



NISSABA

FRAGRANCES FROM EARTH

DOSSIER DE PRESSE

CONTACT PRESSE

Nathalie Garnier – Whatever She Wants – P/ 06 15 19 45 57 –
nathalie@agenceWSW.com



NISSABA : DES PARFUMS & DES HOMMES

Nissaba est une maison de parfums avec une approche créative authentique qui consiste à faire assembler par de grands parfumeurs le meilleur des ingrédients locaux d'un pays.

Un point d'ancrage à rebours du processus de création classique de la parfumerie, qui part de l'identification des matières premières d'une région, puis dresse l'inventaire rigoureux des meilleurs extraits naturels de ces terroirs à partir duquel sera composée la formule de chaque parfum.

Un panorama inédit pour stimuler la créativité des parfumeurs et les challenger à élaborer des associations à partir de ces seuls éléments.

Une voie innovante qui confère à chaque parfum de la marque le rôle d'ambassadeur de ces terres et terroirs, sans oublier celui des hommes et des femmes qui cultivent et récoltent les matières premières inscrites dans leur composition.





LE DEFI D' UNE CREATIVITE LIBRE

La collection de parfums NISSABA célèbre la nature sur les cinq continents. Elle a été élaborée avec la contribution de sept parfumeurs issus de la maison Firmenich : Nicolas Bonneville, Sebastien Cresp, Ilias Ermenidis, Alexandra Monet, Fabrice Pellegrin, Coralie Spicher et Frank Voelkl.

La marque a choisi de donner aux parfumeurs une liberté totale pour développer leurs parfums : pas de limite de budget pour les ingrédients permettant de larges dosages, pas de référence à des produits déjà existants, pas de tests consommateur, pas de genre ni de classification olfactive prédéfinis, et une forte concentration pour une eau de parfum.

En partant d'une liste d'extraits naturels provenant de la même région, ces parfumeurs ont donc été en mesure d'exprimer leur créativité d'une manière originale, par des associations d'extraits naturels qui ne sont pas habituellement combinés dans les schémas traditionnels de la parfumerie.

La finalisation des parfums a consisté en la recherche d'une harmonie globale intégrant ce noyau "ingrédientsaire" largement dosé dans un accord global aux multiples facettes, pour aboutir à des parfums uniques et signés.

Cette approche les a tout d'abord surpris, puis intéressés et captivés. Ils se sont ensuite laissés entraîner par la recherche d'une atmosphère globale, explorant la meilleure combinaison possible entre les ingrédients locaux. De véritables projets artistiques !



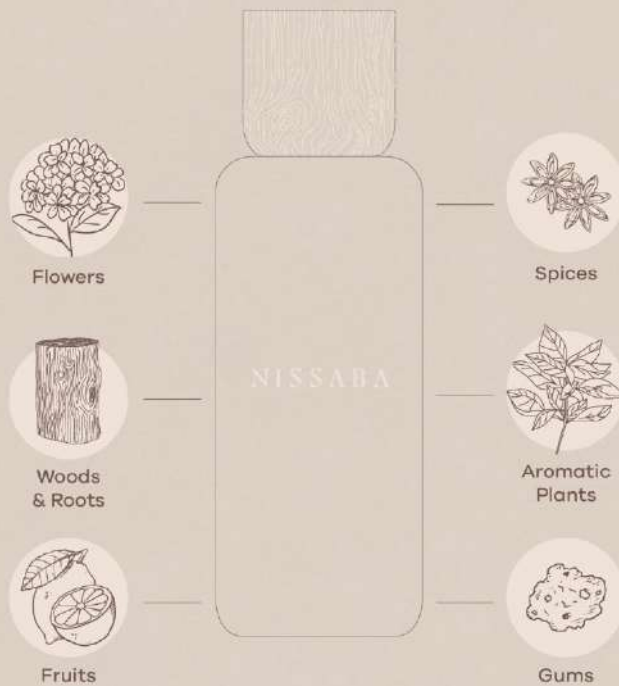
Associer
les meilleurs extraits naturels
d'une origine majeure
pour la palette du parfumeur



Construire un accord facetté et
cohérent avec ce cœur ingrédientaire

Specs 'techniques'

Concentration 18 – 22 %
Origine naturelle 90%
Alcool bio
'Clean' beauty standards
Sans additifs





LE TERROIR EN PARFUMS

Nissaba présente une collection de 6 parfums construits autour des meilleurs extraits naturels issus des meilleures origines de plantes à parfum.

