



NEGÓCIOS INOVAÇÃO STARTUPS TRANSFORMAÇÃO DIGITAL INSIDERS EXPERTS VÍDEOS PODCASTS JOVEM PAN

INSIDERS

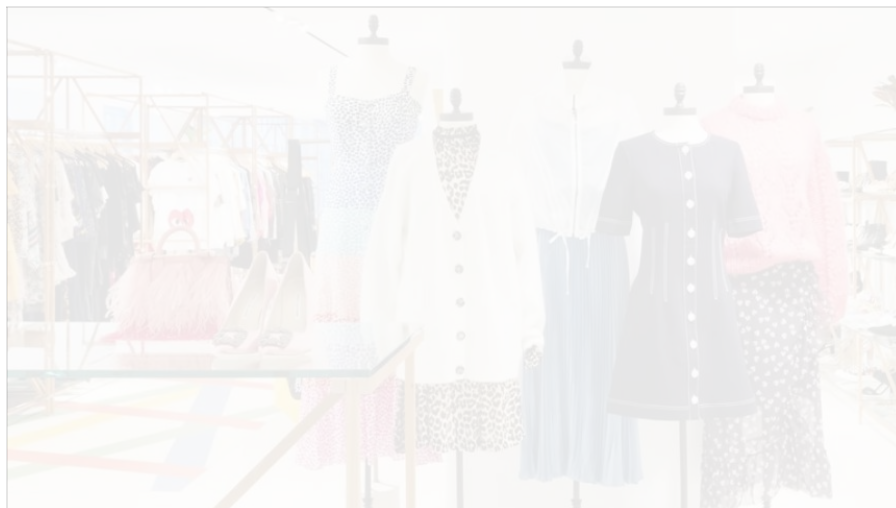


A nova moda do setor de moda: vender roupa usada

A rede varejista americana de artigos de luxo Nordstrom vai vender roupas de segunda-mão. É um mercado bilionário, que pode chegar a US\$ 64 bilhões em 2028 e já atrai Macy's e JCPennys



Eloá Orazem, dos EUA • 04/02/20 • 18h46



Projeto See You Tomorrow vai contar com e-commerce e área física na flagship de Nova York

Na passarela de Wall Street, roupa usada é a última moda. Depois da abertura de capital da **The RealReal**, maior e-commerce de artigos fashion de luxo usados, que abriu seu capital em junho do ano passado e hoje vale US\$ 1,2 bilhão, o mercado agora se agita com a gigante Nordstrom "saindo do armário" e assumindo seu mais novo projeto de segunda-mão: o See You Tomorrow.

A iniciativa, que tem site próprio e uma área física na flagship de Nova York, dá à rede americana o dress code para um mercado bilionário. A agência de pesquisa GlobalData avaliou que esse segmento movimentou US\$ 24 bilhões em 2018. A mesma agência prevê que a revenda de roupas pode movimentar US\$ 64 bilhões em 2028.

Essa inversão de valores, literalmente, é um reflexo da transformação que passa o mercado. Segundo a antropóloga da Universidade da Califórnia Los Angeles (UCLA), Mi Medrado, as lojas de departamento, um formato de negócio nascido em meados de



NEGÓCIOS INOVAÇÃO STARTUPS TRANSFORMAÇÃO DIGITAL INSIDERS EXPERTS VÍDEOS PODCASTS JOVEM PAN

Esses dois sites são especializados na negociação de roupas usadas, mas não trabalham com curadoria e nem com a autenticação das peças, como acontece no caso da TheRealReal, cujas ações despencaram pouco mais de 50% desde junho do ano passado, quando a empresa abriu capital. Tanto no ThredUp, quanto no Poshmark, qualquer usuário pode criar uma conta e anunciar os itens que desejar pelo preço que acharem justo. As plataformas ficam com uma pequena porcentagem da negociação.

No caso da ThredUp, porém, há uma parceria vigente com as também gigantes Macy's e JCPennys, que lhe garante um "braço" físico, uma vez que as varejistas dedicam uma área de suas lojas a itens disponíveis no site. As roupas vendidas in loco, no entanto, passam pela seleção das próprias redes para que reflitam, de alguma forma, o conceito de cada uma.

Da mesma forma, a Nordstrom também trabalha com seleção rigorosa e preços agressivos. Um trench coat da Burberry, originalmente comprado por US\$ 2.590,00, é vendido na página do See You Tomorrow por US\$ 1.813,00. Uma espécie de kimono de seda de Alexander Wang, que tinha preço de US\$ 795, é negociado a US\$ 525. Todos os itens disponibilizados nesta seção de revendas da Nordstrom foram previamente selecionados por Olivia Kim, vice-presidente de projetos criativos da empresa.

Além de peças devolvidas e com pequenos defeitos, a See You Tomorrow aceita a participação dos clientes: quem tiver roupas de valor e em bom estado pode ir até a loja flagship da marca em Nova York e trocar os itens aprovados por vale-presentes que podem ser gastos na Nordstrom, Nordstrom.com, Nordstrom Rack, NordstromRack.com, HauteLook e Trunk Club – todas as bandeiras da gigante.

"Em breve lançaremos aplicações online para que os clientes possam nos enviar as roupas por e-mail", disse Pete Nordstrom, copresidente da companhia ao **NeoFeed**.

***De acordo com a GlobalData, 13%
das roupas nos armários femininos
serão provenientes de mercados de
segunda-mão em 2028***

Apesar de se tratar de uma revenda de artigos usados ou defeituosos, a política de devolução permite que os consumidores devolvam as roupas em até 14 dias. E isso pode ser feito por correio ou pessoalmente, em Nova York.



NEGÓCIOS INOVAÇÃO STARTUPS TRANSFORMAÇÃO DIGITAL INSIDERS EXPERTS VÍDEOS PODCASTS JOVEM PAN

engajamento, esse projeto é mais um passo ativo que damos rumos ao nosso compromisso com a sustentabilidade”, declarou Nordstrom.

Para além das revistas e dos desfiles, esse modelo faz sentido do ponto de vista empresarial. “Nesse novo modelo, vemos custo zero na produção. Como a loja garante um rebranding, podemos considerar custo operacional de baixo”, afirma a antropóloga Medrado, destacando que a iniciativa pode atrair novos clientes para a marca.

Essa prática de revenda pode abrir espaço para o que Medrado chama de “roupa ancestralizada”, que é quando a distinção e prestígio de uma peça serão pautadas pelo dono anterior. “Usada por quem e quando. Uma vez que celebridades, como uma das Kardashians, estão auxiliando na propagação dessa nova iniciativa do Nordstrom”, afirma Medrado.

Transformações como essa devem chegar às vitrines de outras lojas de departamento e até marcas próprias num esforço para melhorar o desempenho das vendas – e das prestações de conta. E o motivo é simples. De acordo com uma pesquisa da GlobalData, 13% das roupas nos armários femininos serão provenientes de mercados de segunda-mão em 2028. Esse percentual era de 6% no ano passado.

Siga o **NeoFeed** nas redes sociais. Estamos no [Facebook](#), no [LinkedIn](#), no [Twitter](#) e no [Instagram](#). Assista aos nossos vídeos no canal do [YouTube](#) e assine a nossa newsletter para receber notícias diariamente.

[Insiders](#), [JCPennys](#), [Macy's](#), [Nordstrom](#), [The RealReal](#)