

## Els Puig, capitans d'indústria amb fragància reial

*La multinacional catalana de perfums, moda i cosmètica ha complert un segle d'història per "empoderar les persones a través de la bellesa"*



Marc i Mariano Puig. | ND

L'Institut de l'Empresa Familiar (IEF) va elegir, en plena pandèmia, un nou president: Marc Puig, del grup Puig, líder en perfums i moda. No era un paracaigudista. És un home de la casa. El seu pare, Mariano Puig, va ser un dels fundadors d'una entitat que reuneix les cent empreses familiars més potents de l'estat (i que representen el 16% del PIB).

Ha estat la darrera notícia vinculada a una família del tot abocada al seu negoci des de fa més de cent anys i que ha sabut transitar de generació en generació adaptant-se al món global. El que se sol dir de moltes empreses familiars, creades per l'avi, consolidades pel fill i enrunades pels nets no pot ser més incert en el cas dels Puig. Fa trenta anys, en el sector dels perfums i les colònies convivien moltes marques, dels de Puig a Gal, Myrurgia o Legrain. Ara, Puig regna aquí sense competència.

L'èxit ho ha estat també d'una idea d'empresa familiar, nascuda de l'evidència que un projecte industrial no ha de veure limitat el seu creixement pel fet de ser familiar. En el cas de la marca de perfums, a més, ha tingut molt clar des del seu inici la voluntat de penetrar en el mercat internacional.

[noticia]204885[/noticia]

Antoni Puig Castelló (Vilassar de Mar, 1889) va ser el fundador el 1914 del que seria l'embrió d'un

gran imperi econòmic: Antonio Puig SA. L'empresa es va orientar des de l'inici cap a l'àmbit dels cosmètics i els perfums. Amb anterioritat, havia creat la marca Puig i Escalas, però el soci, el senyor Escalas, va decidir fer les Amèriques i va deixar el negoci. Això sí, ben acompanyat de la seva secretària. Puig va decidir continuar pel seu compte.

El caràcter pioner de la marca s'ha percebut al llarg de tota la seva trajectòria, des que el 1922 va comercialitzar Milady, el primer pintallavis fabricat a l'estat espanyol. Però el producte que acabaria simbolitzant l'empresa seria la colònia Lavanda Puig, a principis dels anys quaranta.

Un tret que ja es va mostrar des del primer moment va ser l'ambició internacionalitzadora dels Puig. Antoni va ser enviat pels seus pares a estudiar en un col·legi de jesuïtes anglesos, a Londres. Un fet que marcaria la seva trajectòria i el faria acostumar des de ben jove a una mirada internacional del negoci.

## **El relleu passa a la segona generació**

Casat amb Júlia Planas, va tenir quatre fills que a partir dels anys cinquanta es van anar fent càrrec de l'empresa. Mentre Antoni i Mariano duïen el pes de la perfumeria, José María Puig es va encarregar de l'àrea de distribució. Per la seva banda, Enrique Puig Planas (Barcelona, 1939-2008) s'abocaria a les relacions institucionals, sent també fundador de la Copa del Rei de Vela -la que se celebra cada any a Mallorca- i president del Saló Nàutic de Barcelona i el Reial Club Nàutic.

Llicenciat en Farmàcia, Enrique era el rostre més comunicatiu de la família, el que el va fer excel·lir en les relacions públiques. Però sempre dins de la més estricta discreció, marca familiar. Així, quan un periodista li va preguntar pel cost de l'operació de la compra de Myrurgia, li va etzibar: "Sisplau, no siguem vulgars parlant de diners".



*Mariano Puig. Foto: Europa Press.*

Mariano Puig Planas ha estat cabdal en la consolidació del negoci. Nascut a Barcelona el 1927, fill del fundador, no ha tingut mai problemes per presentar-se com "l'home fort del grup" durant setanta anys. Amb només trenta anys, ja n'era el director executiu. Format com a enginyer químic, va estar a la segona promoció de l'IESE. Va viatjar per Europa i va conèixer el negoci de la cosmètica a Ginebra. També ha dirigit el holding Exea Empresarial, que reuneix les participacions accionaries en les principals societats del grup.

