

Licence en Marketing et Publicité



Garnier Micellar Water : Audit de la marque

Produits de Grandes Consommation

Romy Faraj
Lea el Alam
Samantha Daou

Étudiantes en 2^{ème} année de licence en Marketing et Publicité

Présenté à Mme Nathalie Cariou Ghantous

Année
2023-2024

Plan

1- Présentation de la maison mère : L'Oréal.....	3
a- Histoire de la marque	3
b- Missions, visions et engagements	3
c- Organisation et Stratégie	4
2- Présentation du distributeur local : Malia groupe.....	4
a- Présentation :.....	4
b- Historique :.....	5
3- Présentation du produit : eau micellaire Garnier	5
a- Garnier :.....	5
b- L'eau micellaire :	5
c- Stratégie :.....	9
4- Marketing mix	11
5- Identité de la marque	12
a- Évolution du logo de Garnier :	12
b- Les types de produits de Garnier micellar water :	13
6- Prisme de la marque :.....	13
7- Analyse SWOT :	14
8- Facteurs clés de succès	15
9- La cible.....	16
10- Les concurrents au Liban.....	17
11- Suggestion d'extension de gamme.....	18
12- Merchandising.....	19

1- Présentation de la maison mère : L'Oréal

Garnier appartient au groupe L'Oréal. Avec 36 marques, 150 pays, 88 000 collaborateurs, 497 brevets déposés en 2019 et 29,9 milliards d'euros de chiffres d'affaires en 2019, L'Oréal est le leader mondial de la cosmétique. Ce dernier est composé de 4 divisions abritant un portefeuille de marque énorme :

- **Les produits professionnels** : l'Oréal Professionnel, Kérastase, Matrix, Redken, PureOlogy.
- **Les produits grand public** : L'Oréal Paris, Garnier, Maybelline, Essie, NYX, Style Nanda, mg, Mixa, Dark and Lovely, Niely
- **Les produits de Luxe** : Lancôme, Kiehl's, Giorgio Armani, Yves Saint Laurent, Biotherm, Helena Rubinstein, Shu uemura, it cosmetics, Urban Decay, Ralph Lauren, Mugler, Viktor & Rolf, Valentino, Cacharel, Azzaro, Diesel, Yuesai, Atelier Cologne, Maison Margiela, Prada, Youth To The People, Takami, Carita, Aēsop.
- **La beauté dermatologique** : Vichy, La Roche-Posay, CeraVe, Skinceuticals, Skinbetter science.

a- Histoire de la maison

Le succès de L'Oréal est issu de la cuisine d'un deux pièces parisiennes. Cela remonte en 1907 quand un chimiste français a mis au point une teinture pour cheveux qui s'appelait à l'époque « L'auréale ».

En 1909, le chimiste Eugène Schueller fonde la société française de teintures inoffensives pour cheveux et ce n'est qu'en 1939 que cette société prend le nom de L'Oréal.

Entre temps, en 1935, « ambre solaire » une huile qui protège du soleil voit le jour.

En 1965, l'entreprise achète Garnier.

Aujourd'hui, en 2022, l'entreprise est le leader mondial dans le domaine de la cosmétique, s'impose avec ses missions, visions et engagements et est toujours dans la recherche et dans l'innovation.

b- Missions, visions et engagements

L'Oréal vise au-delà de l'apparence physique. Le groupe cherche à aider les femmes et les hommes à avoir confiance en eux et à être bien dans leur peau en recherchant toujours de nouvelles formules grâce à leur passion pour l'innovation.

De plus, le président du groupe L'Oréal, Jean-Paul Agon ajoute à ces missions de création de valeur et d'innovation, un engagement en matière de responsabilité et de durabilité. En effet, pour lutter contre le changement climatique, le groupe a réduit depuis 20 ans les émissions de CO2 et utilise désormais pour la plupart de leurs projets des énergies renouvelables. Et pour avancer encore plus dans cette démarche, ils se sont fixés des objectifs pour les années à venir : l'utilisation à 100% d'énergies renouvelables d'ici 2025 et d'ici 2030 réduire de 25% les émissions de gaz à effet de serre liées à l'utilisation des produits et de 50% les émissions de gaz à effet de serre liées au transport des produits

c- Organisation et Stratégie

L'organisation de l'Oréal est un point essentiel de sa stratégie. En effet, le Directeur Général, Nicolas Hieronimus explique que les 4 divisions permettent au groupe d'avoir une part dans l'ensemble des métiers de la beauté, de s'adapter à ce monde qui est constamment en mutation et par la suite de satisfaire grâce à leurs recherches et innovation un maximum de consommateurs.

