

Look

Springfield se pone a jugar

La firma, propiedad de Tendam, ha creado una colección cápsula junto al *gamer* español Willyrex, que acumula más de dieciséis millones de suscriptores en Youtube.

Modaes
12 may 2021 - 05:00



Springfield le hace un guiño al *game*. La firma de moda joven, propiedad de Tendam, ha creado **Springfield x Willyrex, una colección cápsula junto al *gamer* español Willyrex**, que acumula más de dieciséis millones de seguidores en su canal de Youtube.

Esta colaboración con el *gamer* es el último movimiento de Springfield en su estrategia alrededor de la comunidad *gaming* de la que **Willy es un referente en la comunidad hispanohablante**. La compañía inició la colaboración con el *youtuber* el año pasado.

“La gran evolución del sector *gaming* a escala mundial ha conseguido que otros territorios, como el de la moda, haya puesto el foco en estas comunidades jóvenes y ligadas a los iconos de plataformas como Youtube o Twitch”, ha indicado la directora de marketing de Springfield, Rosario Treviño. **“Willyrex representa la esencia del chico Springfield y sus valores personales y profesionales encajan con lo que buscábamos**

Modaes

cuando decidimos adentrarnos en este territorio”, ha añadido.

Springfield ha buscado un perfil que represente los valores personales y profesionales de la compañía

Springfield x Willyrex está formada por una sudadera y dos camisetas exclusivas, pensadas para la comunidad *youtuber*, en las que **el gamer ha participado en el diseño y que están ya a la venta en la plataforma multimarca de Springfield** y una selección de tiendas en España. “Estoy encantado con todo lo que estamos consiguiendo en estos diez años de carrera como *youtuber*; lanzar esta línea de ropa con Springfield es una locura”, ha comentado Willyrex.

La alianza con el creador de contenido se suma a los lanzamientos de nuevas marcas que Tendam ha acometido en el último año. Tras comprar y relanzar Intropia, la empresa se alió con la influencer María Pombo para lanzar una nueva firma y absorbió Slow Love, la firma impulsada por las periodistas Sara Carbonero e Isabel Jiménez.