



### Marché

Depuis le début de son histoire, dans les années d'après guerre, Wella s'est imposée en tant que leader dans le domaine des traitements capillaires: styling, coloration, soins et matériel de coiffure. Wella fait partie des meilleures marques de la coloration. Devenu groupe, Wella et l'ensemble de ses employés visent un même objectif: devenir la marque de produits capillaires la plus connue et la plus compétente au monde, et compter parallèlement parmi les leaders internationaux des parfums. Dans plus de 150 pays, Wella compte parmi les premiers fournisseurs de soins capillaires et de parfums. Wella AG s'est engagée dans des activités de recherches intensives à l'échelle mondiale afin de pouvoir commercialiser rapidement ses nouveaux produits tout en répondant aux attentes des clients sur un marché en constante évolution.

Maparco est le distributeur exclusif des produits Wella au Maroc. La stratégie commerciale de Maparco est fondée sur le perfectionnement des coiffeurs afin de mieux sensibiliser les consommateurs à la complexité et à la subtilité de la teinture. Aujourd'hui, Maparco, qui dispose d'un effectif de 150 employés, a triplé son chiffre d'affaires et est devenue une unité de production et d'importation sous licence des produits cosmétiques de marques internationales: Wella, Hennel, Aseptia, Park Davis. Wella est leader sur le marché marocain en termes de volume de production et fournit autant de produits professionnels, de parfumerie que l'on peut retrouver tant sur la grande surface que chez les grossistes.

### Faits marquants

Dès 1954, Wella renforce sa position de partenaire multi-services auprès des coiffeurs et crée la société d'équipement de salon Welonda. De plus, de nouveaux programmes de formation professionnelle sont régulièrement proposés aux coiffeurs. En 1957, Wella ouvre son laboratoire central de Recherche et Développement à Darmstadt (Allemagne). En 1971, Wella commence à s'intéresser à la distribution en Allemagne, ses produits de grande consommation sont commercialisés dans les pharmacies, les parfumeries et les grands magasins. Le shampooing «Crisan», spécialement conçu pour ce marché, est lancé en 1972. La même année, Wella est, une nouvelle fois, sélectionnée comme fournisseur officiel exclusif des Jeux Olympiques de Munich. En 1976, les chercheurs Wella découvrent le Chitosan, une matière première qui révolutionne les produits

capillaires en améliorant considérablement le démêlage et la tenue des cheveux. Les centres de recherche sont à nouveau étendus. L'entreprise d'équipement de salon Welonda et Wella AG fusionnent. En 1983, la société Wella est introduite en bourse, un tournant majeur pour l'entreprise. Wella ne cesse d'élargir son offre grâce à des acquisitions très ciblées, notamment avec le rachat de Tondeo, fabricant d'outils et d'appareils de coupe professionnels. En 1987, Wella fait une entrée réussie sur le marché des parfums en rachetant Parfum Rochas SA. Après la chute du Rideau de Fer, Wella rachète l'activité de Londa. En 1994, l'entreprise réalise la plus grosse acquisition de son histoire: la division Cosmétiques et Parfums et Wella rachètent la célèbre maison Muehlens, fabriquant de l'eau de Cologne 4700. En 1997, Wella fait évoluer sa division Cosmétiques et Parfums avec la création de Cosmopolitan Cosmetics GmbH. Du point de vue économique, le nouveau millénaire place l'entreprise sous le signe de la mondialisation et de la croissance. Wella acquiert de nouvelles licences pour les marques célèbres du marché cosmétiques et parfums telles que Trussardi, Montblanc et Marc O'Polo. En décembre 2001, Wella signe un contrat de licence avec Cindy Crawford, suivi en mars 2002 d'une licence pour la commercialisation des produits de beauté Escada AG. Grâce à son laboratoire homologué et avec une équipe qualifiée, Maparco est le premier à proposer à Wella le Koleston fabriqué localement. En outre, Maparco dispose désormais de son propre centre de formation, qui enseigne aux professionnels les dernières technologies en matière de coloration et de styling. Depuis 1996, Maparco a déjà organisé un séminaire pour les coiffeurs et invité les grands noms des coiffeurs internationaux pour un stage au Maroc. Elle a également organisé un défilé de mode pour la promotion des produits professionnels qui sont utilisés dans les salons. Maparco dispose de son propre laboratoire qui fabrique localement les produits de coloration.