L'Oréal nomme cette stratégie : L'universalisation.

Cette approche reconnaît, comprend et valorise les différences, qu'elles soient liées aux désirs, aux besoins ou aux coutumes, le but est de proposer une offre personnalisée qui répond aux besoins des utilisateurs du monde entier. Il s'agit alors d'être présent dans le monde mais d'une manière non uniforme. Pour cela, un réseau mondial de Recherche et d'Innovation avec 1 029 millions d'euros investis a été créé et un centre marketing pour chaque marché stratégique c'est-à-dire les États-Unis, l'Inde, le Brésil, le Japon, la Chine et l'Afrique du sud.

2- Présentation du distributeur local : Malia groupe

a- Présentation :

Malia group est une entreprise qui englobe 25 compagnies qui sont leader dans les 6 secteurs suivant : industriel, distribution de produits de grandes consommations, solutions technologiques, mode, ingénierie ainsi que l'immobilier et l'hôtellerie.

Parmi les 25 compagnies, Cosmaline, Pharmaline et Ch. Sarraf&Co qui s'occupe de la distribution des produits de grandes consommations.

Sarraf & Co est une compagnie de distribution qui s'occupe de faire la promotion et de vendre les produits de grande consommation de marques de maquillage, parfums, mode et cigarettes. Elle distribue dans les pharmacies, salons de coiffure, parfumeries et centres commerciaux du Liban.

En 2021, la compagnie l'Oréal a reconstruit son marché au Liban et a attribué chacune de ses grandes divisions à des distributeurs locaux parmi eux, Ch. Sarraf & Co à qui elle a confié la distribution des produits de grande consommation dont Garnier.

Les marques de Sarraf & Co sont : Cosmaline, l'Oréal, Paul & Shark, Wella, Shiseido, Collistar, Catrice, Essence, Paul Smith, eimi, Professional Sebastian, system Professional, fine, kadus Professional, super max, Dupont paris, Dun Hill, rothmans, kent, lucky strike et viceroy.

b- Historique :

Malia group a été fondé en 1936 lorsque Dr. Jean Michel Sarraf décida d'ouvrir la pharmacie Sarraf à Tripoli au nord du Liban. En 1951, il commence à fournir des médicaments dans tout le pays et acquiert la distribution exclusive de la marque Wella. La distribution des produits de grande consommation pour laquelle il est connu maintenant date de 1963 lors de la création de Ch. Sarraf & Co. Les années défilent et le groupe continue à acquérir la distribution de nouvelles marques au Liban comme Shiseido en 1975, l'ouverture de nouvelles usines Cosmaline en 1968 et en 1982, Malia group holding est créé en 1986 et l'année qui suit Pharmaline.

Les succès se suivent et Malia group est classée en 2013 48ème au classement des entreprises les plus percutantes dans Forbes. Jusqu' à ce jour, le groupe continue de se développer grâce à ses connaissances et son héritage pour augmenter encore plus sa part de marche.

3- Présentation du produit : eau micellaire Garnier

a- Garnier :

Garnier est né en 1904 avec Alfred Garnier et sa lotion capillaire aux extraits de plantes qui a été un succès énorme à cette époque pour que l'Oréal achète la marque en 1965. Pour Garnier, tout le monde est doté d'une beauté naturelle et unique et tout le monde a le droit de se sentir bien dans sa peau. C'est pour cela que Garnier s'adresse à tout le monde car toute personne a le droit de prendre soin de soi avec des produits de qualité.

Garnier est classé numéro 2 dans le groupe l'Oréal et est commercialisée dans plus de 120 pays

b- L'eau micellaire :

En 2013, Garnier lance la solution micellaire tout en un, qui nettoie l'ensemble du visage et qui convient à tout type de peau :

- 1- **Eau nettoyante micellaire rose glow** : éclaircit la peau terne et sensible tout en éliminant le maquillage, les impuretés et la saleté.



