

Link [aqui](#)

NEOFEED

A Loewe, do grupo LVMH, reforça o portfólio internacional do Iguatemi

A marca centenária espanhola abre primeira loja no País, onde já tem público desde 2020, quando começou a ser vendida na multimarcas NK

N Angela Klinke e Moacir Drska 05/12/23 08:00



A boutique espanhola abre primeira loja no Brasil no primeiro trimestre de 2024

Marca de luxo mais antiga do mundo, a Loewe é a nova integrante no portfólio do shopping Iguatemi São Paulo, com abertura de uma boutique programada para o primeiro trimestre de 2024. A grife fundada em 1846 como uma artesaniania de acessórios de couro, na Espanha, faz parte do grupo LVMH desde 1986.

A marca é considerada uma das "mais quentes" do momento pela irreverência de seu diretor criativo Jonathan Anderson e por sua estratégia pulsante nas redes sociais. No segundo trimestre deste ano, ela liderou o The Lyst Index, o principal ranking de fenômenos fashion com maior engajamento na internet.

Esse é um jogo que, por sinal, todas as grifes de luxo estão aprendendo a jogar. Tanto que a Loewe deixou Prada e Versace para trás no ranking da Lyst.

A grife espanhola é uma das cinco operações internacionais anunciadas pelo grupo Iguatemi para o próximo ano. Em janeiro, o shopping começa a realocação de suas lojas para acomodar a primeira flagship na América Latina da Tiffany, que muda de endereço dentro do próprio empreendimento, onde passará a ocupar um espaço de 450 metros quadrados, distribuídos em dois andares. A Loewe, por sua vez, chega por meio da divisão iRetail do grupo.

A loja própria da Loewe faz parte do movimento da retomada das grifes de luxo no Brasil, que se traduz na expansão de Louis Vuitton, Bulgari e Valentino nos shoppings do grupo JHSF. Além de Moncler, Gucci e Dolce Gabbana no próprio grupo Iguatemi.

"Hoje, nós somos a porta de entrada das principais marcas internacionais", afirmou Guido Oliveira, CFO do Iguatemi, em entrevista recente ao NeoFeed. Na conversa, o executivo também ressaltou o crescimento da demanda por parte das grifes que já atuam no Brasil, a partir da pandemia.

"Como o cliente brasileiro de alta renda, que comprava muito lá fora, estava impossibilitado de viajar, muitas dessas marcas passaram a operar com o sortimento completo no Brasil", disse Oliveira. "Então, hoje, você encontra no País o mesmo mix de lojas de Milão, Paris e Nova York."

Alguns números ajudam a entender essa repaginação dos estoques e vitrines no contexto do Iguatemi. No segundo trimestre de 2023, por exemplo, o grupo contabilizou 276 inaugurações em seus 16 empreendimentos, das quais, 37 foram de lojas de grifes internacionais.



Figurino Loewe usado por Beyoncé em sua turnê Renaissance: a "marca mais quente" e com celebridades (Reprodução)

Se essas marcas vêm ganhando terreno nos shoppings do Iguatemi, a Loewe, por sua vez, também ocupa um lugar especial dentro do grupo LVMH, avaliado em € 349 bilhões e dono de um verdadeiro império do luxo, com mais de 70 marcas sob os seus domínios.

A Loewe integra o braço de Fashion & Leather Goods no balanço da LVMH. Carro-chefe da holding, essa divisão, que inclui ainda marcas como a Louis Vuitton, reportou uma receita de € 27,8 bilhões de janeiro a setembro desse ano, dentro de uma receita total do grupo no período de € 62,2 bilhões.

No Brasil, a marca já percorreu parte do trajeto para chegar ao seu público-alvo. Além da projeção nas redes, desde 2020, a Loewe faz parte do mix de destaques internacionais da NK, rede multimarca de moda feminina que inaugurou uma loja monumental no próprio shopping Iguatemi este ano, e tem butiques no Rio e Recife.

"Trouxemos a marca quando ela estava começando a ganhar visibilidade fora. Então, o público e a mídia ainda não estavam familiarizados com a Loewe", disse ao **NeoFeed** Natalie Klein, sócia fundadora da NK.

"Hoje a marca é uma das top sellers na NK e a cliente Loewe está sempre buscando informações de moda atuais e vanguardistas." Entre os bestsellers da marca no país estão roupas e, em especial, os acessórios, como a bolsa Puffer, diz ela.

Mesmo com a abertura da butique própria, a NK vai continuar a vender a marca no país. "A associação da Loewe com o Iguatemi vai funcionar como via de mão dupla na qual continuaremos alavancando a marca", diz Natalie.



Bolsa Goya Puffer, um dos bestsellers na NK

Jonathan Anderson, o diretor criativo da Loewe desde 2013, é o responsável pela renovação da grife centenária que surpreende a cada estação. E com projeção mundial graças ao apoio das celebridades.

Este ano, ele projetou os figurinos da turnê Renaissance de Beyoncé, um dos maiores sucessos da artista cujos shows impactaram na inflação da Suécia. Já havia feito o traje vermelho usado por Rihanna em sua apresentação no intervalo do Super Bowl.

Anderson trabalha com esculturas, artesanias e ilusões como o vestido Loewe, usado por Jennifer Lawrence na première do filme "Que Horas eu Te Pego", em junho deste ano, em Madri.

Anderson é especialista em criar peças virais. A regata Anagram (básica com o logo da marca) usada por Kylie Jenner foi um dos produtos mais procurados este ano, assim como as bolsas de rafia que de tão desejadas já estariam sendo falsificadas, segundo informações da Lyst.



acessórios de couro, Beyoncé, Grupo Iguatemi, Jonathan Anderson, Loewe, luxo, LVMH, moda,