

my  
variations



# MyVariations *c'est ma* révolution

**Tout juste trois ans après son lancement, cette jeune marque s'est hissée à la 3<sup>e</sup> place du marché français de la brosse à dents électrique. Elle s'attaque désormais à la vente physique et au marché européen.**

## Une histoire à laquelle on croit dur comme frères

« Ma révolution porte ton nom » **Alexis et Martin Thiebaut, les fondateurs de MyVariations** n'avaient même pas 10 ans quand Jennifer chantait ce tube de l'été 2004. Pourtant, les paroles s'adaptent totalement au rêve de ces deux frères qui, ensemble, **se lancent en octobre 2020 et à moins de 30 ans, dans l'aventure entrepreneuriale, avec pour objectif de révolutionner le brossage de dents et le rapport des Français à l'hygiène bucco-dentaire.**

À l'origine de cette aventure, le constat alarmant du manque d'assiduité des Français dans leur routine d'hygiène dentaire (durant le confinement, les ventes de brosses à dents ont même chuté de 43%). **L'Union Française de la Santé Bucco-Dentaire (UFSBD) révèle à ce propos que plus d'un quart des Français ne se brosse pas les dents 2 fois par jour**, et alors que les experts de la santé recommandent un temps de brossage de 2 minutes, le déclaratif des Français serait plutôt autour de

57 secondes. Sans parler des **1.5 brosses à dents utilisées par an** alors que **4 sont préconisées. L'Oral Care est un marché qui offre donc de belles perspectives d'évolution.** En effet, seul 25% des Français utilisent une brosse à dents électrique alors que ce ratio atteint près de 50% chez nos voisins Allemands.

Grâce à une étude réalisée auprès de 500 personnes pour déterminer les attentes des consommateurs en matière de brossage des dents, et entourés d'experts de la santé bucco-dentaire, **Alexis et Martin Thiebaut mettent au point**

**LA brosse à dents électrique idéale. Celle qui donne envie chaque jour (et au moins deux fois par jour) de prendre soin de ses dents.** Un produit efficace, simple à utiliser, pratique, sans fonctionnalités gadget inutiles et à un prix raisonnable... C'est la naissance de MyVariations et de son produit star, la brosse à dents sonore.

elle va  
nous faire  
*Vibrer!*



Martin et Alexis Thiebaut



Brosse à dents  
électrique  
MyVariations  
dès 59€  
Sur Myvariations.com,  
chez Darty et en pharmacies

## MyVariations, une offre variée qui donne le sourire

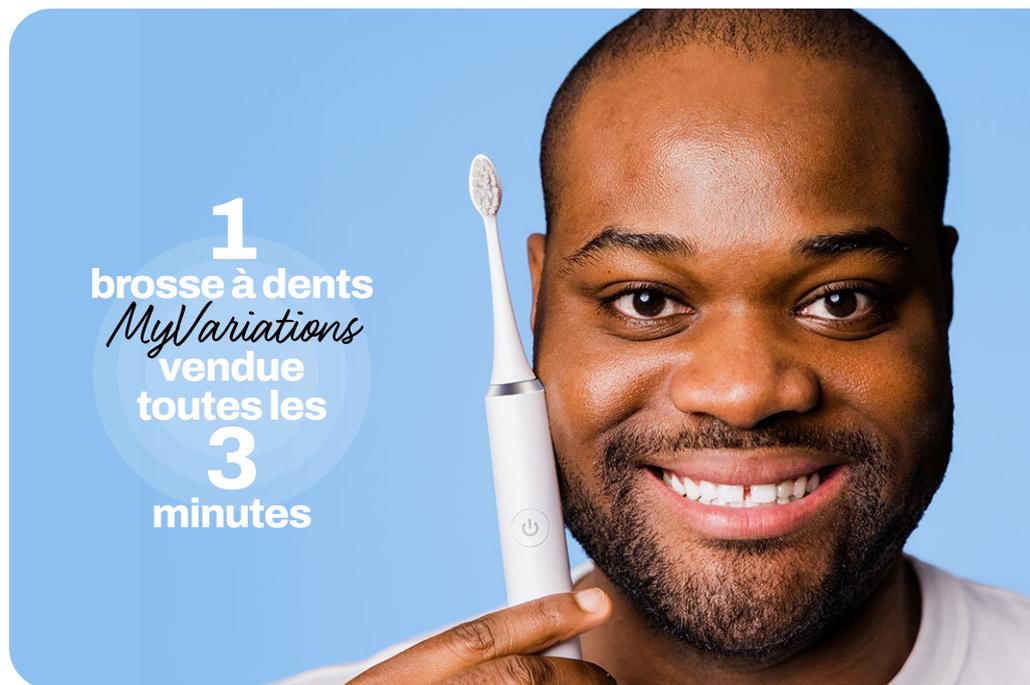
Si le produit star de MyVariations est la brosse à dents, très rapidement une gamme complémentaire a vu le jour. Après les têtes de rechange et les étuis de voyage, ce sont en toute logique les dentifrices qui ont suivi en début d'année 2023 avec deux formules *made in France* composées de 99% d'ingrédients naturels et certifiées bio. Une référence Blancheur et une référence Sensible enrichies en fluor (1450 ppm) pour compléter leur action nettoyante d'une action protectrice anti-caries. Une gamme de brossettes interdentaires a également vu le jour, elle va, en cette rentrée 2023, s'étoffer d'un fil dentaire infusé au charbon.