- 2- **Eau nettoyante laiteuse micellaire** : enlève le maquillage, repulpe la peau et nettoie, riche en aloe vera et en acide hyaluronique



3- **Eau nettoyante micellaire à la vitamine C** : nettoie et démaquille en donnant de l'éclat



4- **Eau nettoyante micellaire au charbon de bois** : démaquille, absorbe l'excès de l'huile, pour les peaux acnéiques



5- **Eau nettoyante pour le visage et les yeux délicats** : nettoie le maquillage imperméable



6- **Nettoyant micellaire pour les peaux sensibles** : nettoie et apaise les peaux sensibles



7- **Eau micellaire nettoyante peaux mixtes** : nettoyant matifiant



8- Nettoyant micellaire infusé à l'huile : nettoie, nourrit et enlève le maquillage tenace



c- Stratégie :

Le premier fabricant d'eau micellaire a été Garnier. Cette innovation a permis à la marque de répondre aux besoins réels des consommateurs et de se démarquer de la concurrence.

Elle a investi dans la recherche et le développement pour améliorer l'efficacité de son produit. Elle a créé des formules spéciales pour une variété de types de peau, y compris les peaux sensibles.

D'un point de vue communication, elle a bien communiqué les avantages de son produit et a largement diffusé son produit grâce à des campagnes publicitaires.

Garnier continue d'investir dans son eau micellaire pour la rendre encore plus efficace et accessible, et elle travaille sur des formules plus respectueuses de l'environnement.

1- Innovation :

Garnier a présenté la technologie micellaire, qui capture et élimine les impuretés sans agresser la peau. L'eau micellaire Garnier était l'une des premières à être commercialisées. Elle a été créée pour répondre aux besoins réels des consommateurs d'un produit de soin de la peau qui nettoie et démaquille la peau sans laisser de résidus.

2- La personnalisation

Garnier propose une large gamme d'eau micellaire, en répondant à divers besoins et spécificité de chaque peau, le consommateur trouve alors un produit qui lui convient et qui est personnalisé à ses besoins.

3- Simplicité et efficacité :

L'eau micellaire Garnier est composée de petites particules appelées micelles, qui agissent comme des aimants pour capturer le maquillage, le sébum et les impuretés de la peau. Elle est alors très efficace pour le démaquillage et le nettoyage en profondeur de la peau en toute simplicité.

4- Accessibilité :

Garnier a consolidé sa position sur le marché des soins de la peau en mettant l'accent sur des produits abordables et largement disponibles. L'eau micellaire Garnier est un produit à faible coût ce qui la rend populaire parmi un large public surtout pour un produit naturel, qui protège l'environnement et les animaux.

5- Démarche écologique et cruelty free

Depuis le début en 1989, Garnier lutte contre les tests sur les animaux, elle a des usines écologiques et intègre de plus en plus les énergies renouvelable. Garnier suit la demande des consommateurs de plus en plus « green » en lançant son premier flacon d'eau micellaire composé à 100% de plastique recyclable en 2023.

6- Inclusivité :

Garnier est fier de soutenir « Just Like Us », une organisation qui soutient la communauté LGBT+.



4- Marketing mix

La deuxième marque du groupe l'Oréal est présente partout dans le monde et répond aux besoins et attentes du plus grand nombre de personnes. Garnier est l'une des marques qui a les clients les plus fidèles sur le marché des cosmétiques.

a- Produit :

Les produits Garnier Micellaire de l'Oréal comprennent des nettoyants pour tout type de peaux et besoins que se soit pour mattifier, enlever le maquillage imperméable, apaiser, hydrater, illuminer, traiter les imperfections, repulper ou donner du glow, Garnier garantit à tout le monde de trouver l'eau micellaire qui lui convient.

b- Prix :

Garnier propose son produit à un prix très abordable surtout que son offre se différencie de la concurrence de par son innovation et aussi sa démarche naturelle, écologique et vegan. La marque offre également des remises pour un pack de 2 eaux micellaires achetées.

c- Place :

