

Cosmética

## Sephora acuerda la compra de la plataforma británica de venta online Feelunique

La cadena de distribución de cosmética y perfumería, propiedad de LVMH, ya no entrega productos a Reino Unido a causa del Brexit.

Modaes  
19 jul 2021 - 19:32



Sephora busca adentrarse en el mercado online británico. El mes pasado, la compañía estadounidense **presentó una oferta de compra de la plataforma online Feelunique**, que cuenta con 1,3 millones de clientes activos. La operación, que se cerraría la próxima semana, **valora a la compañía británica en 132 millones de libras (153,8 millones de euros)**, según *The Sunday Times*.

Feelunique, propiedad del grupo de capital riesgo Palamon Capital Partners, **lleva esperando un comprador desde 2018**, cuando estuvo a punto de ser adquirida. Los postores **no aceptaron la valoración de 200 millones de libras (233 millones de euros) de la plataforma**.

---

# Modaes

---

Sephora está interesada en penetrar y posicionarse dentro del mercado online británico. **Desde la salida del Reino Unido de la Unión Europea, la empresa ya no entrega productos al país**, a causa de los aranceles y otras limitaciones comerciales. Boots, cadena de farmacia y cosmética, es actualmente la líder del mercado en el país.

## **El acuerdo de la compra, de 132 millones de libras, se formalizará en los próximos días**

Feelunique se estableció en 2005 en Reino Unido y comercializa más de 35.000 productos de 800 marcas distintas. La empresa realiza envíos a más de 120 países y cuenta con páginas web específicas para los mercados de Francia, Alemania, Noruega, China y Estados Unidos, entre otros. La plataforma suma de media a 1,3 millones de clientes activos y vende cerca de 18.000 productos al día, según su página oficial.

Según han declarado portavoces de la empresa, en 2020 Feelunique llegó a “niveles récord” en ventas, con unos ingresos estimados de 120 millones de libras (140 millones de euros).

Fundada en Francia en 1969, Sephora fue adquirida por el conglomerado LVMH en 1997. El grupo no da datos por cadenas, pero la división de retail selectivo (en la que se incluye Sephora y DFS) copa un 23% de su facturación total, siendo la segunda más importante para el grupo sólo por detrás de la de moda.