



Marché

Créée en 1911, la célèbre boîte bleue vendue à plus de 100 millions d'unités à travers le monde est aujourd'hui une «marque ombrelle» qui couvre 14 univers de cosmétologie.

A ce jour, encore un bon nombre de produits Nivea sont fabriqués à base de la formule originelle.

En 2003, Beiersdorf enregistre un chiffre d'affaires de 4,73 milliards d'euros et à elle seule, Nivea pèse plus de 2,5 milliards d'euros. Au Maroc, 11 marques sont commercialisées et Nivea reste leader en matière de soin de la peau.

Faits marquants

Fondé en 1882 à Hambourg, le groupe Beiersdorf possède aujourd'hui plus de 120 filiales dans presque tous les pays du monde et emploie plus de 18.000 personnes. Les employés constituent un facteur décisif du succès de Nivea à travers leur engagement et leur identification aux valeurs fortes de la marque, mais aussi grâce à leur niveau de qualification, leur compétence et leur flexibilité.

L'objectif de la firme allemande est d'être le numéro un mondial dans chaque segment de marché où elle est présente. Cet objectif est atteint en Europe en ce qui concerne les soins de la peau et du visage et est en passe de l'être pour les cosmétiques masculins, la protection solaire et les déodorants. Plus que jamais, Nivea



est synonyme de qualité.

Au Maroc, comme ailleurs, la petite boîte bleue est connue et reconnue par les consommateurs et reste associée à l'enfance. C'est donc naturellement que Beiersdorf Maroc ait signé une convention de partenariat avec SOS Villages d'Enfants Maroc portant sur un programme d'éducation primaire ouvert aux enfants non scolarisés et, en particulier, aux pensionnaires de SOS Villages d'Enfants Maroc.

A travers cet accord de partenariat, Beiersdorf Maroc a contribué à la construction d'une école primaire dans le village de Aït Ourir dans la région de Marrakech. Cette participation s'élève à 700.000 dirhams, soit plus de 70.000 euros.



Histoire

En 1911, le docteur Oskar Trolowitz découvre «l'Eucerit», une formule miracle développée en collaboration avec le docteur Isaac Lifschütz: la première émulsion stable à base d'huile et d'eau est née. Cet ingrédient contribue à réparer les dommages de la peau. Il décide de la nommer Nivea, du latin «nix nivis» qui signifie «neige». Ce fut ainsi le début d'un mythe.

La crème fait son apparition au Maroc en

1950. Comme partout dans le monde, la petite boîte bleue séduit et convainc. Pour des générations successives de Marocains, elle incarne depuis plus de 50 ans, protection, soin et douceur. Nourrissante et hydratante, cette émulsion véhicule des valeurs universelles de bien-être et de naturel auxquelles les Marocains se sont identifiés.

En 1983, «BDF Maroc SA» voit le jour et, un an plus tard, la première unité de production Beiersdorf Maroc est implantée au cœur de la ville de Berrechid. Aujourd'hui, cette usine emploie 23 personnes à plein temps, et de ses fonderies sortent les lignes Nivea Crème, Nivea Soft, et Atrix.

Produit

Nivea Crème reste «le cœur» de la marque et véhicule ses valeurs fondamentales. Elle est l'authentique crème hydratante pour tous les types de peaux et convient à toute la famille. Idéale pour un usage quotidien, elle aide la peau à rester fraîche, douce et souple.

Nivea Soft, une crème non grasse et rapidement absorbée par l'épiderme, en est une variante destinée à un public plus jeune. Nivea Visage est une gamme complète et innovante de produits spécialement développés pour le soin du visage. Son slogan est «Inspired by the way your skin works» («Votre peau est notre source d'inspiration»). Elle offre des produits nettoyants, des hydratants ainsi que des formules anti-âge: des solutions efficaces qui agissent en harmonie avec la peau.

En 1998, le Nivea Skin Research développe l'utilisation de la co-enzyme Q10, un actif très efficace déjà présent dans la peau. Cette formule réparatrice est un grand succès mondial. A ce jour, la crème Nivea Visage Q10 jour, issue d'une gamme complète (soin jour, nuit et contour des yeux), est la crème anti-âge la plus vendue au monde. La ligne Nivea Body est un véritable partenaire en soins du corps.

Elle propose un large choix de produits: des formules hydratantes déclinées sous forme de laits, de lotions ou encore d'huiles, des crèmes raffermissantes, des gommages et des eaux fraîches.

Nivea Sun regroupe une gamme complète de produits solaires: sprays, laits pour enfants, produits après-soleil. Elle offre une protection efficace contre les UV quel que soit le type de peau. Ses textures douces et soyeuses sont enrichies en vitamine E et protègent des effets vieillissants du soleil.

Enfin, Nivea Baby, une ligne de soins spécialement adaptés aux exigences de la peau sensible des bébés. Cette marque a été officiellement reconnue par l'Association des Dermatologues de France.