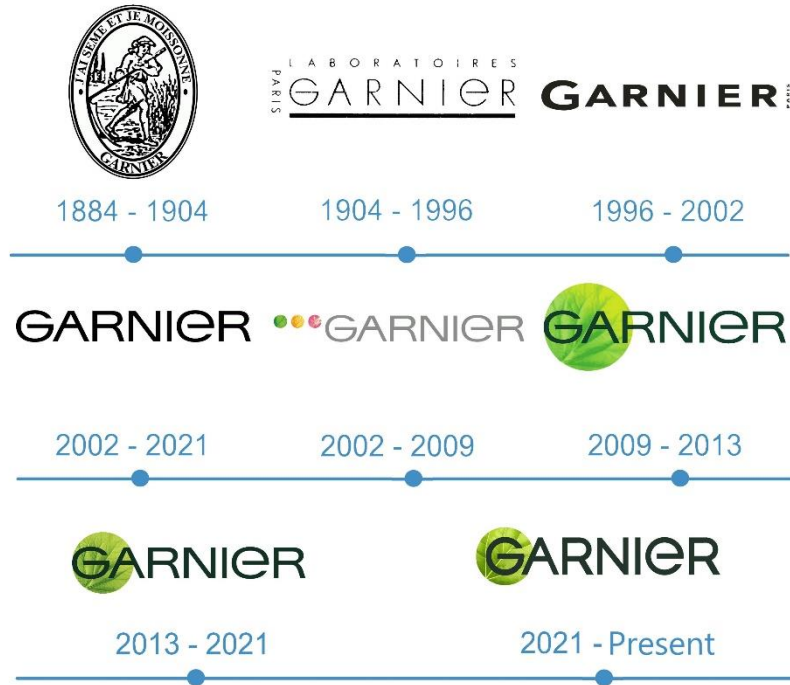
Au Liban, Malia group s'occupe de distribuer la marque dans tous les supermarchés, pharmacies et sites en lignes, d'où la faciliter pour le consommateur de se procurer le produit.

d- Promotion :

Garnier dépense énormément en publicité et a une stratégie très dynamique. La marque se base sur ses clients fidèles et le système de « reviews » grâce à la communauté qu'elle a bâtie. Sa chaîne YouTube fait circuler de même les vidéos promotionnelles, elle est présente dans les pages des magazines beauté et signe avec des personnalités célèbres comme l'actrice de Bollywood : Kareena Kapoor Khan pour cibler et atteindre la nouvelle génération.

5- Identité de la marque

a- Évolution du logo de Garnier :



b- Les types de produits de Garnier micellar water :



6- Prisme de la marque :

Physique : Garnier se démarque par ses emballages modernes et ergonomiques, souvent verts vifs ou blancs, offrant une présentation claire et attrayante des informations sur les produits.

Personnalité : La marque incarne la naturalité, l'accessibilité et l'innovation, proposant des soins de beauté qui fusionnent harmonieusement avec la nature et s'intègrent facilement dans la routine quotidienne.

Culture : Garnier, marque française valorise la santé, la durabilité et la beauté responsable en privilégiant des ingrédients naturels et des pratiques respectueuses de l'environnement, reflétant ainsi son engagement envers un mode de vie durable.

Relation : Garnier vise à établir une relation de confiance avec sa clientèle en offrant des produits de qualité tout en partageant ouvertement ses pratiques et valeurs, favorisant ainsi une interaction transparente avec les consommateurs.

Reflét : Garnier représente une image de soins fiables pour la peau et les cheveux, accessibles à tous et alignés sur les attentes d'une clientèle soucieuse de son bien-être et de la qualité des produits qu'elle utilise.

Mentalisation : La marque aspire à être associée à des produits hautement efficaces, respectueux de la peau, tout en encourageant une conscience environnementale chez ses consommateurs, les incitant à adopter des choix de consommation responsables.

7- Analyse SWOT :

a. Forces :

Démaquillage Doux et Efficace : La Micellar Water de Garnier offre un démaquillage en douceur sans nécessiter de frottements intenses, préservant ainsi la délicatesse de la peau tout en éliminant efficacement le maquillage, les impuretés et l'excès de sébum.

Formulation Adaptée aux Peaux Sensibles : Cette eau micellaire est dépourvue d'huile, d'alcool et de parfum, ce qui la rend appropriée pour tous les types de peaux, même les plus sensibles. Sa formule douce respecte l'équilibre naturel de la peau, minimisant les risques de réactions indésirables.

