

Modaes

Empresa

H&M se alía de nuevo con el lujo y firma una colaboración con Moschino

La firma italiana, propiedad del grupo italiano Aeffe, vive un momento dulce con Jeremy Scott al frente de la dirección creativa.

Modaes
15 abr 2018 - 00:00

H&M vuelve a aliarse con el lujo y firma una colaboración con Moschino

H&M continúa exprimiendo el fenómeno de las colaboraciones. El gigante sueco, que cerró el primer trimestre con una caída del 44% de su beneficio, ha comunicado hoy el lanzamiento de una nueva colección en alianza con la firma italiana Moschino.

La compañía lleva ya 16 años recurriendo a las alianzas con diseñadores de lujo, desde que estrenó este formato en 2004 de la mano de Karl Lagerfeld. **La unión con Moschino se produce en un momento dulce para la marca italiana**, que ha ganado popularidad en los últimos años llevando iconos pop como Barbie, McDonald's o Hello Kitty a las pasarelas.

La firma, propiedad de Aeffe y pilotada por Jeremy Scott como director creativo, ha anunciado la colaboración durante su fiesta anual en el festival de música Coachella.

H&M recurre de nuevo a un diseñador estrella tras firmar con Erdem en 2017

H&M vuelve así a recurrir a un diseñador estrella tras aliarse con Erdem el año pasado. Desde 2014, el grupo ha firmado colaboraciones con Karl Lagerfeld, Stella McCartney, Viktor&Rolf, Roberto Cavalli, Comme des Garçons, Matthew Williamson, Jimmy Choo, Lanvin, Sonia Rykiel, Versace, Marni, Maison Martin

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/hm-se-alia-de-nuevo-con-el-lujo-y-firma-una-colaboracion-con-moschino>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

Margiela, Isabel Marant, Alexander Wang, Balmain y Kenzo.

H&M cerró el primer trimestre con una caída del 44% en su beneficio neto y un descenso de las ventas del 1,7%, hasta 46.181 millones de coronas suecas (5.441 millones de dólares).