



Barcelone et New York, 11 juillet 2025



Un ouvrage richement illustré célébrant plus de 110 ans de beauté, de créativité et d'engagement chez Puig

Rizzoli et Puig présentent *Puig, Home of Creativity*

Puig a le plaisir de présenter *Puig, Home of Creativity*, un ouvrage édité par Rizzoli, qui célèbre plus de 110 ans d'engagement envers les valeurs et principes établis par la famille fondatrice et transmis depuis trois générations. Ce livre rend hommage à l'héritage de Puig, ses valeurs uniques ainsi que le parcours de chacune des marques de son portefeuille. Ensemble, les récits qui le composent définissent Puig à la fois comme un acteur de référence dans l'univers de la beauté et de la mode et un véritable *Home of Creativity*: un lieu où les marques brillent, les talents s'épanouissent, et les idées audacieuses prennent vie.

Le volume retrace l'évolution de Puig à travers un portrait complet du remarquable développement international de l'entreprise: de sa création à Barcelone en 1914 à son positionnement actuel en tant qu'acteur clé de l'industrie mondiale de la beauté premium, opérant dans les domaines des parfums et de la mode, du maquillage et du soin de la peau. Alors qu'à la suite de son entrée en bourse, Puig entame un nouveau chapitre, ce livre propose une réflexion opportune sur les valeurs durables et les choix audacieux qui ont façonné son identité.

Puig, Home of Creativity invite le lecteur à découvrir un univers où l'audace entrepreneuriale s'inscrit dans une vision à long terme. Le livre s'ouvre sur les origines de Puig: Barcelone, une ville de contrastes entre raison et passion, qui inspire depuis toujours les dualités créatives de l'entreprise. Le récit se déploie ensuite à travers une exploration personnelle et visuelle de l'histoire de la famille Puig, des valeurs qui définissent la culture d'entreprise, des collaborations créatives derrière ses marques, et de l'esprit d'innovation et de créativité qui imprègne chacune de ses créations.

Contributions originales, images d'archives et photographies inédites spécialement réalisées donnent vie à un portefeuille inspirant de Love Brands. Parmi les quatorze marques mises en avant figurent la mythique cote de mailles métalliques de Rabanne, la transmission de l'héritage entre Carolina Herrera et Wes Gordon, des interviews de Charlotte Tilbury et Jean Paul Gaultier, l'influence du jardin de Dries Van Noten sur son univers créatif, les collaborations artistiques de Byredo, la mythologie de Nina Ricci comme expression de la féminité, la riche histoire d'Uriage, l'hommage de Loto del Sur à l'Amérique latine et à sa richesse botanique ainsi que d'autres récits qui composent une confluence unique de marques et de fondateurs.



Le livre met également en lumière l'importance croissante des parfums de niche au sein du portefeuille de marques de l'entreprise, ainsi que la **Puig Women's America's Cup**, un événement pionnier qui incarne l'engagement de **Puig** en faveur de l'innovation, de la diversité et du développement durable.

« Ce livre est un hommage à Puig, une entreprise que nous sommes fiers de définir comme un *Home of Creativity*, à l'héritage que nous avons bâti, aux personnes et à la passion qui animent nos *Love Brands*, et à la résilience qui nous définit depuis notre création », déclare Marc Puig, Chairman and CEO de Puig. **« Il réflète parfaitement notre identité, l'essence de ce que nous sommes : une entreprise qui évolue avec une vision claire, ancrée dans ses valeurs, et qui s'engage à bâtir durablement sur le long terme. »**

« Créer un livre est un processus long et ambitieux. Au cours de ce parcours, en tant qu'éditeur, vous découvrirez la personnalité des équipes avec lesquelles vous travaillez car vous faites face ensemble à des défis, des surprises, des choix créatifs... Des échanges qui révèlent les valeurs d'une marque ainsi que la créativité, l'ouverture, l'engagement et l'audace de ses collaborateurs. Je rends hommage à l'excellence de Puig et de sa communauté : travailler ensemble sur ce livre a été l'expérience la plus enrichissante », indique Catherine Bonifassi, Directrice Editoriale pour Rizzoli New York.

Avec des contributions de personnalités influentes du journalisme, de la littérature, de la photographie et de la parfumerie telles qu'Alice Cavanagh, Michael Edwards, Jean-Claude Ellena, Leticia Sala et Anatxu Zabalbeascoa, *Puig, Home of Creativity* présente le portrait polyphonique d'une entreprise qui continue de repousser les limites tout en restant fidèle à son identité.

Puig, Home of Creativity, édité par Rizzoli, est disponible en précommande sur www.rizzoliusa.com et sera en vente dans une sélection de librairies à travers le monde à partir du 2 septembre 2025.



À propos de Puig

Puig est une maison de marques hautement désirables, au sein d'une entreprise familiale, qui promeut le bien-être, la confiance en soi et l'expression de sa propre personnalité tout en laissant un monde meilleur. Depuis 1914, notre esprit d'entreprise, notre créativité et notre passion pour l'innovation positionnent **Puig** comme un leader mondial de la beauté haut de gamme. Présente sur les segments parfums et mode, maquillage et soin, notre maison de *Love Brands* génère de l'engagement à travers des histoires fortes qui se connectent aux émotions, et est renforcée par un puissant écosystème de fondateurs. Le portefeuille de **Puig** comprend nos marques Rabanne, Carolina Herrera, Charlotte Tilbury, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Dries Van Noten, Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Uriage, Apivita, Dr. Barbara Sturm, Kama Ayurveda et Loto del Sur, ainsi que les licences beauté Christian Louboutin, Banderas et Adolfo Dominguez, entre autres.

Chez **Puig**, nous défendons les valeurs et les principes établis par trois générations de leadership familial. Nous nous appuyons 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. En 2024, **Puig** a enregistré un chiffre d'affaires de 4,790 milliards d'euros. **Puig** vend ses produits dans plus de 150 pays et possède des bureaux dans 32 d'entre eux.

Suivez nous [Instagram](#) [LinkedIn](#)

Plus d'information :

Corporate Communications

corporate.communications@puig.com



À propos de Rizzoli

Rizzoli New York a débuté son activité éditoriale en 1974 et s'est imposée comme une référence dans les domaines de la mode, du design d'intérieur, de la gastronomie, de l'art, de l'architecture et de la photographie. En 1990, Rizzoli Universe a été créé pour publier des livres, coffrets et calendriers sur une large variété de sujets, notamment la culture populaire, l'art, la photographie, l'humour, les jeux vidéo, la cuisine, les loisirs créatifs, le design d'intérieur, le sport, la musique, le divertissement, la culture urbaine, la communauté LGBTQIA, la contre-culture et les voyages. Rizzoli édite également des ouvrages de musées et d'expositions sous le l'empreinte Rizzoli Electa, en collaboration avec Mondadori Electa, maison d'édition italienne de renom et société sœur.

Acquise en 2024, Chelsea Green Publishing est à l'avant-garde de la promotion de pratiques durables, mettant l'accent sur l'agriculture et le jardinage biologiques et régénératifs, la nature et l'environnement, l'alimentation saine, les économies locales et les communautés résilientes, ainsi que la santé et le bien-être intégratifs. En complément de sa maison d'édition, la société possède également la librairie Rizzoli, reconnue comme l'une des principales librairies indépendantes aux États-Unis, spécialisée en littérature, photographie, architecture, design d'intérieur, gastronomie et beaux-arts.

Plus d'information :

Elizabeth Lagno

elagno@rizzoliusa.com