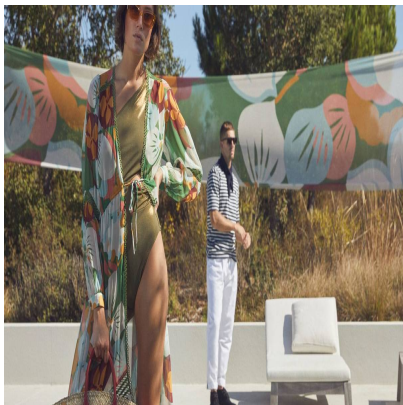




Un repaso a los últimos cinco años

Descripción

El grupo estadounidense Authentic Brands (Authentic) se está convirtiendo en un actor cada vez más importante en el sector de la moda, también gracias a las diversas adquisiciones que ha realizado en los últimos años. El grupo parece estar siguiendo una estrategia de comprar y construir, lo que significa que se enfoca en adquirir compañías que sirven como plataformas de crecimiento para lograr una mayor escala que mejore sus operaciones, y ya tiene más de 40 Mark your wallet. Si ha perdido la pista de todas las adquisiciones recientes, FashionUnited lo tiene cubierto.

Actualmente hay informes no confirmados en los medios de comunicación de que Authentic Brands Group está apuntando tanto a la marca británica de calzado Hunter como al grupo de moda Boardriders. Sin embargo, esos acuerdos no parecen estar finalizados todavía y, como muchos saben, las cosas podrían ir de cualquier manera hasta que se finalice un acuerdo.

2022: Ted Baker

La última transacción confirmada es la adquisición de Ted Baker. El grupo estadounidense adquirió la marca británica por 211 millones de libras a través de su filial ABG-Robin Bidco.

Aunque las conversaciones para adquirir Ted Baker Plc comenzaron en marzo de 2022, la oferta final por la marca llegó en agosto. Inicialmente estaba claro que Sycamore Partners Management LP quería hacer una oferta pública de adquisición de Ted Baker, pero luego resultó que la empresa había rechazado no una, sino dos ofertas de la empresa. A medida que más y más empresas mostraban interés en Ted Baker, la marca decidió iniciar un proceso de venta formal. Después de un largo proceso, Authentic Brands Group resultó ganador.

Bajo Authentic Brands Group, Ted Baker iba a ser reestructurado para “maximizar” el potencial de la marca. Authentic vio oportunidades para Ted Baker en Norteamérica y quería acelerar el crecimiento de la marca a escala mundial.

2021: Reebok

Un año antes, en agosto de 2021, se hizo evidente que Authentic Brands Group se haría cargo de la marca Reebok de manos de Adidas AG. Authentic pagó nada menos que 2.100 millones de euros por la marca, siendo Reebok el problema de Adidas en su momento.

“Creemos que con este cambio de propietario, Reebok está bien posicionada para prosperar a largo plazo. En Adidas, seguiremos enfocados en ejecutar nuestra estrategia ‘Own the Game’, que nos permitirá crecer y crecer en un mercado atractivo, ganar participación de mercado y crear valor sostenible para todas las partes interesadas”, dijo Kasper Rorsted, CEO de Adidas AG. , en aquel entonces sobre la adquisición.

2021: Legado de PVH Corp.

En junio de 2021, Authentic Brands Group adquirió una gran cantidad de marcas. Corporación PVH. quería centrarse en las marcas Calvin Klein y Tommy Hilfiger y vendió la división Heritage Brands a Authentic. Eran Arrow, Izod, Van Heusen y Geoffrey Beene.

Esa adquisición también tuvo un precio, ya que Authentic pagó 220 millones de dólares por la división.

2021: Eddie Bauer

2021 fue un gran año en términos de adquisiciones para Authentic Brands Group. En mayo de 2021, la empresa adquirió la marca de ropa exterior Eddie Bauer en sociedad con Sparc Group, LLC, adquiriendo toda la propiedad intelectual de la marca mientras Sparc manejaba las actividades operativas principales, según el comunicado de prensa de ese momento. Sparc está parcialmente cubierto por Authentic.

“Eddie Bauer tiene una herencia que abarca más de 100 años y es insuperable en el mundo de actividades al aire libre”, dijo Jamie Salter, fundador, presidente y director ejecutivo de Authentic, en el comunicado de prensa de 2021. “La oportunidad en el mercado mundial de actividades al aire libre - Actividad ha crecido exponencialmente en el último año y estamos listos para lanzar y llevar esta marca a nuevas alturas en asociación con Sparc [...]”