Universalité et Naturalité : La Micellar Water de Garnier est conçue pour convenir à tous les types de peaux, offrant une option de nettoyage naturelle et respectueuse, élaborée sans ingrédients agressifs.

Accessibilité et Rapport Qualité-Prix : En plus de ses qualités, ce produit se distingue par son prix abordable, rendant les bienfaits d'une eau micellaire de qualité accessible à un large public, ce qui en fait un choix pratique et économique pour une routine de soin quotidienne.

b. Faiblesse :

Contrôle de la qualité : Garnier vise à rendre ses produits plus abordables pour ses clients en réduisant les coûts de production. Cependant, une réduction excessive des coûts pourrait compromettre la qualité des produits.

Recherche de marché : Garnier utilise parfois des données anciennes pour comprendre les préférences changeantes des clients. Il est crucial d'effectuer des recherches fréquentes pour rester pertinent sur le marché.

Changement de marque : En raison de la différenciation, de plus en plus de consommateurs changent de marque chaque jour, ce qui maintient les coûts d'acquisition plus élevés. Parce

qu'une fois que vous avez gagné un consommateur, ils pourraient rapidement passer à une autre marque. La fidélité à la marque diminue également en raison de la différenciation.

c. Opportunités :

Potentiel de croissance : Les clients deviennent de plus en plus conscients de leurs routines de soins de santé réguliers, ce qui a entraîné une augmentation notable de la croissance de ce marché. Cette entreprise a beaucoup de place pour se développer grâce à l'expansion du marché de la beauté.

Produits haut de gamme : puisque le client sait déjà ce dont il a besoin, il devrait également commencer à se concentrer sur ses besoins. Une société appelée Olay a lancé sa gamme L'Oréal Luxe de produits haut de gamme pour les consommateurs. Le lancement de ces produits augmentera la valeur de la marque Garnier.

Bonne connaissance du marché : Étant donné que Garnier est présent dans l'industrie depuis si longtemps et qu'il est l'une des marques leaders, il possède une grande connaissance du marché qu'il peut utiliser pour comprendre les goûts et les besoins en constante évolution des consommateurs et agir en conséquence pour réussir dans le secteur du marché

d. Menaces :

Concurrence croissante : La pression concurrentielle augmente avec l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché.

Clients soucieux de leur santé : La préférence croissante pour des produits naturels pourrait éloigner certains consommateurs des produits de la marque.

Manque de produits innovants : La nécessité constante d'innovation pour rester compétitif face à une clientèle exigeante et en constante évolution.

8- Facteurs clés de succès

Stratégies de marketing efficaces : Garnier a mis en œuvre des campagnes marketing efficaces pour promouvoir le Micellar Water. En utilisant des canaux variés tels que les réseaux sociaux, les publicités télévisées, les collaborations avec des influenceurs et des campagnes promotionnelles, la marque a réussi à atteindre un large public cible, mettant en avant les avantages et l'efficacité de son produit. Cette stratégie de marketing multiplateforme a contribué à renforcer la notoriété et la popularité du Micellar Water.

Distribution étendue : La disponibilité du Micellar Water dans différents canaux de distribution, tels que les pharmacies, les supermarchés et les boutiques de cosmétiques, facilite l'accès du produit aux consommateurs. Une large distribution contribue à sa popularité et à sa facilité d'achat pour les clients potentiels.

Reconnaissance de la marque : Garnier est une marque connue et appréciée pour ses produits de soins de la peau et de cosmétiques. Cette renommée donne confiance aux consommateurs pour essayer leurs nouveaux produits comme le Micellar Water.

Clients fidèles : Les clients restent fidèles à Garnier car la marque propose des produits de qualité adaptés à tous les types de peau. Cette confiance les pousse à essayer les nouveautés de la marque, comme le Micellar Water.

9- La cible

La cible principale de l'eau Micellaire de Garnier est généralement les personnes à la recherche d'un nettoyant doux et efficace pour le visage. La micellare water est une solution sans rinçage qui contient des micelles, de petites particules qui capturent et éliminent la saleté, le maquillage et l'excès de sébum de la peau. Elle convient à différents types de peau, y compris les peaux sensibles, car elle ne nécessite pas de frottement excessif ni de rinçage à l'eau, ce qui réduit les risques d'irritation.

a- Tranche d'âge :

Garnier s'adresse généralement à une large tranche d'âge, notamment les adolescents, les jeunes adultes et les consommateurs plus matures qui bien évidemment veulent un soin pour la peau l'hors du maquillage.