### Histoire

C'est en 1880 qu'est posée la première pierre de ce qui deviendra l'une des plus grandes entreprises de soins capillaires au monde. Après de

nombreux voyages de par le monde, Franz Ströher, jeune coiffeur de 26 ans débute sous l'empire en fondant une petite entreprise familiale de perruque, de tresses et de mèches fabriquées à partir de vrais cheveux. En 1900, il fait une découverte révolutionnaire, le Tüllemoid, tulle artificiel waterproof qui garantit la bonne tenue des perruques. Cet accessoire modeste fait sensation et devient le premier best-seller du fondateur Wella. En 1904, Franz Ströher installe



sa première unité de production dans la ville de Rothenkirchen en Allemagne de l'Est. L'arrivée de la coupe au carré dans les années 20 modifie radicalement l'image de la femme. La fin de la première Guerre Mondiale marque l'avènement d'une nouvelle ère où Charleston, robes-portefeuille, sautoirs en perle et cheveux courts s'imposent comme les signes ostentatoires d'un nouveau style. Après un boycott des

produits Wella, les fils du fondateur acquièrent en 1924 une licence pour la production d'un appareil à permanente grâce auquel il est possible de mettre en forme les nouvelles coiffures courtes dont raffolent les femmes. En 1927, le premier appareil à permanente de Wella est produit en grande série et entre dans les salons de coiffure avec la gamme d'articles cosmétiques associés. La même année, la marque Wella est déposée au bureau des brevets. Après la grande crise mondiale de 1929, l'entreprise connaît une décennie dorée dans les années 30. Les boucles et les permanentes sont à la mode. C'est l'époque de Wella «Junior», premier appareil à permanente semi-portable.

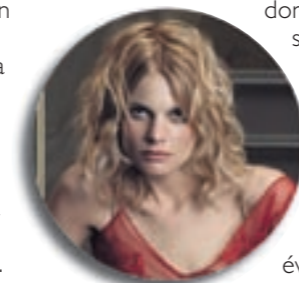
L'année 1930 est marquée par la fondation de la société Franz Ströher AG et par l'enregistrement du logo Wella, avec son célèbre profil de femme stylisé. Malgré une conjoncture extrêmement difficile en 1945, l'entreprise réussit pourtant à lancer la production de ses appareils à permanente. Un an plus tard, Wella commence à produire son casque chauffant Wella «Junior». Très vite, les frères Ströher emploient 50 personnes et l'entreprise



retrouve le chemin de la croissance. Dans les années 50, la vie devient plus colorée à l'instar des cheveux. En 1969, Wella fait son entrée au Maroc. Lors de sa création en 1967, Maparco, distributeur exclusif et représentant de Wella au Maroc, appartenait au groupe ONA. En 1986, elle est rachetée par Mr Taïb Fechtali. Au fil des années, Wella s'est imposée sur le marché marocain par une croissance exponentielle, grâce aux équipes de Maparco qui respectent les normes de qualité et de fabrication. Ensuite, Maparco a consenti un grand effort d'investissement à disposition des moyens techniques et humains et celui relatif à la commercialisation et la promotion de l'image de Wella tout au long de ces 30 dernières années jusqu'à devenir aujourd'hui une marque de référence en matière de la coloration, de soin et de styling.

### Produit

La gamme des produits Wella se veut à la pointe de la mode et du design. Grâce à des produits exclusivement réservés aux professionnels dans les segments de la coloration, de la permanente, du styling et du soin, et à travers un service global destiné aux coiffeurs et à leur personnel, Wella s'est imposé comme le fournisseur le plus complet du marché. De plus, le Service Coiffeur Wella s'impose comme un leader mondial en formation professionnelle dans l'univers de la coiffure. Wella propose aux coiffeurs pour le salon une gamme complète de produits. Le consommateur trouve dans les salons distribuant la marque Wella tout ce dont il a besoin pour la santé et la beauté de ses cheveux.



Les produits de revente, destinés au consommateur final se distinguent par leur qualité, leur douceur et leur grande facilité d'utilisation. La première cible pour le grand public est constituée des colorations «mode», de haute qualité ainsi que des produits de styling et de soins innovants. Cette offre s'appuie sur une grande compétence en matière de conseil auprès du consommateur. La gamme de traitement «System Professional» est exclusivement créée à l'attention des salons. Les coiffeurs sont débordés, partant toutes les têtes de boucles aussi nombreuses que possible, même pour les hommes, qui n'hésitent plus à demander des permanentes. Pour répondre à ces besoins, Wella propose de nouveaux produits tels que «Perform» et «For Men». A travers la diversité de ses sous-marques, Wella vise à ce que ses produits puissent atteindre un large panel de consommateurs comblant ainsi

