



01 PyD: somos perfumes

1.1. Carta del presidente: Pedro Trolez Martínez	4
1.2. Carta del CEO: Pedro Trolez Cortina	5
1.3. Una historia de compromiso y calidad	6
1.4. Nuestros valores nos definen y orientan nuestras acciones	11
1.5. 2025: un año de alianzas, expansión e impacto positivo	12
1.6. Cifras clave de 2025	13

1.1 Carta del presidente

Pedro Trolez Martínez

Presidente de PyD

Ocupar el cargo de presidente en una compañía tan dinámica, resiliente y audaz como PyD te da una perspectiva rica y profunda del mundo de los negocios. Con la empresa en las mejores manos, mi hijo Pedro Trolez Cortina, y un equipo de personas excepcional, en estos dos años he podido observar nuestra actividad desde un punto de vista privilegiado.

Desde esta posición también muy conectada con el día a día de la empresa, puedo valorar la importancia de los hitos que hemos conseguido este año, que han sido muy relevantes. Para empezar, volvimos a aventurarnos en una ilusionante colaboración con otra marca de prestigio, en este caso, BIMBA Y LOLA, que recurrió a nuestra experiencia y saber hacer para crear su línea de perfumes.

En 2025 dimos un paso decisivo con la consolidación de los mercados de Estados Unidos y Caribe. Apoyados en una red global de proveedores sólida y fiable, conseguimos llevar nuestras marcas a estas regiones estratégicas, que ya suponen más de un tercio de nuestras ventas.

Y si se trata de demostrar que nuestra empresa sigue poniendo en práctica los valores que nos son propios desde hace casi 30 años, como es confiar en las relaciones de largo recorrido, tengo que hablar de dos nuevas alianzas. La primera tiene que ver directamente con el negocio: nuestra alianza con EuroItalia, compañía que acoge marcas de lujo tan icónicas como Moschino, Michael Kors o Versace, para distribuir sus fragancias en España y Andorra.

La otra gran alianza de PyD es con Falic Fashion Group, que desarrolla y distribuye fragancias en todo el mundo para diversas marcas de moda, celebridades y estilo de vida y es una filial de Duty Free Americas, Inc., el mayor operador de tiendas libres de impuestos en Norteamérica.

Todos estos hitos asentados en 2025 nos anticipan un futuro inmediato lleno de enormes posibilidades. Un futuro que desde PyD asumimos con la prudencia y seriedad que nos caracteriza y que nos ha llevado a destacar como la compañía solvente, innovadora y conciliadora que somos.

Un año más quiero agradecer a todas las personas que forman parte de la compañía su esfuerzo, compromiso y excelencia. Es la suma de su trabajo diario y su responsabilidad incansable la que nos ha permitido afianzar un escenario tan ilusionante como el que acabo de describir. Poco a poco y entre todos hemos construido una compañía que sigue liderando el sector de la perfumería por sus cifras de negocio y también por sus valores.

Gracias a todos por hacerlo posible un año más.



Pedro Trolez Martínez

1.2 Carta del CEO

Pedro Trolez Cortina



Pedro Trolez Cortina

CEO de PyD

Este 2025 ha sido un año lleno de actividad para PyD: hemos consolidado nuevos mercados, iniciado fructíferas alianzas, creado nuevas fragancias, iniciado la segunda parte del *Plan Director de Sostenibilidad* y, por si todo lo anterior fuera poco, también hemos celebrado nuestro primer *PyD Family Day*.

Todos estos hitos, tan dispares entre sí, pero fruto del compromiso y el esfuerzo compartido, tienen algo en común: confirman que podemos seguir generando negocio mientras nos mantenemos fieles a nuestros valores.

Cuidar de las personas y del entorno ha sido un *leitmotiv* para nosotros desde siempre, pero especialmente desde que iniciamos el *Plan Director de Sostenibilidad*, que desarrollamos entre 2022 y 2024. En 2025 dimos comienzo a una nueva fase, con la vista puesta en 2030 y con objetivos que beben de los ya conseguidos en el plan anterior. Además de las nuevas medidas y estrategias, este plan destaca por una exigencia que nos hemos autoimpuesto y que describe muy bien nuestro papel en el sector y en la sociedad. Queremos liderar con el ejemplo, al tiempo que animar a nuestros proveedores y colaboradores a que asuman como propios nuestros altos estándares.

