

Alimarket Non Food
Información económica sectorial

in | twitter | Todo Alimarket | Búsqueda avanzada

Portada | Alimentación | Construcción | Electro | Energía | Envase | Hoteles | **Non Food** | Restauración | Sanidad | Transporte

Miércoles 09/07/14 | Beauty Emotions, ... > | Conectar | Registrarse

► Perfumería / Higiene Personal 19 de Junio de 2014

Beauty Emotions, nueva empresa de higiene en gran consumo

Lanza su primera línea, 'Naturalium'

Pilar López

El sector de gran consumo cuenta con una nueva gama de productos de higiene lanzada por una nueva empresa, [Beauty Emotions](#), puesta en marcha por el que fuera cabecera de [Colomer Beauty & Profesional Products](#) durante los últimos años, el empresario Pere Torrents. Esta empresa, que nace con vocación de centrar su presencia en el gran consumo a nivel internacional, se encuentra inmersa en el lanzamiento de su primera enseña, 'Naturalium', que conforma una gama de 15 referencias de gel de baño, loción corporal y champú+condicionador que giran en torno a 5 líneas frutales: manzana verde, melón, mango, melocotón y coco. Los productos, que no contienen parabenos ni colorantes, cuentan con el valor añadido de un aroma perdurable y se presentan como una vuelta a la simplicidad y para un uso familiar. Los productos se presentan en envases sencillos y en un único formato y pvp recomendado por familia: así, el gel de baño es de 500 ml, a un pvpr de 2,5 €; el champú+condicionador es de 400 ml, a un pvpr de 3,5 € y la loción corporal es de 370 ml, a un pvpr de 4,5 €.



De momento, la empresa mantiene conversaciones con los grandes distribuidores a nivel nacional, si bien ha cerrado ya acuerdos que aseguran su presencia en [Alcampo](#) y el [grupo Aromas](#), entre otros, a corto plazo, dentro de nuestras fronteras. Simultáneamente, se está negociando con cadenas internacionales, habiéndose concretado ya con diversos países, como México y Dubai. Su previsión es contar con presencia en una **veintena de países** a lo largo de su primer año de actividad, lo que podría reportar un volumen de negocio cercano a los 2 M€ en el presente ejercicio 2014, para rondar los 8-10 M€ en 2015, primero completo de la empresa.

Para el abastecimiento del producto la compañía, que carece de planta productiva propia, cuenta con un contrato con el grupo encabezado por la fabricante [Laboratorios Boniquet Sparchim](#).

Los proyectos de Beauty Emotions están encaminados a la ampliación de esta primera gama de productos, con nuevas líneas frutales, ya en los primeros meses de 2015, fecha para la que también ha previsto el lanzamiento de una segunda enseña de productos de higiene, más cosmética.

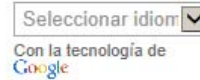
Alimarket Store



Compartir



Translate



PUBLICIDAD

TENTE
Better Mobility. Better Life.

Información Relacionada

► NOTICIAS

- 05/05/2014 Grupo Aromas realiza las primeras inauguraciones del año
- 11/03/2014 Los beneficios de Auchan crecen por encima del 18%
- 06/03/2014 Revlon crece apoyada en su división Professional
- 10/01/2014 'Garnier' se retira del mercado chino
- 07/01/2014 Revlon abandona China
- REPORTAJES / ANÁLISIS
- 19/03/2014 Distribución Alimentaria: Decisiones bajo incertidumbre
- 20/12/2013 Centros Comerciales: La renovación como oportunidad
- 15/10/2013 Distribución: La eficiencia se hace determinante

El centro Global de Productos de Consumo y Distribución de EY puede ayudarle

Empresas Relacionadas

- Vinculación Directa**
 - BEAUTY EMOTIONS, S.L. Ir a web
- Le puede interesar**
 - COLOMER BEAUTY AND PROFESSIONAL PRODUCTS, S.L. Ir a web