

Comment ADA Cosmetics voit l'avenir

Covid-19, pression sur les prix, développement durable : ADA Cosmetics doit faire face à de nombreux défis. Son PDG, Kai Bendix, présente aujourd'hui ses plans pour l'avenir de l'entreprise. Dans les années à venir le fabricant de cosmétiques hôteliers veut devenir encore plus performant, plus innovant et plus éco-responsable que jamais.

Kehl/Allemagne, septembre 2021 – Fournisseur du secteur de l'hôtellerie, ADA Cosmetics International, entreprise forte d'une longue tradition, est directement frappée par les répercussions de la pandémie de Covid-19. Pour Kai Bendix, son PDG, qui a repris la direction peu de temps après le premier confinement en juillet 2020, on ne peut pas parler d'une réception sur un tapis rouge – d'autant plus que les enjeux étaient de taille déjà avant la crise. Le marché du secteur des cosmétiques hôteliers fait face à une forte pression concurrentielle ; par ailleurs, les questions environnementales et de responsabilité sociale ont pris une importance de plus en plus grande au niveau économique.

C'est dans ce contexte qu'ADA Cosmetics a présenté sa stratégie de croissance. Sous le slogan « New ADA », le fabricant de cosmétiques hôteliers allemand veut renforcer le positionnement de la marque en investissant de façon massive dans le développement de produits innovants durables ainsi que dans son engagement RSE.

La majorité des produits deviennent durables

Ce changement de paradigme réclame l'élaboration de nouvelles solutions, déclare M. Bendix. La durabilité doit être un objectif clair lors du développement de produits. « Cela signifie que nous ne nous contentons pas d'atteindre ce qui est réalisable techniquement, mais que nous développons des solutions qui contribuent à la réalisation de l'objectif global », affirme le PDG, âgé de 52 ans. Pour mettre en œuvre de cette stratégie, M. Bendix veut promouvoir de façon intensive les idées de produits et les processus durables dans l'entreprise. Il est notamment prévu d'investir dans le domaine des systèmes-doseurs futuristes ainsi que dans une nouvelle génération de produits de soins pour la peau, plus jeunes et plus éco-responsables.

Le service R&D de l'entreprise travaille intensivement au développement d'articles innovants, en mettant l'accent sur une exploitation raisonnée des ressources, sur la prévention des déchets et sur un recyclage efficace. Un système de récupération de cartouches vides et un procédé de remplissage sans germes des systèmes-doseurs ouverts sont en cours d'élaboration. Au début de l'année prochaine, le fabricant lancera une nouvelle gamme de cosmétiques qui sera entièrement durable, du gel-douche à la lime à ongles. Dans le domaine de l'emballage, on continue de travailler avec persévérance pour accroître de façon significative le recours à des matériaux recyclés ou renouvelables.

Réorientation en Asie et entrée sur le marché de la grande distribution

ADA Cosmetics ne vise pas seulement une progression future forte sur les marchés européens clés, mais aussi dans le reste du monde. L'entreprise veut poursuivre son expansion sur le marché en croissance qu'est l'Asie, en particulier en Chine. M. Bendix connaît parfaitement ce marché y aillant travaillé pour la marque Nivea ; au cours des derniers mois, il y a mis en place une nouvelle structure qui coordonne et met en réseau les activités de vente, de la chaîne d'approvisionnement au marketing, au-delà des frontières. Parallèlement, les structures managériales ont été réorganisées. Grâce à la nouvelle équipe dirigeante, il sera possible de développer et de piloter l'expansion sur les marchés asiatiques avec une plus grande efficacité.

La nouvelle stratégie d'ADA Cosmetics s'appuie également sur le renforcement de sa capacité d'innovation. « À long terme, il est impossible de soutenir seul l'effort d'innovation », explique M. Bendix : « dans cette perspective, nous nous ouvrons de plus en plus vers l'extérieur. » Le management recherche donc activement des marques de produits de soins pour la peau dans le monde entier, ayant une image jeune et attrayante, en vue d'une coopération. Les potentiels pour les deux parties sont énormes. ADA Cosmetics aura ainsi accès à de nouvelles idées de produits séduisantes. Parallèlement, cette approche permet de soutenir l'entreprise dans son projet d'entrer sur le marché de la grande distribution et de développer une seconde branche d'activité. Simultanément, ADA Cosmetics donnera à ses jeunes partenaires les moyens de développer des concepts de produits solides et d'accéder à de nouveaux groupes cibles et de nouveaux marchés, également à l'international.

Malgré l'impact de la Covid-19, tout indique qu'ADA Cosmetics est de nouveau en phase de croissance, ce dont témoignent les propos optimistes du PDG : « Avec « New ADA », nous serons dans les prochaines années encore plus performants, plus innovants et plus durables que jamais ».

4923 signes, espaces compris

Contact entreprise

Rudi Bedy | Marketing Communication Director | ADA Cosmetics International GmbH
T +49 7853 898 561 | rudi.bedy@ada-cosmetics.com



© ADA Cosmetics

« Dans les prochaines années, la société ADA Cosmetics veut être encore plus performante, plus innovante et plus durable que jamais ».

Kai Bendix, directeur d'ADA Cosmetics depuis juillet 2020

Diplômé d'une école de commerce, le PDG dispose d'une longue expérience dans la direction de sociétés et de marques de rang international, telles que Toppits (Cofresco Frischhalteprodukte/groupe Melitta) et NIVEA (Beiersdorf)

À propos d'ADA Cosmetics

Depuis 1979, ADA Cosmetics développe et produit des cosmétiques hôteliers et des systèmes-doseurs haut de gamme sur mesure pour le secteur de l'hôtellerie. Aujourd'hui, l'entreprise fournit environ 20 000 clients dans le monde entier : du luxueux complexe hôtelier 5 étoiles à l'hôtellerie familiale indépendante en passant par l'hôtellerie d'affaires. Le cœur de cible du fournisseur leader en Europe est principalement les hôtels allant du 3 au 5 étoiles.

Son portefeuille comprend plus de 20 marques, qui vont des concepts lifestyle aux produits de soins premium axés sur le bien-être, en passant par des produits cosmétiques naturels certifiés et des lignes de produits cosmétiques fabriquées et distribuées par ADA pour des marques internationales de créateurs renommés. ADA Cosmetics est l'inventeur, leader du marché, dans le domaine des systèmes-doseurs hygiéniques innovants.

Toute la chaîne de création de valeur de l'entreprise, qui est certifiée ISO 14001 et « Cradle-to-Cradle », est axée sur une gestion écologique de développement durable. En tant que pionnier dans la branche, ADA Cosmetics a été le premier fabricant à utiliser des matières premières biodégradables et à mettre sur le marché des gammes de cosmétiques certifiées bio ainsi que des produits cosmétiques issus du commerce équitable.

Ayant son siège à Kehl, en Allemagne, et des sites de production en République tchèque et en Malaisie, l'entreprise forte d'une longue tradition emploie 700 personnes dans le monde entier et est présente dans plus de 50 pays en Europe, au Moyen-Orient, en Asie et aux États-Unis. www.ada-cosmetics.com.