



Actualización de ventas Q3 2025

Puig logra otro sólido trimestre y alcanza un crecimiento del +7,0% en ventas LFL en los nueve primeros meses de 2025

- Las ventas netas en los nueve primeros meses de 2025 aumentaron un +7,0% a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) y un +4,9% en términos reportados, con los tres segmentos del negocio dentro, o por encima, del rango de crecimiento del 6-8% LFL previsto para 2025.
- En el tercer trimestre (Q3) de 2025, Puig alcanzó unas ventas netas de 1.297 M€, +6,1% LFL y de +3,2% en términos reportados.
- Todos los segmentos de negocio crecieron en Q3 en términos LFL: Fragancias y Moda, un +2,8%; Maquillaje, un +18,8%; y Cuidado de la piel, un +10,5%, reflejando la fortaleza continua de Charlotte Tilbury y Uriage.
- Crecimiento positivo LFL en todas las áreas geográficas en el primer trimestre, liderado por Asia-Pacífico (+35,8% LFL). EMEA creció un +4,2% LFL, mientras que Américas aumentó un +2,3% LFL.
- Puig mantiene sus perspectivas financieras para 2025.

Marc Puig, Presidente Ejecutivo de Puig, ha declarado: “**Puig ha cerrado otro trimestre sólido, respaldado por el crecimiento sostenido en todos los segmentos de negocio y por la fortaleza de nuestras marcas. Afrontamos la campaña navideña con plena confianza, gracias a nuestras sólidas capacidades de ejecución, a nuestra gestión disciplinada y a lanzamientos relevantes, entre ellos, La Bomba de Carolina Herrera. Con esto, ratificamos los compromisos establecidos a principio de año**”.



Sólido desempeño en el tercer trimestre y durante los nueve primeros meses de 2025

Desglose de ventas netas en ambos periodos

	Q3 2024	Q3 2025	9M 2024	9M 2025
Ventas Netas (Reportado en M€)	1.257,0	1.296,9	3.428,2	3.596,2
Crecimiento en términos reportados	+11,1%	+3,2%	+10,1%	+4,9%
Crecimiento a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) ¹	+11,6%	+6,1%	+9,6%	+7,0%

¹ El crecimiento a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) refleja el crecimiento orgánico ajustando las ventas netas por el impacto de (i) cambios de ámbito/ perímetro y (ii) las fluctuaciones de los tipos de cambio.

Puig consiguió un crecimiento del +7,0% LFL en los nueve primeros meses de 2025, en línea con las perspectivas financieras de 2025. El crecimiento reportado en el periodo fue del +4,9%, reflejando el impacto continuado de los efectos adversos del tipo de cambio. Esto pone de manifiesto una ejecución constante y una gran resiliencia en todas las categorías, compensando la desaceleración del mercado de fragancias y el impacto del tipo de cambio.

En el tercer trimestre, **Puig** mantuvo un consistente desempeño financiero, alcanzando unas ventas netas de 1.297 M€, y un crecimiento del +6,1% LFL (+3,2% reportado), por encima del mercado global de la belleza.

Contribución positiva de todos los segmentos de negocio

Desglose de las ventas netas por segmento (M€)

	Q3 2024 ²	Q3 2025	Crecimiento Q3		9M 2024 ²	9M 2025	Crecimiento 9M	
	M€	M€	LFL	Reportado	€M	€M	LFL	Reportado
Fragancias y Moda	932,0	932,4	+2,8%	0,0%	2.513,9	2.617,0	+6,4%	+4,1%
Maquillaje	200,6	230,0	+18,8%	+14,7%	535,0	569,2	+8,3%	+6,4%
Cuidado de la piel	124,3	134,5	+10,5%	+8,2%	379,3	410,0	+9,2%	+8,1%

² 3,1 M€ y 19,9 M€ de eliminaciones se asignaron a Fragancias y Moda en el tercer trimestre de 2024 y en los nueve primeros meses de 2024, respectivamente.

1,1 M€ y 2,2 M€ de eliminaciones se asignaron a Cuidado de la piel en el tercer trimestre de 2024 y durante los primeros nueve meses de 2024, respectivamente.



Fragancias y Moda generó unas ventas netas de 2.617 M€ durante los nueve primeros meses de 2025, un incremento del +6,4% LFL (+4,1% en términos reportados). Este segmento aportó un 73% de la facturación de **Puig** en el periodo.

En el tercer trimestre, el segmento generó unas ventas netas de 932 M€, lo que se tradujo en un crecimiento del +2,8% LFL (sin crecimiento, en términos reportados), reflejando la moderación prevista en los mercados globales de fragancias y el impacto continuo del tipo de cambio. Durante el trimestre tuvo lugar el lanzamiento oficial de La Bomba junto al desfile de moda de Carolina Herrera en Madrid, el de la colección Night Veils Reimagined de Byredo, y una atrevida campaña para presentar los formatos de 50 ml de Potions de Penhaligon's, entre otros.