Des de l'empresa s'explica que l'aliança de dos caràcters diferents com Mariano i Antoni va ser decisiva per al negoci. Antoni va aportar una visió més creativa i Mariano l'aposta per l'expansió internacional. L'any 1962, va crear la primera filial internacional de Puig. Va morir el 2018 als 94 anys.

## **La necessitat d'amagar el nom d'Espanya**

No era fàcil per una empresa espanyola establir-se amb força a Europa en aquells negres del franquisme. Així van decidir contactar amb Paco Rabanne a França i van aconseguir signar un contracte. Era en el mític maig del 1968. Més tard, el 1987, van adquirir la divisió de moda de Rabanne, però no es va fer públic per no perdre mercat francès. Després vindrien les filials al Regne Unit, la compra de Carolina Herrera i l'acord per crear els perfums Antonio Banderas. L'any 1998, compren l'empresa de perfumeria i moda Nina Ricci.

Mariano Puig ha estat l'home de la internacionalització del grup. França, Panamà i els Estats Units (on Carolina Herrera va ser el primer producte del grup i on van establir la primera delegació exterior) han estat les tres grans vies utilitzades, que han donat molta feina a la fàbrica instal·lada des dels inicis dels seixanta a Sant Adrià de Besòs. La seu central és a la plaça d'Europa de l'Hospitalet de Llobregat, en un edifici inaugurat l'any 2014 pels reis Felip i Letizia.

## **Antoni Puig, artista i soci fundador d'Òmnium Cultural**

No han estat gaire habituals els posicionaments polítics dels Puig. El membre de la saga amb un perfil més catalanista va ser Antoni Puig, un dels quatre germans de la segona generació, que va ser soci fundador d'Òmnium Cultural i membre de la seva junta directiva. Amb nombroses inquietuds culturals, especialment la pintura, va ser guardonat amb la Creu de Sant Jordi el 1987. El 2010 va publicar *Les Ginesteres*, un llibre que narra la història de la nissaga i que du com a títol el nom de la finca familiar a Vilassar de Mar.

## **La tercera generació agafa el timó**

La companyia és ara en mans dels nets del fundador. Marc Puig i Guasch (Barcelona, 1962), un dels cinc fills de Mariano, n'és el president des del 2007. Està casat i té dos fills. El vicepresident és el seu cosí Manuel Puig Rocha, fill d'Antoni, enginyer, llicenciat a la UPC i que va perfeccionar la seva formació amb un MBA a la Universitat de Harvard. Com va passar amb la segona generació, la transició als nets es va fer amb un estil que ja és propi de la saga: amb suavitat i sense tensions.



*Marc Puig, president i conseller delegat de Puig. Foto:Europa Press.*

Sembla que tots dos cosins han heretat les qualitats dels seus pares respectius. De Marc Puig es destaca la seva ment analítica i molt racionalista a l'hora de prendre decisions. De Manuel Puig, fill d'Antoni Puig, el vessant més creatiu.

### **Mariano, present arreu i proper als monarques**

El nom de Mariano Puig ha estat omnipresent a tot arreu. Impulsor de l'Institut de l'Empresa Familiar i del seu homònim a Europa, l'European Family Business (EFB), és present a tot tipus de patronats, des de la Fundació ProReial Acadèmia Espanyola a la Fundació MACBA, passant pel patronat Princesa d'Astúries, la Fundació Esade i Sport Cultura Barcelona,

Una de les connexions estratègiques que els Puig han anat consolidant amb els anys és amb la família reial. La relació ve de lluny i s'explica en bona part pels dots en les relacions públiques i l'afició velera d'Enrique Puig, oncle ja desaparegut de l'actual president del grup. El paper cabdal d'Enrique en la creació de la Copa del Rei de Vela que té lloc a Mallorca va convertir-se en una amistat personal amb Joan Carles I.

El seu lligam amb la família reial va ser molt estret. La infanta Cristina competia en la mateixa regata junt amb la seva cosina Alexia de Grècia en el veler Azur d'Enrique Puig, que va morir el 2008 d'un atac al cor quan era a Sevilla. També Mariano Puig ha mantingut una bona relació amb la Zarzuela. El seu fill Marc Puig ha continuat el seu vincle amb la els Borbons i està considerat com un bon amic de Felip VI i de Letizia, que, per cert, sol lluir peces de Nina Ricci i Carolina Herrera.

