



## Puig logra un crecimiento del +7,6% en ventas LFL en el primer semestre 2025, por encima del mercado de belleza premium

- Las ventas netas en el primer semestre (H1) de 2025 alcanzaron los 2.299 M€, un aumento del +7,6% a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) y del +5,9% en términos reportados. Un resultado por encima del mercado de belleza premium.
- Todos los segmentos de Puig incrementaron sus ventas en el primer semestre: Fragancias y Moda creció un +8,6% LFL; Cuidado de la piel, un +8,6% LFL; y Maquillaje, un 2,0% LFL, tras registrar una fuerte recuperación en el segundo trimestre.
- Crecimiento positivo LFL en todas las áreas geográficas en el primer semestre, destacando el sólido resultado en Américas, +10,9% LFL, y en Asia-Pacífico, +16,5% LFL.
- En el segundo trimestre (Q2) las ventas alcanzaron los 1.093 M€, un aumento del +7,7% LFL y, en términos reportados, del +3,9%, como consecuencia del impacto negativo del (3,8%) de los tipos de cambio, principalmente por la debilidad del dólar estadounidense.
- Puig mantiene sus perspectivas financieras para 2025.

Marc Puig, Presidente Ejecutivo de Puig, ha declarado: “En el primer semestre de 2025, hemos mantenido un crecimiento fuerte y consistente, de un +7,5% LFL en el primer trimestre y un +7,7% LFL en el segundo. Además, nuestros segmentos y regiones tuvieron un sólido desempeño, lo que de nuevo demuestra la salud y la resiliencia de nuestro portfolio de marcas en un contexto de mercado cambiante. Las fragancias continúan demostrando un sólido crecimiento subyacente, aunque a un ritmo levemente más moderado, tras varios trimestres excepcionales. Asimismo, resulta alentador ver la recuperación del segmento de Maquillaje en el segundo trimestre. Seguimos confiando en nuestra capacidad para crecer más que el mercado de la belleza premium y mantenemos nuestras perspectivas para el ejercicio 2025”.



Sólido resultado en el segundo trimestre y en el primer semestre de 2025

### Desglose de ventas netas en ambos periodos

	Q2 2024	Q2 2025	H1 2024	H1 2025
Ventas netas (€M)	1.052,8	1.093,5	2.171,2	2.299,3
Crecimiento en términos reportados	+9,1%	+3,9%	+9,6%	+5,9%
Crecimiento a perímetro y tipo de cambio constantes	+7,2%	+7,7%	+8,5%	+7,6%

**Puig** generó ventas netas de 2.299 M€ en el primer semestre (H1) de 2025. Esto representó un crecimiento del +7,6% LFL y del +5,9% en términos reportados. La evolución de los tipos de cambio tuvo un impacto negativo del (1,7%) en este primer semestre.

La evolución de las ventas del segundo trimestre (Q2) de **Puig** fue similar a la registrada en el primero (Q1), obteniendo unas ventas netas de 1.093 M€ y un crecimiento del +7,7 % LFL. Esto se vio contrarrestado por un impacto negativo de (3,8%) del tipo de cambio, dando como resultado un crecimiento reportado del +3,9%.

Contribución positiva de todos los segmentos de negocio

### Desglose de las ventas netas por segmento (M€)

	Q2 2024 <sup>1</sup>	Q2 2025	Crecimiento Q2		H1 2024 <sup>1</sup>	H1 2025	Crecimiento H1	
	M€	M€	LFL	En términos reportados	M€	M€	LFL	En términos reportados
Fragancias y Moda	769,7	788,3	+6,7%	+2,4%	1.581,8	1.684,7	+8,6%	+6,5%
Maquillaje	161,9	173,8	+10,5%	+7,4%	334,4	339,1	+2,0%	+1,4%
Cuidado de la piel	121,2	131,3	+10,2%	+8,3%	255,0	275,5	+8,6%	+8,1%

**Fragancias y Moda** registró un sólido desempeño en el primer semestre, obteniendo 1.685 M€ en ventas netas, +8,6% LFL y +6,5% en términos reportados. Este segmento aportó un 73% de la facturación de **Puig** en el periodo.

<sup>1</sup> 5,7 M€ y 16,8 M€ de eliminaciones se asignaron a Fragancias y Moda en el segundo trimestre y en el primer semestre de 2024, respectivamente.

0,4 M€ y 1,1 M€ de eliminaciones se asignaron a Cuidado de la piel en el segundo trimestre y en el primer semestre de 2024, respectivamente.



En el segundo trimestre, el segmento generó unas ventas netas de 788 M€, lo que se tradujo en un crecimiento del +6,7% LFL, reflejando la moderación en el crecimiento de la categoría. El crecimiento en términos reportados fue del +2,4% debido al impacto negativo del tipo de cambio. En este periodo se produjo el prelanzamiento de La Bomba, la nueva fragancia de Carolina Herrera, que supone la novedad más significativa de la marca desde 2016 y que se prevé se convierta en un nuevo impulsor de crecimiento de la marca en la segunda mitad del año. Por su parte, Byredo lideró el crecimiento en la categoría Niche, con un avance de doble dígito.

