

Contacts presse : Agence Com&Kids

Romane Mathieu-Guerziz • romane.mathieu@comandkids.fr • 06 51 71 15 21

Marine Pécol • marine@comandkids.fr • 06 46 61 45 86



## Dossier de presse

# Nuby™

**L'allié incontournable  
des parents d'enfants  
de 0 à 3 ans,  
s'implante en France !**



## “ Nûby™, une histoire de famille



Mon premier souvenir avec la France remonte à environ trente ans : j'accompagnais mon père en rendez-vous commercial à Paris, rencontrer un acteur majeur de la grande distribution.

Mon père commercialisait le premier gobelet Nûby™ anti-goutte, qui allait révolutionner le marché de la puériculture. Âgé de moins de 10 ans, je n'en avais évidemment pas conscience !

Ce dont je me souviens, en revanche, c'est de mon père, lançant ce gobelet au sol pour en éprouver la solidité, devant un acheteur quelque peu déconcerté.

Trente ans plus tard, c'est aujourd'hui une nouvelle aventure qui débute en France, avec le premier lancement en direct de Nûby™ sur le marché tricolore. Depuis les années 90, nos produits ont conquis le monde entier, accompagnant des millions de familles dans les premières étapes du développement de leur enfant, du nouveau-né jusqu'à ses 3 ans.

Ayant aujourd'hui succédé à mon père au poste de Président de la stratégie et des ventes internationales, je suis particulièrement heureux d'accompagner Nûby™ dans cette nouvelle étape de sa croissance.

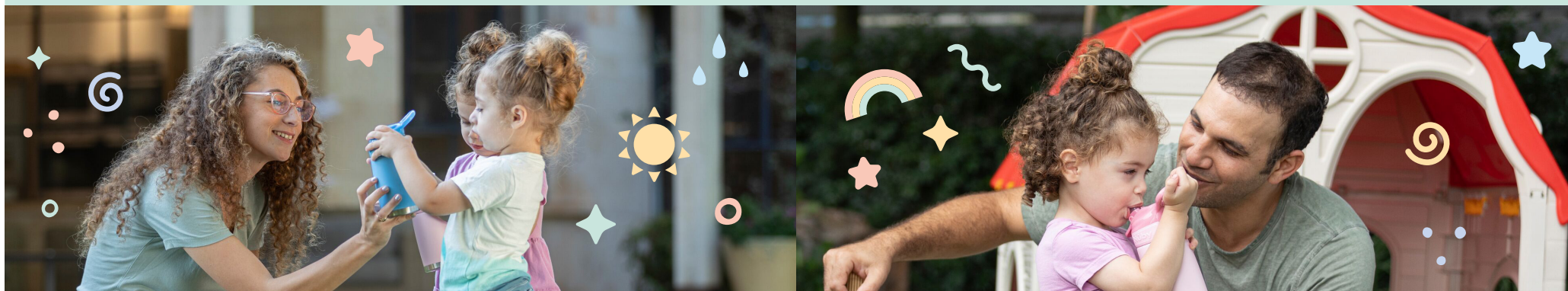
Ce lancement direct, sur l'un des marchés les plus importants en Europe, représente un tournant : la France est le cinquième pays où nous opérons via nos propres canaux de distribution, sans intermédiaires locaux.

Comme sur les autres marchés où nous avons opté pour ce modèle, nous nous appuyons sur un réseau dynamique d'usines partenaires, garantissant ainsi la qualité de nos produits. Nous pourrions aussi compter sur notre état d'esprit conquérant, qui a fait le succès de la marque partout dans le monde.

Enfin, notre esprit d'innovation sera clé pour offrir des produits toujours plus ingénieux et sûrs, favorisant un développement sain et serein des enfants, tout en améliorant le bien-être de toute la famille !

Pour moi, la France représente bien plus qu'une aventure professionnelle. À la fois francophone et fervent francophile, j'ai depuis toujours une affection particulière pour ce pays. Travailler sur un marché aussi prometteur est ainsi l'opportunité rêvée d'allier ambition de développement et attachement personnel !

