

Loewe: hacerse cargo de la moda a través de la fantasía

Si has estado en TikTok, Instagram o cualquier otra red social mantenerse al día con las últimas tendencias de la moda, no hay duda de que tiene visto el nombre de Loewe. Esta casa de moda española ha recibido mucha atención en los últimos meses con su caprichoso y casi infantil acercamiento a sus últimas colecciones.

Ver las dos colecciones más recientes de Loewe con moda masculina looks adornados con modelos alados, o su colección prêt-à-porter con trajes completos hechos de plumas falsas, los espectáculos parecen algo sacado de un cuento de hadas. Este cuento de hadas, sin embargo, tuvo un aspecto más duro. start- es posiblemente similar a la historia de Cenicienta.

El comienzo difícil se debe a LVHM (Louis Vuitton Moët Hennessy) intentos infructuosos de hacer de la marca España un fenómeno global. Sin embargo, su suerte cambió en 2013 cuando el creativo norirlandés Jonathan Anderson tomó el relevo, quien hizo que la marca fuera reverenciada como “una de las etiquetas más imaginativas y experimentales” (según ELLE Revista Australia).

Como testimonio de la nueva fama de las casas de moda, la creatividad y la innovación se transmitió para que 113 millones de personas la vieran de frente y centro durante la actuación del Super Bowl 2023 dada por Rihanna. La clientela de celebridades de Loewe también ha aumentado recientemente, ya que

toma el escenario principal de la industria de la moda. Con A-listers como Harry Styles, Zendaya, Emma Corrin, Timothée Chalamet, Hailey Bieber y Kylie Jenner siendo vista luciendo la marca también se puede decir que su tracción no se detendrá en el corto plazo.