Stratégie : La marque peut proposer des gammes de produits spécifiques conçues pour différents groupes d'âge, répondant aux préoccupations liées aux différentes étapes de la vie. Et ainsi communiquer avec chaque tranche d'âge grâce à l'utilisation des médias les plus fréquents, donc par exemple, avec les adolescents et jeunes adultes sa serait les réseaux sociaux et pour les plus mature la télévision.

b- Amateurs de soins de la peau :

La gamme des eaux Micellaire de Garnier, séduit les personnes enthousiastes à l'idée de maintenir une routine de soins de la peau. Le produit cible ceux qui recherchent des solutions efficaces et abordables pour répondre à divers problèmes de peau.

Stratégie : Garnier met en valeur les différentes objectives des consommateurs et souligne l'importance d'utiliser l'eau micellaire pour soigner leur peau sans nécessiter plusieurs étapes.

c- Tous types de peau :

L'eau micellaire dans sa forme originale est souvent commercialisée comme adaptée à tous les types de peau, y compris les peaux sensibles. Il est formulé pour être doux et efficace pour

éliminer le maquillage et les impuretés. Donc pour chaque type de peau il peut proposer des variantes au consommateurs.

Stratégie :

-Peau sensible :

Garnier propose des variantes d'eau micellaire spécifiques conçues pour les personnes à la peau sensible. Ces formulations ont souvent une formule hypoallergénique et sans parfum pour minimiser le risque d'irritation

-Peau grasse ou mixte :

Certains produits d'Eau Micellaire sont conçus pour répondre aux besoins des personnes à peau grasse ou mixte. Ces formulations peuvent contenir des ingrédients supplémentaires pour aider à contrôler l'excès de sébum.

-Peau sèche :

Garnier propose également des variantes adaptées aux personnes qui ont la peau sèche. Ces formulations peuvent contenir des ingrédients hydratants pour éviter que la peau ne soit sèche ou tiraillée après utilisation.

10- Les concurrents au Liban

Nous passons donc aux concurrents directs de l'eau micellaire de Garnier au Liban. On comparera leur visibilité, leurs merchandisings et leurs prix.

Entre les concurrents internationaux disponible au Liban, on compte :

L'Oréal Paris :

Étant donné que Garnier fait partie du groupe L'Oréal, d'autres marques du groupe, telles que L'Oréal Paris, pourraient être considérées comme des concurrents directs, car elles proposent également une gamme de l'eau micellaire.

Nivea :

Nivea est une marque de soins de la peau et de produits d'hygiène personnelle qui propose aussi des eaux micellaires également vendue au Liban.

Neutrogena :

Neutrogena est une marque connue pour ses produits de soins de la peau, y compris des nettoyants, des hydratants et des traitements spécialisés. Elle pourrait être considérée comme un concurrent direct dans la catégorie d'eaux micellaires.

Diadermine :

Diadermine est une marque renommée dans le domaine des soins de la peau, offrant une gamme diversifiée de produits axés sur la beauté et la santé cutanée. Diadermine continue de jouer un rôle essentiel dans l'industrie des soins de la peau au Liban.

Cosmaline :

Cosmaline est déjà une marque libanaise qui propose une variété de produits de soins personnels, y compris des produits de soins capillaires, des savons et des déodorants. Ainsi elle offre des eaux micellaires comme Garnier

Beesline :

Pareille comme Cosmaline c'est une entreprise libanaise qui offre les mêmes types de produits que Garnier comme des soins corporel, capillaire... entre eux les eaux micellaire

Puisque le prix est un facteurs clés de succès et de compétitivité surtout dans le monde des produits de grandes consommations. Donc voici des tableaux comparatifs des prix entre le produit d'eau micellaire Garnier et les concurrences les plus proches

Nom de la marque	Poids en ml	Prix en \$
Garnier	400ml	4.25\$
L'Oréal	200ml	5.10\$
Cosmaline	475ml	2.32\$
Beesline	400ml	2.9\$
Diadermine	400ml	9.5\$

11- Suggestion d'extension de gamme

Toutes les maquilleuses savent bien que la chose la plus détestable dans le démaquillage est la partie des cils, où juste avec un peu d'eau dessus, tout le mascara coule sur le visage. Un nouveau produit qu'on pourrait suggérer pour Garnier, ce serait un démaquillant avec la même incroyable formule d'eau micellaire mais en forme de mascara, bien qu'on devra faire une étude plus approfondi sur cela ainsi que tester. Mais sa donnera à Garnier un avantage concurrentiel en étant la première marque à avoir cette idée d'innovation sur son produit d'eau micellaire.

