

Puig acquiert une participation majoritaire dans Kama Ayurveda et consolide sa présence en Inde

- Puig détenait une participation minoritaire dans Kama Ayurveda depuis 2019.
 - Kama Ayurveda est la première marque ayurvédique authentique de beauté et de bien-être en Inde.
 - L'accord constitue une opportunité stratégique clé pour Puig car il renforce sa position sur le marché indien.
-

Barcelone et New Delhi, 14 septembre 2022

Puig, entreprise familiale de beauté et de mode, a augmenté ses investissements pour acquérir une participation majoritaire dans Kama Ayurveda, la première marque ayurvédique authentique de produits de beauté et de soins personnels en Inde, fondée en 2002. Avec cette acquisition, Puig réaffirme son engagement pour une entreprise et un marché qui présente de grandes opportunités de croissance dans les produits de beauté et de bien-être.

Kama Ayurveda est un ajout significatif au portefeuille de marques uniques de Puig qui et renforce sa position dans la catégorie Wellness avec une offre ancrée dans la science médicale indienne traditionnelle de l'ayurveda, qui repose sur l'équilibre entre l'esprit, le corps et l'âme pour un bien-être holistique.

Kama Ayurveda détient actuellement 54 magasins en propre en Inde et prévoit d'en gérer plus de 60 d'ici la fin de l'année. Forte d'une présence en ligne sophistiquée et d'une solide notoriété locale, Kama Ayurveda est idéalement positionnée pour développer ses produits à l'échelle mondiale.

Puig maintiendra son engagement à renforcer le leadership de la marque sur le marché indien et continuera de soutenir son expansion sur les marchés internationaux dont le Royaume-Uni au début de l'année 2023. Par ailleurs, Puig continuera d'offrir son expertise en termes de développement de marque, de technologie de soins de la peau et de parfumerie.

Marc Puig, *Chairman and CEO* de Puig, a déclaré : « Nous sommes ravis de renforcer notre partenariat avec Kama Ayurveda, qui est devenue une marque leader en Inde en fidélisant des millions de clients de produits de beauté grâce à des produits *lifestyle* et de soins de la peau durables à base de plantes. Le marché de l'Inde constitue une opportunité très intéressante pour Puig. Grâce à cet investissement, nous poursuivrons notre stratégie de consolidation de la présence nationale de Kama Ayurveda et de recherche d'opportunités sur les marchés internationaux clés. »

Vivek Sahni, co-fondateur et CEO de Kama Ayurveda a ajouté : « Nous sommes fiers d'écrire ce nouveau chapitre de notre partenariat fructueux avec Puig, qui a contribué à accélérer la croissance et l'expansion de Kama Ayurveda dans toute l'Inde. Nous allons tirer parti de la solide expérience de Puig dans l'accompagnement de fondateurs et le développement de marques de beauté et de soins de la peau mondiales et apporterons ensemble l'expérience de la beauté et du bien-être ayurvédiques authentiques à de nouveaux publics. »

À propos de Kama Ayurveda

Kama signifie « désir » et *ayurvéda* « la science de la vie ». Fondée en 2002 en Inde, Kama Ayurveda est une marque ayurvédique authentique de soins de beauté et de bien-être traditionnels et holistiques.

Reposant sur la passion pour la pureté des ingrédients et l'efficacité des formules, les produits de haute qualité et magnifiquement emballés de Kama Ayurveda sont authentiques, équilibrés, doux et efficaces.

Composée d'ingrédients purs, naturels et biologiques, la gamme premium de Kama Ayurveda est en grande partie d'origine végétarienne et végane.

Kama Ayurveda est devenue une marque culte dans le monde entier parmi les consommateurs de produits de beauté exigeants et à la recherche de produits sûrs, doux et efficaces provenant de la science ancestrale de l'ayurvéda.

www.kamaayurveda.com

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, Paco Rabanne, Jean Paul Gaultier, Dries Van Noten, Nina Ricci, Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Kama Ayurveda et Loto del Sur ainsi que des licences telles que Christian Louboutin et Comme des Garçons Parfums et des parfums Lifestyle comme Antonio Banderas, Adolfo Dominguez et Benetton ; Charlotte Tilbury comporte sa marque en propre de maquillage de luxe ; la division Derma comprend les marques Uriage, Apivita 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 des bureaux dans 29 d'entre eux.

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

https://www.instagram.com/puig_official

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

Plus d'informations :

Emmanuelle Durand

Global Corporate Communications Director

T. +33 1 71 70 45 74

M. +33 6 12 10 23 56

emmanuelle.durand@puig.fr