A un nivel particular del Plan, me gustaría destacar tres acciones de 2025 singularmente relevantes. La primera es la mejora en la medición de la huella de carbono con una nueva categoría, el alcance 3, que nos ayudará a reducir aún más el impacto que generamos. A esta medida hay que sumar el trabajo que hemos iniciado con tres de nuestros proveedores para incorporar material PCR en componentes de plástico. Reducir el impacto de nuestra producción y promover un buen entorno de trabajo son dos prioridades clave para nosotros. Con estos objetivos trabajamos en desarrollar la Política del Sistema de Información Interna (SII) y en revisar el procedimiento de gestión de denuncias, todo ello con una implantación inmediata en 2026.

Pero 2025 también ha estado marcado por otros hitos importantes, especialmente en nuestra presencia internacional. Quiero destacar la apertura de dos nuevos mercados, Brasil y Canadá, de la mano de Prestige Cosmetics. O los resultados económicos de este ejercicio, con cifras sobresalientes: un EBITDA consolidado de 28,1 millones de euros y ventas valoradas en 117,6 millones. Este capítulo de las ventas merece un comentario aparte, porque las cifras de 2025 consolidan la presencia internacional de nuestros productos y de los de nuestros clientes.

Estas cifras extraordinarias hubieran sido imposibles de conseguir sin un equipo comprometido con su trabajo, con sus compañeros y con nuestros valores. Valores que somos capaces de llevar más allá del negocio, como hicimos en la iniciativa de TOUS y la Asociación Española Contra El Cáncer (AECC) durante el mes de octubre, destinando el beneficio neto de las ventas de la línea LoveMe a la lucha contra el cáncer de mama.

2025 ha sido un año extraordinario para PyD, pero antes de despedirme querría recordar un momento maravilloso que vivimos todas las personas que formamos parte de la empresa: el primer *PyD Family Day*, un encuentro en el que compartimos un día excelente con nuestros compañeros y sus familias, y donde pudimos disfrutar de la razón que nos ha llevado a ser una compañía puntera y líder en el sector: nuestras personas.

Gracias a toda la familia PyD por haber hecho de 2025 un año de récord.

1.3 Una historia de compromiso y calidad

Nuestra historia nos avala: llevamos cerca de 30 años desarrollando fragancias icónicas y memorables y distribuyendo productos de marcas emblemáticas de moda y lujo para todo el mundo.

En PyD somos expertos en el sector de la perfumería y así se nos reconoce. Creamos fragancias y también asesoramos a marcas reconocidas que confían en nuestra experiencia para llevar sus productos a nuevos mercados.

La posición de nuestra marca es el resultado de una trayectoria empresarial que se ha construido sobre tres principios:

- Cuidamos el producto, atendiendo a todas las fases del proceso de desarrollo y operando por encima de los estándares de seguridad.
- Cuidamos de las personas, empezando por nuestro propio equipo y continuando con nuestros socios, proveedores y consumidores.
- Cuidamos de nuestro entorno, contribuyendo a generar un impacto positivo medible y duradero en el tiempo.



Acompañamos a nuestras marcas y a nuestros consumidores

Nuestros perfumes gozan del éxito comercial y también del reconocimiento y del cariño de varias generaciones de consumidores:

- TOUS Perfumes
- HALLOWEEN Perfumes
- EL GANSO Perfumes
- SCALPERS Perfumes
- Nightology Perfumes

En PyD también aprovechamos nuestro conocimiento de las cadenas de suministro y mercados internacionales para distribuir referencias internacionales:

- Goutal Paris
- Juliette has a gun
- Moschino*
- Missoni
- Versace*
- Michael Kors*
- Dsquared2*
- Brunello Cucinelli*
- Atelier Versace*
- Atkinsons*

*Acuerdo con EuroItalia para prestar servicios como agentes en España y Andorra.