« On a fixé le point d'équilibre à 90% d'origine naturelle au moins, afin de maximiser la naturalité mais en laissant accès aux molécules pour rester dans la Haute Parfumerie. Notre alcool est certifié bio, et d'origine France.

Mais le plus important c'est de faire une formulation avec les meilleurs extraits naturels des meilleures origines afin de créer les bonnes conditions pour les parfumeurs, rendre hommage aux cultivateurs de plantes à parfum et à leur savoir-faire ».





TIERRA MAYA

Un ambré boisé lumineux et addictif
autour du Baume Pérou et de la Cardamome d'Amérique centrale.

«C'est un hommage aux forêts primaires de l'Amérique centrale qui et en tout premier lieu à celles qui donnent naissance au Baume Pérou une filière très 'niche' et unique au monde, fascinante par son caractère artisanal et traditionnel, et qui produit un des ingrédients les plus premium de la palette. En second lieu ce sont les forêts du Guatemala auxquelles nous avons pensé, elles servent d'ombrage aux plantations de cardamome, qui est la meilleure au monde ; elle a été intégrée en association avec d'autres épices et notamment la cannelle. Avec ces ingrédients le parfumeur Ilias Emernidis a construit un accord baumé, ambré et boisé, relevé d'un petit twist : un duo de roses qui donne à cette fragrance un profil résolument oriental



Tête - Des extraits de graines vertes de cardamome du Guatemala et associé avec de la cannelle pour duo d'épices chaud et froid qui signe la fragrance.

Cœur - Un duo addictif d'extraits superfluides de Rose Damascena et Centifolia, avec de l'huile essentielle de cardamome du Guatemala.

Fond - Un intense baume du Pérou du Salvador dans un accord ambré moderne.

Dans ce parfum, **ILIAS ERMENIDIS** place le baume du Pérou au centre du parfum. Il apporte de la profondeur à un accord ambré moderne, agrémenté de muscs et d'une longue liste de magnifiques ingrédients naturels.

Des extraits de cardamome verte de la plus haute qualité sont inclus dans un bouquet d'épices froides et chaudes qui signent le parfum.

Un duo des meilleurs extraits de roses Centifolia et Damascena a été intégré pour ajouter une touche addictive.





CHACO

Un accord thé avec la fraîcheur d'une Cologne autour du maté,
des feuilles de petitgrain et du bois de palo santo du Paraguay

« Dans notre volonté de couvrir les cinq continents pour notre première collection, nous avons choisi le Paraguay pour l'Amérique du Sud, car o n y trouve des ingrédients singuliers, à commencer par le Guaic, un bois qui ne se trouve que dans la forêt du Chaco, qui a donné donc son nom au Parfum. La parfumeuse Alexandra Monet a choisi de faire un parfum qui ait la fraîcheur d'une Cologne sur la base d'un accord thé vert autour du maté, car il se combine bien avec le petitgrain et les différentes cutures d'agrumes très présentes dans ce Cône Sud. Ces associations inhabituelles ont donné naissance à un parfum frais et singulier.



Tête - Un absolu de Yerba mate du Paraguay placé au coeur d'un bouquet d'agrumes avec de la bergamote et du Lemon Sfuma Essence

Cœur - Une huile essentielle de Petitgrain du Paraguay dans un accord de thé vert, relevé avec des huiles essentielles de lavandin et de cardamome

Fond - Un extrait de Gaiac du Chaco paraguayen, associé avec les facettes boisées de vétiver et d'un duo d'huiles de cèdre

Le Chaco est la deuxième plus grande forêt primaire d'Amérique latine, qui s'étend à travers le Paraguay, la Bolivie et l'Argentine. Cette région est appelée également la forêt impénétrable, pour sa formation incroyablement dense. Le Chaco est la seule origine du bois de gaïac, connu localement sous le nom de "Palo Santo".