**Maquillaje** volvió a crecer en el primer semestre, con ventas netas de 339 M€, lo que representa un crecimiento de +2,0% LFL en el periodo y de +1,4% en términos reportados. Este segmento representó un 15% de las ventas netas de **Puig** en el primer semestre.

En el segundo trimestre, el segmento alcanzó unas ventas de 174 M€ y un crecimiento de doble dígito LFL, del +10,5%, y del +7,4% en términos reportados. Esta recuperación en el segundo trimestre se vio impulsada por una combinación de lanzamientos estratégicos y expansión geográfica y de los canales de ventas. Entre las reseñables innovaciones de Charlotte Tilbury en este segundo trimestre cabe destacar la colección Super Nudes y la expansión de la franquicia Unreal con los productos Unreal Blush y Unreal Lips.

**Cuidado de la piel** continuó demostrando un sólido desempeño en el primer semestre, con unas ventas netas de 276 M€ y un crecimiento del +8,6% LFL y, en términos reportados, del +8,1%. Este segmento representó el 12% de las ventas netas de **Puig** en el primer semestre de 2025.

En el segundo trimestre, Cuidado de la piel creció con firmeza hasta alcanzar los 131 M€ de ventas, lo que representa un incremento del +10,2% LFL y del +8,3% en términos reportados. El crecimiento sostenido y a doble dígito de Uriage, la marca más importante del segmento, se vio complementado por la línea de cuidado de la piel de Charlotte Tilbury.



## Crecimiento en todas las regiones

### Desglose de las ventas netas por áreas geográficas (M€)

	Q2 2024	Q2 2025	Crecimiento Q2		H1 2024	H1 2025	Crecimiento H1	
	M€	M€	LFL	En términos reportados	M€	M€	LFL	En términos reportados
EMEA	536,6	555,0	+3,5%	+3,4%	1.154,0	1.198,7	+3,6%	+3,9%
Américas	409,5	416,0	+10,0%	+1,6%	814,0	867,0	+10,9%	+6,5%
Asia-Pacífico	106,7	122,5	+19,5%	+14,9%	203,7	233,6	+16,5%	+14,7%

**EMEA** generó 1.199 M€ en ventas netas en el primer semestre, lo que supone un crecimiento del +3,6% LFL y, en términos reportados, del +3,9%. La región generó el 52% de las ventas netas de **Puig** en el periodo.

En el segundo trimestre, la región sumó 555 M€ en ventas netas, con un incremento del +3,5% LFL y del +3,4% en términos reportados. La región mantuvo un rendimiento heterogéneo entre mercados.

**Américas** mantuvo su sólida trayectoria en el primer semestre, con unas ventas netas de 867 M€, lo que supone un crecimiento de +10,9% LFL y de +6,5% en términos reportados. Esta región representó el 38% de las ventas netas de **Puig** en este semestre.

En el segundo trimestre, la región continuó su progresión con unas ventas netas de 416 M€, +10,0% LFL. El crecimiento reportado se situó en el +1,6% debido al impacto negativo del tipo de cambio.

En **Asia-Pacífico**, las ventas netas ascendieron a 234 M€ en el primer semestre, con un crecimiento del +16,5% LFL y del +14,7% en términos reportados. Este segmento geográfico supuso el 10% de las ventas netas de **Puig** en el periodo.

En el segundo trimestre de 2025, las ventas en la región alcanzaron los 123 M€, con una aceleración del crecimiento del +19,5% LFL y, en términos reportados, del +14,9%. La región continuó beneficiándose del sólido desempeño de Corea del Sur y Japón, complementados por un incremento de activaciones locales de Charlotte Tilbury.



#### Perspectivas financieras para 2025

**Puig** mantiene sus perspectivas financieras para 2025, que fijan su previsión de crecimiento de las ventas LFL en un rango de entre el 6% al 8%, así como sus expectativas de incremento del margen EBITDA ajustado. Estas perspectivas reflejan la confianza de **Puig** en su estrategia al tiempo que consideran el actual contexto de incertidumbre económica y geopolítica.



## 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. Nuestro hogar 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 Dominguez, 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 de 4.790 M€. Puig vende sus productos en más de 150 países y tiene oficinas propias en 32 de ellos.

Síguenos en [Instagram](#) [LinkedIn](#)

Para más información:

**Investor Relations**

[investor.relations@puig.com](mailto:investor.relations@puig.com)

**Corporate Communications**

[corporate.communications@puig.com](mailto:corporate.communications@puig.com)



## Aviso Legal

Este documento ha sido preparado por Puig Brands, S.A. (la "Sociedad" y junto a sus filiales, el "Grupo") para el único propósito expresado en el mismo y, ni el documento ni la información contenida en el mismo, podrán ser utilizados, divulgados o publicados por terceros para otros fines sin el consentimiento previo y por escrito de la Sociedad.