Escuchamos a nuestras marcas y asumimos sus retos como propios

Cuando una marca nos contacta para crear o distribuir su fragancia, asumimos sus objetivos como un reto compartido. Cultivamos la escucha, la confianza y la honestidad, buscando una relación y un compromiso a largo plazo.

“Elegir a PyD ha sido un verdadero éxito. Han sabido captar el ADN de la marca desde el primer momento y han sabido transmitirlo en cada fragancia y cada acción”.

Álvaro y Clemente Cebrián, fundadores de EL GANSO

“Desde SCALPERS queremos agradecer la gran labor de PyD. Gracias a ellos, hemos descubierto el fascinante mundo de la perfumería selectiva y cómo el olor de una fragancia puede transmitirnos una infinidad de sensaciones o teletransportarnos a una de nuestras tiendas”.

Borja Vázquez, socio fundador de SCALPERS

“Hace ya más de dos décadas que comenzamos nuestra relación con PyD, un viaje lleno de aprendizajes en el que hemos logrado trasladar la propuesta de TOUS al mundo de la perfumería selectiva, llevando juntos la marca a todo el mundo”.

Rosa Tous, vicepresidenta corporativa de TOUS

Usamos nuestro conocimiento para impulsar al sector y al emprendimiento

PyD forma parte del tejido empresarial de nuestro país y juega un papel importante en el sector mundial de la perfumería y la cosmética. Somos una pieza en una actividad empresarial relevante, y utilizamos nuestro conocimiento y experiencia para hacer que personas y compañías emprendan nuevos proyectos comerciales de éxito.

Por eso participamos activamente en asociaciones y colectivos que impulsan la iniciativa emprendedora:

- Integramos la **Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA)**.
- Formamos parte de la **Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM)**.
- Somos socios de la **Fundación CREI00DO**, dedicada a orientar a las empresas medianas hacia sus objetivos.
- Nuestro presidente, Pedro Trolez Martínez, es socio del **Círculo de Empresarios de Madrid**.
- Pedro Trolez Cortina se ha incorporado a **YPO** (Young Presidents' Organization).

Una historia de compromiso, trabajo, innovación y familia

Como empresa familiar, la historia de PyD está unida a un apellido: Trolez. Pedro Trolez Álvarez –abuelo de Pedro Trolez Cortina, actual CEO, y padre de Pedro Trolez Martínez, actual presidente– empieza a trabajar en la industria farmacéutica en 1947, y en 1956 ya distribuye para los consumidores españoles los perfumes de una marca tan icónica como Christian Dior.

La siguiente rama de la familia Trolez llega en 1985, cuando Pedro Trolez Martínez entra a trabajar con su padre e introduce una visión más expansiva. En 1989, surge la oportunidad de empezar a colaborar con un nombre propio de la moda española: Jesús del Pozo. Trolez Martínez y del Pozo se unen para diseñar, fabricar y distribuir las fragancias del diseñador de moda madrileño.

Como resultado de esta colaboración surgen dos fragancias que hoy son referenciales: en 1992, la icónica **DUENDE**, y en 1997, HALLOWEEN Eau de Toilette, nuestra fragancia más reconocible, que en 2024 vendió 10 millones de unidades del frasco de 100 ml. Toda esta actividad creativa y comercial adquiere unidad empresarial en 1998 con la fundación de Perfumes y Diseño S.L., o PyD.

Si la última década del siglo XX estuvo marcada por la consolidación de la marca, PyD arranca el nuevo siglo con un reto desafiante: abrir el negocio al sector de la joyería. Con ese objetivo, en el año 2000 se crea la *joint venture* TOUS Perfumes, que fructifica, en 2002, en TOUS Eau de Toilette, un producto que resulta ser un éxito y que corrobora el acierto de asumir el negocio con ambición.

Con las fragancias propias y las distribuidas por PyD bien asentadas entre los consumidores, a mediados de la década de 2010 se vuelve a apostar por un movimiento audaz: trasladar al sentido del olfato dos marcas de ropa reconocidas por su frescura y estilo. Así se rubrican los dos acuerdos con **EL GANSO** y **SCALPERS**, firmados en 2017 y 2019, respectivamente, para lanzar sus gamas de fragancias.

