V20 de Tom Ford, inspirada en la moda deportiva, dotó a la categoría de un aire glamuroso.

## PSICODELIA

Del estampado tie-dye al verde neón, los motivos psicodélicos y colores rave arrasaron en verano. Los usuarios se rindieron a la psicodelia, como atestigua el éxito de las prendas de punto de Proenza Schouler o el polo de estampado tie-dye de Ralph Lauren. Las búsquedas de prendas en verde neón crecieron un 69 % durante el verano.

## SASTRERÍA LLAMATIVA

Las búsquedas de trajes de pantalón corto crecieron un 19 % en marzo, mientras que las asistentes de la semana de la moda de Copenhague inspiraron una subida del 55 % en visualizaciones de páginas de americanas oversize.



# 3. MOMENTOS



**24 DE ENERO**

## MEMES DE ALTA COSTURA

El desfile de alta costura de Viktor & Rolf estuvo protagonizado por coloridos vestidos de tul adornados con mensajes. En tan solo unas horas, las menciones en redes sociales de la marca y sus «vestidos con memes de costura» crecieron un 249 %.

**19 DE FEBRERO**

## ADIÓS A KARL

El legendario káiser de la moda, Karl Lagerfeld, falleció en París a los 85 años. Llevaba varias semanas enfermo y se había ausentado de dos de los desfiles de alta costura de Chanel el mes anterior. Se anunció que Virginie Viard le sucedería.

**12 DE ABRIL**

## EL TRIUNFO DEL K-POP

El grupo Blackpink historia en el K-pop al actuar en el escenario principal de Coachella. El video de Kill This Love batió todos los récords de YouTube, y se convirtió en el video que más rápido ha alcanzado los 100 millones de reproducciones: el mayor estreno en Youtube.

**1 DE MAYO**

## LA MODA SE VUELVE CAMP

El tema de la gala del Met de este año, la estética camp, hizo que y que Billy Porter llegara en un trono. Lady Gaga se cambió cuatro veces de ropa en la alfombra roja, y uno de esos looks, De Brandon Maxwell, desató una subida del 112 % en búsquedas.

**10 DE MAYO**

## RIHANNA HACE HISTORIA

Tras meses de especulación, Rihanna anunció el lanzamiento de Fenty, y se convirtió en la primera mujer en crear una marca original en LVMH. En su primer mes, la nueva casa de lujo generó más de 5000 artículos en medios de comunicación de todo el mundo y más de siete millones de impresiones en redes sociales.

**JULIO**

## EL IMPACTO DE CÉLINE

Céline Dion hizo suya la semana de la alta costura de París con un mono ciclista de Chanel, vaqueros asimétricos de Ksenia Schnaider, un bañador de Off-White y un vestido 3D de Iris van Herpen. Sus modelazos desataron un 7831 % en menciones en RRSS.

**2 DE AGOSTO**

## REALÍSIMA FUERZA DE CAMBIO

Meghan Markle, se convirtió en la directora invitada del número de septiembre de la edición británica de Vogue, titulado «Fuerzas del cambio». La portada, obra de Peter Lindbergh, estuvo protagonizada por 15 mujeres escogidas por Meghan por su «aportación inspiradora a la vida actual», que incluyen a Greta Thunberg y Jacinda Ardern.

**24 DE AGOSTO**

## ALIANZA DE GIGANTES

Emmanuel Macron, y el presidente y CEO del grupo Kering, François-Henri Pinault, presentaron el llamado «pacto de la moda». El pacto, firmado por 32 empresas y 150 marcas —incluidas Gucci, Chanel, Hermes, Stella McCartney, H&M y Nike— define una serie de objetivos comunes a para reducir el impacto de la industria en nuestro ecosistema.

**20 DE SEPTIEMBRE**  
**DESFILE SALVAJE**

El desfile de Savage x Fenty fue transmitido en exclusiva en Amazon Prime Video, y contó con las actuaciones de los artistas Halsey, Migos o A\$AP Fer, así como modelos como Alek Wek, Cara Delevingne, Joan Smalls, Laverne Cox y Normani. Las búsquedas de lencería Savage x Fenty subieron un 43 % en septiembre.

