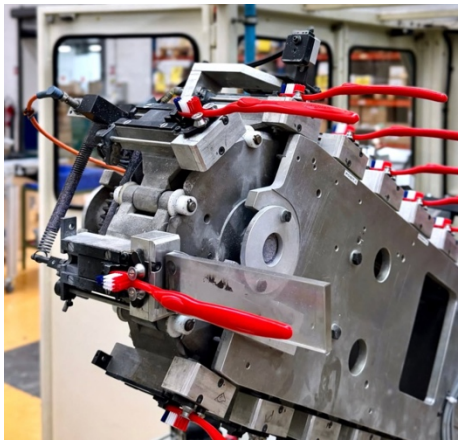
La Brosserie Française change d'échelle dans la grande distribution

Après avoir vendu 2,5 millions de brosses à dents fabriquées en France, l'entreprise beauvaisienne est désormais présente dans près de 3 300 points de vente et vise 7 millions d'unités par an en 2032



2,5 millions de brosses à dents vendues, près de 3 300 points de vente et un rythme annuel estimé à 1,7 million d'unités : La Brosserie Française franchit un nouveau cap dans son développement. Avec sa brosse à dents « Top Prix », commercialisée à 0,99€, l'entreprise entend démontrer qu'une fabrication française peut répondre aux contraintes de prix et de volumes de la grande distribution.

Une croissance soutenue portée par une offre Made in France accessible

Depuis le lancement de sa brosse à dents « Top Prix » en 2024, commercialisée à 0,99 €, La Brosserie Française poursuit une trajectoire de développement particulièrement dynamique. Avec désormais **2,5 millions de brosses à dents vendues**, l'entreprise démontre qu'une production française peut rivaliser avec les références importées sur un marché où le prix demeure un critère déterminant.

Cette réussite s'appuie sur un positionnement clair : proposer aux consommateurs une alternative fabriquée en France à un prix compétitif, avec un **prix moyen observé en magasin autour de 1,05 €**. Une stratégie qui porte ses fruits puisque les volumes écoulés en grande distribution progressent actuellement de **10 à 15 % par rapport au trimestre précédent**, témoignant d'une adoption croissante par les consommateurs.

De 70 000 à 1,7 millions de brosses à dents par an

Il y a deux ans, La Brosserie Française commercialisait environ 70 000 brosses à dents par an. Ce volume est passé à 700 000 unités l'année suivante. L'entreprise estime aujourd'hui son rythme de vente à 1,7 million d'unités par an.

Cette progression marque un changement d'échelle pour l'entreprise, qui ne s'adresse plus uniquement à un marché de niche. Elle répond désormais aux volumes, aux contraintes logistiques et aux exigences tarifaires de la grande distribution, tout en maintenant sa production en France.
La Brosserie Française ambitionne d'atteindre **7 millions de brosses à dents vendues chaque année en grande distribution d'ici 2032**, soit un volume annuel environ quatre fois supérieur à son rythme actuel.

Une présence nationale en constante progression

Cette dynamique se traduit également par un maillage commercial renforcé. La Brosserie Française est aujourd'hui présente dans **près de 3 300 points de vente** tels que Intermarché, Carrefour, Auchan, Leclerc et les Magasins U, répartis sur l'ensemble du territoire français, renforçant ainsi l'accessibilité de ses produits auprès du grand public.

La montée en puissance de la marque démontre qu'il existe une place pour une offre française compétitive dans les rayons de la grande distribution, à condition de répondre aux attentes des consommateurs en matière de qualité, de disponibilité et de prix.

Rendez-vous au Salon du Made in France 2026

La Brosserie Française participera à nouveau au Salon du Made in France 2026, l'un des événements de référence dédiés à la fabrication française. Chaque année, le salon accueille près de 100 000 visiteurs et environ **10 000 personnes fréquentent en moyenne le stand de l'entreprise**, témoignant de l'intérêt croissant du public pour les produits du quotidien fabriqués en France. Lors de la dernière édition, en 2025, 12 000 brosses à dents ont été vendues sur le stand.

Cette présence constituera une nouvelle occasion pour l'entreprise de mettre en avant son savoir-faire industriel, son engagement en faveur de la production locale et sa capacité à rendre le Made in France accessible au plus grand nombre.

Rendre les produits made in France accessibles au plus grand nombre

À travers son développement en grande distribution, La Brosserie Française poursuit une ambition : élargir l'accès aux produits du quotidien fabriqués en France.
L'entreprise s'appuie sur son implantation historique à Beauvais, où elle fabrique des articles de brosserie depuis 1845, pour associer production locale, maîtrise industrielle et prix accessibles.

« *En proposant une brosse à dents fabriquée à Beauvais autour de 1 €, nous avons voulu lever l'un des principaux freins à l'achat de produits français : le prix. Pour y parvenir, nous avons investi dans nos outils de production, renforcé notre organisation industrielle et développé notre présence en grande distribution. Le passage à des volumes plus importants nous permet aujourd'hui de rendre cette offre accessible dans un nombre croissant de magasins, sans renoncer à une fabrication française* »**,** explique Olivier Remoissonnet, Directeur Général de La Brosserie Française.