**Steve Ariel**, Président Stratégie et Ventes Internationales



# Nûby™, la référence mondiale des articles pour bébés

## Un esprit pionnier, pour offrir ce qu'il y a de mieux à bébé !

Fondée dans les années 90, la marque Nûby™ s'est notamment fait connaître par une invention ingénieuse : une tétine imitant le sein naturel pour favoriser la succion du nourrisson. Depuis, de nombreuses innovations ont suivi. De l'alimentation à l'hygiène, en passant par les jouets, les accessoires de bain ou de voyage, la marque couvre une large gamme de produits de puériculture de haute qualité. À la fois innovante, sûre, fonctionnelle et amusante, Nûby™ accompagne aujourd'hui des millions de familles dans plus de 155 pays.

Nûby™ tire son nom de *nubs*, mot anglais qui décrit les glandes de Montgomery, ces petites bosses apparaissant au niveau des seins des femmes enceintes, pour faciliter l'allaitement. Dans les années 90, les premières tétines au monde dotées d'aspérités inspirées de ces nubs sont lancées sur le marché. Une invention brevetée par ses inventeurs, et qui rencontre aussitôt son public, lançant en trombe l'aventure Nûby™.

Depuis, plus de 300 brevets, modèles enregistrés, et marques ont été déposés par la marque, devenue leader dans plusieurs catégories : anneaux de dentition - son Icy Bite Keys est le plus vendu au monde<sup>1</sup> -, mais aussi gobelets pour tout-petits. Nûby™ est également en bonne voie pour devenir N°1 dans l'univers de la chambre de bébé ou encore des articles de bain et de voyage.

**Prochaine innovation : un miroir-rétroviseur de voiture, pouvant s'adapter aux appuie-tête fixes, en toute sécurité ; un produit inédit sur le marché.**

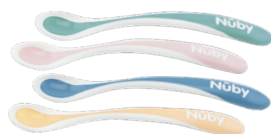
<sup>1</sup>Source : Circana

### Timeline des principales innovations :



Premier bec à gobelet en silicone, anti-fuite et anti-goutte

1996



Cuillères thermosensibles, pour s'assurer que la nourriture est à bonne température

1998



Gel PureIce™ pour anneau de dentition réfrigérant permettant à ces derniers de rester frais plus longtemps que ceux remplis d'eau

2001



Ventilateur de poussette sans lame

2024

Tétines dotées de nubs



1998

Cuillères à bord souples



1998

Sucettes avec picots en silicone pour masser et stimuler la gencive



2012

Miroir-rétroviseur de voiture pour appuie-tête fixe



2025

## Une profondeur de gamme exceptionnelle et une qualité attestée qui ont fait sa renommée

Dès les années 90, les produits Nuby™ commencent à s'exporter en Europe puis dans le monde. Aujourd'hui, ils sont commercialisés dans 155 pays, de l'Union européenne à l'Afrique, en passant par le Moyen-Orient. Ils accompagnent les parents à chaque étape du développement de leur jeune enfant : alimentation, bain, apprentissage de la propreté, voyage, éveil, santé... La marque bénéficie par ailleurs d'une solide réputation, confirmée par des millions d'avis de consommateurs, tandis que de nombreux prix viennent attester de la qualité de ses produits.

### Nuby™, lauréats de nombreux prix en 2024



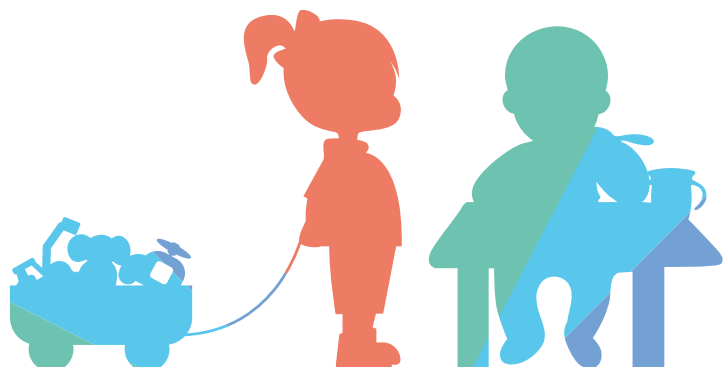
- **Prix Circana aux USA**
- **Mother and Baby Awards UK** (6 nominations en 2024 dont la médaille d'Or pour la catégorie "Meilleur produit de voyage avec le « Nuby™ RapidCool Kit » élu « Meilleur produit pour les 12 mois et plus », ainsi que la médaille d'Or pour la catégorie « Produits alimentaires », avec la vaisselle « Nuby™ Earth First »).