**21 DE SEPTIEMBRE**

## J-LO Y SU VESTIDO VIRAL

Jennifer Lopez desfiló para Versace en Milán con una reinterpretación de su vestido Jungle Dress, que provocó la invención de Google Imágenes en 2001. Las menciones en medios y el engagement en redes se valoran en 9,4 millones de dólares.

**29 DE SEPTIEMBRE**

## CARDI B EN PRIMERA FILA

Cardi B acudió a la semana de la moda de París enfundada, literalmente, de la cabeza a los pies, en un atuendo floral del británico Richard Quinn. El estilismo de Cardi contribuyó a una subida del 17 % en búsquedas de la marca en Lyst en septiembre. La artista acudió al desfile de Chanel vistiendo un conjunto de la casa que costaba más de 30 000 dólares.

**1 DE OCTUBRE**  
**GIGI AL RESCATE**

Virginie Viard, presentó su primera colección en solitario de prêt-à-porter para la casa durante la semana de la moda de París. En el desfile se coló la youtuber francesa «Marie S'Infiltrer», que saltó a la pasarela, hasta que Gigi Hadid la detuvo. La espontánea contribuyó a una subida del 2618 % en menciones de Chanel en RRSS.

**14-18 DE OCTUBRE**

## DIPLOMACIA DE ESTILO REAL

Para su gira por Pakistán, el príncipe Guillermo y Kate Middleton escogieron diseñadores y marcas locales. Después de que Kate vistiera un shalwar kameez a su llegada al país, las búsquedas de la prenda aumentaron un 170 %. Jenny Packham, Beulah London y Ghost, marcas que la duquesa llevó durante el tour, registraron en conjunto una subida del 139 % intersemanal en búsquedas.



# 4. LOS MÁS INFLUYENTES

Las 10 celebridades cuyo estilo ha inspirado mayores aumentos en búsquedas, ventas, cobertura mediática y menciones en redes sociales durante los últimos 12 meses.

## 1. MEGHAN MARKLE, duquesa de Sussex

Meghan Markle fue el icono de estilo más influyente de 2019 y sus estilismos desataron, de media, un aumento del 216 % en las búsquedas de prendas similares a las suyas. Después de que luciera cinco vestidos camiseros distintos durante la gira real por Sudáfrica, las búsquedas de esa categoría crecieron un 45 % en el plazo de un mes. El vestido de la firma Club Monaco se agotó en menos de 24 horas, tras registrar una subida del 570 % en búsquedas, y su aparición con una falda de J Crew aumentó un 102 % en búsquedas de la marca.

## 2. TIMOTHÉE CHALAMET

El arnés de Louis Vuitton que lució Timothée Chalamet en los Globos de Oro fue el atuendo revelación de la edición. La sudadera de lentejuelas que llevó a la presentación de la serie The King en Londres desató un aumento del 192 % en búsquedas de sudaderas con capucha para hombre, y las búsquedas de Haider Ackermann registraron una acusada subida del 806 % la misma semana en que el actor vistió uno de los trajes de la firma.



## 3. ZENDAYA

Zendaya, el gran referente de estilo de la generación Z, desató millones de búsquedas con su perfil de Instagram este año. Su aparición sobre la alfombra roja de la gala del Met luciendo un vestido de Cenicienta con luces firmado por Tommy Hilfiger —con bolso en forma de carroza y zapatos de cristal incluidos— provocó una subida del 54 % en búsquedas de la marca. El vestido de Vera Wang que vistió en la ceremonia de los Emmy en septiembre generó un notable aumento del 33 % en búsquedas de la firma.

## 4. BILLIE EILISH

La cantante y compositora de 17 años Billie Eilish atesora más de 40 millones de seguidores en Instagram. Después de que se dejara ver con varios atuendos en verde neón este verano, las búsquedas de ese color subieron un 69 %. Por otro lado, bastó con que la artista etiquetara a BBCICECREAM en una publicación de Instagram, para que las búsquedas de la marca se dispararan un 211 % en menos de una semana.

## 5. CARDI B

Cardi B hizo echar humo a los buscadores cuando acudió a los Grammy con un vestido vintage de Mugler: las búsquedas del diseñador subieron vertiginosamente un 169 % en cuatro horas. Fue uno de los rostros más destacados en la semana de la moda de París en septiembre, y sus atuendos de Chanel, Thom Browne y Richard Quinn estuvieron entre los más comentados en internet esa semana.

