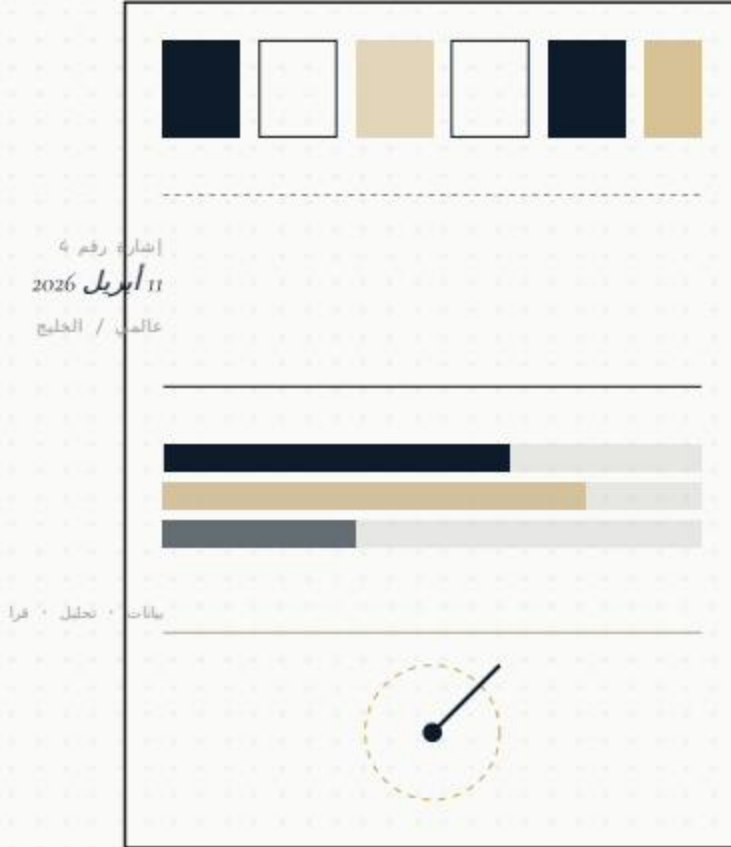




4٨٥

MARKET SIGNAL · الفاخر والاستدامة

# يونيليفر أشترت Wild للتو. رهان الفاخر - المستدام عاد إلى الواجبة.



لثلاث سنوات كانت صفقات الاندماج والاستحواذ في العناية الشخصية تدور حول ضبط التكاليف. صفقة Wild تُشير إلى العكس – وتُعيد رسم خطة العمل للاستراتيجية الفاخرة في الشرق الأوسط وجنوب شرق آسيا.



الحدث · أبريل 2026

## العناية الشخصية الفاخرة · نمو الحصة

نسبة إرشادية %، التجارة الحديثة الخليجية، شريحة قابل لإعادة التعبئة / بلا بلاستيك، 2022 → 2026 تقدير



● شريحة قابل لإعادة التعبئة / بلا بلاستيك، الخليج

# يونيليفر تستحوذ على Wild — مزيل عرق طبيعي قابل لإعادة التعبئة، بلا بلاستيك.

Unilever announced the acquisition of *Wild*, the UK-based natural personal-care brand built around refillable, plastic-free formats

نمت Wild بسرعة في المملكة المتحدة وأوروبا والولايات المتحدة عبر توزيع رقمي أولاً. تنضم العلامة إلى خطة عمل النمو 2030 ليونيليفر — الدليل الجديد يركّز على العلامات الفاخرة المستدامة الرقمية الأصيلة.

M&A has been about portfolio simplification and cost-out, this is a different signal: *premium volume, paid through brand acquisition*

GCC

تركيز خطط  
الغنائ للموّرعين  
2027

UK·EU·US

حجم Wild  
الحالي

M&A£

استحواد فاخر  
Unilever GAP30



لماذا بهمّ ذلك · ثلاث تحوُّلات هيكلية

## للمحافظ في الشرق الأوسط وجنوب شرق آسيا، النتائج تصل أسرع مما تتصوّر لندن.

**01** العناية الشخصية الفاخرة تستعيد زخمها. ثلاث سنوات من التسوّق القائم على السعر أبقت هذه الشريحة هادئة. البيانات تُظهر أن حصة التجارة الحديثة الخليجية تنمو من جديد. يونيليفر دفعت للتو لتكون جاهزة.

