

Modaes

Empresa

Louis Vuitton se suma a la oleada de regresos a Argentina y reabre en Buenos Aires

El gigante francés del lujo abrirá un *pop up store* el próximo septiembre en el centro comercial Patio Bullrich, en Buenos Aires. El anterior establecimiento con el que operaba la empresa de LVMH se ubicaba en Avenida Alvear.

Modaes
6 jul 2018 - 00:00

Louis Vuitton se suma a la oleada de regresos a Argentina y reabre en Buenos Aires

Más moda de lujo para Argentina. En pleno auge de llegadas de marcas *premium* al mercado austral, Louis Vuitton ha confirmado su regreso al país, donde operó hasta 2012. **La compañía francesa se instalará con un *pop up store* en el centro comercial Patio Bullrich en septiembre.**

Allí, la empresa, propiedad del conglomerado de lujo LVMH, **distribuirá únicamente su colección femenina, tanto de carteras y accesorios como de ropa y complementos**, siendo la primera vez que introduce su línea de indumentaria en el país.

Louis Vuitton desembarcó en Argentina en 1999 con una tienda en Avenida Alvear, en Buenos Aires. Sin embargo, la compañía se retiró del mercado austral en 2012 por las trabas al comercio exterior del Gobierno de Cristina Fernández.

Louis Vuitton operaba en Argentina con tres establecimientos en Buenos Aires, que cerraron en 2012

El nuevo espacio de Louis Vuitton estará abierto durante seis meses, aproximadamente,

Modaes

según *Clarín*. La empresa también contaba con dos establecimientos en los centros comerciales Unicenter y Galerías Pacífico, ambos en la capital del país.

El desembarco de Louis Vuitton se produce en plena apuesta de marcas de alta gama por el mercado argentino. En los últimos meses, **LVMH también creció en el país con la entrada de la española Loewe, tal y como avanzó Modaes.** Además, la suiza Bally y la italiana Ermenegildo Zegna subieron la persiana en el centro comercial Patio Bullrich, complejo en el que también se instalará Pandora.

Louis Vuitton opera en otros países del Cono Sur como Chile, con una tienda en Parque Arauco y en Uruguay, donde cuenta con un establecimiento a pie de calle en la ciudad de Punta del Este y en Brasil, con puntos de venta en Sao Paulo y Río de Janeiro.

LVMH, matriz de Louis Vuitton y otras marcas como Loewe o Céline, cerró el ejercicio 2017 con un beneficio operativo de 8.293 millones de euros (9.629,8 millones de dólares), un 18% más. **La facturación del grupo ascendió a 42.636 millones de euros (49.508,9 millones de dólares), un 13% más.**