Modaes

Cosmética

Dolce&Gabbana, un apetitoso negocio que podría impulsar a Puig hasta los 2.000 millones

Franc Marín-Camp. Barcelona
15 ene 2016 - 00:00



The One, *Dolce* o *Light Blue*. Estas y otras fragancias de **Dolce&Gabbana** generan un suculento negocio de 500 millones de dólares anuales que podría engrosar el tocador (y la caja) del gigante catalán **Puig**. La compañía catalana ha mostrado ya su interés por hacerse con esta licencia, hasta ahora en manos de **Procter&Gamble**. La adquisición de los perfumes de la firma italiana permitiría a Puig rebasar los 2.000 millones anuales de facturación, cumpliendo así con los pronósticos anunciados el pasado año: disparar sus ventas un 33% hasta 2017.

Procter&Gamble se ha desprendido de su negocio de cosmética para centrar sus

https://www.modaes.com/cosmetica/dolcegabbana-un-apetitoso-negocio-de-500-millones-que-podria-impulsar-a-puig-hasta-los-2000-millones-es

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

esfuerzos en otros sectores. La compañía vendió a **Coty** más de cuarenta marcas que incluyen **Max Factor** y **Cover Girl**, además de las licencias de las fragancias de **Hugo Boss**, **Gucci**, **Lacoste**, **Escada**, **Stella McCartney** y **Alexander McQueen**, entre otras. De los más de 2.200 millones de dólares que el grupo registraba hasta ahora por estas licencias, más de 500 millones de dólares correspondían a las ventas de los perfumes de **Dolce&Gabbana**, según recoge *The Wall Street Journal*.

En paralelo, el crecimiento a través de adquisiciones ha sido uno de los pilares de la estrategia de **Puig** en los últimos años. La empresa, de capital familiar, ha incorporado a su negocio los perfumes de **Jean Paul Gaultier** con el cambio de año. Desde el pasado 1 de enero, la compañía liderada por **Marc Puig** controla las fragancias de esta firma, que generan alrededor de 150 millones de euros anuales de facturación. El grupo había comprado **Jean Paul Gaultier** cuatro años antes, pero hasta el pasado año la licencia de los perfumes estaba en manos del gigante nipón **Shiseido**.

La cifra de negocio de **Puig** alcanzó 1.508 millones de euros (1.641,1 millones de dólares) en 2014. La compra de **Dolce&Gabbana** permitiría al grupo, no solamente superar los 2.000 millones, sino también redibujaría el mapa mundial de la perfumería: el negocio de **Puig** conseguiría el séptimo puesto en el ránking mundial de los líderes de la perfumería, relegando a **Revlon** (1.941 millones de dólares en 2014) a la octava posición.

La compañía catalana ha tomado el control de los perfumes de Jean Paul Gaultier, cuya licencia estaba en manos de Shiseido, tras comprar la firma hace cuatro años

Hacerse con la licencia de **Dolce&Gabbana** podría incrementar también el interés de Puig por llegar a controlar toda la compañía en un futuro, en una operación similar a la que el grupo ha llevado a cabo anteriormente con firmas como **Paco Rabanne**, **Carolina Herrera** o **Nina Ricci**. Las fragancias viven en gran parte de su imagen de marca. Por esta razón, la clave para tener el control absoluto en el negocio de la perfumería pasa por dirigir la totalidad de la marca con el objetivo de asegurarse que las estrategias de ambas divisiones de negocio (la textil y los perfumes) van en la misma dirección. En este sentido, cuando **Valentino** salió a la venta, en el mercado se especuló con la posibilidad de que la compañía pasara a manos de **Puig**, que ya

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

controlaba la licencia de sus fragancias.



Por el momento, los perfumes de **Dolce&Gabbana** siguen buscando licenciatario, y han recibido ya el interés de más de un pretendiente. El gigante francés **L'Oréal** puja también por hacerse con estas fragancias para retener su posición como líder mundial, según informó *Le Figaró*. El grupo, que cuenta con las licencias de **Ralph Lauren** o **Cacharel**, facturó 22.532 millones de euros (24.520,7 millones de dólares) en 2014 a nivel global. Según **Euromonitor**, el negocio de la perfumería de **L'Oréal** se sitúa en 3.900 millones de dólares anuales. En este segmento de negocio, **Coty** es el número uno mundial tras integrar las licencias que antes controlaba **Procter&Gamble**, según la consultora. El negocio de perfumería de la compañía estadounidense roza ahora los 7.000 millones de dólares. La facturación total de **Coty** (4.395,2 millones de dólares en el ejercicio 2015) le sitúa por detrás de **L'Oréal**, **Estée Lauder**, **Avon** o **Shiseido**.

L'Oréal ha entrado en la puja por las fragancias de Dolce&Gabbana para reafirmar su posición como líder mundial del sector de la perfumería

El acuerdo entre **Procter&Gamble** a **Coty**, que incluye una cuarentena de marcas, ha sido la mayor operación dentro del negocio de la cosmética de los últimos años. La operación ha convertido a la compañía neoyorkina en el líder mundial de la perfumería, por delante de **L'Oréal**, pero algunas firmas se han negado a incorporarse a las filas de la compañía neoyorkina. **Dolce&Gabbana** no dio su consentimiento a la transferencia de la licencia dentro del plazo determinado, por lo que sus perfumes no han sido integrados en la cartera de marcas de **Coty**. Lo mismo

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

ha pasado con las fragancias de **Christina Aguilera**, que tampoco forman parte del acuerdo entre los dos grupos estadounidenses.

Coty ha protagonizado la adquisición de mayor envergadura. Sin embargo, todas las multinacionales de cosmética están apostando por las compras, dejando un mercado dominado cada vez más por las grandes corporaciones. En opinión de **Esteban Rodés**, presidente de la patronal **Stanpa**, "habrá más operaciones de este tipo, con el peligro de que dentro de diez años quizás sólo queden cuatro grupos enormes con un 99% de cuota de mercado".

En este sentido, los gigantes de la perfumería han apostado también por hacerse con firmas de nicho. En 2015, **Puig** pagó noventa millones de euros al fondo **Foz Paine** por las firmas **Penhaligon's** y **L'Artisan Parfumeur**, con una pequeña red de tiendas propias. La operación significó la entrada del grupo catalán en el negocio del retail y confirmó el interés de **Puig** por el segmento más alto dentro del negocio de la perfumería.

https://www.modaes.com/cosmetica/dolcegabbana-un-apetitoso-negocio-de-500-millones-que-podria-impulsar-a-puig-hasta-los-2000-millones-es

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.