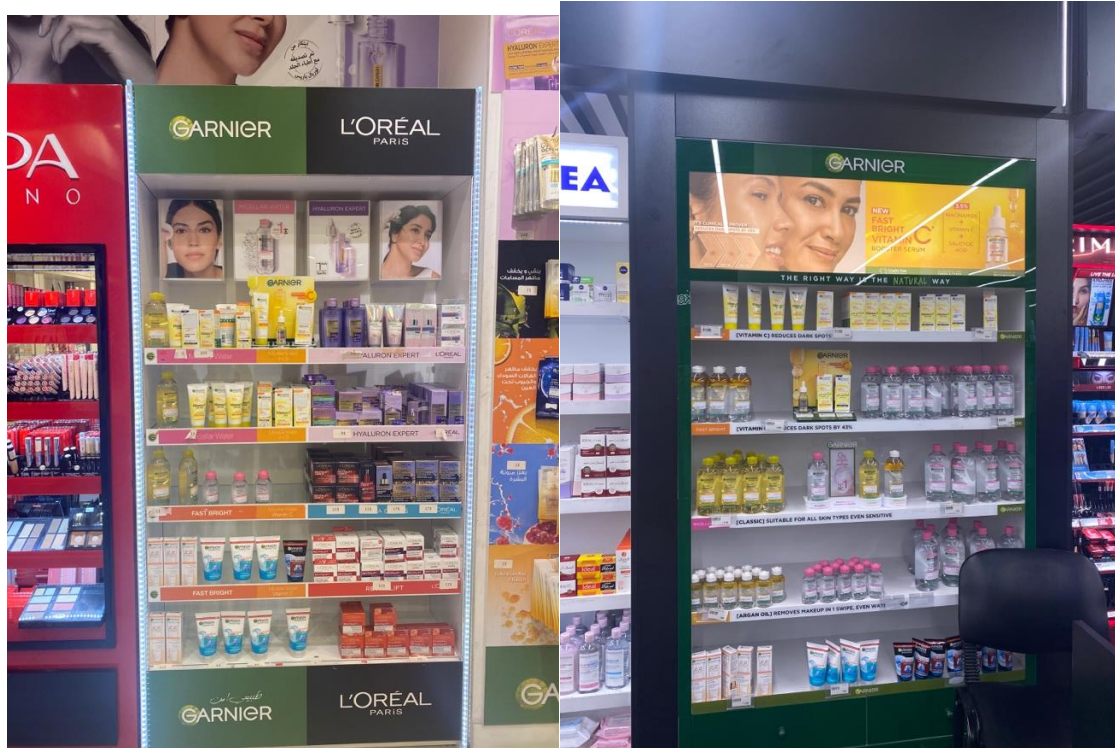
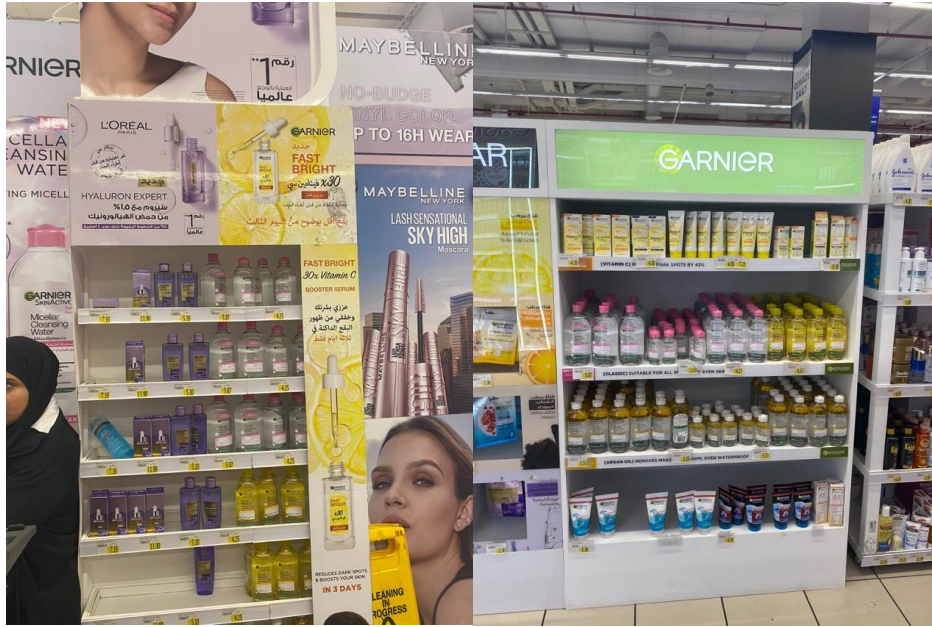
Visualisation de la suggestion :