Pour les parfumeurs, cette région est également réputée pour l'huile essentielle de petitgrain, les extraits naturels de feuilles de maté, et pour être une source importante de la culture d'agrumes.

Tous ces ingrédients locaux ont inspiré **ALEXANDRA MONET** pour la création d'une cologne chaude avec une structure thé et une signature distinctive. Le petitgrain et le maté sont associés et jouent un rôle central apportant leur profil hespéridé et de thé, tandis que le gaïac vient en note de fond, dans un bouquet de bois.





SULAWESI

Un mélange multisensoriel de terre, bois et épices.
La quintessence des ingrédients de l'archipel Indonésien

« L'Indonésie était une évidence pour notre première collection, terroir est majeur pour la palette du parfumeur. Nous sommes partis du patchouli issu de l'île de Sulawesi et l'idée centrale a été d'y associer une overdose de muscade et des essences de giroflier, afin de constituer un bouquet des épices les plus ioniques de l'archipel. Pour réunir la quintessence complète des ingrédients Indonésiens les plus nobles de la palette du parfumeur, nous avons souhaité intégrer également le vétiver de Java et des extraits de gomme de Benjoin originaires du nord de Sumatra. Nicolas Bonneville a réussi le tour de force de combiner tous ces ingrédients dans cette création qui couvre ainsi les toutes îles principales de l'archipel ».



Tête - Des huiles indonésiennes de noix de muscade et de baies de genièvre pour une ouverture aromatique épicée

Cœur - Un absolu de benjoin ambré de Sumatra, agrémenté d'huiles essentielles indonésiennes de feuilles et de bourgeons de clou de girofle

Fond - Des extraits de premier choix de patchouli indonésien, de cèdre et de vétiver de Java, rehaussés d'ambrox, pour un profil boisé puissant et moderne

Sulawesi est la principale île de culture du Patchouli aujourd'hui en Indonésie, après des décennies de déplacement progressif de cette plante de sa terre d'origine à Aceh, vers les parties orientales de l'archipel.

L'huile essentielle de Patchouli, emblématique de ce pays, a été le point de départ de la fragrance, qui contient des extraits de haute qualité de Patchouli, combinés à des ingrédients issus des forêts Indonésiennes.

NICOLAS BONNEVILLE a finalisé sa composition par des extraits de cèdre, de l'ambrox et des muscs afin d'offrir une fragrance boisée et ambrée exceptionnelle.

vimeo.com/762354953





GRANDE ILE

Un ambré réconfortant qui célèbre les plus belles épices de Madagascar

« Ce parfum était tout en haut de notre liste, car Madagascar est l'un des terroirs les plus importants pour la palette du parfumeur. Surtout, nous avons dès le départ l'intention de lier cette création avec l'école d'agriculture Mahadera, un lieu fantastique d'enseignement, unique sur la Grande Ile. Bien entendu le premier ingrédient auquel on pense est la vanille, cependant nous ne voulions pas un parfum typé vanillé, donc la vanille vient plutôt en second plan pour apporter du réconfort et la rondeur. Ce que nous avons voulu mettre en avant plutôt ce sont les épices locales, en premier lieu le poivre noir de Madagascar et la baie rose de l'océan Indien, qui sont ce qui se fait de mieux dans la palette du parfumeur, et l'essence de giroflier, une activité très importante pour les populations locales. Voilà ce que nous avons demandé à Frank Voelkl : combinons ces ingrédients ensemble dans un parfum qui soit une émanation du sol malgache ».



Tête - Extraits superfluides de poivre noir et de baies roses de Madagascar pour le côté épicé.

