



## JAHRE VERÄNDERUNGEN ANS D'ÉVOLUTIONS

### Innovation bedeutet Erfolg

Die Marken NUTRILITE™ und ARTISTRY™ sind weltweit dafür bekannt, dass sie neue Standards bei wissenschaftlichen Innovationen setzen.

- NUTRILITE ist die auf dem Weltmarkt führende Marke im Bereich Vitamine, Mineralstoffe und Nahrungsergänzungsmittel (basierend auf den weltweit erzielten Umsätzen des Jahres 2007 gemäss Studie von Euromonitor International).
- ARTISTRY nimmt mit nur vier weiteren Marken eine führende Rolle unter den meistverkauften Luxusmarken für Hautpflege und dekorative Kosmetik ein.\*
- Die Wissenschaftler und Forscher, welche die ARTISTRY Produkte entwickeln, sind Experten für Dermatologie und entsprechende Technologien in diesem Bereich und kreieren moderne, innovative Hautpfegelösungen.

### Innovation égale réussite

À l'échelle du monde entier, les marques NUTRILITE™ et ARTISTRY™ sont réputées pour leur capacité à définir de nouveaux standards en matière d'innovation scientifique.

- NUTRILITE est la plus grande marque mondiale de vitamines, minéraux et compléments alimentaires (d'après une étude menée par Euromonitor International sur le volume des ventes en 2007).
- Seules ARTISTRY™ et quatre autres marques de renom peuvent se targuer d'occuper les plus hautes marches du podium en tant que marques de soins pour la peau et de produits de maquillage les mieux vendues au monde.\*
- Les scientifiques et chercheurs élaborant les produits ARTISTRY sont experts en matière de science de la peau et de technologie. Ils proposent sans cesse des soins pour la peau innovants et très poussés.

1959

1969

1979

1989

1999

2009

\* Basierend auf einer Studie weltweiter Verkaufszahlen von Euromonitor aus dem Jahr 2007. Ebenfalls klassifiziert sind Clinique™, Estée Lauder™, Lancôme™ und Shiseido™.

\* D'après une étude menée par Euromonitor sur le volume mondial des ventes en 2007. Les autres marques sont Clinique™, Estée Lauder™, Lancôme™ et Shiseido™.



## 50 JAHRE VERÄNDERUNGEN DURCH WISSENSCHAFTLICHE INNOVATION.

Amway hat schon immer Trends erkannt und gesetzt. Wir haben bei vielen Produkten eine Vorreiterrolle gespielt und völlig neue Produktkategorien auf den Markt gebracht.

1959, als Amway angefangen hat, konnte sich niemand nutrigenomische Nahrungsergänzungsmittel oder individuelle Gesundheitsprogramme vorstellen. Niemand hat von Produkten geträumt, die die Haut aufhellen können; die meisten Waschmittel mit biologisch abbaubaren Tensiden haben die Wäsche nicht sauber bekommen. Niemand hat es für möglich gehalten, dass es einmal Wasser- oder Luftfiltersysteme für den privaten Gebrauch geben könnte.

Doch all diese innovativen Produkte wurden aufgrund des Weitblicks unserer Mitbegründer Rich DeVos und Jay Van Andel und des Einfallsreichtums von Wissenschaftlern und Forschern entwickelt, die mit den Produkten von Amway arbeiteten.

Das erste von Amway hergestellte Produkt, der L.O.C.<sup>™</sup> (Liquid Organic Cleaner) Mehrzweckreiniger, hat den Markt völlig verändert. Dieser Reiniger war einer der ersten, biologisch abbaubaren Mehrzweckreiniger und von Anfang an ein Verkaufsschlager – weil er gewirkt hat.

Auf den L.O.C. Mehrzweckreiniger folgten schon bald das SA8<sup>™</sup> Waschmittel und das DISH DROPS<sup>™</sup> Geschirrspülmittel. Diese Produkte sind auch heute noch Verkaufsschlager, weil unsere Kunden Wert darauf legen, umweltfreundliche Reinigungsprodukte zu verwenden, um für eine sauberere Umwelt und ein saubereres Haus zu sorgen.

Die Wissenschaftler, die mit Produkten von Amway arbeiten, entdecken nach wie vor jeden Tag etwas Neues. In der Wellness-Branche werden mit den NUTRILITE Produkten neue Trends gesetzt; im Bereich der Hautpflegeprodukte setzen die ARTISTRY<sup>™</sup> Produkte neue Standards.

Und jetzt setzt die nächste Führungsgeneration von Amway unter der Leitung von Doug DeVos und Steve Van Andel diese Tradition der Innovation fort. Zusammen mit Ihnen werden wir Amway in die Zukunft führen und dabei auf den Traditionen und dem Erbe unserer Gründer aufbauen.

## 50 ANS D'ÉVOLUTIONS GRÂCE À DES AVANCÉES SCIENTIFIQUES.

D'une manière générale, Amway a toujours lancé et même devancé les tendances, souvent première à commercialiser de nombreux produits et gammes de produits entièrement inédits.

Après tout, quand Amway a commencé, en 1959, personne n'aurait imaginé qu'il existerait un jour des compléments alimentaires nutriginomiques ou des programmes de bien-être personnalisés. Personne n'aurait même rêvé de produits éclaircissant la peau; la plupart des lessives ne contenaient pas de surfactants biodégradables et personne n'aurait pensé à des systèmes de traitement de l'eau ou de l'air à usage domestique.

Tous ces produits innovants ont pourtant vu le jour grâce à la clairvoyance des cofondateurs d'Amway, Rich DeVos et Jay Van Andel, et à l'inventivité des scientifiques et chercheurs développant les produits Amway.

Le tout premier produit fabriqué par Amway, le Nettoyant à Usages Divers L.O.C.<sup>™</sup> (Liquid Organic Cleaner), était une véritable révolution dans son domaine: il s'agissait de l'un des premiers nettoyants biodégradables multi-usages jamais produits. Très efficace, il a tout de suite rencontré un immense succès.

Ce nettoyant fut bientôt suivi de la Lessive SA8<sup>™</sup> et du Liquide Vaisselle DISH DROPS<sup>™</sup>, produits qui sont toujours des best-sellers, car les consommateurs apprécient d'utiliser des produits ménagers respectueux de l'environnement qui permettent d'entretenir la maison sans nuire à l'environnement.

Aujourd'hui encore, les chercheurs se consacrant au développement de produits Amway enchaînent les découvertes: nouvelles tendances dans le secteur du bien-être pour NUTRILITE<sup>™</sup>, nouveaux produits et nouveaux standards dans le secteur des soins pour la peau pour ARTISTRY<sup>™</sup>.

Actuellement, la seconde génération de dirigeants Amway, Doug DeVos et Steve Van Andel, poursuit cette longue tradition d'innovation. Avec eux, Amway avance vers l'avenir, tout en respectant les traditions et l'héritage de ses fondateurs.