



Barcelona y Nueva York, 11 de julio 2025



Un libro ricamente ilustrado que celebra más de 110 años de historia de Puig dedicados a la belleza, la creatividad y el propósito

Rizzoli y Puig presentan *Puig, Home of Creativity*

Puig tiene el placer de presentar *Puig, Home of Creativity*, un nuevo libro publicado por Rizzoli que celebra más de 110 años de compromiso con el legado de su familia fundadora y transmitido a lo largo de tres generaciones.

El libro refleja la historia de **Puig**, sus valores y un recorrido por las marcas que forman su portfolio. Juntas, estas narraciones definen a **Puig** como un referente en el mundo de la belleza y la moda, y como un verdadero *Home of Creativity*: un lugar donde las marcas brillan, las personas crecen y las ideas audaces cobran vida.

El libro recorre la evolución de **Puig** a través de un retrato completo del notable desarrollo internacional de la compañía: desde su fundación en Barcelona en 1914 hasta convertirse en una de las principales compañías globales de belleza premium, abarcando fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel. **Puig** inicia un nuevo capítulo tras su salida a bolsa en 2024 y el libro ofrece una reflexión sobre los valores y las audaces decisiones que han dado forma a la identidad de la empresa.

Puig, Home of Creativity invita a los lectores a un universo donde la audacia emprendedora se encuentra con una visión a largo plazo. El libro comienza con el alma de **Puig**: Barcelona, una ciudad de contrastes, de razón y pasión, que ha inspirado las dualidades creativas de **Puig** a lo largo de generaciones. La narrativa se desarrolla a través de exploraciones personales y visuales de la historia de la familia Puig, los valores que definen la cultura de la compañía, las alianzas detrás de sus marcas y la creatividad que impregna cada producto y creación.

Contribuciones originales, imágenes de archivo y fotografías de nueva creación dan vida a un portfolio vibrante de *Love Brands*. Entre las catorce que cuentan con un capítulo dedicado, se encuentran Rabanne con su emblemática cota de malla; la transmisión de legado entre Carolina Herrera y Wes Gordon; entrevistas con Charlotte Tilbury y Jean Paul Gaultier; la influencia del jardín de Dries Van Noten en su universo creativo, las colaboraciones artísticas de Byredo; la mitología de Nina Ricci como expresión de la feminidad; la historia de Uriage y el homenaje de Loto del Sur a América Latina y su riqueza botánica, junto con muchas otras historias que forman un collage único de marcas y fundadores.



El libro también destaca la creciente importancia de las fragancias de nicho, subrayando su papel estratégico dentro del portfolio de marcas de la compañía, así como la **Puig Women's America's Cup**, un evento pionero que encarna el compromiso de la empresa con la innovación, la diversidad y la sostenibilidad.

«Este libro es un homenaje a Puig, una empresa familiar que describimos con orgullo como *Home of Creativity*; al legado que hemos construido, a la energía y el talento de nuestras personas, a la pasión que impulsan nuestras *Love Brands*, y a la resiliencia que nos ha definido desde nuestra fundación», afirmó Marc Puig, Presidente Ejecutivo de Puig. **«Es un testimonio de nuestra capacidad de evolucionar manteniéndonos fieles a nuestra esencia: pensar en el largo plazo, defender nuestros valores y cultivar la creatividad en todas las áreas.»**

Catherine Bonifassi, directora editorial de Rizzoli New York, declaró: **«Editar un libro es un proceso largo y ambicioso. Durante este recorrido, como editor, conoces de verdad la personalidad de la gente con la que trabajas ya que te enfrentas conjuntamente a retos, sorpresas y decisiones creativas. Estos intercambios revelan los auténticos valores de una marca y la creatividad, generosidad, compromiso y atrevimiento de sus equipos. Alabo la excelencia de Puig y de su comunidad: trabajar con ellos en este libro ha sido una experiencia muy gratificante.»**

Con contribuciones de destacadas voces del periodismo, la literatura, la fotografía y la perfumería, entre ellas Alice Cavanagh, Michael Edwards, Jean-Claude Ellena, Leticia Sala y Anatxu Zabalbeascoa, *Puig, Home of Creativity* ofrece un retrato polifónico de una compañía que continúa desafiando los límites sin perder su esencia.

Puig, Home of Creativity, publicado por Rizzoli, está disponible en preventa en www.rizzoliusa.com y estará a la venta en librerías seleccionadas de todo el mundo a partir del 2 de septiembre de 2025.



Sobre Puig

Puig es un hogar de marcas altamente deseadas, dentro de una empresa familiar, que fomentan el bienestar, la confianza y la autoexpresión, además de dejar un mundo mejor. Desde 1914, nuestro espíritu emprendedor, nuestra creatividad y nuestra pasión por la innovación nos han posicionado como un líder global en la industria de la belleza premium. Nuestra casa de *Love Brands*, presente en los segmentos de negocio de Fragancias y Moda, Maquillaje y Cuidado de la piel, genera vínculo y compromiso a través de las magníficas historias que cuenta, que conectan con las emociones de las personas y se ve fortalecida por un potente ecosistema de fundadores. El portfolio de **Puig** incluye nuestras marcas 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 y Loto del Sur, así como las licencias Christian Louboutin, Banderas y Adolfo Domínguez, entre otras.

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), alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. En 2024 **Puig** registró unas ventas netas de 4.790M€. **Puig** vende sus productos en más de 150 países y tiene oficinas propias en 32 de ellos.

Síguenos [Instagram](#) [LinkedIn](#)

Más información:

Corporate Communications

corporate.communications@puig.com



Sobre Rizzoli

Rizzoli New York comenzó su actividad editorial en 1974 y se ha consolidado como un referente en los campos de la moda, el diseño de interiores, la gastronomía, el arte, la arquitectura y la fotografía. En 1990 se incorporó Rizzoli Universe, que publica libros, barajas y calendarios sobre una amplia variedad de temas, que incluye cultura popular, arte, fotografía, humor, videojuegos, cocina, manualidades, diseño de interiores, deportes, música, entretenimiento, cultura urbana, LGBTQIA, contracultura y viajes. Rizzoli publica libros de museos y exposiciones bajo el sello Rizzoli Electa, en colaboración con la destacada editorial italiana y empresa hermana Mondadori Electa.

Adquirida en 2024, Chelsea Green Publishing está a la vanguardia en la promoción de prácticas sostenibles, con un enfoque en la agricultura y jardinería orgánicas y regenerativas, la naturaleza y el medio ambiente, la alimentación saludable, las economías locales y comunidades resilientes, así como la salud y el bienestar integrativos. Además de nuestra casa editorial, la compañía cuenta con la Librería Rizzoli—reconocida como una de las principales librerías independientes de Estados Unidos— especializada en literatura, fotografía, arquitectura, diseño de interiores, gastronomía y bellas artes.

Más información:

Elizabeth Lagno

elagno@rizzoliusa.com