**02** الاستحواذ يصبح هو الاستراتيجية. بناء علامة فاخرة- مستدامة من الصفر في MENA أو SEA يستغرق 5-7 سنوات. شراء شركة في مرحلة التوسّع بقيمة 30-80 مليون \$ يستغرق 9 أشهر. حسابات تخصيص رأس المال تتحوّل.

**03** الشريحة الفاخرة في التوزيع تتسع. كارفور ولولو في الإمارات / السعودية سيخصّصان رفقًا أكثر للفاخر- المستدام في خطط 2027. العلامات دون موقع موثوق ستخسر الفئة لصالح العلامات الخاصة أو المستوردات.



«المستهلكة الفاخرة-المستدامة لم تعد بعد  
— لكنها أقرب مما تظنّ مجالس الإدارة.»

— من مراجعة قناة لـ CARREFOUR MENA، 2025



موقعك من الخريطة · مصفوفة 2x2

# ارسم تعرّضك في العناية الشخصية الفاخرة على محاورين.

مصداقية فاخرة قائمة مقابل سرعة التكيّف الإقليمي. المربع B هو حيث تؤلم الـ 18 شهرًا القادمة أكثر – علامة عالمية قوية، تحرك إقليمي بطيء.





خطة العمل - ثلاث خطوات لهذا الربع

## المربع B عليه أكبر فجوة ليلحق بها – وبأسرع وقت.

هذه التحركات ليست تكتيقيًا عالميًا. إنها خيار المدير العام الإقليمي – من النوع الذي يُنقذ في أربع أرباع إذا توقّرت القناعة لدى القائد.

- 01 **جرب مرجعًا قابلاً لإعادة التعبئة في سوقين خليجيين.** لا تنتظر القرار العالمي. الإمارات + السعودية، مرجع واحد، 50 متجرًا، 12 أسبوعًا
- 02 **ابدأ مسخًا للاستحواذ الإقليمي.** دبي وسنغافورة فيهما مجموعة صغيرة لكن حقيقية من العلامات الفاخرة-المستدامة بحجم 5-30 مليون \$. معظمها لا يُفحص. جهّز قائمة من 8-10. اثنتان ستستحقان النقاش.
- 03 **أعد توزيع A&P.** انقل 10-15% من ميزانية A&P للشريحة الجماهيرية إلى الإعلام والتفعيل في الشريحة الفاخرة. الشريحة الجماهيرية لا تحتاج الإنفاق. الفاخرة تحتاجه – ولن تعود دونه.



# لا تنتظر توجيهات المقرّ الرئيسي. تحرّك بناءً على التشخيص الإقليمي.

رأيت هذا النمط من قبل – يُشير العالمي إلى تحوّل في الاستحواذ، تنتظر الفرق الإقليمية تسعة أشهر للتوجيه، وحين يصل تكون النافذة قد ضاقت. تحرّك بناءً على التشخيص، لا على التوجيهات.

90 يوماً

## تحرّك

- «تجربة قابل لإعادة التعبئة في 50 متجرًا
- «أولى محادثات قائد فئة مع الموزعين
- «العناية الواجبة لاستحواذين جارية

60 يوماً

## قرّر

- «اختر مرجع التجربة وأسواقه
- «ثبّت إعادة توزيع A&P
- «أرسل أولى اتفاقيات السرية للاستحواذ

30 يوماً

## اقرأ

- «ارسم محفظتك على المصفوفة 2x2
- «قس اتجاه حصة الشريحة الفاخرة
- «حدّد المرشحين الإقليميين للاستحواذ



# بعد 3 سنوات من ضبط التكاليف، انقلبت إشارة الاندماج والاستحواذ. كن جاهزًا.

صفقة يونيليفر-Wild إشارة كاشفة. الفاخر-المستدام لم يعد شريحة فرعية – بل محرك دورة المحفظة القادمة. مجالس الإدارة التي وافقت على ثلاث سنوات من الحصاد على وشك العكس.

إذا كنت تراجع محفظتك الفاخرة في العناية الشخصية، أو تخطّط لمسح فرص الاستحواذ الإقليمي، أو تحاول إقناع مجلس في لندن بأن ترقية MENA لا يمكنها الانتظار – تواصل معي. أنقذ مهامًا قصيرة (4-8 أسابيع) ومهام مدير عمليات بالإقامة أطول من الإمارات وسنغافورة.

Dominique Silvarelli

DS

المؤسس والمدير العام، Proccess Partners · الإمارات وسنغافورة  
dsilvarelli@proccessconsulting.com

المزيد على [/proccesspartners.com/newsletter](http://proccesspartners.com/newsletter)

لنتحدث ←