



LES HOMMES

VONT ÊTRE AU POIL



JANVIER 2017

CHIFFRES CLÉS



Fondé en
2013



8 500
membres abonnés

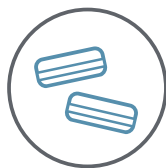


100%
de membres satisfaits

LE CONCEPT



1.
Je choisis
mon rasoir



2.
Je choisis mon
nombre de lames



3.
Je reçois sous 48h
dans ma boîte aux lettres

Big Moustache propose à ses membres de recevoir à la maison, chaque mois, le nombre exact de lames de rasoir dont ils ont besoin.

Des lames de qualité à petit prix

92%

des abonnés Big Moustache considèrent la qualité des rasoirs proposés comme égale ou supérieure aux modèles des géants du rasage.

40%

d'économies garanties par rapport aux marques vendues en supermarchés



à partir de
2,5€/mois

à partir de
3€/mois

à partir de
3€/mois

Un service au poil

Utiliser le service Big Moustache, c'est aussi adhérer à une philosophie fun et décalée qui contrebalance l'image barbante des grandes marques leaders. Big Moustache veut apporter le sourire et satisfaire au mieux le membre fidèle, en le remerciant régulièrement par un contenu exclusif chaque mois comprenant conseils et infos ludiques et décalées, échantillons de produits, offres partenaires (découverte de services, échantillons de produits complémentaires, etc.).

En résumé, Big Moustache veut être un e-commerçant au poil, proche de ses membres, aussi efficace qu'Amazon, la proximité en plus. C'est une autre façon de consommer intelligemment.

UN SPÉCIALISTE AU POIL



L'offre de Big Moustache ne se limite pas aux abonnements et propose une gamme de produits innovants fabriqués en France et formulés en collaboration avec des barbiers. 2017 verra venir de nouveaux produits : gel de rasage, savon de voyage, baume à barbe et shampooing barbe.

Pour faire plaisir à n'importe quel poilu : barbu, moustachu ou rasé de près, Big Moustache propose également ses produits sous forme de coffrets à offrir.



L'AMBITION DE BIG MOUSTACHE

L'ambition de Big Moustache est de devenir une marque de référence en France sur les produits de rasage et de soins pour hommes, avec un modèle disruptif dans la distribution et la communication.

Ce nouveau modèle de consommation est déjà largement installé sur le marché américain où deux acteurs, Dollar Shave Club et Harry's, ont gagné 17% des parts de marché (soit quatre millions de clients), sur les deux géants, en moins de quatre ans.

UNE ÉQUIPE ENTREPRENEURIALE SOUTENUE PAR DES ACTIONNAIRES EXPÉRIMENTÉS

À l'initiative du projet, on retrouve le jeune entrepreneur Nicolas Gueugnier, qui a créé Big Moustache après s'être rendu compte qu'il utilisait tous les jours le rasoir Gillette offert par la marque à la sortie de sa fac plusieurs années auparavant. Il considéra alors que la perfection au masculin avait ses limites...

Fort d'une première levée de fonds en 2013, Big Moustache a opéré une deuxième levée en janvier 2017 auprès de Sia Partners, société de conseil en management.



CONTACT

Margaux BEAUNEZ

Responsable communication
margaux@bigmoustache.com
01 48 05 08 73 / 06 83 94 98 63

www.bigmoustache.com

Suivez-nous sur :