## 6. LISA, BLACKPINK

Este año, Lisa, componente del grupo Blackpink, se convirtió en el ídolo del K-pop más seguida en Instagram, con más de 27 millones de seguidores. Después de que compartiera varias fotos suyas con el bolso Triomphe de Celine este verano, las búsquedas del complemento aumentaron un 66 %.

## 7. KYLIE JENNER

Kylie Jenner, que fue la celebridad más influyente de la moda en 2018, siguió provocando la demanda masiva de todo lo que se pone. Su aparición con un vestido floral con escote de mesonera en agosto generó un fuerte incremento del 66 % en las búsquedas de prendas de ese estilo. Cuando se puso un atrevidísimo vestido dorado para la boda de Justin Bieber y Hailey Baldwin, rompió el protocolo y causó más repercusión en las búsquedas que la mismísima novia.

## 8. LIZZO

Conforme la música de Lizzo ha ido creciendo año tras año, la demanda de sus característicos bodies se ha ido intensificando: las búsquedas han subido un 28 % interanual. La cantante acertó con varios estilismos en los premios MTV VMA, incluido un vestido lila de inspiración ochentera con los hombros caídos. La «ropa de Lizzo» ha sido un término de búsqueda revelación desde septiembre.

## 9. HARRY STYLES

Después de que Harry luciera un único pendiente en la gala del Met, las búsquedas de pendientes individuales de hombre crecieron un 28 % desde mayo. El cantante provocó un aumento del 78 % en las búsquedas de trajes azules en marzo cuando llevó uno llamativo en Nueva York.

## 10. BILLY PORTER

Billy Porter fue el protagonista de algunos de los momentos más comentados de las alfombras. Cuando se presentó en los Óscar ataviado con un esmoquin-vestido a medida por Christian Siriano, las búsquedas del diseñador aumentaron un 101 % en 24 horas.

# 5. MARCAS REVELACIÓN

Para nombrar a las marcas revelación del año, hicimos un seguimiento de las marcas que registraron las subidas más fuertes en el interés de los usuarios durante el transcurso de 2019.

## 1. BOTTEGA VENETA

La llegada de Daniel Lee convirtió a Bottega Veneta en una de las marcas de moda más comentadas, e inspiró la creación de la popular cuenta de Instagram @newbottega. La demanda de accesorios registró una subida del 53 % este año. La firma escaló 21 puestos en la clasificación de marcas más populares del 3T de The Lyst Index, su primera entrada en la lista.

## 2. PYER MOSS

Los desfiles de Kerby Jean-Raymond se han convertido en uno de los acontecimientos más esperados de la semana de la moda de Nueva York. Después de presentar su colección P/V20 en septiembre, la marca registró un fuerte incremento del 226 % en búsquedas.

## 3. JACQUEMUS

Propulsada por la popularidad de su bolso Le Chiquito, la demanda de Jacquemus sigue imparable. Las búsquedas aumentaron un 37 % en junio, después de que la marca celebrara su desfile de P/V20 en los campos de lavanda de la Provenza, mientras que las menciones en RRSS se dispararon un 761 % en las 24 horas posteriores.

## 4. PACO RABANNE

La reinterpretación en clave actual de su emblemático diseño de malla metálica 1969, unida a la aprobación de celebridades como Priyanka Chopra y Sophie Turner, generó miles de menciones de la marca en redes sociales. Las búsquedas de Paco Rabanne han subido un 31 % interanual.

## 5. MOLLY GODDARD

Las búsquedas de Molly Goddard han aumentado un 46 % interanual; las prendas de tul de la diseñadora han demostrado ser especialmente populares entre influencers.

## 6. RICHARD QUINN

Cardi B, Kendall Jenner, Billy Porter, Céline Dion y Winnie Harlow apostaron por diseños de Richard Quinn este año. Las búsquedas han subido un 56 % interanual.

## 7. SAKS POTTS

Las visitas a la web de la marca danesa subieron 1328 % en julio, cuando Rosalía lució su ya emblemático abrigo Foxy.

