

# DERMACYD®

## O MERCADO

O mercado de higiene íntima no Brasil é estimado em R\$ 135 milhões e apresenta um dos maiores crescimentos do mercado OTC – produtos vendidos sem necessidade de prescrição médica.

Há quatro anos consecutivos, Dermacyd®, o sabonete líquido íntimo da sanofi-aventis, que inaugurou a categoria, lidera o mercado com mais de 50% das vendas, além de contribuir para impulsionar o segmento. Para 2007, a expectativa é que Dermacyd® mantenha o mesmo ritmo de crescimento.

As razões para o sucesso de Dermacyd® estão baseadas no equilíbrio de três pilares: atuação junto à classe médica, investimentos em mídia e ações voltadas para o ponto-de-venda, sempre com a estratégia de desenvolver o mercado, conscientizando a mulher sobre a importância de cuidar adequadamente de sua higiene íntima.

O mercado de higiene íntima é dividido basicamente em duas categorias: Higiene do Bebê/Infantil e Higiene Íntima Feminina.

A categoria ainda possui uma participação baixa quando comparada a outros mercados. No Brasil, menos de 20% das mulheres utilizam produtos para a higiene íntima, enquanto nas Filipinas, por exemplo, o índice é de mais de 75%.

Dermacyd® é uma marca global da sanofi-aventis presente na Ásia, Europa e América Latina. Em julho de



era indicado tanto para a higiene da pele da mãe quanto para a do bebê. Apesar de bastante conhecida pela classe médica, a marca precisava ser reposicionada para atuar também no ponto-de-venda, pois pesquisa realizada em 2001 mostrou que os motivos que levam uma mulher a comprar o produto são completamente diferentes dos que impulsionam a mãe a adquirir produtos de higiene para o bebê.

Dermacyd® foi então relançado no mercado em duas versões:

- Dermacyd® Femina para a higiene feminina,

mantendo a fragrância madressilva, mas ganhou embalagem com formato mais anatômico e tampa que evita o desperdício. A versão feminina recebeu visual e rotulagem específicos para o público feminino.

- Dermacyd® Infantil passou a apresentar uma delicada fragrância *soft baby* desenvolvida especialmente para o bebê, e em embalagem azul.

## O PRODUTO

O lançamento de Dermacyd® no mercado brasileiro ajudou a construir um novo conceito: a importância do cuidado adequado com a higiene íntima feminina.

Consagrado pela consumidora brasileira, o produto foi elaborado para cuidar da higiene íntima diária da mulher, afinal o intenso ritmo do dia-a-dia exige que a mulher tenha cuidados extras com esta região tão delicada.

A higiene íntima com Dermacyd®, que possui em sua fórmula o exclusivo complexo de ácido láctico + atomizado de lactoserum, ajuda a manter

2007, Dermacyd® alcançou a 7ª posição no ranking brasileiro de produtos OTC.

Produzido aqui no Brasil, Dermacyd® é exportado para 7 países da América Latina.

## CONQUISTAS

Dermacyd® foi o sabonete líquido que despertou a mulher brasileira para a importância da higiene íntima diária.

Suas campanhas publicitárias, estreladas por personalidades reconhecidas por sua preocupação com o bem-estar e qualidade de vida, sempre adotaram um foco didático e foram determinantes para chamar a atenção do público feminino.

O sucesso da marca inspira novidades que devem ampliar ainda mais a categoria.

## HISTÓRIA

Lançado em 1984, no Brasil, Dermacyd®



o pH fisiológico (natural) da região genital, contribuindo para a prevenção de alguns problemas ginecológicos, além de proporcionar uma agradável sensação de limpeza e bem-estar.

O produto é dermatologicamente testado, podendo ser usado todos os dias. Dermacyd® não possui em sua fórmula substâncias com potencial alergênico, que possam causar irritações.

Dermacyd® pode ser encontrado em três versões:

- Para higiene íntima feminina: Dermacyd® Femina – com suave fragrância madressilva, embalagem rosa e tampa anatômica que evita o desperdício – e ainda a versão Dermacyd® Delicata, com nova fragrância.

- Para higiene Infantil: Dermacyd® Infantil – com delicada fragrância *soft baby* é indicado para banhos diários de bebês e crianças para ajudar a prevenir assaduras e brotoejas na pele.

## EVOLUÇÕES RECENTES

Para acompanhar as tendências do mercado e atender as exigências das consumidoras, Dermacyd®, o sabonete líquido íntimo da sanofi-aventis, é uma marca que está sempre em busca de inovação.



mulheres e ginecologistas, como sugere Adriana durante o comercial, ao recomendar: “Converse com seu ginecologista”. Além de reforçar que, quando a mulher cuida de sua higiene íntima, ela também está cuidando de seu parceiro.

Na mídia impressa, Dermacyd® também está presente em publicidades das principais revistas femininas do País, como Cláudia, Boa Forma e Nova.

## VALORES DA MARCA

Confiabilidade, para a classe médica. Cuidado, proteção e bem-estar, para os consumidores. Esses são os valores da marca Dermacyd®, sabonete líquido elaborado especialmente para a higiene íntima feminina.



## O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE DERMACYD®

- Em pesquisa realizada pelo Instituto Target, no final de 2006, 96% das entrevistadas apontaram Dermacyd® como a marca mais lembrada da categoria de produtos para Higiene Íntima.
- Você sabia que o pH de nossos cabelos, pele e inclusive da região genital é ácido, em torno de 4,5?
- Que os hábitos da mulher moderna, que “corre” o dia inteiro, faz ginástica, passa muito tempo sentada, usa calças justas, entre outros fatores, ajudam a alterar o pH natural da região genital e podem deixá-la desprotegida?
- Que recomendações científicas mais atuais\* preconizam o uso de sabonetes com pH ácido ou neutro porque são menos agressivos e não interferem na microflora cutânea, diminuindo o risco de irritações?

\*Volochchuk OM. Variações do pH dos sabonetes e indicações para sua utilização na pele normal e na pele doente. An bras dermatol. 2000 Nov-Dez; 75(6):697-703

