

Puig acquiert une participation majoritaire dans Byredo

- **La marque de luxe suédoise, fondée à Stockholm en 2006, comporte une gamme complète de produits de beauté, de maison, de maroquinerie et d'accessoires commercialisés dans les principaux points de vente de 55 pays au monde.**
 - **Ce partenariat avec Byredo renforcera le positionnement luxe haut de gamme de Puig, grâce à une marque qui a redéfini le luxe et possède une véritable approche de la vente directe au consommateur.**
-

Barcelone et Stockholm, 31 mai 2022

Puig, entreprise familiale de beauté et mode, annonce une prise de participation majoritaire dans Byredo, la marque suédoise de luxe fondée à Stockholm en 2006. Le fondateur Ben Gorham et Manzanita Capital restent tous deux actionnaires. Ben Gorham continuera d'assurer ses fonctions de *Chief Creative Officer*. Manzanita restera engagé dans la croissance et la vision à long terme de la marque.

Cette acquisition consolidera le positionnement luxe haut de gamme de Puig, grâce à une marque qui a redéfini le luxe et possède une véritable approche de la vente directe au consommateur. Puig soutiendra le développement de Byredo en renforçant et en nourrissant son positionnement actuel. L'entrée d'une marque aussi remarquable et authentique, avec un solide portefeuille de produits, un engagement ESG fort et un nouveau positionnement luxe, confortera Puig en tant que *House of Love Brands*.

« Nous sommes très heureux d'accueillir Byredo. Cette prise de participation conforte notre objectif de renforcer l'expression de chacun ainsi que notre engagement ESG (*Environnement, Social et Gouvernance*). Puig apportera son expertise et ses ressources au développement de cette marque unique qui représente un luxe moderne fortement connecté au consommateur », a déclaré Marc Puig, *Chairman and CEO*. « Cette nouvelle acquisition marque une étape clé dans l'ambition de Puig de développer une entreprise dotée d'un solide portefeuille de marques porteuses de sens. »

« Nous sommes très fiers et enthousiastes de nous associer à un fondateur tel que Ben Gorham qui rejoint notre écosystème de marques. Byredo a construit une culture et une tribu à laquelle les gens veulent appartenir », a indiqué Manuel Puig, *Vice Chairman et Chief Sustainability Officer*.

« Depuis 2006, j'ai eu la chance de travailler avec des personnes qui croyaient en une marque pouvant redéfinir une culture du luxe et de la beauté, une culture ambitieuse et inclusive. La marque a connu une croissance régulière et significative au cours des 15 dernières années et chaque phase a présenté de nouveaux défis et opportunités. Je crois sincèrement que l'expérience de Puig avec des marques de beauté et de mode dirigées par des fondateurs nous aidera à réaliser notre plein potentiel dans de multiples catégories. Puig a fait preuve d'une approche concurrentielle et différente en matière de création d'entreprises – une approche qui trouve un véritable écho dans la culture de Byredo », a commenté Ben Gorham, fondateur et *Chief Creative Officer*.

« Manzanita est une entreprise familiale et Byredo fait partie de notre famille depuis près de 10 ans. Ce fut un parcours incroyable et nous sommes vraiment fiers que cette prochaine étape pour Byredo soit créée avec une autre entreprise familiale privée qui partage notre passion pour la création de marques exceptionnelles » a, quant à lui, déclaré, William Fisher, CEO de Manzanita Capital.

About Byredo

Byredo was founded in 2006 in Stockholm. A true expression of a contemporary luxury brand with an ambition to translate and elicit memories and emotions through, and into products. Byredo is reinventing the formulaic approach to business, where creativity and instinct are the overriding forces for the brands decisions. Manifested through a variety of objects, using the highest quality materials available and intelligent design details, the Byredo universe, that started with a fragrance, has since evolved into a full range of beauty, home, leather goods and accessories sold in 55 countries in the world's leading retail points.

About Manzanita

Manzanita is a family-owned business based in London, founded by William Fisher in 2002. Manzanita invests in premium and luxury beauty brands, supporting visionary entrepreneurs to scale their businesses while preserving their unique creative integrity. Its brands include Diptyque, Malin+Goetz, Space NK, and Susanne Kaufmann. It has also made several early-stage investments, including Cult Beauty, Glossier, and A-Frame. In recent years, Manzanita has successfully sold majority stakes in Eve Lom, Kevyn Aucoin and Lipstick Queen to enable these brands to accelerate their growth further through new strategic partnerships.

À propos de Puig

Puig crée des marques de beauté et de mode uniques et hautement désirables, qui renforcent la confiance en soi et permettent d'exprimer sa personnalité, dans le cadre d'une entreprise familiale qui aspire à laisser un monde meilleur à la génération suivante.

Depuis 1914, notre esprit d'entreprise, notre créativité et notre passion pour l'innovation nous positionnent comme un acteur incontournable dans le domaine de la beauté et de la mode. Présentes dans la mode et dans les trois catégories de prestige (parfums, maquillage et dermo-cosmétique), les marques de Puig génèrent de l'engagement, à travers un storytelling qui suscite des émotions.

Chez Puig, nous défendons les valeurs et les principes établis par trois générations de leadership familial. Nous continuons actuellement à nous appuyer sur cet héritage en nous engageant fermement en faveur de notre Agenda ESG (environnemental, social et de gouvernance), aligné sur les Objectifs de développement durable des Nations Unies.

Notre portefeuille de marques s'articule autour de trois divisions : la division Beauty and Fashion comprend les marques Carolina Herrera, Nina Ricci, Paco Rabanne, Jean Paul Gaultier, Dries Van Noten, Penhaligon's et L'Artisan Parfumeur ainsi que des licences telles que Christian Louboutin et Comme des Garçons Parfums et des parfums Lifestyle comme Adolfo Dominguez, Antonio Banderas et Benetton ; Charlotte Tilbury comporte sa marque en propre de maquillage de luxe ; la division Derma comprend les marques Apivita, Uriage et la *joint-venture* avec Isdin.

En 2021, Puig a enregistré un chiffre d'affaires de 2,585 milliards d'euros. Puig vend ses produits dans plus de 150 pays et possède 27 filiales.

<https://www.puig.com/fr>

https://www.instagram.com/puig_official

<https://www.linkedin.com/company/puig>

Pour en savoir plus :

Loïc Seailles

France PR Manager

Tél. + 33 1 71 70 47 07

M. + 33 6 26 45 06 18

loic.seailles@puig.fr