

**Cosmesi.** Rilevata la rete di distribuzione diretta M3G

## Planter's al rilancio in Francia

MILANO

Planter's, azienda leader nel settore della cosmesi naturale, consolida la presenza sul mercato francese con l'incorporazione di M3G, società alla quale fa capo la rete di distribuzione commerciale d'Oltralpe. Con un investimento di 5 milioni, Planter's acquisisce il controllo di una rete di distribuzione diretta composta da oltre 30 persone e di una struttura centrale, con uffici a Parigi, alla quale fanno capo oltre 2.500 punti vendita su tutto il territorio nazionale.

M3G ha iniziato a distribuire i prodotti Planter's nel 2005 nel mercato francese e DomTom ed ha gestito con successo la loro introduzione nei canali farmacia e parafarmacia, superando nel 2009 gli 8 milioni di fatturato. Grazie all'incorporazione, il gruppo Plan-

ter's rivede al rialzo gli obiettivi di crescita e punta a superare i 33 milioni nel 2010 attraverso una strategia di consolidamento dei mercati chiave (Italia, Francia, Germania Bulgaria e Russia) e di espansione internazionale, per mezzo di reti di distribuzione in outsourcing dirette e di razionalizzazione ed ottimizzazione della struttura aziendale.

«La decisione di acquisire M3G - ha dichiarato Marco Vernazza, amministratore delegato di Planter's - rientra in una logica di integrazione a valle sui mercati che, come quello francese, mostrano interessanti potenzialità di crescita. L'obiettivo sul mercato francese è di crescere del 40% entro il 2012».

Il Gruppo Planter's ha chiuso il 2009 con 27,5 milioni di Euro di fatturato, oltre il 25% dei quali prove-

nienti dai mercati esteri.

Le direttrici di sviluppo del gruppo per il prossimo triennio prevedono numerose aree di intervento: anzitutto un'ulteriore espansione nei mercati esteri già presidiati (Francia, Germania, Russia), nonché la penetrazione in nuovi mercati, come quello statunitense; l'ingresso in mercati adiacenti a quello della cosmesi naturale (quale il dietetico naturale), anche attraverso una crescita esogena; in Italia, è in cantiere il potenziamento della posizione di leadership sul canale farmacie, anche tramite una politica che fa leva sui corner presso i clienti premium mentre è previsto l'ulteriore sviluppo del canale erboristerie attraverso un progetto retail diretto.

**R.E.**

5114/00012/0001, 01/01/2010