### **Un premi molt ben treballat**

El 25 de febrer del 2019 va ser un dia important per a Mariano Puig. El rei Felip VI li va lliurar el Premi Regne d'Espanya a la Trajectòria Empresarial, que concedeixen el Cercle d'Economia, el Círculo de Empresarios de Madrid i el Cercle d'Empresaris Bascos. El dossier de la candidatura era molt interessant; entre d'altres coses, contenia una referència a la seva afició a la vela com a metàfora de l'empresa familiar: treball en equip i perfeccionisme. I una frase: "M'agrada enfrontar-me a les onades, però evito tempestes". Tempestes no, però cert coqueteig amb la política sí que el va deixar en evidència.



*Mariano Puig rep el Premi Reino de España a la Trajectòria Empresarial de mans de Felipe VI. Foto: Casa Reial*

## **Fent la cort contra el procés**

Cal aturar-se una mica en aquest 25 de febrer del 2019. Va ser un dia en què es va escenificar la relació difícil de la Corona amb Catalunya. Felip VI va inaugurar el Mobile World Congress enmig d'una forta tensió institucional amb la Generalitat i l'Ajuntament de Barcelona. Al vespre, el rei es va envoltar de la flor i nata del patriciat a l'aula magna de l'IESE de Barcelona per lliurar el guardó a Mariano Puig, que hi va pronunciar un discurs.

El vell empresari, als seus 92 anys, va llançar una vigorosa proclama en defensa de la monarquia. Es va proclamar com a "molt català" i també com a "molt espanyol", i va qualificar d'"èxit" els anys dels regnats de Joan Carles I i Felip VI. També va recordar que Puig no havia traslladat la seva seu fora de Catalunya quan els fets de 2017: "Potser ens vam equivocar", va aventurar.

Mariano Puig va irrompre en el debat polític a través d'una carta enviada a *La Vanguardia* el 24 de febrer del 2018 on subratllava que se sentia català i espanyol, criticava els partits independentistes per ser incapaços de posar-se d'acord i l'alcaldeessa Ada Colau per adoptar una actitud crítica amb el turisme i assegurava que tota la seva vida havia intentat que Barcelona fos

més que una capital de província. No es va poder estar d'una referència irònica a la dirigent de la CUP Anna Gabriel, que s'havia exiliat a Suïssa aquella setmana: "Jo em pensava que es quedaria a Cuba o Veneçuela, però no: se'ns ha anat a Ginebra".

## **Flirtejant amb Manuel Valls**

Mariano Puig va ser un dels empresaris que en un moment o altre es van sentir enlluernats per Manuel Valls quan l'exprimer ministre francès va aterrar a Barcelona per aspirar a l'alcaldia. Va mantenir diverses trobades amb Valls i en va ser l'amfitrió en un sopar amb altres exponents del patriciat barceloní. Va ser precisament des de casa de Puig quan, el 22 de maig del 2018, Valls va criticar durament els empresaris per no ser prou contundents amb el procés.

En el míting final de Valls com a alcaldable en les municipals del 2019, Mariano Puig hi era present i va ser ovacionat pel públic. La relació entre Puig i Valls devia arribar a ser molt cordial. En una entrevista, l'exprimer ministre va dir: "El senyor Puig és *estupendo*".

## **Peça important en el Cercle d'Economia**

Els Puig estan també vinculats al Cercle d'Economia. Marc Puig n'és un dels vicepresidents. De fet, el seu nom ha estat contemplat com a possible president i va tenir nombrosos valedors al final del mandat de Juan José Brugera. Però s'hi va negar per estar del tot concentrat en la seva tasca de president del grup Puig. En canvi, sí que ha acceptat la presidència de l'Institut de l'Empresa Familiar (IEF).

Com apunten observadors del món econòmic, "per Puig és més còmode l'IEF que el Cercle perquè aquesta entitat és un fòrum civil que t'obliga a posicionar-te davant de temes d'actualitat". A Puig, li pot interessar ser-ne un dels dirigents, però exercir la presidència l'obligaria a mostrar-se massa. La discreció continua sent ara per ara la millor companya del perfum.