Ni la Sociedad, ni otras compañías del Grupo, asumirán responsabilidad alguna, ya sea por negligencia u otras circunstancias, por cualquier daño o pérdida que surja por el uso de este documento o de la información contenida en el mismo. En particular, no se debe adoptar ninguna decisión de inversión sobre acciones o valores de la Sociedad o instrumentos financieros vinculados a los mismos sobre la base del presente documento y la información en el mismo.

Este documento y la información expresada en el mismo no deben ser interpretados como una oferta o invitación para adquirir, suscribir, comprar, vender o canjear acciones o valores de la Sociedad o instrumentos financieros referenciados o que tengan como subyacente acciones o valores de la Sociedad. Tampoco se deberá considerar como una solicitud de oferta para tales actividades, ni una recomendación o asesoramiento en relación con valores emitidos por la Sociedad o instrumentos financieros referenciados o que tengan como subyacente acciones o valores de la Sociedad.

Las acciones de la Sociedad no han sido registradas bajo la Securities Act of 1933 de los Estados Unidos, y no pueden ser ni serán ofrecidas o vendidas en los Estados Unidos, salvo que se realice conforme a una declaración de registro efectiva o bajo una exención válida de los requisitos de registro. De igual manera, estas acciones no pueden ser ofrecidas o vendidas en otras jurisdicciones excepto conforme a las leyes y regulaciones aplicables en dichas jurisdicciones.

### Afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro

La información en este documento puede incluir declaraciones con proyecciones de futuro basadas en expectativas, estimaciones y suposiciones sobre eventos futuros. Estas declaraciones con proyecciones de futuro no constituyen hechos históricos. Las expresiones "creer", "esperar", "anticipar", "intentar", "estimar", "prever", "proyectar", "planear", "hará", "puede", "debería", "objetivo", y expresiones similares identifican declaraciones con proyecciones de futuro. Estas declaraciones prospectivas, así como las incluidas en cualquier otra información discutida en este documento, están sujetas a riesgos conocidos y desconocidos, incertidumbres y suposiciones sobre el Grupo y sus operaciones, incluyendo, entre otras cosas, el desarrollo de su negocio, su plan de crecimiento y objetivos, tendencias en su industria, tendencias económicas y demográficas, y los futuros gastos de capital y adquisiciones del Grupo. A la vista de estos riesgos, incertidumbres y suposiciones, que pueden estar fuera del control del Grupo, los eventos en las declaraciones con proyecciones de futuro pueden no ocurrir y los resultados reales, el rendimiento o los logros pueden diferir significativamente de cualquier resultado futuro, rendimiento o logro que pueda ser incluido de forma expresa o implícita en este documento. No se ofrece ninguna garantía de que cualquier declaración prospectiva vaya a ocurrir. Las declaraciones con proyección de futuro se realizan a la fecha de este documento y la Sociedad no se compromete a actualizar o revisar públicamente ninguna de esas declaraciones prospectivas, ya sea como resultado de nueva información, eventos futuros o de otra forma. Tales declaraciones con proyección de futuro no pretenden ser exhaustivas, ni han sido verificadas o auditadas por terceros. Ni la Sociedad ni las sociedades de su Grupo, sus respectivos directores, consejeros, empleados, asesores o agentes, acepta ninguna responsabilidad u obligación de ninguna clase ni ofrecen ninguna garantía, expresa o implícita, en cuanto a la veracidad, imparcialidad, exactitud, integridad o verificación de dicha información. En consecuencia, no se debe depositar una confianza indebida en ninguna declaración prospectiva contenida en este documento. La Sociedad no se compromete a actualizar públicamente las declaraciones con proyecciones de futuro para reflejar eventos o circunstancias que ocurran después de la fecha de este documento.

### El rendimiento pasado no es indicativo de los resultados futuros

Las declaraciones respecto al rendimiento histórico o, en su caso, las tasas de crecimiento no pretenden dar a entender que el rendimiento futuro, la cotización de la acción o los resultados futuros de un periodo dado vayan a coincidir o superar necesariamente los de un ejercicio anterior.

### Medidas alternativas de rendimiento y no-NIIF

Este documento incluye información financiera elaborada por la Sociedad conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera ("NIIF") adoptadas por la Unión Europea, así como ciertas medidas financieras consolidadas no-NIIF derivadas de (o basadas en) sus registros contables, y que se consideran como medidas alternativas de rendimiento ("MARs") a los efectos de lo dispuesto en el Reglamento Delegado (UE) 2019/979 de la Comisión, de 14 de marzo de 2019, y según se definen en las Directrices sobre Medidas Alternativas del Rendimiento emitidas por la European Securities and Markets Authority ("ESMA") el 5 de octubre de 2015. Otras compañías pueden calcular dicha información financiera de manera diferente o pueden utilizar dichas medidas con objetivos distintos a los de la Sociedad, lo que podría limitar la utilidad de dichas medidas como medidas comparativas. Estas medidas no deben considerarse como alternativas a las medidas acordes a las NIIF, tienen un uso limitado como herramientas analíticas, no deben considerarse de manera aislada y pueden no ser indicativas de los resultados operativos de la Sociedad. Los destinatarios no deben depositar una confianza indebida en esta información.