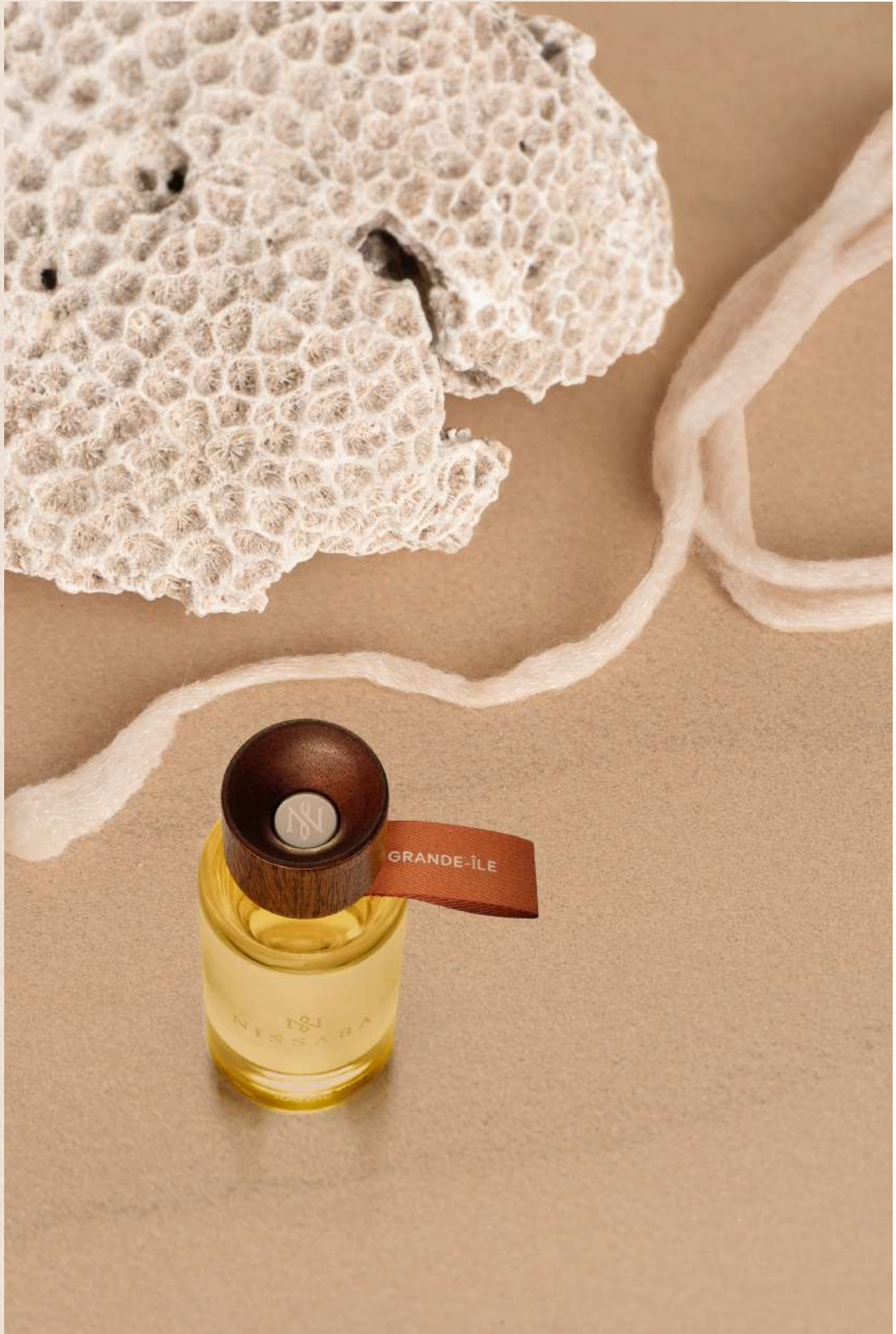
Cœur - Une infusion de concrète de vanille bourbon pour donner au parfum un caractère réconfortant.

Fond - Un bouquet boisé à base de cèdres, de patchouli et de gaïac pour lui donner un caractère unisexe et de la rémanence

Grande Ile est le nom donné par les habitants de Madagascar à leur pays. Ce parfum célèbre la plus grande île de l'océan Indien, un pays fascinant et terre d'origine de nombreuses épices.

Les épices malgaches constituent la structure de ce parfum. Il contient des extraits naturels de poivre noir et de baies roses, tous deux extraits par un procédé d'extraction de haute qualité. Il comprend également une infusion de concrète de vanille bourbon, qui apporte du réconfort et arrondit ce parfum épicé. La vanille a été associée à des extraits de bois et à d'autres ingrédients naturels dans une combinaison aux multiples facettes.