Développements récents

Lancée en avril 2002 au Maroc, Nivea Beauté est la première gamme de maquillage axée sur le soin de la peau, car elle bénéficie de toute l'expertise de Nivea maison-mère. Elle offre une palette



complète de produits pour le teint, les lèvres, les yeux ainsi que les ongles dans un superbe éventail de couleurs. En Janvier 2004, Nivea montre une fois de plus son dynamisme en relançant sa gamme de shampoings et en créant une ligne complète de produits capillaires après-soleil.

Au Maroc, le lancement en septembre 2004 de la ligne de soins

Nivea For Men initie «la vague» des cosmétiques grand public spécialement dédiées à la gent masculine à travers une gamme complète de soin du visage: le Gel Nettoyant double action, la Crème Q10 revitalisante, et le Soin Complet hydratant. La marque renforce ainsi sa position de leader mondial sur ce segment.

En matière de recherche et développement, le groupe accorde une importance toute particulière à l'innovation: plus de 40% des ventes sont réalisées sur des produits de moins de cinq ans.

Les dernières recherches des Laboratoires Beiersdorf ont récemment mis en évidence l'existence et le rôle d'un composant essentiel: les papilles dermiques. Véritables piliers de la peau, elles jouent une fonction déterminante dans la fermeté, la douceur et l'éclat de la peau, mais avec le temps, elles s'aplatissent, voire disparaissent et ne remplissent plus leurs fonctions. Nivea Visage a donc apporté une réponse à cette problématique en créant New Skin Soins Jeunesse Redensifiant, un soin qui rajeunit de 10 ans la structure de la peau.

Communication

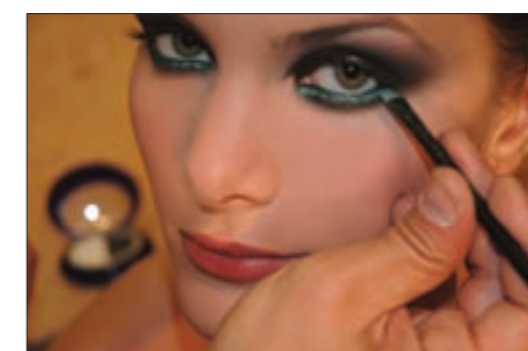
Au Maroc, comme dans le reste du monde, les lancements de produits sont soutenus par des campagnes publicitaires qui contribuent à l'éducation des consommateurs, en ce qui concerne la protection de la peau et le lien entre peau saine et bien-être général. Cette stratégie d'éducation à travers la publicité



(presse écrite et télévision) a permis à Nivea de se positionner en tant que leader dans le marché du soin de la peau.

Les relations publiques et le mécénat sont également des aspects importants de sa stratégie de communication.

La marque a souhaité s'engager au service de la relance touristique et du développement culturel au Maroc, notamment en participant au processus de restauration d'un lieu de mémoire



datant de la fin du XVIII^{ème} siècle, la Sqala, situé en plein cœur de la ville de Casablanca.

En 2004, Nivea affirme davantage sa fidélité au Maroc, ses valeurs et ses coutumes en

sponsorisant pour la troisième année consécutive le défilé Caftan du Maroc, l'événement le plus prestigieux de la haute couture traditionnelle dans le monde arabe. Cet événement a vu défiler la gagnante du concours Nivea Models 2004 ainsi que des tops models de renommée internationale (Karen Mulder, Adriana Karembeu...).

Les valeurs de la marque

La plupart des utilisateurs de Nivea ont fait connaissance de la petite boîte bleue dès leur enfance: l'appel au sens olfactif (son parfum suave et frais) et tactile (sa douceur sur la peau), contribue à imprimer Nivea dans toutes les mémoires. Les valeurs émotionnelles associées à la marque ont peu changé au fil de ses 90 années d'existence. Et si elle n'a pas pris une «ridule», c'est parce qu'elle a su gérer de façon rigoureuse l'héritage de son produit-phare.

Chez Nivea, chaque produit, chaque famille de produits, souscrit exactement aux fondements de la marque: l'authenticité, le bien-être, la douceur et le naturel, tout en capitalisant sur son expertise et la qualité de ses produits.

De même, les valeurs familiales constituent un aspect essentiel du caractère de la marque, car Nivea s'adresse sans distinction à un public de tout âge. Cet héritage est véhiculé à travers des campagnes de communication fraîches et positives. Nivea, ou l'art et la manière de concilier authenticité et innovation.

www.nivea.com

Les petites choses que vous ignorez sur Nivea

On estime à un milliard le nombre d'utilisateurs de la célèbre petite boîte bleue.

Selon les statistiques, une crème Nivea anti-rides Q10 se vend toutes les cinq secondes dans le monde.

Le plus grand pot Nivea Crème mesure 2 mètres de diamètre et 53 centimètres de hauteur. Il figure dans le Guinness Book des Records du plus grand pot de produit cosmétique du monde.

Si l'on mettait côte à côte toutes les petites boîtes bleues vendues dans le monde, on pourrait faire le tour de la terre !