## 8. TELFAR

Este año registró un aumento del 89 % en búsquedas en Lyst. La marca disparó su su engagement en redes después de que el actor Ashton Sanders llevase un conjunto de Telfar.



## 6. LOGO DEL AÑO: ZUCCA DE FENDI

## 7. ARTÍCULOS VIRALES

### «EL» VESTIDO DE ZARA

El vestido de lunares de Zara fue la prenda más comentada del año. En unas pocas semanas, contaba con su propia cuenta de Instagram y había generado una subida del 1392 % en menciones de Zara en redes. Las búsquedas de vestidos de lunares crecieron un 120 % a partir de julio.

### EL BROCHE DE ARAÑA

Lady Hale, la presidenta del Tribunal Supremo británico de 74 años, convirtió los broches en forma de araña en el término de búsqueda revelación en el Reino Unido. Las búsquedas de este accesorio aumentaron un 166 % en Lyst en una semana.

### CARDIGAN Y SUJETADOR DE CACHEMIRA DE KHAITE

Las búsquedas de Khaite aumentaron un 217 % a principios de septiembre, cuando Katie Holmes se dejó ver con el conjunto de cárdigan y sujetador de la marca. El bralette Eda sigue siendo el producto más visto de la firma.

### ZAPATILLAS HUG ME BEAR DE VETEMENTS

Tras su lanzamiento en septiembre, se produjo un aumento del 118 % en las búsquedas de las zapatillas Hug Me Bear de Vetements, que se agotaron rápidamente.

### EL ABRIGO OROLAY DE AMAZON

El abrigo Orolay de Amazon, visto entre las residentes del Upper East Side de Nueva York, fue viral en febrero.

## 8. ARTÍCULOS REVIVAL

### BOLSO BAGUETTE DE FENDI

Las búsquedas del bolso Baguette de Fendi, uno de los it-bags por excelencia, subieron un 138 % interanual, y la versión para hombre se agotó en muchos establecimientos poco después de su lanzamiento.

### SANDALIAS TEVA

Las búsquedas de Teva aumentaron un 65 % durante el segundo trimestre de 2019. En abril, las sandalias deportivas de la marca registraron un fuerte incremento del 78 % en la demanda, tras su colaboración con Anna Sui.

### ZUECOS

Maria Grazia Chiuri fue la artífice del revival de los zuecos cuando presentó los «Diorquake» en la pasarela. Las búsquedas de estos zapatos gruesos de madera alcanzaron su pico máximo en junio.

### CANGREJERAS

Las búsquedas de cangrejeras crecieron significativamente en abril, y registraron un aumento del 82 % interanual.

### DR. MARTENS

Las búsquedas de botas Dr. Martens aumentaron un 88 % interanual, e inspiraron una gama de modelos similares que fueron tendencia en todos los rangos de precios.



# 9. LOS ARTÍCULOS MÁS DESEADOS

## 1. BOTTEGA VENETA

### The Pouch

El bolso The Pouch de Bottega Veneta ha desatado más de 10000 visitas al mes desde su lanzamiento. Las visualizaciones de página aumentaron un 297 % en Lyst en septiembre. Lo han lucido directoras de revistas de moda, celebridades e influencers de todo el mundo; Rosie Huntington-Whiteley lo publicó 39 veces en Instagram en el plazo de tres meses.

## 2. BOTTEGA VENETA

### Sandalias Stretch

Las sandalias minimalistas fueron una tendencia potente este año, y la demanda de la versión de Bottega Veneta se mantuvo elevada todo el verano. Las búsquedas registraron una fuerte subida en julio, mes en el que aumentaron un 471 %.

## 3. GUCCI

### Cinturón de Logo GG

Con nueve apariciones en la clasificación de The Lyst Index durante los últimos dos años, el cinturón con el logotipo GG de Gucci es uno de los accesorios de lujo más buscados. Este año se vendieron en Lyst dos cinturones Gucci cada minuto.

## 4. JACQUEMUS

### Bolso Le Chiquito

Las búsquedas del bolso Le Chiquito de Jacquemus aumentaron un 130 % en mayo y generaron más de 20 000 visualizaciones de página durante el verano.