## Chiffres clés



- ★ Plus de **11** catégories couvertes dans le domaine de la puériculture
- ★ **Marque n° 1** dans le monde des gobelets et anneaux de dentition
- ★ **1 million** d'avis 5 étoiles Amazon et online
- ★ **300** brevets, modèles enregistrés et marques déposées
- ★ **350** collaborateurs à travers le monde
- ★ **5** sièges sociaux : USA, Mexique, Australie, Royaume-Uni, France
- ★ **350 millions d'euros** de ventes de la marque Nuby™, dont un produit sur deux vendu hors des Etats-Unis

Chaque année, les ventes hors du marché américain dépassent les 200 millions d'euros pour la marque. Au total, c'est ainsi un produit Nuby™ sur 2 qui se vend en dehors des États-Unis. Aussi, pour mieux répondre aux besoins locaux, la marque est aujourd'hui dirigée depuis 5 sièges sociaux répartis sur différents continents. En Louisiane, aux États-Unis, la marque dispose d'usines, mais aussi d'un entrepôt de puériculture de plus de 40 000 m<sup>2</sup>, le plus grand détenu par une entreprise de cette catégorie. Depuis 1998, Nuby™ dispose aussi d'un siège au Mexique et d'un autre en Angleterre, depuis 2008. Enfin, en 2024, Nuby™ s'est lancée en direct en Australie ainsi qu'en France, avec l'installation d'un siège à Paris, marquant les dernières étapes à date de ce développement international. L'objectif ? Assurer une maîtrise optimale de sa chaîne de distribution et accélérer sa présence sur des marchés hautement stratégiques.



# Devenir un acteur majeur de la puériculture en France

Après le Royaume-Uni il y a presque 20 ans, le lancement en direct de Nûby™ sur le marché français est le deuxième de la marque en Europe. Avec un taux de natalité plus fort que ses voisins européens, l'Hexagone constitue en effet un marché au large potentiel. L'ambition de Nûby™ ? S'y positionner comme un acteur majeur, en élargissant son catalogue de produits et en rendant son offre plus accessible, grâce à des coûts optimisés et à une meilleure maîtrise de sa distribution.

## Un marché stratégique pour la conquête de l'Europe

Sur un marché de la puériculture globalement impacté par la baisse du pouvoir d'achat des ménages face à l'inflation, mais surtout par le recul de la natalité affectant de nombreux pays, la France semble mieux résister que ses voisins. La natalité y reste la plus forte d'Europe, avec un taux de fécondité de 1,62 enfant par femme<sup>1</sup>. De plus, la multiplication des enseignes, en ligne ou via les réseaux de vente traditionnels - GMS, boutiques spécialisées, réseaux pharmaceutiques - offre de très nombreuses opportunités.

“ C'est un virage crucial et nous allons concentrer tous nos efforts pour réussir. Après son passage en direct sur le marché UK, Nûby™ a mis une dizaine d'années à atteindre 25 M€ de chiffre d'affaires. Pour la France, la volonté est d'atteindre cet objectif en 5 ans. ”

Steve Ariel, Président Stratégie et Ventes Internationales

1 « Bilan démographique 2024, Insee Première n°2033, janvier 2025 »

## Des produits plus accessibles pour les parents français

Pour cela, la marque dispose de nombreux atouts :

