

5 ANS...
... à la pointe du progrès

Rich DeVos et Jay Van Andel ont concrétisé leur rêve : ils ont mis sur pied une activité commerciale unique en son genre, reposant sur des produits innovants. Ces produits étaient déjà révolutionnaires en 1959, lorsque est née Amway.

Dès le départ, Amway s'est positionnée en pionnière. Son premier produit, le Nettoyant à Usages Divers L.O.C.™, était l'un des tout premiers détergents biodégradables et multi-usages jamais proposés. Et il a trouvé son public bien avant que d'autres produits respectueux de l'environnement ne viennent remplir les rayons des magasins.

50 ANS À LA POINTE DU PROGRÈS AVEC DES PRODUITS INNOVANTS.

FAIT N°
12

Chaque année, 75 millions de savons, détergents et nettoyeurs, 150 millions de cosmétiques et 6 milliards de comprimés à base de vitamines et de minéraux sont produits par Amway.

Best-sellers...

Rich DeVos et Jay Van Andel ont toujours volontiers reconnu que durant les premières années d'existence d'Amway, ils n'avaient pas d'idées bien arrêtées concernant les nouveaux produits : «Nous avons tout essayé, des générateurs automobiles aux bouteilles d'eau, en passant par les abris anti-atomiques dans les années 1960» a un jour déclaré Rich. «Mais nous avons toujours continué à vendre des nettoyeurs !»

Cinquante ans plus tard, Amway continue à ouvrir la voie et à proposer des produits très innovants, que ce soit pour la beauté, le bien-être ou l'entretien de la maison. Tous ces produits sont le fruit de l'ingéniosité de nos scientifiques et chercheurs, déjà récompensés maintes fois par divers prix.

Les marques phares d'Amway sont aujourd'hui leaders dans leur domaine :

- NUTRILITE™ est la plus grande marque mondiale de vitamines, minéraux et compléments alimentaires. (Comme le confirme une étude menée par Euromonitor International sur le volume mondial des ventes en 2007)
- ARTISTRY™ est la marque de soins pour le visage et produits de maquillage de prestige leader dans le domaine de la vente directe. (D'après une étude menée par Euromonitor sur le volume mondial des ventes en 2007).

Les produits Amway ont toujours défini les tendances, qu'il s'agisse de produits personnalisés pour le bien-être, de soins révolutionnaires pour la peau ou de produits ménagers respectueux de l'environnement.

Aujourd'hui, Steve Van Andel et Doug DeVos s'appuient toujours sur les principes et traditions hérités de leurs pères pour mener Amway, ses marques et son concept vers de nouveaux et fascinants domaines au cours des 50 prochaines années.

1959

1969

1979

1989

1999

2009