leur attente. Disposant de trois catégories de produits, les gammes Wella ont été développées en recourant à une technologie de pointe et en élargissant le segment du marché pour toucher les hommes et les enfants. L'univers de la couleur est aussi riche que la vie, Koleston Perfect permet de créer des colorations uniques absolument fascinantes grâce à son spectre de nuances exclusif, pour un éclat durable de la couleur et des résultats vraiment brillants. Color Touch procure aux cheveux une brillance et une couleur homogène, particulièrement intenses et pour longtemps. Blondor Lightening garantit la sécurité de l'éclaircissement. Wella révolutionne les lois de la couleur avec Magma à 6 nuances qui est la coloration en mèches d'une luminosité intense permettant de mettre en scène et de contraster les jeux de couleurs dans les cheveux. La ligne de soins de Wella offre plus de 300 possibilités de diagnostic pour les cheveux et le cuir chevelu. Back to Basics propose tous les soins dont tout le monde a besoin pour se sentir bien de la tête aux pieds. Lifetex Ntri-Care répond aux besoins de chaque type de cheveux et permet d'avoir de beaux cheveux éclatants. La gamme High Hair propose des produits répondant à tous les besoins en matière de styling. Il en ressort, dans ce domaine qu'un large éventail de produits tels que Head Games, Performance, System Professional sont adaptés à chaque technique pour répondre à tous les besoins de coiffage, même les plus insolites. Dans chaque mesure prise pour favoriser le dynamisme de sa croissance, Wella suit le principe du développement durable.

Wella joue depuis toujours un rôle clé sur le marché de la coloration capillaire. Avec «Koleston», Wella a été le premier à développer une coloration à texture crème et de nombreuses innovations ont suivi depuis, telles que les nouvelles molécules colorantes utilisées dans les nuances rouges intenses de Wella. Par ailleurs, l'entreprise innove constamment dans le domaine des permanentes, par exemple avec «Perform Hairscan», un

### Développements récents

Wella joue depuis toujours un rôle clé sur le marché de la coloration capillaire. Avec «Koleston», Wella a été le premier à développer une coloration à texture crème et de nombreuses innovations ont suivi depuis, telles que les nouvelles molécules colorantes utilisées dans les nuances rouges intenses de Wella. Par ailleurs, l'entreprise innove constamment dans le domaine des permanentes, par exemple avec «Perform Hairscan», un



produit de permanente intelligent qui identifie et s'adapte à la structure capillaire spécifique de l'utilisateur. Des matières premières renouvelables telles que la bêtaïne ou le chitosan sont également le fruit des recherches approfondies de Wella.

### Communication

Avec Wella, tout devient encore un peu plus rapide, plus coloré et plus varié. La communication ne connaît pas de frontière, tout le monde est joignable à tout moment, n'importe où. Avec «Trend Vision», Wella capture l'air du temps en combinant les différentes tendances et arts de vivre du monde entier.

### Les valeurs de la marque

Wella se fait un devoir de répondre aux attentes de ses clients avec une efficacité et une rapidité sans cesse améliorées en leur fournissant des produits et services de qualité optimale, tout en ménageant les ressources naturelles et en préservant l'environnement. Tous les produits de la marque sont beaux, efficaces et sentent délicieusement bon. Par ailleurs, ils constituent une bonne idée de cadeaux pure et simple. Wella intègre les exigences d'une politique de protection environnementale résolument tournée vers l'avenir. Ces efforts sont soutenus par des procédures d'amélioration continues mises en œuvre sur les sites de production sous forme de «Best Practices». Le succès de Wella, à travers le monde, est dû spécialement aux recherches intensives entreprises par les laboratoires Wella.



[www.wella.fr](http://www.wella.fr)

### Les petites choses que vous ignorez sur Wella

En 1960, la production des colorations capillaires intègre, pour la première fois, une matière première renouvelable: les acides ascorbiques.

Jakie Kennedy incarne une élégance discrète, avec ses coiffures très «chic» crépées et surchargées de laque.

En dix ans, Wella a multiplié par trois son budget de recherche.

Avant d'être mises en pratique par des coiffeurs expérimentés, la qualité et les techniques d'application des nouvelles formules sont testées en laboratoire et leur innocuité par la division Sécurité Produit. Ce n'est qu'après avoir satisfait toutes ces exigences que les nouveaux produits sont commercialisés.