Avec ce parfum, **FRANK VOELKL** a mis à l'honneur Madagascar, sa fantastique biodiversité, et rendre un vibrant hommage aux cultivateurs de vanille de la Sava.





PROVENCE

Un bouquet provençal riche et aromatique issu des terres rocailleuses de la Haute Provence

« On parle souvent de Grasse, mais moins de la Haute Provence, et pourtant la richesse de ce terroir français situé en altitude de part et d'autre de la Durance est encore plus vaste. De plus encore aujourd'hui les huiles essentielles issues de plantes à parfums restent une activité vitale pour l'économie de ces villages provençaux perchés en altitude. Nous avons souhaité combiner tous les principaux ingrédients locaux à profil aromatique, à commencer par la lavande bien sûr, avec une lavande très premium, la lavande Diva, puis le lavandin et l'hysope, et enfin la sauge, une culture très importante aujourd'hui.

*Pour terminer nous avons également inclus des essences de coriandre cultivées dans cette région. Ce sont donc cinq plantes, sous la forme de huit extraits qui sont dans le parfum Provence. Ensuite il me tenait à cœur de travailler avec des parfumeurs issus de cette région, en l'occurrence **SÉBASTIEN CRESP**, et par ailleurs de faire le lien avec la SCA3P, la plus grande coopérative française d'huiles essentielles, dont proviennent tous ces ingrédients.*



Tête - Huile de menthe pour la fraîcheur, puis une ouverture verte épicée avec des graines de coriandre de Provence et des extraits de poivre noir.

Cœur - Extraits de lavande 'Diva', extraits de sauge sclarée et absolus de lavandin afin de créer un mélange puissant de Haute Provence au coeur du parfum

Fond - Hysope de Haute Provence pour intensifier et étendre le profil aromatique, avec une base de bois de santal et de cèdre.

Le parfum Provence rend hommage aux plantes aromatiques cultivées en altitude autour de la vallée de la Durance, dans cette belle région de Haute Provence, célèbre pour ses champs de lavande. Il a été réalisé par un parfumeur originaire de la région : **SÉBASTIEN CRESP**.

Il contient un mélange d'huiles essentielles et d'absolues des plantes à parfum les plus importantes de cette région, pour former un parfum aromatique chaleureux.

Ce parfum est une authentique célébration de l'agriculture dans ce terroir riche, coloré et emblématique du sud de la France.

vimeo.com/762354093





BERBERA

Un récit mystique autour d'un trio d'encens fumés et d'épices irisées qui met en lumière la Corne de l'Afrique. Une fusion puissante qui résonne avec intensité à travers les paysages somaliens et leurs ingrédients emblématiques classés parmi les plus anciens en parfumerie : la myrrhe, l'opoponax et les gommages d'encens.

« Parmi toutes les filières d'ingrédients naturelles au monde, nous voulions faire découvrir la plus mystérieuse, la plus méconnue et la plus difficile d'accès : l'encens de Somalie. Le travail a consisté à associer dans un seul parfum les principales gommages récoltées de la région du Somaliland : l'olibanum (ou encens), la myrrhe et l'opoponax, afin de créer un parfum qui nous relierait à cette tradition millénaire si fascinante : le gemmage des arbres, puis la collecte des gommages dans des espaces désertiques de la corne de l'Afrique. Tous ces précieux ingrédients suivent ensuite une chaîne humaine de collecteurs et convergent en direction du port de Berbera, pour rejoindre d'autres pays où ils seront extraits sous différentes formes puis être finalement mis à disposition des parfumeurs ».



Tête - Un extrait superfluide d'encens épicé rencontre l'élémi résineux et un duo d'essences de muscade et de poivre noir.

Cœur - Un encens cuiré et poudré vient rehausser une myrrhe chaude.

Fond - Des gommages d'encens pyrogénées aux facettes ambrées enrichissent un extrait superfluide d'opoponax de Somalie.

Ces matières premières sont parmi les plus anciens ingrédients de parfumerie du monde. Elles proviennent de la vaste région montagneuse et désertique du Somaliland et ont été collectées à l'état sauvage exactement de la même manière depuis cinq millénaires.