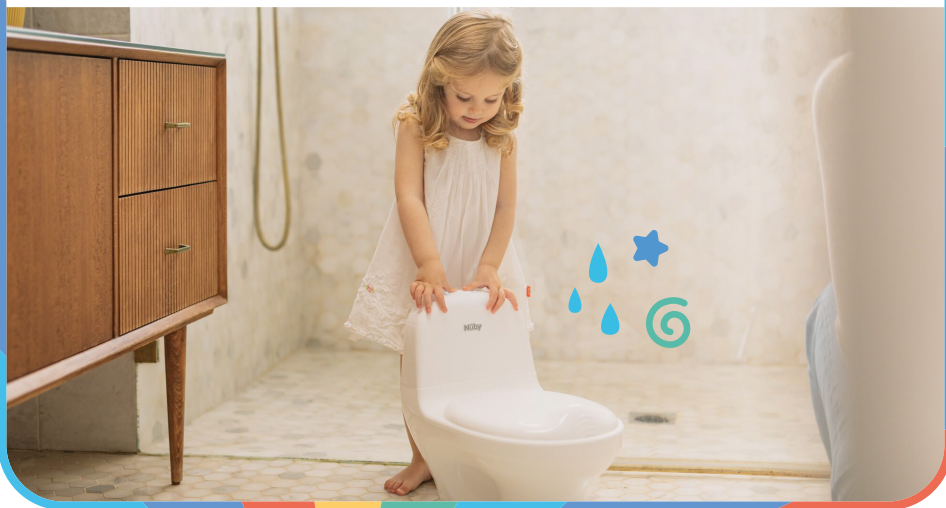
- ✦ Une présence déjà consolidée en magasins et en ligne à travers deux enseignes incontournables, Carrefour et Amazon ;
- ✦ Un positionnement tarifaire très accessible grâce à son périmètre mondial qui lui permet d'optimiser ses coûts grâce aux économies d'échelle, sans sacrifier la performance économique de ses usines partenaires ;
- ✦ Enfin, sa profondeur de gamme et sa capacité d'innovation, quasiment uniques sur le marché, avec plus de 11 catégories couvertes, lui permettent ainsi de répondre précisément aux attentes évolutives des parents.



### Focus : My Real Potty, un pot avec une imitation de chasse d'eau plus vraie que nature, pour apprendre la propreté en s'amusant !

L'acquisition de la propreté est une grande aventure pour les tout-petits. Avec le pot My Real Potty de Nûby™, cette étape devient un jeu d'enfant ! Imaginé comme de véritables toilettes, ce pot offre une expérience plus vraie que nature grâce à l'effet sonore de son bouton de chasse d'eau.

Doté également d'un compartiment secret pour avoir lingettes et papier toilette à portée de main, il est aussi ultra-pratique. Enfin, sa cuvette amovible facilite son nettoyage tandis que son design ergonomique et son assise confortable transforment le moment passé sur le pot en une pause amusante et ludique !



Aujourd'hui, son passage en direct lui offre l'opportunité de traduire directement en rayon sa signature « À vos côtés, à chaque étape », grâce à des prix encore plus accessibles sur une très grande diversité de produits, notamment ses best-sellers My Real Potty (pot d'apprentissage), l'anneau de dentition IcyBite Keys ou bien encore sa célèbre Pieuvre de bain. Des produits innovants, sûrs et pratiques qui favorisent le développement des enfants tout en facilitant la vie des parents.



## De fortes ambitions de développement

Installée à Paris début 2024, la marque a principalement consacré cette première année à constituer une équipe, ainsi qu'à construire sa stratégie commerciale et signer ses premiers accords commerciaux. Elle s'est aussi dotée d'entrepôts de très grande capacité au Havre, en collaboration avec XP Log, d'où partent toutes les livraisons en direction de l'Hexagone.

Sur le plan commercial, Nûby™ entend bien devenir incontournable dans les lieux de prédilection des parents, tant en ligne, notamment sur Amazon, que dans les grandes surfaces, les magasins spécialisés et à terme en pharmacie.