## 5. PRADA

### Gorro de pescador con logo

El gorro de pescador de Prada, que llevaron celebridades e influencers, se agotó en internet en sucesivas ocasiones y las búsquedas alcanzaron su punto máximo en mayo.

## 6. LOUIS VUITTON

### Bolso Multi Pochette

Semanas antes de su lanzamiento, el bolso Multi Pochette de Louis Vuitton ya contaba con lista de espera. Cuando se puso a la venta en octubre, se agotó en internet en pocos días.

## 7. GANNI

### Vestido de cuadros verde neón de Ganni

El vestido verde neón de Ganni estuvo entre los favoritos de influencers y directoras de revistas de moda este año. Se agotó tras una subida del 101 % en la demanda en julio.

## 8. SANDY LIANG

### Forro polar

El forro polar de inspiración noventera de Sandy Liang fue el artículo más popular de la diseñadora este año.

## 9. WEEKDAY

### Vaqueros Rowe azul cielo

Los vaqueros sostenibles Rowe de Weekday, de algodón 100 % ecológico, fueron los vaqueros más vendidos de 2019 en Lyst. Las búsquedas de la marca crecieron un 68 % interanual.

## 10. GUCCI

### Bolso Messenger GG Supreme pequeño

El bolso Messenger GG Supreme para hombre de Gucci fue uno de los accesorios más deseados del año. Las búsquedas de bolsos de hombre aumentaron un 44 % interanual.

# 10. ZAPATILLAS DEL AÑO

Zapatillas Oversized de Alexander McQueen. Se buscaron cada dos minutos en Lyst.



# 11. COLABORACIONES

## OFF WHITE X IKEA

La colaboración entre Off-White e IKEA, anunciada en junio de 2017, finalmente vio la luz en noviembre. IKEA sorprendió a sus seguidores con el lanzamiento de la alfombra con el mensaje «KEEP OFF» (algo así como «no me pises») en mayo, antes de lo previsto; el producto se agotó en cinco minutos y se puede encontrar en eBay por un precio más de siete veces superior al P. V. P.

## SACAI X NIKE

La presentación de la segunda serie de zapatillas Sacai x Nike LDWaffle en septiembre desató una subida del 344 % en búsquedas de esta colaboración.

## REFORMATION X NEW BALANCE

Reformation se asoció con New Balance para su primera colaboración de zapatillas, y juntas reinventaron los modelos 574 y X-90 de la marca. Las deportivas, caracterizadas por colores novedosos y materiales más sostenibles, fueron una de las colaboraciones más populares de este otoño.

## SUPREME X STONE ISLAND

Meses después del lanzamiento de la primera colaboración de edición limitada entre Supreme y Stone Island, la demanda no ha cesado: las búsquedas subieron un 72 % en septiembre

## RICK OWENS X BIRKENSTOCK

Las búsquedas de la colaboración entre Rick Owens y Birkenstock aumentaron un 400 % en abril, después del lanzamiento de su segunda colección de edición limitada P/V19, y muchas de sus piezas se agotaron de inmediato. más sostenibles, fueron una de las colaboraciones más populares de este otoño.



# 12. CÓMO COMPRAMOS

## DE SEGUNDA MANO

En 2019 se registró un aumento del 255 % en tráfico hacia la reventa de artículos de lujo en Lyst. Según un informe de ThreadUp, el 26 % de compradores de productos de lujo adquiere ahora prendas de segunda mano. Otro informe de TheRealReal indica que el 32 % de los consumidores considera la compra de artículos de segunda mano una alternativa a la moda rápida, y Gucci, Louis Vuitton, Chanel, Prada y Hermes son las marcas más deseadas.

## ALQUILER

El mercado del alquiler, cuyo valor se estima en 1000 millones de dólares, está previsto que alcance una facturación de 1900 millones de dólares para finales del 2023. Según un informe sobre sostenibilidad de la consultora Mintel, más de la mitad de mileniales ya han alquilado moda o se han planteado hacerlo. Alquilar ropa es cada vez más fácil, y existe un grupo en constante crecimiento de marcas y establecimientos, tales como Urban Outfitters, American Eagle, Ann Taylor y Bloomingdale, que pone ahora esta opción al alcance de sus clientes.