BERBERA est ainsi également un clin d'oeil à la ville portuaire du même nom où la récolte de ces gommages transite avant de rejoindre les laboratoires des grands noms de la parfumerie, à Paris, à Grasse ou à New-York.

Magnifier ces ingrédients a été un terrain de jeu extraordinaire pour le parfumeur Fabrice Pellegrin, qui aime les ingrédients riches, sophistiqués et bien texturés. C'est la toute première fois que qu'il compose un parfum à partir d'un assemblage de différentes gommages. Elles ont été mélangées pour offrir un flux narratif continu et vertical, et une fragrance de longue durée. Pour ce projet, il a formé un duo avec Coralie Spicher. La jeune femme, amoureuse des senteurs et des ingrédients naturels, a su relever le challenge lancé par la marque pour travailler avec une palette restreinte d'ingrédients, ici devenus de facto, ambassadeurs de leur terroir et de son histoire.





UNE MARQUE DE CONVICTIONS

Nissaba est née des expériences et des convictions de Sébastien Tissot. Après avoir mené une longue carrière en tant que responsable de l'approvisionnement durable des ingrédients naturels pour le groupe Firmenich, Sébastien a imaginé une marque de parfums ayant un engagement sincère et une éthique rigoureuse. Cette idée a mis du temps à se concrétiser, cherchant les partenaires qui pouvaient l'aider à atteindre cet objectif.

« Pendant près de 10 ans, j'ai dirigé le « Responsable sourcing » de la maison Firmenich. Il s'agissait d'assurer la responsabilité de l'approvisionnement sur toute la chaîne de valeur.

Ce projet m'a conduit à travailler sur l'alignement entre les demandes des clients, les impératifs business, les besoins de la « sustainability » et la chaîne de fournisseurs, avec notamment les acheteurs de matières premières. J'ai pu découvrir le point de vue de toute la chaîne : celui des marques, des parfumeurs, et de toute la supply chain – des exportateurs d'ingrédients naturels jusqu'aux agriculteurs. J

e suis beaucoup allé sur le terrain et me suis nourri de l'ensemble des avis de cette chaîne pour répondre à la question « c'est quoi, un parfum durable ? ».

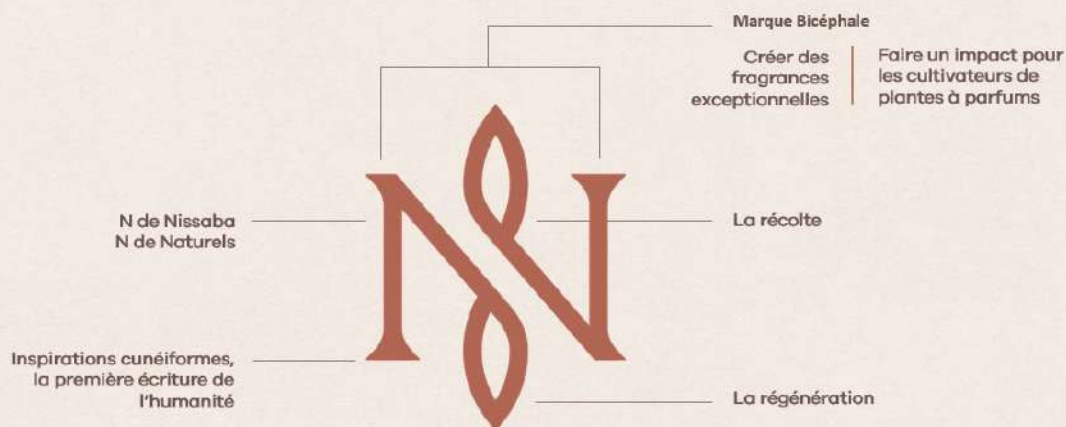
Cette recherche m'a inspiré dans la création de ma marque, que j'imaginai « fully sustainable » sur toute la chaîne de valeur. Le rêve était surtout d'aller vers l'impact positif, de façon environnementale, sociale et économique ».

C'est en septembre 2021 que son chemin croise celui d'Éric Stucky de Quay qui le rejoint pour apporter sa compétence en matière commerciale. Après 15 ans dans l'industrie du parfum chez L'Oréal avec des responsabilités de direction au siège parisien, Éric souhaitait mettre ses connaissances au service d'un projet impactant.



