
Modaes

Cosmética

L'Oréal se refuerza en travel retail en su lucha por captar 1.000 millones de nuevos clientes

Modaes
21 nov 2013 - 12:07

L'Oréal refuerza su equipo directivo con un nuevo puesto. El gigante francés de la cosmética ha creado el cargo de director general de travel retail con el objetivo de captar a los nuevos consumidores que viajan procedentes de países emergentes y que cuentan con un poder adquisitivo cada vez mayor. **Barbara Lavernos** será la encargada de asumir el cargo y reportará directamente a **Nicolas Hieronimus**, presidente de las divisiones selectivas de L'Oréal.

Lavernos será la responsable de potenciar este canal de venta y de incluir tanto las marcas de *L'Oréal Luxe* como las de otras divisiones, como *Cosmética Activa*, *Productos Profesionales*, *Productos de Gran Consumo* y **The Body Shop**.

“El travel retail es un circuito de venta clave para alcanzar nuestro objetivo de captar a 1.000 millones de nuevos consumidores. Este mercado, presente en el mundo entero, podría considerarse como un sexto continente”, ha explicado **Jean-Paul Agon**, presidente del grupo L'Oréal.

Refuerzo de la estructura productiva

En paralelo a la creación de la dirección de travel retail, y también con el objetivo de captar 1.000 millones de nuevos consumidores, L'Oréal continúa incrementando su estructura productiva a nivel mundial. Esta semana, el gigante francés de la cosmética ha puesto en marcha su mayor factoría de maquillaje de Asia-Pacífico.

Modaes

Ubicada en Yichang (China), la fábrica cuenta con alrededor de 70.000 metros cuadrados de superficie en los que se pueden producir más de 250 millones de productos al año. Las instalaciones, que L'Oréal ya controlaba, han sido remodeladas y mejoradas durante los dos últimos años.

El grupo, que ha destinado 200 millones de yuanes (24,14 millones de euros) a las obras, tiene previsto exportar el 50% de los productos fabricados a mercados clave de Asia-Pacífico como el Sudeste Asiático, Japón, Corea y Nueva Zelanda.