## Une brosse bucco-lique

La brosse à dents MyVariations s'appuie sur la technologie sonore (vs oscillatoire). Elle reproduit le mouvement vertical d'une brosse à dents manuelle, mais en plus efficace contre la plaque dentaire puisqu'elle assure 40 000 vibrations par minute. Son brossage dynamique et respectueux des gencives et ses poils souples en nylon permettent un nettoyage en profondeur. Après deux minutes de brossage (son minuteur intelligent vibre au cours du brossage pour notifier le moment de changer la zone et s'éteint automatiquement au bout de 2 minutes) et une fois passée la surprise des chatouillis sur les gencives, les usagers ressentent une sensation inégalable de dents lisses et propres.

D'ailleurs, plus de 96% d'entre eux considèrent ce nouveau mode de brossage comme étant plus efficace que leur brosse précédente, et 85% de ceux qui souffraient de saignements de gencives les réduisent ou les éliminent après seulement 3 mois d'utilisation (étude menée en interne en 2022 auprès de 347 répondants).

Une efficacité qui s'accompagne d'un vrai plaisir d'utilisation grâce à sa prise en main ultra simple, ses 5 modes de brossage adaptés à toutes les sensibilités, son minuteur intelligent, son autonomie d'un mois et son design *lifestyle* disponible en 6 coloris qui trône élégamment dans la salle de bain comme un objet décoratif.



## Un système d'abonnement tout bonnement

MyVariations est une marque qui distribue ses produits en "direct-to-consumer" via son site internet [www.myvariations.com](http://www.myvariations.com). Une fois sur le site, les clients peuvent opter pour le système d'abonnement proposé par la marque afin de recevoir une nouvelle tête de rechange, un réassort de dentifrice ou de fil dentaire à fréquence régulière. Un service qui permet de ne pas oublier de renouveler ses équipements pour une hygiène dentaire toujours plus impeccable.

## Une marque qui n'a pas peur de l'engagement

MyVariations va plus loin encore dans sa recherche des dents du bonheur et propose un objet *high tech* dont le prix ne dépasse pas 69€. Acheter MyVariations, c'est entrer dans une relation longue durée basée sur la confiance et la fidélité car non seulement la brosse est **garantie à vie pour les clients abonnés (réparation ou échange)**, mais pour limiter sa production de déchets plastiques (les brosses à dents représentent chaque année 5 000 tonnes de déchets plastiques) la marque sensibilise ses consommateurs au programme de recyclage des brosses usagées via Terracycle, et mentionne les différents points de collecte disponibles dans toute la France.

Et parce que la raison d'être de MyVariations est de sensibiliser à l'hygiène dentaire, dès le début de l'aventure, ses deux fondateurs se sont engagés auprès de l'association « Enfants du Désert » afin de favoriser l'accès aux soins dentaires des enfants du désert marocain, pays où les deux fondateurs Alexis et Martin ont vécu durant leur enfance. Ainsi, chaque brosse à dents MyVariations vendue finance 2 kits d'hygiène complets (brosse à dents + dentifrice) afin de soutenir l'association.



## MyVariations croque le marché à pleines dents et affiche de grosses ambitions

Brosses à dents et soins à destination des enfants, nouveaux dentifrices... **à l'horizon 2024 ce sont une dizaine d'innovations qui sont prévues.**

**La vente physique en ligne de mire.** Après un véritable succès *online*, en adéquation avec la volonté de ses fondateurs de bousculer les codes de l'oral care et de s'installer comme un nouvel acteur pérenne sur un marché jusqu'ici trusté par deux mastodontes (Oral B et Philips), MyVariations s'attaque à la vente physique et déploie ses efforts sur la pharmacie.

« Depuis le début de l'été 2023 nous avons ouvert plus de 250 points de vente en pharmacie, parapharmacie. Nous ambitionnons d'ouvrir plus de 3 000 officines France en 2024 et 5 000 d'ici à fin 2025 » précisent Alexis et Martin Thiebaut.

En cette rentrée de septembre 2023, les brosses à dents MyVariations ont également été **implantées dans plus de 270 magasins FNAC / DARTY à travers toute la France.**

Si 10% du Chiffre d'Affaires MyVariations est réalisé chez nos voisins francophones Suisses et Belges, pour fin 2023, la marque projette de **renforcer sa distribution sur le marché Européen à commencer par l'Italie, l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Allemagne.**

**Des projets d'envergure qui s'accompagnent d'objectifs ambitieux puisque d'ici 2025 Alexis et Martin Thiebaut visent une croissance exponentielle de +500% de leur CA, à plus de 50M€.**

## En 3 ans variations c'est...



**N°3** du marché français derrière Oral B (Procter & Gamble) et Philips Sonicare

Une note de **4,8/5** sur Trustpilot pour plus de 10 000 avis vérifiés.

La marque d'hygiène dentaire la mieux notée et avec le plus d'avis en ligne



Un entrepôt logistique basé dans le 77 qui permet de couvrir toute la France **en 48h**

**N°1** des ventes de brosses à dents électriques soniques sur Amazon



Une **campagne TV Nationale**

en juillet 2023 (TF1, France TV, M6, C8, W9, BFMTV...)



Un chiffre d'affaires de **10M€**, une croissance en constante évolution depuis 2020

Plus de **150 000** unités vendues depuis le lancement et plus de 100 000 clients uniques



Une gamme de plus de **10 produits**, et plus de 10 nouvelles innovations à venir en 2024