

Modaes

Cosmética

El grupo italiano de cosmética Kiko desembarca en Latinoamérica y prepara cuatro aperturas en Brasil

Iria P. Gestal
30 jun 2016 - 00:00



Kiko Milano se lanza a la conquista de Latinoamérica. La compañía italiana de cosmética, propiedad del grupo **Percassi**, se prepara para poner en marcha cuatro tiendas en Brasil, las primeras en Latinoamérica. “Brasil es un mercado que, cuando dices que vas a entrar, la gente te desea suerte”, explicó **Jan Heere**, director general de **Kiko**, a Modaes. “Pero la marca gusta mucho y creo que será muy buen mercado para **Kiko**”

1 / 2

<https://www.modaes.com/cosmetica/el-grupo-italiano-de-cosmetica-kiko-desembarca-en-latinoamerica-y-prepara-cuatro-aperturas-en-brasil>

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.

Modaes

”, añade Heere.

La primera tienda subirá la persiana en Sao Paulo el próximo noviembre y, antes de terminar el año, la compañía prevé tener entre cuatro y seis tiendas en la ciudad. La llegada a Brasil se enmarca en el plan de expansión internacional de Kiko Milano, que contempla también la entrada en Oriente Medio e India. Además, el grupo acaba de poner en marcha su primer establecimiento en Moscú y suma ya tres tiendas en Estambul, donde ha desembarcado este mismo año.

Kiko, funda en 1997 en el seno de **Percassi**, está especializada en cosmética accesible y cuenta con una red de 650 tiendas en diez países de Europa y en Estados Unidos. La compañía entró en el mercado estadounidense el año pasado y ya suma 25 tiendas en el país, una de ellas en Puerto Rico.

Kiko Milano pondrá en marcha su primera tienda en Brasil en Sao Paulo en noviembre

Con su desembarco en Brasil, **Kiko** nada a contracorriente en el país de donde muchos operadores se han replegado debido a la situación económica e inestabilidad política. En el último año, 404 retailers entraron en concurso y bajaron la persiana de 95.000 establecimientos, mientras que los operadores de moda que siguen activos redujeron su presencia en cerca de 15.000 tiendas.

El grupo, que concentra el 97% de su producción en Europa, tendrá que enfrentarse en Brasil al gigante Natura Cosméticos, uno de los mayores grupos del sector en todo el mundo. La compañía opera con 135 puntos de venta en 18 países y factura 7.892 millones de reales (2.214 millones de dólares).

Los orígenes de **Percassi** se remontan a 1976, cuando **Antonio Percassi** puso en marcha un establecimiento de **Benetton** en la ciudad italiana de Bérgamo tras conocer a **Luciano Benetton**. A la distribución de **Benetton**, **Sisley** y **Playlife** en Italia y otros mercados se sumó en 2001 un acuerdo con **Inditex** para introducir **Zara** en Italia.

Tras convertirse en distribuidor de firmas como **Nike**, **Levi's**, **Guess**, **Calvin Klein**, **Gucci**, **Ferrari**, **Percassi** dio un salto adelante con el lanzamiento, en 1997, de **Kiko Milano**. La cartera de marcas propias se completa con **Madina**, **Womo**, **Billionaire Italian Couture** (de la mano de **Flavio Briatore**) y **Atalanta**.