Enfin, côté communication, Nûby™ collabore avec l'agence Com&Kids pour une gestion 360° de son image. Objectif ? Développer fortement sa visibilité sur les réseaux sociaux à travers des collaborations avec des influenceurs mais aussi des publicités ciblées, ainsi que renforcer sa présence dans les médias, en particulier sur des thématiques liées aux innovations ou à la saisonnalité de certains produits. Des campagnes publicitaires sont aussi envisagées sur les services de streaming. Par ailleurs, soucieuse de placer les parents au cœur de sa démarche, Nûby™ présentera ses nouveautés à des jurys composés de consommateurs, afin, également, de faire reconnaître la qualité de ses produits à un large public.

“ Après cette première année consacrée à la mise en place, nous pensons réaliser un chiffre d'affaires de 3 M€ en 2025 - notre première véritable année complète au cours de laquelle nous accélérerons notre déploiement.

Steve Ariel, Président Stratégie et Ventes Internationales



## Nûby™ : le sens de la famille

Lorsqu'on est parent, difficile de ne pas se sentir seul par moments. Aussi, Nûby™ s'est donné pour mission de simplifier la vie des jeunes parents tout en soutenant le bien-être et le développement de leurs enfants. Les valeurs familiales sont ainsi des piliers de la marque, au centre de ses préoccupations.

### Comprendre les besoins des familles modernes

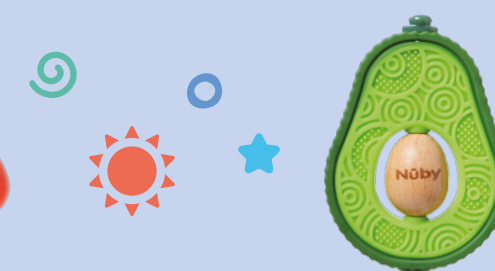
En inventant des produits fonctionnels et innovants à destination des jeunes enfants, mais aussi en prêtant une oreille attentive aux besoins de leurs parents, Nûby™ soutient les familles au quotidien. Son approche est centrée sur la qualité, la sécurité et le confort, afin de soutenir une expérience de parentalité sereine et épanouie.

À l'instar de sa démarche d'innovation au plan mondial, Nûby™ mènera en 2025 sur le marché français des études quantitatives et qualitatives pour mieux comprendre les besoins des familles et cerner précisément les attentes des parents français.



### Des produits innovants et colorés pour le plaisir de s'amuser

Le plaisir est au cœur de la démarche de Nûby™. Ses produits colorés sont conçus pour stimuler la créativité et favoriser les interactions au sein de toute la famille. Un moyen de grandir et se développer, sereinement et joyeusement !



## Garantir la qualité et la sécurité des enfants

Par ailleurs, la sécurité est au cœur de ses produits. Ces derniers répondent aux normes les plus strictes, assurant une fiabilité optimale pour les parents : norme EN71 de sécurité pour les jouets pour enfants, norme BPA-Free, garantissant l'absence de bisphénol A, mais aussi label CE, indiquant le respect des exigences de sécurité européennes, pour ses références distribuées sur le marché européen.

Enfin, au-delà de ces labels, les produits Nuby™ sont régulièrement soumis à des tests de qualité rigoureux, menés par des laboratoires indépendants pour garantir la durabilité, la sécurité et l'absence de substances toxiques. La marque s'engage également pour les générations futures en utilisant des matériaux respectueux de l'environnement et en optimisant ses processus de production, afin de réduire son empreinte écologique.



## Soutenir les parents, au-delà de la puériculture

L'engagement de Nuby™ auprès des parents va également bien au-delà de ses produits. Ainsi en Angleterre, la marque a lancé l'initiative "Good Square Meal", dont l'objectif est d'offrir des repas gratuits aux familles dans le besoin. À travers ce programme, Nuby™ souhaite apporter un soutien concret aux familles qui rencontrent des difficultés financières ou qui traversent des périodes de crise, en leur fournissant des repas nutritifs et équilibrés sans frais. Un exemple d'initiatives solidaires qui pourrait être également impulsé en France.