12- Merchandising

En termes de merchandising, Garnier spécialement sont produit leader, l'eau micellaire est dominante par rapport aux concurrents au niveau visuelle, on peut visualiser d'après ces photos les étagères son bien rempli, bien ranger, bien propres)

Puisque Garnier appartient à l'Oréal, la plupart des stands son partager, mais bien qu'on peut trouver des stands spécialement et spécifiquement fait pour leur produit star l'eau micellaire





Mises en Avant en Magasin :

Certains magasins peuvent choisir de mettre en avant l'eau micellaire dans des zones stratégiques du magasin pour attirer l'attention des clients. Cela peut inclure des emplacements près des caisses ou des présentoirs spéciaux dans des zones à fort trafic, comme on peut voir sur cette dernière photo.

Bibliographie :

- Présentation de la marque : <https://www.infinance.fr/articles/entreprise/societe-cotee-en-bourse/article-l-oreal-presentation-histoire-et-activites-370.htm>
- Histoire de la marque : [https://www.femina.ch/style/beaute/histoire-de-marque-loreal-une-teinture-devenue-tentaculaire#:~:text=1909%3A%20Eugène%20Schueller%2C%20un%20chimiste,époque%20\(1%27auréale\).](https://www.femina.ch/style/beaute/histoire-de-marque-loreal-une-teinture-devenue-tentaculaire#:~:text=1909%3A%20Eugène%20Schueller%2C%20un%20chimiste,époque%20(1%27auréale).)
- Engagements : <https://www.loreal.com/fr/nos-engagements/pour-la-planete/lutter-contre-le-changement-climatique/>
- Organisation et stratégie : <https://www.loreal.com/fr/groupe/decouvrir-loreal/strategie-et-organisation/>
- Malia group / sarraf : <https://www.maliagroup.com/malia-group/english/companies/ch-sarraf-and-co>
- L'oreal et malia group : <http://www.businessnews.com.lb/cms/Story/StoryDetails/11040/LOreal-assigns-distributors-for-consumer-and-pro-lines>
- Historique malia group: <https://www.maliagroup.com/malia-group/english/corporate/history-and-milestones>
- Garnier: <https://www.lsa-conso.fr/produits/la-solution-micellaire-garnier-peaux-mixtes-et-sensibles,316646>
- Gamme : <https://www.garnier.co.uk/our-brands/skin-care/micellar/all-ranges>
- Ecologie : <https://www.loreal.com/en/consumer-products-division/garnier/>
- Garnier pride : <https://www.garnier.co.uk/-/media/project/loreal/brand-sites/garnier/emea/uk/en-gb/brandpages/campaigns/micellar-pride/pdp-and-article-push-assets/1080x1080product-support-imagesyou-shop-we-give.jpg?w=500&rev=1539d83782644576a35178d24d44f1c3&hash=024EDDCEF9E392869C93503EFCED422B>
- Garnier promotion : <https://www.mbaskool.com/marketing-mix/products/16721-garnier.html>
- <https://www.garnierusa.com/about-garnier>
- <https://iide.co/case-studies/marketing-strategy-of-garnier/>
- <https://www.instagram.com/garnierlebanon/>
- https://shopbeesline.com/lb_en/face-care/micellar-water.html
- <https://feel22.com/collections/diadermine/products/diadermine-moisturizing-micellar-water>