Ensemble, ils vont renforcer les fondamentaux de la marque Nissaba, la façonner pour devenir une de marque de référence pour l'impact positif selon un plan d'actions ciblées tant au niveau de la marque que du produit, dans le but ultime et principal d'aider les communautés de cultivateurs d'ingrédients à l'origine de ses parfums.

Pour y parvenir, l'entreprise investit 5 % de ses revenus dans des projets locaux visant à soutenir les communautés de cultivateurs de plantes à parfum, dans une démarche de mise en œuvre de pratiques culturelles adaptées localement, contribuent à la transmission de leur savoir-faire et à la promotion de pratiques agricole vertueuses,



« Pour moi, l'innovation responsable principale, c'est le business model que j'ai à cœur de mettre en place : la double ambition de proposer « une marque désirable » avec un ADN fort et différencié, et celle de proposer une marque à impact, via le financement de projets d'agriculture. Nous allouons 5% de nos ventes à cette ambition. »



Aujourd'hui, la marque contribue à financer deux projets, dont un directement lié aux matières premières présentes dans les fragrances de la collection.

« A Madagascar, nous sommes adossés à l'école d'agriculture 'Mahadera' qui est une école de formation professionnelle pour les adolescents, établie au cœur de la région de la SAVA, zone de culture de la vanille.

Nous accompagnons les jeunes diplômés afin qu'ils ne soient pas uniquement dépendants de la vanille. En effet, le prix de cette épice est très volatile, et c'est difficile d'anticiper les cours. Ainsi, il est nécessaire d'avoir d'autres options.

Des agronomes dessinent le projet avec nous. Nous finançons l'acquisition de plants et d'arbres tels que le café, le girofle, le bois de chauffe....

Nous accompagnons ensuite les jeunes diplômés dans la plantation, en modèle micro-agroforesterie. »

C'est un travail d'équipe, avec des partenaires impliqués comme Authentic, l'exportateur malgache de vanille avec qui nous travaillons ou la maison de composition Firmenich, créatrice de nos jus, qui participe au financement de l'école.

Tout cela est intimement lié à la raison d'être de notre marque : accompagner les hommes et femmes de la filière des plantes à parfum, en s'adossant à des écoles d'agriculture. »

Le deuxième projet se situe dans la partie orientale du Paraguay, en collaboration avec une Fondation qui possède une école au sein de la réserve de biosphère de Mbaracayu, bordée de nombreuses petites exploitations de maté et de petitgrain. Ce projet vise à promouvoir la culture pérenne de ces productions de rente par des pratiques culturelles intégrées et régénératives, associant également les cultures vivrières et l'agroforesterie.

« Nous avons déjà accompagné une cinquantaine d'élèves à l'issue de notre première année (40 à Madagascar et 10 au Paraguay) ».



L' ORIGINE DU NOM NISSABA

Ces partenariats avec des écoles d'agriculture ont inspiré le choix du nom Nissaba pour la marque.

L'agriculture, l'écriture et les écoles ont été toutes inventées en Mésopotamie.

Nissaba est l'une des plus anciennes divinités sumériennes attestées et est restée une déesse importante à travers de nombreuses périodes de l'histoire mésopotamienne.

A l'origine déesse du grain et des céréales, parce qu'il fallait formaliser les échanges de denrées agricoles, Nissaba est devenue la patronne de l'écriture. Les premières écoles du monde la louaient, car en inventant l'écriture, elle a rendu possible la transmission du Savoir.

« Les toutes premières écoles avaient le symbole de Nissaba sur leur fronton. Et ainsi, avec nos projets au sein de Nissaba, nous allions naturellement l'agriculture à l'enseignement ».



At Nissaba, we honor nature
with fragrances that connect us
to the soils, plants and forests
they come from.

FROM EARTH



DES FORMULES 'CLEAN'

La marque a pris la décision délibérée d'exclure les ingrédients synthétiques les plus controversés (environ une quinzaine), en conformité avec les standards les plus exigeants de la 'clean beauty', répondant ainsi aux normes les plus strictes du marché.

