

Cosmética

L'Oréal reorganiza su cadena The Body Shop tras una caída de las ventas del 7,5% en 2014

Modaes
16 feb 2015 - 10:33

L'Oréal reorganiza el negocio de **The Body Shop**. El gigante de la cosmética reestructura la marca, que en 2014 contrajo su cifra de negocio un 7,5% respecto al año anterior.

“La marca está redefiniendo su estrategia en términos de productos, puntos de venta y comunicación”. Así define el presidente de L'Oréal, **Jean-Paul Agon**, la reestructuración de una de sus cadenas, **The Body Shop**.

Esta reorganización ha tenido lugar en mercados como el australiano, con la compra por parte de L'Oréal de las franquicias de The Body Shop en el país, y con la reestructuración de sus operaciones en Estados Unidos.

En el mercado estadounidense, **The Body Shop** cerrará una serie de tiendas “de bajo potencial”, además de un cambio de sede en el país.

El cambio de estrategia se produce tras la caída de su facturación en 2014. El pasado año, las ventas de la marca se redujeron un 7,5% respecto a 2013, cuando la cifra de negocio de **The Body Shop** ya sufrió un retroceso del 8,6%.

“**The Body Shop** se someterá a una transformación significativa en 2015”, asegura la directora financiera del grupo, **Christian Mulliez**. A estos cambios se unirá “una importante renovación de la gama de productos”.

The Body Shop registró en 2014 una facturación de 873,8 millones de euros, lo que representa poco menos del 4% del total de L'Oréal. Las ventas de todo el grupo alcanzaron los 22.532 millones de euros el año pasado.