

INFOS PRESSE

ARgENTUM apothecary et ADA Cosmetics annoncent la signature de leur partenariat mondial

Les cosmétiques hôteliers seront bientôt dotés des propriétés de l'argent, ADA Cosmetics ayant signé un accord de partenariat mondial avec la marque de soins et d'art de vivre grand luxe qu'est ARgENTUM apothecary.

Kehl, Allemagne, juin 2022. Proposer des produits haut de gamme uniques qui nourrissent non seulement la peau, mais aussi l'âme et les sens. Tel était le rêve de Joy Isaacs, fondatrice et directrice générale d'ARgENTUM apothecary, un rêve qu'elle a réalisé en 2011. Convaincue qu'au cœur de la beauté se trouve l'équilibre, la marque ARgENTUM apothecary maintes fois récompensée propose des soins puissants infusés d'un élixir d'argent breveté.

Grâce à ce partenariat mondial signé avec ADA Cosmetics en février 2022, les produits ARgENTUM seront disponibles pour les hôtels de luxe du monde entier au courant de cette année. Au cœur de la marque britannique se trouve la fusion de deux ingrédients essentiels, l'hydrolat d'argent et l'ADN HP, inspirés par les travaux de scientifiques lauréats du prix Nobel. Créée en collaboration avec le Dr Gilbert Mouzin, figure de proue de la dermo-cosmétique, cette formule révolutionnaire s'appuie sur les propriétés exceptionnelles de l'argent pour transformer la peau.

Par ailleurs, ARgENTUM apothecary partage le fort engagement d'ADA Cosmetics en faveur de la durabilité. Les produits haut de gamme de la marque sont composés uniquement d'ingrédients d'origine naturelle, triés sur le volet. Leur parfum raffiné et exclusif a été imaginé à Grasse. Les crèmes de jour et de nuit, le masque, le nettoyant, la lotion pour le corps et l'huile pour le visage sont présentés dans des pots et flacons en verre violet innovant qui bloque le spectre complet de la lumière visible, à l'exception de la lumière violette, prolongeant ainsi la durée de vie et les propriétés de chaque produit.

Dans le respect de la philosophie d'ARgENTUM, à savoir que la beauté émane de l'équilibre, chaque produit contient l'une des 12 cartes d'archétypes : Créateur, Sage, Magicien, Ange gardien, M. et Mme tout le monde, Dominant, Fou, Innocent, Rebelle, Explorateur, Héros et Amoureux. La carte que l'on obtient est une question de hasard, une invitation à puiser de l'énergie dans son imagerie et son symbolisme, à réfléchir à la beauté intérieure et aux modèles que nous partageons tous.

« Avant tout, ADA est une entreprise qui partage l'éthique et les valeurs d'ARgENTUM en matière de luxe et de durabilité. Il était donc logique de s'associer au leader mondial des produits cosmétiques pour l'hôtellerie », explique Joy Isaacs. « Ensemble, nous sommes convaincus de pouvoir proposer des instants de bien-être magiques et mémorables aux grands hôtels de luxe du monde entier. »

Gerd von Podewils, CMO du groupe ADA, est tout à fait d'accord avec elle. « Notre partenariat avec ARgENTUM est une occasion passionnante de partager une histoire et une expertise extraordinaires en matière de soins de la peau avec notre clientèle internationale », déclare-t-il. « Joy Isaacs est une fondatrice profondément visionnaire et charismatique, c'est un plaisir de nous associer avec elle et d'ajouter sa marque unique à notre portefeuille. Nous voyons un grand potentiel pour ARgENTUM apothecary, notamment en Asie, où elle a déjà attiré une attention considérable. »

À propos d'ARgENTUM

ARgENTUM est une marque de soins de la peau maintes fois récompensée qui mise sur la force intemporelle de l'argent. Fruit de nombreuses années de recherche dans le domaine de la dermo-cosmétique, la formule d'ARgENTUM est basée sur la fusion de deux ingrédients essentiels :

l'hydrolat d'argent et l'ADN HP. Il en résulte une gamme de soins naturels et super hydratants qui améliorent les rides et ridules, et la texture générale de la peau. ARGENTUM inspire la beauté grâce à un équilibre entre sa science révolutionnaire et la psychologie de la beauté, en s'inspirant du symbolisme et de la poésie des 12 archétypes.

À propos d'ADA Cosmetics

ADA Cosmetics développe et fabrique des cosmétiques haut de gamme et des systèmes-doseurs pour les hôtels, les bateaux de croisière et les compagnies aériennes. La marque compte environ 20 000 clients dans le monde. Sa mission est de proposer des solutions sur mesure à ses clients, principalement des groupes hôteliers 3, 4 et 5 étoiles et des enseignes hôtelières indépendantes. Le portefeuille de plus de 20 marques d'ADA comprend des marques de luxe, des noms exclusifs et des designers internationaux, ainsi que des cosmétiques naturels certifiés biologiques et des gammes grand public et économiques. Depuis plus de 40 ans, ADA Cosmetics innove et est en tête d'un marché spécialisé dans les systèmes-doseurs hygiéniques. L'ensemble de la chaîne de valeur de cette entreprise certifiée ISO 14001 et « Cradle to Cradle » est axé sur des pratiques commerciales écologiques et durables. Présent sur tous les continents et doté de ses propres sites de production en Europe et dans la région Asie-Pacifique, le premier fournisseur européen de cosmétiques hôteliers de marque est implanté à Kehl, en Allemagne, et emploie plus de 700 personnes dans plus de 50 pays en Europe, au Moyen-Orient, en Asie et aux États-Unis. www.ada-cosmetics.com