Enfin les parfums sont formulés sans aucun additif, sans filtres UV, sans colorants, et sans stabilisateurs. Il y en a dans pratiquement tous les parfums.

L'alcool utilisé dans tous les parfums est issu de l'agriculture biologique et provient de blé français. La teneur totale en origine naturelle varie entre 90% et 93%

DISTRIBUTION

La marque est distribuée dans 15 pays et 40 points de vente, dans des parfumeries indépendantes et dans des grands magasins comme Printemps Haussmann Paris, Selfridges London, et Bongenie Grieder Genève .





ECO CONCEPTION ET CIRCULARITE

En partant d'une page blanche, les deux fondateurs de Nissaba ont opéré des choix nets dès le départ pour minimiser l'empreinte environnementale de leur collection. En premier lieu, ils ont fait le choix radical d'un flacon de verre présentant un rapport optimal entre le poids et la contenance. Ceci conduit à réduire l'empreinte carbone de 50% par rapport à un flacon de parfum traditionnel, généralement fait d'un verre très lourd conformément aux codes du luxe classique.

Les bouteilles ne possèdent pas d'étiquette en papier, mais une gravure au laser, ce qui permet d'éviter le besoin d'encre et de colle.

Chaque flacon de parfum est rechargeable soit via des recharges à emporter, soit en boutique, ce qui permet aux consommateurs qui le souhaitent de diminuer encore davantage leur empreinte sur l'environnement.

Le bouchon est fabriqué en bois certifié FSC, et ne comporte pas d'inserts en plastique ou en métal. De manière cohérente, les composants et les produits finaux sont approvisionnés dans un rayon de proximité autour de Genève (Suisse), le siège social de Nissaba.

ECOCONCEPTION

- CAP**
FSC certified wood
- RIBBON**
Upcycled polyester
- ENGRAVING**
No paper, no glue, no ink
- BOTTLE**
Lowest possible carbon footprint for a 100ml bottle and with 15% upcycled glass

CIRCULARITY





Et pour aller plus loin, les projets d'impact de Nissaba intègrent une composante agroforestière, se traduisant par des plantations d'arbres à parfums, réalisées et entretenues par les agriculteurs soutenus par la marque. Cette démarche permet de réduire encore l'empreinte carbone globale de la marque.



« Nous avons essayé de minimiser notre empreinte environnementale sur le parfum et le flacon.

Sur le flacon, nous avons travaillé sur l'empreinte carbone en particulier : le verre a une empreinte d'environ 80g de CO₂

Également, le flacon est rechargeable, il n'est pas teinté, nous n'y mettons pas d'étiquette pour ne pas perturber le recyclage, et pour toutes les pièces nous nous fournissons dans un rayon de 300km autour de Genève »



TITRES ET RECONNAISSANCES

L'arrivée de NISSABA sur le marché de parfumerie est marquée (et remarquable) par de les récompenses les plus importantes du secteur :

Fragrance Foundation France : « espoir de la parfumerie dans la catégorie innovation responsable » ; un prix attribué par un jury de 8 experts de la RSE. Il récompense l'innovation et l'engagement global en matière environnementale et sociale.

Cosmétique Mag Indies : à l'occasion des Indies Days, le magazine professionnel décerne à Sébastien Tissot, fondateur de Nissaba Parfums « Prix de la créativité », et une Médaille d'or dans la catégorie parfums.

Cosmetique Mag Awards : une médaille d'or pour les fragrances mixtes avec son parfum GRANDE ILE, une médaille d'or pour l'éco conception parfums et enfin le prix « Coup de cœur du jury » attribué à NISSABA parmi les 100 marques en compétition, en récompense des efforts de Sébastien Tissot et d'Éric Stucky de Quay pour le lancement d'une marque vertueuse, éco-conçue et transparente.

Marie Claire UK : la marque s'inscrit dans le palmarès des 100 marques engagées à suivre et reçoit le « Marie Claire UK Sustainability Awards 2023 ».





WWW.NISSABA.COM



CONTACT PRESSE

Nathalie Garnier – Whatever She Wants
P/ 06 15 19 45 57 – nathalie@agenceWSW.com