La década de 2020 comienza con un gran lanzamiento: **Nightology**, un carrusel de creaciones olfativas que rompe los mejores pronósticos y alcanza el éxito comercial más allá de nuestras fronteras.

Además, la primera mitad de esta década es especial para PyD porque en 2023 se cumple el **25° aniversario de su fundación como compañía**. Aniversario que adquiere aún mayor relevancia cuando se produce el relevo generacional con la llegada al cargo de CEO de Pedro Trolez Cortina, tercera generación de la familia.

Con el nuevo CEO, y Pedro Trolez Martínez como presidente, el futuro inmediato de PyD se dibuja apasionante, con un horizonte de nuevos retos, la incorporación de nuevas marcas (como BIMBA Y LOLA) y la consolidación de mercados tan inmensos como EE.UU. y Caribe.

Tenemos por delante un escenario de enormes posibilidades que, sin embargo, asumimos con la misma seriedad y prudencia que han acompañado la historia de PyD y la han conformado como la empresa solvente, innovadora y conciliadora que es hoy.



Nuestros productos y marcas llegan a todo el mundo

PyD es una compañía global cuyas líneas de distribución alcanzan más de 90 países. El centro neurálgico está en Madrid, que actúa en consonancia con otras regiones del mundo gracias a *area managers* y coordinadores internacionales.

El esquema se completa con dos filiales en Panamá y Miami para apoyar el negocio en los países de Latinoamérica y el Caribe, respectivamente, y otra en Portugal.

Nuestra estructura, nuestro equipo

Corlever, S.L. (en adelante, PyD) es la sociedad matriz del grupo, domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es como holding del grupo. Las sociedades dependientes son:

PyD Holding, S.L.

Domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es el arrendamiento del resto de entidades del grupo y gestión de la tesorería del grupo (*cash pooling*).

Quasar Properties, S.L.

Domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la compra, venta, alquiler, parcelación y urbanización de solares.

Duende Capital, S.L.

Domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la suscripción, adquisición, gestión, disfrute y enajenación de acciones, participaciones y cualesquiera otros títulos.

PyD Comercial, S.L.

Domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la fabricación, comercialización, distribución y venta de productos de perfumería y cosmética de diferentes marcas.

Tous Perfumes, S.A.

Domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la fabricación, comercialización, distribución y venta de productos de perfumería bajo licencia de uso por la marca TOUS.

PyD USA, LLC.

Domiciliada en 153 Sevilla Avenue, Coral Gables, Florida, Estados Unidos. Su actividad principal es la comercialización y distribución de productos de perfumería y cosmética en EE.UU. y Caribe.

Aromas Internacionais, LDA.

Domiciliada en la zona industrial Olä, Rua da Etar, 12-A, en Portugal, e inscrita en la Conservatoria do Registro Comercial de Aveiro. Su actividad principal es la comercialización, distribución y venta de productos de perfumería y cosmética.

PyD Panamá S.A.

Domiciliada en Avenida Samuel Lewis y calle 56, Ciudad de Panamá. Su actividad principal es la prestación de servicios y comercialización de productos de perfumería y cosmética.

PyD Essence, S.L.

Domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la prestación de servicios de gestión y provisión de personal especializado para la promoción, venta y dinamización de productos en el punto de venta para distintas marcas.

Beauty Lab Twelve, S.L.

Domiciliada en la calle Santísima Trinidad, 803760 Ondara (Alicante). Su actividad principal es la formulación y comercialización de productos de dermocosmética.



Corlever, S.L.
(España)

**PyD
Holding, S.L.**
(España)

**Quasar
Properties, S.L.**
(España)

**Duende
Capital, S.L.**
(España)

**PyD
Comercial, S.L.**
(España)

**Tous
Perfumes, S.A.**
(España)

**PyD
USA LLC**
(USA)

**Aromas
Internacionais LDA**
(Portugal)

**PyD
Panamá, S.A.**
(Panamá)

**Beauty Lab Twelve,
S.L.**
(España)

**PyD
Essence, S.L.**
(España)

1.4 Nuestros valores nos definen y orientan nuestras acciones

El éxito comercial, creativo y reputacional de PyD es el resultado de los valores que cultivamos y que representamos todas las personas que formamos parte de la empresa.



