

Look

H&M se sube también a la ola de los eSports

La cadena sueca lanza una colección de prendas inspirada en League of Legends, el juego online más jugado del mundo

Modaes
16 feb 2021 - 05:00



H&M se pone también delante de las pantallas. **La multinacional sueca acaba de sacar al mercado una colección cápsula inspirada en League of Legends**, de Riot Games, uno de los videojuegos de batallas más descargados del mundo.

La nueva **colección incluye una pequeña edición de camisetas, sudaderas, joggins y pantalones de chándal** con el logo y estampaciones que recrean escenas del conocido videojuego. En algunos casos, la propuesta creativa se limita simplemente a la inclusión de las iniciales LoL (League of Legends). En otros casos, sin embargo, va mucho más allá, incluyendo estampados de calaveras y otros personajes del videojuego, que ocupan todo el tejido.

Modaes

No es la primera vez que H&M colabora con empresas del sector del videojuego. De hecho, fue uno de los grupos de la moda pioneros en unir ambos mundos. **En 2007 lanzó una colección de accesorios junto a Los Sims, de la empresa EA**, que marcó el inicio de una relación de colaboración que se mantuvo con posterioridad y se plasmó en nuevas colaboraciones.

La moda ha reforzado su apuesta por los videojuegos en los últimos años para seducir a los más jóvenes. Una de las mayores alianzas ha sido la firmada por Zalando con el club español de eSports Team Heretics, del que es patrocinador estratégico.

H&M se une a otras grandes marcas como Adidas, Gucci, Louis Vuitton o Nike que han llegado a acuerdos con las empresas de videojuegos

En diciembre de 2019, **Louis Vuitton creó una colección cápsula inspirada en el League of Legends** coincidiendo con el campeonato anual de League of Legends.

Adidas, Nike, Balenciaga o Gucci también han apostado por aliarse con empresas creadoras de videojuegos. Net-à-Porter, por su parte, puso en marcha en 2020 un espacio en Animal Crossing: New Horizon, propiedad de Nintendo.

League of Legends es un caramelo para muchas marcas de moda por la repercusión que tiene entre los jóvenes. **El campeonato mundial de League of Legends de 2019 tuvo más de cien millones de espectadores**, llegando a alcanzar un máximo de 44 millones de espectadores únicos en un mismo evento.