**Nom:** *Marc Puig i Guasch, president de Puig.*

**Família:** *Fill de Mariano Puig i Planas i líder de la tercera generació de l'empresa.*

**Negoci:** *L'empresa Puig, que el 2019 supera els 2.000 milions de facturació i els 200 de benefici.*

**Un lloc:** *La finca familiar Les Ginesteres, al Maresme, fundada per l'avi.*

**Actitud davant el procés:** *Hostilitat manifesta per part de Mariano Puig.*

## La creació d'una història al voltant d'un producte

Quan t'imposes un repte i el fas públic corres un risc: fracassar en l'intent i, en conseqüència, pagar-ne un preu, del tipus que sigui. Puig és una empresa que accepta l'envit i es proposa fites com facturar 3.000 milions el 2025 i saltar del setè al tercer lloc entre les companyies mundials del sector del perfum. S'autodefineix com a "empresa familiar de moda i fragàncies".

Per assolir aquestes posicions, la corporació porta l'empenta que li proporcionen uns anys de creixement espectacular, que en alguns exercicis ha superat el 10%. Els darrers comptes oficials als quals es té accés són els de 2018, en què la facturació es va enfilars fins als 1.933 milions i un benefici net després d'impostos de 242 milions, amb una plantilla de 4.472 treballadors. A l'espera de xifres definitives, la facturació del 2019 seria d'uns 2.029 milions, amb un benefici de 226. El 86% de les vendes eren fora de l'estat espanyol. Un 41% em mercats emergents. Present en 150 països en els quals compta amb 26 filials pròpies.

El 2004, la xifra de negoci era de 790 milions, que van créixer a un ritme mitjà del 7% anual fins al 2014, en què ja va ser de 1.499. i de 1.790 el 2016. El 2010, amb una facturació de 1.202 milions, el benefici net va ser de 130. Unes quantitats que tractant-se d'una multinacional catalana de propietat familiar feien història. El 2015 l'empresa va elaborar un pla anual en l'horitzó de 2020. En aquell moment, ja era present a 140 països i comptava amb cinc plantes de fabricació, quatre a l'Estat espanyol i una a França.



Conversa a la 34a reunió del Cercle d'Economia entre els presidents de Seat, Luca de Meo; de Puig, Marc Puig, i d'Indra, Fernando Abril-Martorell. Foto: ACN.

## Puig, un cas d'èxit estudiat a Harvard

El seu model de negoci era analitzat com un cas d'èxit a l'Escola de Negocis Harvard (HBS) en l'obra *Puig: The Second Century*, a càrrec de Krishna Palepu (<https://www.hbs.edu/faculty/Pages/profile.aspx?faId=6527&click=byline>) i Pedro Nueno. El juny



de 2017, Marc Puig va rebre el guardó "Hall of Fame", a Nova York, instituit per The Fragrance Foundation d'Amèrica.

L'estudi posa de manifest que l'enlairament definitiu de la firma es produeix amb l'aplicació dels nous criteris introduïts a partir de 2004 per Marc Puig, que van implicar el tancament de cinc centres de producció, la meitat dels existents, la racionalització i perfeccionament de l'estructura financera i l'enfocament del producte directe al consumidor, en què aquest no es limitaria a ser un simple client sinó el destinatari d'unes experiències innovadores i sensacions úniques a través de les marques mundials que Puig gestionava.

És la litúrgia del *glamour* i la distinció. "Puig construeix marques úniques amb històries que inspiren, marques que creen experiències que connecten amb les emocions de les persones". "Tot el que fem, ho fem amb passió" "Expliquem històries fascinants", "Puig transmet l'essència artística de Prada a través d'un món sensorial únic", "Despertem la creativitat"... diuen al seu web.

Una altra de les estratègies del tàndem de president i vicepresident format pels dos cosins Marc Puig i Guasch i Manuel Puig i Rocha, va consistir en obrir el consell d'administració a elements externs a la família, amb l'objectiu d'evitar la presa de decisions sovint poc encertades en què cauen els grups familiars tancats i que es deuen a motius que no són els de la màxima eficiència empresarial. Al mateix temps, els quantiosos beneficis s'invertien en reforçar els perfils de marca dels productes de Puig.