Compromiso personal

Honesta pero no ingenua

El compromiso de PyD es un compromiso de respeto, transparencia y honestidad con cada una de las personas que formamos parte de ella. Entre nosotros, con clientes, proveedores y marcas. Antes, durante y después de cada proyecto, y también con nuestro sector, al que intentamos mejorar y aportar valor constantemente. Un compromiso que va más allá del negocio porque sabemos que tenemos la oportunidad de impactar positivamente en la sociedad, generando empleo, favoreciendo la integración social y laboral de personas con discapacidad a través de la Fundación Arcoíris, que colabora con la educación y el desarrollo profesional, o realizando acciones orientadas a disminuir el impacto medioambiental de nuestra actividad. Porque es nuestro nombre, el nombre de nuestra familia, y el orgullo de pertenecer a una gran compañía.



Impulso emprendedor

Audaz pero no imprudente

Nuestros orígenes definen lo que somos y PyD nació desde la vocación empresarial como una apuesta valiente y sincera. Nuestro espíritu independiente, conocimiento, tenacidad e integridad nos lleva, hoy y desde siempre, a ser capaces de salir de nuestra zona de confort para apostar en lo que creemos, e involucrarnos en aquellos proyectos y en aquellas personas que realmente merecen la pena.



Conocimiento eficaz

Experta pero no rígida

Somos expertos en el sector de la perfumería selectiva. Todo lo que hemos aprendido y todo lo que constantemente aprendemos nos permite ofrecer siempre la solución adecuada. Somos capaces de ofrecer una visión 360° de los proyectos y un acompañamiento de principio a fin con nuestros clientes en cualquier parte del mundo, adaptándonos cuando el reto lo requiere, porque la flexibilidad nos define y nos permite cumplir con el objetivo último de nuestro trabajo: la satisfacción del consumidor final.



Calidad integral

Exigente pero no soberbia

La calidad en PyD está presente en todo nuestro trabajo. En el resultado y en el detalle, en el proceso y en el trato con las personas. Porque aplicamos nuestra experiencia, nuestro conocimiento y nuestra creatividad en la creación de un producto, en su fabricación, en la forma en que se presenta, en la relación con las marcas y en la selección de los distribuidores más adecuados para ellas.

1.5 2025: un año de alianzas, expansión e impacto positivo

Crecimiento de nuestro universo

- Firmamos un acuerdo de licencia con **BIMBA Y LOLA** para crear sus fragancias.
- Alianza con **EuroItalia** en España y Andorra como agentes de sus marcas.

Al lado de nuestras marcas

- **TOUS Perfumes** refuerza su expansión internacional en la región DACH con LUXUM Beauty.
- Lanzamiento de una nueva web de **HALLOWEEN** Perfumes.
- Creación del Aula HALLOWEEN con IDEA LIBRE en Chumvi, Kenia.
- PyD y **OTEYZA** unen sus fuerzas para crear un nuevo universo olfativo.

Cuidado de nuestro talento

- Celebramos la II Edición de la PyD Americas Convention.
- Organizamos nuestro primer PyD Family Day.

Creación de impacto positivo en la sociedad

- *TOUS Perfumes colabora con la AECC en una acción solidaria contra el cáncer de mama.*



1.6 Cifras clave de 2025

Ventas:
consolidadas
(cifra de negocio)

117.627.361 €

EBITDA:
consolidado

28.135.345 €

EBIT:
consolidado

20.688.768 €

Ventas desglosadas por territorio

Información segmentada	Actividad	Importe 2025
España	Comercio al por mayor de productos de perfumería y servicios	42,95 %
Resto de Europa	Comercio al por mayor de productos de perfumería	20,61 %
América	Comercio al por mayor de productos de perfumería	32,94 %
África	Comercio al por mayor de productos de perfumería	0,37 %
Asia	Comercio al por mayor de productos de perfumería	3,13 %