No se reveló cuánto pagó Authentic Brands Group por la adquisición conjunta.

2020: hermanos Brooks

Authentic Brands Group se había asociado previamente con Sparc Group, LLC para una adquisición en 2020. Juntos, los dos se hicieron cargo de la marca Brooks Brothers. No se proporcionó información sobre el precio de compra.

Brooks Brothers tiene una larga historia y herencia. La marca fue fundada hace más de dos siglos y tiene un estilo clásico. “Brooks Brothers tiene una gran historia y una fuerza perdurable entre

generaciones de clientes leales”, dijo Jamie Salter, fundador, presidente y director ejecutivo de Authentic, en el comunicado de prensa de ese momento. “Junto con Sparc, construiremos sobre el legado de la marca y buscaremos expandir la gama y llegar a una audiencia más amplia a través de una red global de tiendas y socios”.

2020: feliz

Unos días antes del anuncio de la adquisición de Brooks Brothers, Authentic ya había anunciado la compra de la marca de jeans Lucky. También en este caso, el grupo volvió a trabajar con Sparc.

2020: por siempre 21

La marca de moda Forever 21 cayó en manos de Authentic Brands Group, Simon Property Group y Brookfield Property Partners en 2020, con Authentic tomando un 37,5 por ciento combinado. El precio de compra nuevamente no fue revelado. Para Authentic, la adquisición de Forever 21 fue una forma de diversificar aún más su cartera, según el comunicado de prensa.

En el momento de la adquisición, Forever 21 había estado en problemas durante varios meses y la empresa se había acogido al Capítulo 11, lo que generalmente resulta en una reorganización o venta exitosa en los EE. UU. Un mes antes de que se anunciara el acuerdo, Forever 21 ya había revelado que estaba considerando una venta.

Authentic declaró que quieren dar nueva vida a Forever 21. La compañía continuó enfocándose en diseños de moda que pudieran comercializarse rápidamente. Authentic Brands Group también enfatizó que quieren trabajar hacia una cadena de suministro más sostenible para la marca. “La estrategia se centrará en conectarse con las audiencias de la Generación Z mediante el lanzamiento de campañas digitales creativas e innovadoras y colaboraciones influyentes”, dijo la compañía en un comunicado de prensa.

2019: Barney's

La legendaria tienda por departamentos estadounidense Barneys tuvo problemas en 2019. La empresa quebró y Authentic Brands Group finalmente se hizo cargo de los activos de Barneys y adquirió los derechos de propiedad intelectual de la marca y la mayor parte del inventario de Barneys.

Para Authentic, según el comunicado de prensa de 2019, era una oportunidad para expandir la presencia de lujo en la cartera y establecer una posición en la moda contemporánea.

2018: Nine West y Bandolino

Authentic Brands Group adquirió Nine West y Bandolino, entre otros, de Nine West Holdings, Inc. en 2018. Las marcas ya habían iniciado los procedimientos del Capítulo 11 antes de la mudanza. Bajo el liderazgo de Authentic, tanto Nine West como Bandolino querían explorar nuevos territorios: ropa deportiva, ropa exterior, ropa de baño, ropa interior, perfumes, ropa de dormir y textiles para el hogar. La expansión a otros países también estaba en la agenda.

2018: Náutico

A principios de 2018, Authentic Brands Group adquirió la marca Nautica de VF Corp. “La marca Nautica es una marca icónica y reconocida a nivel mundial y Authentic Brands Group es el propietario ideal para liderar la próxima fase de crecimiento y éxito”, dijo Steve Rendle, director ejecutivo de VF Corp. en el comunicado de prensa de la época.

¿Qué marca será la siguiente para Authentic Brands Group?

Si observamos de cerca las adquisiciones realizadas por Authentic Brands Group, podemos ver que el grupo estadounidense ha estado trabajando para hacer que la cartera sea lo más diversa posible durante más de cinco años. Desde marcas tradicionales hasta marcas en el espectro de lujo. Las marcas con las que se creó Authentic también están creciendo, por lo que es muy posible que el grupo tenga otros jugadores en mente. La pregunta sigue siendo quién será y cómo seguirá creciendo la cartera de la empresa estadounidense.

Según su sitio web, Authentic Brands Group ya cuenta con más de 40 marcas en cartera, 355.000 puntos de venta, 9.800 tiendas propias y una facturación de 24.500 millones de dólares, lo que lo convierte en un grupo de moda a tener en cuenta.

Este artículo fue publicado originalmente en FashionUnited.NL y luego traducido al español y editado por Alicia Reyes Sarmiento.

Fecha de creación

marzo 2023