## **A cavall de marques de fama mundial**

Entre el 2006 i el 2012, a cavall de les seves marques de primera línia Carolina Herrera i Paco Rabanne, la companyia va doblar la seva quota de mercat en el sector del perfum a nivell mundial, tot passant del 4,1% al 8,1%, mentre els seus principals competidors (L'Oréal, P&G, LVMH i Chanel i Coty), s'estancaven o retrocedien posicions. En el moment present, Puig actua amb les seves marques i amb les de llicències de tercers: Carolina Herrera, Paco Rabanne, Antonio Banderas, Shakira, Benetton, Adolfo Domínguez, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Dries Van Noten, Eric Buterbaugh Los Angeles, L'Artisan Parfumeur, Penhaligons, Chistian Louboutin, Comme des Garçons Parfums, Prada Parfums i Porfolio.

## **El seu castell, la Torre Puig de l'Hospitalet de Llobregat**

La "piràmide" dels Puig és l'edifici que porta el seu nom a la plaça d'Europa de l'Hospitalet de Llobregat, inaugurat pels prínceps Felipe i Letizia el 7 d'abril de 2014, pocs dies abans de l'abdicació de Joan Carles. La torre va ser construïda per CatalunyaCaixa i tot seguit llogada a Puig amb contracte a llarg termini i opció de compra. A París, la seu està ubicada en un edifici dels Champs Elysées, al cor de la capital francesa.

Els negocis de la família Puig es concentren en el holding familiar Exea Empresarial, que reuneix les seves participacions a Puig, Flamagas, Isdin, Uriage i Apivita, entre d'altres. Les seves darreres operacions han consistit l'entrada amb una participació minoritària a la marca índia Karma Ayurveda, a la colombiana Loto del Sur i en un acord amb el grup Clarins per distribuir els seus productes a Austràlia i Nova Zelanda. I l'adquisició de la marca britànica de cosmètics Charlotte Tilbury, amb qui comparteix, segons la seva pròpia argumentació, un "uns valors comuns: un *storytelling* creatiu, una mentalitat emprenedora i una passió per empoderar les persones a través de la bellesa".



La Torre Puig, a l'Hospitalet de Llobregat. Foto: Adrià Costa.

El model de Puig és el de la fabricació pura i dura -els vells capitans d'indústria- però embolcallat d'allò que ara se'n diu el "relat", basat essencialment en la publicitat i en la generació màgica d'uns estils de vida en els quals els seus productes fan sentir millors i avantguardistes als qui els consumeixen, siguin els perfums, la moda o els cosmètics.

A més de ser un model d'èxit en el camp comercial tot superant amb nota alta la crisi desfermada a partir de 2008, Puig és de les poques grans nissagues empresarials catalanes que pot presumir d'un expedient sense taques negres, del tipus persecucions d'Hisenda, demandes judicials amb projecció pública, vincles amb paradisos fiscals, pugnes internes greus, etc.

## La dotzena fortuna d'Espanya i la quarta de Catalunya

En la seva classificació de les grans fortunes de l'estat espanyol, el diari *El Mundo* situava aquest any la família Puig en dotzè lloc, amb un patrimoni de 2.430 milions i un creixement en relació a l'any anterior de 530 milions (+27,89%). Entre els milionaris catalans, apareixia en el quart lloc, només per darrere de les famílies Daurella (Coca-Cola), Grífols i Gallardo (Almirall), i just per davant d'Isak Andic (Mango). La fitxa destacava com a cap visible Mariano Puig i Planas. El rànquing atribuïa a la família uns 400 milions en accions cotitzades, repartides entre Colonial, Fluidra, Adolfo Domínguez i dues socimi: Maridia i Elix.

?[noticiadiari]2/204470[/noticiadiari]

?[noticiadiari]2/204019[/noticiadiari]

?[noticiadiari]2/203630[/noticiadiari]

[noticiadiari]2/197809[/noticiadiari]

[noticiadiari]2/197280[/noticiadiari]

[noticiadiari]2/196829[/noticiadiari]

[noticiadiari]2/196377[/noticiadiari]

[noticiadiari]2/195748[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/195490[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/195032[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/194577[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/194143[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/193445[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/193168[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/192748[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/192246[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/191920[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/191564[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/191026[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/190185[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/189821[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/189486[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/188854[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/188327[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/187998[/noticiadiari]  
[noticiadiari]2/187600[/noticiadiari]