



**minuto
VAREJO**

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

CDL POA

**65
anos**

Sephora e Zara voltam ao BarraShoppingSul

Grifes internacionais mostram novo layout de lojas e itens exclusivos (francesa); complexo espera ampliar público

O desembarque de duas grifes internacionais em sequência no BarraShoppingSul, na Zona Sul de Porto Alegre, não é só um retorno. A gigante de moda Zara (espanhola) e a de cosméticos Sephora (francesa) voltaram com diferenças, inovações no ponto, produtos exclusivos e rivalizando até mesmo com as co-irmãs, que ficam no concorrente Iguatemi POA, na Zona Norte. As duas unidades de cada varejista são as únicas no Estado. Aliás, o reforço do mix do Barra, do grupo Multiplan, dono do ParkShopping Canoas, é aposta para alargar o alcance. “Clientes novos virão aqui em busca de novidades”, projeta a superintendente, Stelamaris Parenza. Motivos para conferir as reestreantes (Sephora fechou em 2019, e Zara, em 2022) - a espanhola abriu na quinta-feira e a francesa, na sexta-feira (com fila desde a madrugada para voucher de compras) - estão claramente nas lojas.

A coluna apurou, inclusive, que a Zara no Iguatemi, revitalizada em 2025 e com área maior, deve ter algumas mudanças, eliminando os “labirintos” das seções. Já a nova operação do Barra veio mais fluida, com divisórias mais baixas que permitem



Domenicis diz que unidade tem lançamentos para mercado local

visualizar as áreas e menos roupas. “A fachada é imensa. É um modelo novo. A Zara tem política de fazer lojas diferentes”, comenta Stela. “Ficou fácil para o consumidor se encontrar”, observa a executiva. Iluminação e curadoria de roupas e acessórios realçam o ambiente. A unidade tem quase 3 mil metros quadrados, o dobro da anterior. Estão nas seções caixas de autoatendimento e sofás (feminino ao masculino).

A Sephora é bem maior, por isso mais coleções. “São três linhas exclusivas da unidade do

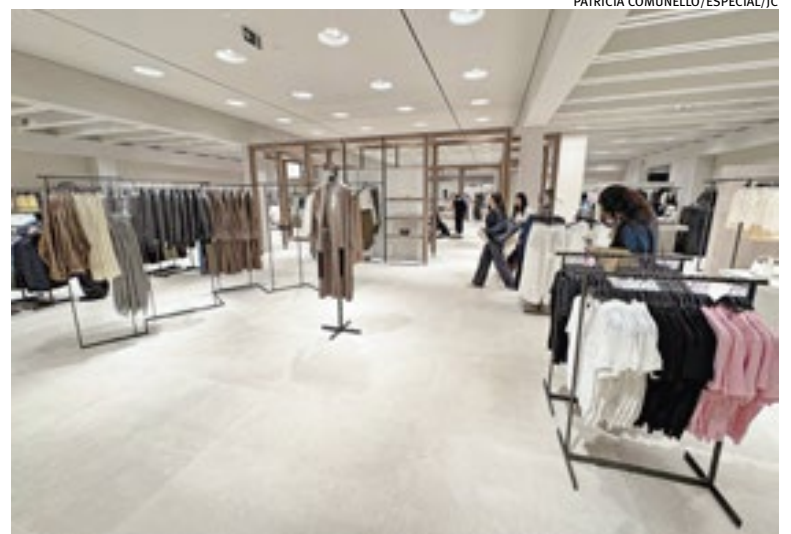
Barra: Vic Beauté (lançada recentemente), Dolce & Gabbana Beauty (exclusiva da rede), vendidas em algumas lojas no Brasil, e Rabanne”, lista o diretor de marketing da Sephora Brasil, Cataldo Domenicis, que acompanhou a largada da nova filial, com 300 metros quadrados e bem maior que a outra gaúcha.

“A loja tem arquitetura diferente de outras unidades, super moderna, com fachada maior (sem vitrine) e navegação por categoria. Tem muito mais itens que a do Iguatemi (pelo tamanho)”, descreve Domenicis. Até o telão no centro da operação é único. A seção de cosméticos coreanos veio mais forte, com parcerias com marcas. Sobre novas lojas no Estado, o executivo não confirmou quando nem onde, mas sinalizou que a marca está de olho em oportunidades: “Não posso prometer ainda, mas quem sabe futuramente”.

Dica: a filial do Iguatemi é uma das que mais vende no País. A compra online regional cresce e pode ser fator para ter maior presença física gaúcha, admitiu o diretor. Este ano a rede completará cinco novas lojas, chegando a 49 pontos no Brasil. A do Barra foi a quarta. A última abre este mês em Campinas.



Rede de cosméticos fez grande agito, com fila de clientes na estreia



Varejista de moda trouxe filial mais fluida, diferente da do Iguatemi

No Ponto

▶ A **Intimmi Care**, “loja” de serviços de saúde da mulher, estreou no bairro Moinhos de Vento, em Porto Alegre. É a primeira franquia no Estado e quarta da rede catarinense. A unidade abrange cuidados com menopausa, saúde íntima e bem-estar. A “loja”, na rua Dr. Timóteo, 565, atende apenas particular. A franqueada Aline Winter Opitz investiu R\$ 580 mil e aposta no mercado: “Há demanda cada vez maior por acolhimento, informação e atendimento personalizado.”



▶ O **Ganha-Ganha Farroupilha** está de volta e vai até 26 de setembro, com sorteios vinculados ao Nota Fiscal Gaúcha (NFG), que exige CPF no cupom da compra. São 70 prêmios de R\$ 1 mil e 400 de R\$ 75,00 toda semana. Em 1º de outubro, consumidores concorrem a cinco prêmios de R\$ 10 mil cada. Diversas entidades lojistas em todo o RS estão reforçando a divulgação da campanha.

▶ O **Pop Center**, no Centro da Capital, promove a Revolução dos Preços, gincana comercial, com descontos e condições especiais, diz o complexo. Atividades presenciais vão de hoje a 19 no Pop.



Coluna de quinta

Coluna mostra o lado varejo do Acampamento Farroupilha e da Casa Cor RS.

Empresa líder em dados, tecnologia e inteligência analítica para decisões mais seguras e estratégicas.

Conheças as soluções em cdlpoa.com.br

Parceria exclusiva: