



DOSSIER DE PRESSE

- 2022 -

Il était un poil...



Les BIG débuts

Ce sont les choses simples qui font les grandes histoires et Big Moustache ne fait pas exception à la règle. Regardons les hommes autour de nous : **tous utilisent le même rasoir depuis des années !** Depuis dix ans, parfois. Dix ans d'habitudes, de confiance et d'automatismes. Dix ans qui nous ont donné une idée.

En février 2013, s'inspirant du modèle de **Dollar Shave Club aux États-Unis**, Big Moustache plonge dans le grand bain pour se lancer dans l'envoi de lames de rasoir à domicile, avec un offre d'abonnement flexible et personnalisable.

Un seul objectif : **permettre aux hommes d'en finir avec les matins qui piquent.**

Une BIG évolution

Face au succès de l'abonnement, Big Moustache s'est retroussé les manches et a décidé de proposer sur son e-shop, bigmoustache.com, une gamme de produits pour la barbe et le rasage en accord avec la vision et les valeurs de l'équipe. C'est ainsi que la marque a développé **des soins naturels et fabriqués en France et des outils de professionnels.**

Mais ce n'est pas tout ! Car pour pouvoir permettre au plus grand nombre d'hommes de découvrir et profiter de ces produits, il a fallu le leur présenter. C'est ainsi qu'est née **l'activité de barbier ambulant** au concept simple et redoutablement efficace : **faire intervenir un ou plusieurs barbiers et leurs fauteuils en événements.** Une idée couronnée de succès qui a donné envie à l'équipe de poilus de voir encore plus grand... **et d'ouvrir des salons de coiffeurs-barbiers** Big Moustache au cœur de Paris.

En 9 ans, la marque a donc bien grandi : des milliers d'abonnés, encore plus de clients, des cosmétiques fabriqués en France, des outils de professionnels, des salons de barbiers dans Paris, une animation barbier ambulant, le développement d'une gamme complète de produits pour la barbe, le rasage et la moustache, mais aussi **l'apparition d'une palette de produits solides pour le visage et le corps.** Et l'aventure ne fait que commencer !



Comment tout ça a été possible ? Grâce à l'équipe des poilus ! Mélangez des barbiers, professionnels et passionnés, et une équipe siège créative et prête à déplacer des montagnes et vous obtenez un cocktail qui détonne !

Big Moustache, Digital Native Vertical Brand par excellence

Une stratégie omnicanale pour une présence 360°

Big Moustache ouvre **son tout premier barbershop** en novembre 2017. La marque s'installe petit à petit dans les esprits comme **un acteur du marché à 360 degrés** proposant :

L'abonnement

Véritable ADN de Big Moustache, l'abonnement a toujours été et restera la signature de la start-up. Grâce à un système flexible, **40% moins cher qu'en Grande Distribution et sans engagement**, s'abonner, c'est prendre soin de soi en toute décontraction.



E-shop / gamme de produits

En quelques années, Big Moustache a **développé un véritable arsenal de produits** répondant aux profils de tous les poilus. Rasé, barbu ou moustachu, chacun y trouve son compte : crème à raser, huile à barbe, blaireau de rasage ou encore coffrets multiples ; **tout est pensé pour répondre aux envies et besoins de chacun !** Des cosmétiques naturels et fabriqués en France, comment s'en priver ?



Grande Distribution

Pour rendre le soin accessible à tous, c'est **chez Monoprix** que Big Moustache entre en Grande Distribution **en juin 2018**. Avec **le meilleur lancement de l'année sur la partie beauté Homme**, la start-up s'installe dans les rayons avec **9 références** de produits dans **120 magasins** en France et confirme son partenariat avec **le groupe Casino** en intégrant son nouveau concept, **Le Drugstore Parisien**. Courant 2019, Big Moustache trouve également sa place dans les rayons de plusieurs **Leclerc** et **Intermarché**.

Barbiers ambulants

Animation originale et de plus en plus plébiscitée, l'installation **d'un corner de barbier sur des événements ou en entreprises** est devenue l'une des activités phare de la marque. **Volkswagen, Garorock, le Paris-Saint-Germain, Jameson, William Lawson, Michel et Augustin...** les activations sont nombreuses et ce dans tous les univers ; pour le plus grand plaisir des barbiers !

Barbershops

Après l'ouverture de **Big Moustache Beaumarchais en novembre 2017**, un nouveau salon Big Moustache a vu le jour **à La Fayette**, renforçant ainsi la conquête de la capitale.





Le rayonnement de Big Moustache

Depuis 2013, Big Moustache **fédère une communauté forte et fidèle**, prompt à réagir et à soutenir ses projets. La gamme de produits, le site et les barbershops portent le même nom **dans le but de faire rayonner la marque partout en France.**

Ce sont d'ailleurs les membres de cette communauté loyale **qui sont les visages de la marque !** Des hommes de tous les styles et de tous les âges qui composent une BIG bande pleine de bonne humeur.

Les prochains objectifs ? **Personnaliser toujours plus le parcours client, développer le B2C à l'étranger, proposer de nouveaux produits** pour accompagner la routine quotidienne de tous les hommes ; car chacun est unique et mérite le meilleur !

Les valeurs de Big Moustache

L'AUTHENTICITÉ

Big Moustache, **ce sont de vrais gens qui parlent à de vrais gens.** Les attentes, habitudes et besoins des clients sont au cœur des préoccupations de l'équipe qui tient à leur proposer : **des produits de qualité**, qui répondent aux besoins du plus grand nombre ; **des produits à la composition la plus naturelle** possible ; **des produits fabriqués en France**, pour un rapport qualité/prix toujours plus juste ; **une expérience phytogale...**

Entre l'e-shop, les salons et la présence en concept stores et magasins, Big Moustache s'inscrit dans le quotidien de ses clients. C'est une marque **accessible à tous car à portée de tous**, physiquement et digitalement.

L'AUDACE

Big Moustache, par son existence-même, est **une marque audacieuse** qui se frotte à des gros du marché, installés et connus, et cherche à tirer son épingle du jeu **en proposant des produits et une expérience différenciants.** Big Moustache essaie toujours de voir les choses sous un autre angle, **de twister son propre système** et de sortir de sa zone de confort avec **fun, détermination et auto-dérision.**

LE PARTAGE

Big Moustache met l'humain au centre. Il est important que l'expérience client s'étende **avant, pendant et après l'achat** ou la prestation. C'est pour cela que le partage, en toute humilité, est très important. L'équipe souhaite, quotidiennement, permettre à ses clients **de se sentir libres de la contacter**, d'échanger avec elle, de lui faire part de leurs remarques et suggestions.

L'ENGAGEMENT

La marque s'engage à proposer des produits : **adaptés aux besoins, de qualité, à la composition optimale.** Big Moustache s'engage également à œuvrer toujours plus pour des causes importantes.

Individuellement, les collaborateurs s'engagent à tout faire **pour qu'un achat Big Moustache soit une expérience complète**, qui donne le sourire, fasse du bien et réponde à un besoin ; pour pousser l'expérience toujours plus loin, **surprendre les clients et les prospects.**

L'ambition de Big Moustache



Révolutionner le marché du rasage

Big Moustache est aujourd'hui **le seul acteur à couvrir l'ensemble du marché**. La marque se positionne **sur un prix juste** et associe ses forces online et offline pour renforcer son image. En effet, dans ses barbershops comme sur ses réseaux sociaux, **Big Moustache crée un nouvel espace accessible à tous les hommes**. Un environnement non élitiste ou communautaire.

C'est ainsi que la marque **s'installe comme la référence masculine 360 dans l'esprit des consommateurs**, en les touchant directement dans leurs salles de bain et dans les salons et en leur apportant les soins dont ils ont besoin.

S'inviter dans la salle de bain de tous les hommes

Le rasage, la barbe, d'accord. **Mais comment aller encore plus loin ?** C'est la question que s'est posée Big Moustache et la réponse est simple : **en proposant une gamme complète** pour permettre à tous les hommes de prendre soin d'eux de la tête aux pieds. Si aujourd'hui la gamme rasage et barbe est complète, **celle visage et corps ne demande qu'à se développer**. Et l'équipe y travaille déjà activement.



Des produits toujours plus fabriqués en France et toujours plus naturels

Parce que mettre des produits dans la salle de bain des hommes, c'est les aider à choisir les bons produits pour leur peau et leurs poils, Big Moustache **fait réaliser ses cosmétiques dans le laboratoire Paris-Dôme, situé en Eure-et-Loir**.



Chaque produit cosmétique est pensé, testé et approuvé **par les barbiers et les BIG testeurs**, clients fidèles prêts à aider la marque.



Qui sommes-nous ?

L'équipe Big Moustache

Au départ 2, puis 4, puis 8... **en 2022 Big Moustache c'est déjà 22 passionnés !** Une équipe web, marketing et communication **aux commandes de la notoriété de la marque** et une équipe de plus en plus grande de coiffeurs-barbiers **qui donnent vie à chacun de nos salons.**

Passionnée, investie et consciente de valoriser ce métier qui revient à la mode, l'équipe **a pour objectif de faire grandir la marque et d'aider les hommes à réenchanter leurs habitudes sans quitter leur quotidien.**

En effet, grâce à un détonant mélange **d'humour, d'inattendu, d'innovation et d'audace**, Big Moustache permet aux hommes **de découvrir des produits professionnels, naturels et fabriqués en France au bon rapport qualité/prix** et répondant à leurs besoins et envies. La marque les invite à vivre une expérience au poil **pendant et après leur achat**, pour prendre soin d'eux simplement et efficacement, sans avoir à quitter leur salle de bain.



Notre manifesto du poil

//

Pourquoi Big Moustache ?

Parce que chez Big Moustache, **nous croyons que les hommes méritent les meilleurs produits et les meilleurs services** pour prendre soin d'eux.

Parce que chez Big Moustache, **on fait les choses en grand** pour vous.

Parce que chez Big Moustache, on n'est pas beaucoup, **mais on se secoue grave les poils.**

Parce qu'avec son esprit de contradiction bien français, la marque a tout voulu pour les poilus, sans concession : **la qualité** sans le prix exorbitant, **le service** jusqu'à domicile, **le conseil** mais pas barbant... **et tout ça sur-mesure.**

Parce que finalement ce qui compte, ce n'est pas la taille de la moustache, **c'est le soin qu'on y apporte.**

Parce que la perfection au masculin **ne se calcule pas au nombre de lames**, et que ce n'est pas seulement avec son manche de rasoir que l'on prend soin de soi.

Parce que profiter des produits et services Big Moustache, **c'est aussi se donner les moyens de profiter plus.**

Adhérer à l'esprit Big Moustache, **c'est se libérer des vieux modèles pour réinventer sa routine salle de bain**, pour vivre une expérience unique **et prendre vraiment soin de soi, en toute décontraction.**

Alors : barbus, poilus, moustachus ou rasés de près ; pour vous ou pour offrir : **pensez à vous, on pense à tout !**

//

Des questions, des doutes, des envies, des épiphanies, des mots d'amour, des mots de tous les jours ?

Andréas Vinouze, notre responsable communication au poil, se fera un plaisir de vous répondre.

Contactez-le sans hésiter : andreas@bigmoustache.com



WWW.BIGMOUSTACHE.COM