

Modaes

Cosmética

Concentración, diversificación y nichos: la cosmética, a por una nueva oleada de compras

Eurazeo ha sido el último en sumarse a la oleada de operaciones corporativas en el sector con la compra de Nest Fragrances.

Modaes
4 dic 2017 - 04:54

Concentración, diversificación y nichos: la cosmética, a por una nueva oleada de comp

Natura y The Body Shop, Unilever y Carver Korea, Eurazeo y Nest Fragrances. Después de un año de récord en operaciones corporativas, los gigantes de la cosmética y los fondos de inversión han vuelto a la carga en 2017 protagonizando una nueva oleada de compraventas en el sector. Ya sea para ganar tamaño, diversificar la cartera o abordar nuevos nichos o mercados, los titanes han movido ficha, reordenando el ránking y concentrando todavía más un sector que genera 445.000 millones de dólares al año.

El *boom* de operaciones corporativas en cosmética y perfumería arrancó en 2015 con la venta de la división de perfumería de Procter&Gamble a Coty, que dio lugar también a una puja paralela por la licencia de Dolce&Gabbana, la única que quedó fuera de la operación.

En paralelo, los grandes grupos como L'Oréal, Estée Lauder o Shiseido continuaron apuntalando sus carteras, apostando en la mayoría de los casos por firmas de nicho especializadas en cosmética de color, como Too Faced.

Henkel y Unilever se han sumado este año a la batalla de la cosmética

Modaes

En total, **cambiaron de manos 62 marcas de cosmética en 2016, un 38% más que el año anterior** y el récord desde 2012, según un análisis de la compañía CB Insights, que prevé que este año se bata de nuevo esa barrera.

De los primeros en tomar posición este año ha sido Unilever, competidor de Procter&Gamble en gran consumo, que puja ahora por hacerse un hueco en el sector.

La empresa, que hasta este año operaba con una cartera compuesta por marcas de cuidado personal como Axe o de alimentación como Calvé, entró en verano en cosmética de color con la compra de Hourglass y, unos meses después, se hizo también con Carver Korea. Además, el grupo compró Living Proof, una marca de nicho especializada en productos para el pelo y, la semana pasada, se hizo con Sundial Brands, con una cartera que abarca desde cremas a champús.

Henkel, otro titán del gran consumo, se sumó también a la batalla de la cosmética con la adquisición de Zotos, también especializada en cuidado del cabello y hasta entonces en manos de Shiseido. Igual que Living Proof, la marca se distribuye únicamente a través del canal profesional.

Castanea Partners, accionista de Proenza Scholer, adquirió Tatcha

Otro de los actores más activos en las compraventas de cosmética y perfumería han sido los fondos de inversión. El último en apostar por el sector ha sido Eurazeo, accionista de Desigual, quien adquirió Nest Fragrances, especializada en perfumes para el hogar.

Su artículo más popular son las velas, aunque también realiza difusores y otro tipo de productos. La empresa concentra su distribución en el mercado estadounidense aunque prevé impulsar su expansión tras pasar a manos de Eurazeo y testar el canal retail.

Hasta ahora, Nest estaba en manos de otro fondo, Tengram Capital Partners, quien también ha vuelto a invertir este año en el sector. En concreto, el grupo adquirió

Modaes

RéVive, una marca de cuidado de la piel hasta entonces en manos de la filial americana de Shiseido , y que factura al año alrededor de quince millones de dólares.

Otro de los fondos activos en el sector ha sido Castanea Partners, accionista de Proenza Scholer y que ya pujó por Becca Cosmetics en 2016 (que finalmente compró Estée Lauder). **Castanea adquirió en octubre una participación minoritaria en Tatcha**, una marca de posicionamiento alto también especializada en cuidado de la piel.

Eurazeo se ha hecho con Nest Fragrances, de perfumes para el hogar

Por último, Beauty Partners, impulsada por dos ex ejecutivos de Coty, realizó este año su primera inversión con la compra de Costal Salt&Soul, de artículos de baño y cuidado del cuerpo.

El tercer pilar de esta nueva oleada de compras son las compañías de distribución. En España, el titán alemán Douglas tomó el control de Bodybell y se hizo con el parque de tiendas de Perfumerías If, hasta entonces en manos de Eroski.

Por su parte, la brasileña Natura, una de las mayores cadenas del mundo de cosmética, tomó el control de The Body Shop, especializada en cosmética natural y hasta entonces propiedad de L'Oréal. El principal objetivo de la operación es impulsar el crecimiento de Natura y potenciar su desarrollo internacional.

El acuerdo valoró The Body Shop en alrededor de 1.120 millones de dólares (935 millones de euros) y crea un nuevo gigante de la cosmética con 3.200 tiendas en 69 países, incluyendo el negocio de la otra cadena de Natura, Aesop.