## VIRTUAL

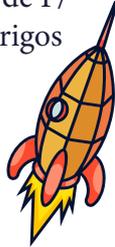
En mayo, una ejecutiva de una firma tecnológica se gastó 9500 dólares en un vestido virtual para «ponerse» durante una «sesión de fotos» realizada con realidad aumentada. Gucci y Nike comenzaron a usar tecnología RA para permitir a los compradores «probarse» su ropa y calzado de forma virtual. Marcas de la talla de New Balance y Gucci siguen poniendo sus miras en el mercado de los videojuegos con productos de marca para avatares personales.



# 13. SIGUIENTE YEAR IN FASHION

## ESTILO DE LA ERA ESPACIAL

Con la preparación para el lanzamiento en 2020 de cuatro misiones a Marte, la fase de pruebas del cohete reutilizable de SpaceX y una nueva generación de naves espaciales con tripulación humana, las cosas se van a poner intergalácticas. Como ya hemos presenciado en las pasarelas de P/V20, pronosticamos tejidos holográficos, y abrigos de inspiración espacial.



## JAPÓN MANIA

Está previsto que 600 000 espectadores extranjeros visiten Tokio para los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2020 el próximo verano. Con todas las miras puestas en Japón 2020, prepárate para dejarte inspirar por el atrevido street style del barrio de Harajuku y por marcas contemporáneas japonesas de culto como Sacai, Undercover, Visvim y Neighborhood. Las búsquedas de marcas japonesas aumentaron un 8 % este año.

## BIG BAG ENERGY

Este año informamos de que la superficie media de un bolso había encogido un 40 %, a consecuencia de la tendencia de los minibolsos. Para 2020, vaticinamos el regreso de los bolsos shopper tamaño XL de la década de los 2000, en concreto, modelos novedosos de piel suave de firmas como Little Liffner y The Row.

## MODA POLÍTICA

El 2019 fue un año turbulento para la industria de la moda, fiel reflejo de las tensiones políticas y culturales a escala internacional que afectaron a la mentalidad de consumidores de todo el mundo. Las corbatas del candidato demócrata a la presidencia de EE. UU., Tom Steyer, ya han sido objeto de búsquedas y tuits en su país, y con las elecciones de EE. UU. a la vuelta de la esquina, vaticinamos que veremos más estilismos con mensaje político por parte de políticos, marcas y establecimientos en 2020.

## 5 MARCAS QUE PROMETEN

A juzgar por el creciente número de términos de búsqueda de los últimos seis meses, presagiamos que será un gran año para Rotate Birger Christensen (+27 %), GCDS (+23 %), ALYX (+36 %), Marine Serre (+32 %) y Cecilie Bahnsen (+38 %).

SI DESEAS HACER REFERENCIA A CUALQUIERA DE ESTOS DATOS POR FAVOR MENCIONA A LYST E INCLUYE UN ENLACE AL INFORME COMPLETO ([WWW.LYST.ES/YEAR-IN-FASHION-2019](http://WWW.LYST.ES/YEAR-IN-FASHION-2019)) O A [LYST.ES](http://LYST.ES).

## METODOLOGÍA

**CELEBRIDADES** Las diez celebridades cuyo estilo personal impulsó las subidas más importantes en búsquedas, ventas, cobertura mediática y menciones en redes sociales durante los últimos 12 meses.

**MARCAS REVELACIÓN** Para nombrar a las marcas revelación del año, hicimos un seguimiento de las marcas que registraron las subidas más fuertes en

el interés de lusuarios durante de 2019.

**LOGO DEL AÑO** Para nombrar el logotipo de 2019, hicimos un seguimiento de las subidas más acusadas en la demanda y la respuesta de ventas a los artículos con logotipo junto con las menciones en redes sociales de la marca.

**LOS MÁS DESEADOS** Para nombrar y clasificar los artículos más deseados del mundo, hicimos un seguimiento de los picos de menciones en redes sociales, etiquetas de productos, búsquedas y ventas durante el transcurso de 2019.

lyst



# YEAR IN FASHION 2019

LYST . ES

Contacto: [brenda.otero@lyst.com](mailto:brenda.otero@lyst.com)