

Puig adquiere una participación mayoritaria en Kama Ayurveda y consolida su presencia en India

- Puig contaba ya con una participación minoritaria en Kama Ayurveda desde 2019.
 - Kama Ayurveda es la marca ayurvédica auténtica de belleza y bienestar líder en India.
 - La operación supone una oportunidad estratégica clave para Puig, puesto que refuerza su posición en el mercado indio.
-

Barcelona y Nueva Delhi, 14 de septiembre de 2022

Puig, la empresa familiar de belleza y moda, ha incrementado su inversión para adquirir una participación mayoritaria en Kama Ayurveda, la marca ayurvédica auténtica de belleza, bienestar y cuidado personal, líder en India y fundada en 2002. Con esta adquisición, Puig consolida su compromiso con una empresa y un mercado con un enorme potencial de crecimiento en el sector de la belleza y el bienestar.

Kama Ayurveda supone una incorporación destacada a la cartera de marcas únicas de Puig y refuerza su categoría Wellness con una oferta que tiene sus raíces en el ayurveda, la tradicional ciencia médica de la India, que tiene como objetivo conseguir el equilibrio entre mente, cuerpo y espíritu para alcanzar un bienestar holístico.

Actualmente, Kama Ayurveda cuenta con 54 tiendas propias en India y tiene planes para superar las 60 a finales de 2022. Con una sofisticada presencia en línea y un sólido reconocimiento como marca en el mercado interior, Kama Ayurveda se encuentra en una situación ideal para dar el salto a la escena internacional.

Puig mantendrá su compromiso de impulsar el liderazgo de la marca en el mercado indio y de seguir apoyando la futura expansión de Kama Ayurveda en el mercado internacional, entre otros en el Reino Unido a principios de 2023. También aportará su experiencia en el campo de la construcción de marcas, la tecnología del cuidado de la piel y la perfumería.

Marc Puig, *Chairman and CEO* de Puig, ha declarado: “Estamos encantados de reforzar nuestra alianza con Kama Ayurveda, que se ha convertido en una marca líder en India, ganándose la fidelidad de millones de exigentes consumidores del sector de la belleza con productos *lifestyle* y de cuidado de la piel, sostenibles y producidos con ingredientes de origen vegetal. India supone una oportunidad increíblemente emocionante para Puig, y con esta inversión daremos continuidad a nuestra estrategia de consolidar la fuerte presencia de Kama Ayurveda en el mercado interior indio y de buscar oportunidades atractivas en mercados clave del panorama internacional”.

Vivek Sahni, cofundador y CEO de Kama Ayurveda, ha añadido: “Nos enorgullece escribir este nuevo capítulo de nuestra próspera colaboración con Puig, que ha contribuido a acelerar el crecimiento y la expansión de Kama Ayurveda por todo el país. Si aprovechamos la vasta experiencia de Puig en el acompañamiento de fundadores y en el desarrollo de marcas internacionales de belleza y cuidado de la

piel, juntos acercaremos la experiencia de la auténtica belleza y bienestar ayurvédicos a nuevos públicos”.

Sobre Kama Ayurveda

Kama significa “deseo” y *ayurveda*, “la ciencia de la vida”. Fundada en 2002 en India, Kama Ayurveda es una marca ayurvédica auténtica que ofrece tratamientos tradicionales holísticos de belleza y bienestar y que pone gran pasión a la hora de garantizar la pureza de sus ingredientes y la eficacia de sus fórmulas. Kama Ayurveda ofrece productos de gran calidad y con un *packaging* espléndido que se caracterizan por su autenticidad, equilibrio, delicadeza y efectividad.

La gama *premium* de productos Kama Ayurveda, elaborados con ingredientes puros, naturales y orgánicos, es en gran parte de origen vegetal y vegana.

Kama Ayurveda se ha convertido en una marca de culto entre consumidores exigentes de todo el mundo que buscan productos de belleza seguros, delicados y eficientes basados en la antigua ciencia del ayurveda.

www.kamaayurveda.com

Sobre Puig

Puig crea marcas únicas de belleza y moda, altamente deseables, que refuerzan la confianza en uno mismo y permiten expresarse con personalidad propia, en una empresa familiar que aspira a dejar un mundo mejor para las siguientes generaciones.

Desde 1914, nuestro espíritu emprendedor, nuestra creatividad y nuestra pasión por la innovación nos han posicionado como un jugador relevante en el ámbito de la belleza y la moda. Con presencia en la moda y en las tres categorías de prestigio (fragancias, maquillaje y dermocosmética), las marcas de Puig generan compromiso, conectan emocionalmente y cuentan grandes historias.

En Puig defendemos los valores y principios establecidos por tres generaciones de liderazgo familiar. Actualmente seguimos construyendo sobre este legado a través de un fuerte compromiso en nuestra Agenda ESG (medioambiental, social y de gobernanza corporativa), alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Nuestro *portfolio* de marcas incluye: en la división Beauty and Fashion Carolina Herrera, Paco Rabanne, Jean Paul Gaultier, Dries Van Noten, Nina Ricci, Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Kama Ayurveda y Loto del Sur; licencias como Christian Louboutin y Comme des Garçons Parfums; y fragancias Lifestyle como Antonio Banderas, Adolfo Domínguez, y Benetton. En Charlotte Tilbury, su propia marca de makeup de lujo; y en la división Derma, Uriage, Apivita, y la *joint venture* en Isdin.

En 2021 Puig registró unas ventas de 2.585 M€. Puig vende sus productos en más de 150 países y tiene oficinas propias en 29 de ellos.

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

https://www.instagram.com/puig_oficial

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

Más información:

Montse Ribas

Spain HQ Global Corporate Communications and Protocol Director

T. +34 93 400 7000 ext. 2169

M. +34 629 552 706

montse.ribas@puig.es