Maquillaje, que representa el 16% de las ventas netas de **Puig**, generó 569 M€ durante los primeros nueve meses del año, lo que supone un crecimiento del +8,3% LFL (+6,4% en términos reportados).

En el tercer trimestre, el segmento registró un fuerte crecimiento con unas ventas de 230 M€, +18,8% LFL (+14,7% en términos reportados), impulsado por la continua innovación, el éxito sostenido de Charlotte Tilbury y el sólido desempeño del canal retail, así como la integración en Amazon en Estados Unidos. Las innovaciones en este periodo incluyen Airbrush Flawless Foundation y Matte Setting Spray de Charlotte Tilbury, reforzando así la marca y la posición de liderazgo de Airbrush Flawless Finish Powder, tanto en el mercado estadounidense como británico.

Cuidado de la piel, que representa el 11% de las ventas de **Puig**, continuó demostrando un buen desempeño. En los primeros nueve meses del año, las ventas alcanzaron los 410 M€, lo que supone un crecimiento del +9,2% LFL (+8,1% en términos reportados).

En el tercer trimestre, las ventas llegaron a los 135 M€, con un crecimiento del +10,5% LFL (+8,2% en términos reportados) respaldado por Uriage y la línea de cuidado de la piel de Charlotte Tilbury. Durante el tercer trimestre, el segmento experimentó una continua innovación en las franquicias emblemáticas de Uriage y en la colección Exoso-metic de Dr. Barbara Sturm.



Crecimiento LFL en todas las regiones

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

	Q3 2024	Q3 2025	Crecimiento Q3		9M 2024	9M 2025	Crecimiento 9M	
	M€	M€	LFL	En términos reportados	M€	M€	LFL	En términos reportados
EMEA	676,1	699,3	+4,2%	+3,4%	1.829,6	1.898,0	+3,9%	+3,7%
Américas	476,7	463,7	+2,3%	(2,7)%	1.290,7	1.330,6	+7,8%	+3,1%
Asia-Pacífico	104,2	133,9	+35,8%	+28,5%	307,9	367,6	+23,0%	+19,4%

EMEA, que representa el 53% de las ventas netas de **Puig** durante los primeros nueve meses del año, alcanzó unas ventas de 1.898 M€, lo que supone un incremento del +3,9% LFL (+3,7% en términos reportados) en el periodo.

Durante el tercer trimestre, la región generó unas ventas de 699 M€, con un crecimiento del +4,2% LFL (+3,4% en términos reportados). Este desempeño se vio respaldado por la fortaleza sostenida en Derma y Charlotte Tilbury.

Américas, que representa el 37% de las ventas netas de **Puig**, registró unas ventas de 1.331 M€, lo que supone un crecimiento de +7,8% LFL (+3,1% en términos reportados) durante los primeros nueve meses de 2025.

En el tercer trimestre, esta región generó unas ventas de 464 M€, un incremento de +2,3% LFL (-2,7% en términos reportados), debido a la esperada normalización en la categoría de fragancias y al impacto negativo del tipo de cambio. El mercado de fragancias en Estados Unidos se mantuvo saludable, mientras que en Latinoamérica se observó una mayor moderación.

Asia-Pacífico mantuvo su sólido desempeño, con unas ventas totales que ascendieron a los 368 M€ durante los primeros nueve meses del año, con un crecimiento de +23,0% LFL (+19,4% en términos reportados).

En el tercer trimestre, la región generó unas ventas de €134 M€, con un crecimiento de +35,8% LFL (+28,5% en términos reportados). Dicho crecimiento se apoyó en el éxito de las activaciones de marca, la aceleración del segmento Niche en la región, y el fuerte impulso de Charlotte Tilbury, así como por el impacto favorable que sigue generando la consolidación de



filiales locales. Asia-Pacífico representó el 10% de las ventas netas totales de **Puig** durante los primeros nueve meses del año y es la región de más rápido crecimiento de la compañía.

Perspectivas financieras para 2025

Con una mayor visibilidad tras el *sell-in* de la campaña navideña, **Puig** reafirma sus perspectivas de crecimiento de ventas LFL para 2025, en un rango de entre el 6% y el 8%. La compañía espera que el crecimiento se sitúe en torno a la parte media de dicho rango, después del sólido inicio del cuarto trimestre. **Puig** también reitera sus expectativas de expansión del margen de EBITDA ajustado en 2025, en línea con la mejora registrada en 2024.

Estas perspectivas reflejan la confianza de **Puig** en su capacidad de ejecución y en la fortaleza de sus marcas, apoyadas por el comportamiento resiliente de todas sus divisiones.

Capital Markets Day

Puig anuncia la celebración de su Capital Markets Day, que tendrá lugar los días 16 y 17 de abril de 2026.



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 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

Corporate Communications

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.