

**B** comme Blanc  
EXPERT EN BLANCHIMENT DENTAIRE

*Votre Nouveau Concept Gagnant*

*Montrez les dents !*

**B** comme Blanc  
EXPERT EN BLANCHIMENT DENTAIRE



EXPERT EN BLANCHIMENT DENTAIRE  
**B** comme Blanc

## SOMMAIRE

	Page
❶ Présentation du Concept.....	3
❷ Les avantages <i>B Comme Blanc</i> .....	7
❸ Chiffres clés.....	8
❹ Profil des candidats recherchés.....	8
❺ Le marché et ses perspectives de développement.....	9
❻ Le porteur de la marque.....	12

## ELLE

Elle rit, elle boude, elle grogne, elle crie, elle pense, elle grimace, elle pleure, elle embrasse, elle mord, elle sourit...

Elle donne la parole aux émotions, à la personnalité, aux envies...

Elle est la clé de toute communication...

...Elle, c'est LA bouche.

## LA FORCE

Et, dans cette bouche, dans ces millions de bouches qui nous entourent, **les dents blanches sont une force imparable.**

Force de séduction dans un sourire lumineux,

Force de conviction dans une attitude affirmée,

Force d'invitation dans une moue enjôleuse,

Force de caractère dans un geste colérique...

Aujourd'hui, **des dents blanches et éclatantes** sont une **condition sine qua non d'affirmation sociale** au même titre que le bronzage ou d'autres soins esthétiques.

## MONTRER LES DENTS

C'est un véritable engouement que suscite, aujourd'hui, **le blanchiment des dents** : femmes, hommes, jeunes ou personnes plus âgées, tous ont envie du résultat de cette esthétique dentaire. Tous ont envie de montrer des dents à la blancheur irréprochable, **à condition d'être pris en main par des opérateurs sérieux.**

**B comme Blanc, expert en blanchiment dentaire, vous propose son nouveau procédé de blanchiment dentaire à un prix enfin abordable pour tous dès 89 €.**

Les **récentes directives européennes** ont encadré l'utilisation du peroxyde d'hydrogène et du peroxyde de carbamide. Ces produits restent néanmoins agressifs pour l'émail et les gencives. Pour proposer **une solution de blanchiment efficace et sans frein à la consommation**, nous diffusons **une solution innovante sans peroxyde**, en parfaite conformité avec la réglementation européenne.

Notre **prestation de haute qualité, 6 à 9 fois moins chère** que celle prescrite par les dentistes, est une solution qui séduit déjà une clientèle de toute catégorie sociale.



*Une nouvelle approche de la beauté qui est en train d'investir le territoire !*



## **B comme Blanc, un nouveau métier qui réunit tous les atouts du commerce moderne**

---

**Déjà largement démocratisé aux Etats-Unis**, en Europe le phénomène se développe rapidement, la Suisse, la Belgique, l'Angleterre, l'Espagne sont les premiers pays à avoir lancé des centres de blanchiment dentaire. La France quant à elle commence à monter des centres depuis le dernier trimestre 2010. Cette **prestation innovante** devrait entrer dans les mentalités françaises comme l'ont fait les centres de bronzage dans les années 90.

Nos **centres de blanchiment dentaire**, à l'instar des centres de bronzage, des ongleries, centres d'esthétique ou salon de coiffure, doivent être implanté dans une zone à forte densité commerciale en **emplacement N°1 ou 1bis** sur une superficie de 35 à 45 m<sup>2</sup>. Ils proposent des **séances de blanchiment dentaire rapide**, avec ou **sans rendez-vous**, à un prix enfin abordable **dès 89 €**.

**La clientèle**, masculine ou féminine, âgée de 18 à 49 ans, est issue de toute catégorie sociale et a déjà l'habitude de s'offrir des soins esthétiques. Une clientèle prenant soin de son look qui va intégrer dans ses dépenses **un nouveau soin indispensable et récurrent**.

Le 1<sup>er</sup> centre a ouvert ses portes début Juin 2011 au 63 bd de Magenta à Paris 10. Depuis cette date plusieurs centres ont déjà vu le jour et de nombreux emplacements sont en cours de sélection. Nous souhaitons **devenir l'acteur majeur du marché français** en constituant rapidement un réseau de 300 centres.

*Une implantation modulaire pour s'adapter à tous types de locaux, spécialement conçue pour*



## OUI ! AUX DENTS BLANCHES

Le blanchiment dentaire ne peut être pratiqué que dans le respect de directives européennes rédigées pour protéger le consommateur de tous risques pour sa santé.

**BcommeBlanc** approuve ces exigences formulées par la Commission européenne car elles font de cet acte esthétique un acte rassurant. Certain que tout ce qui fait avancer le Blanchiment dentaire est positif pour notre métier, **BcommeBlanc** s'applique scrupuleusement à être, non seulement, en conformité avec la législation, mais également à essayer d'anticiper ses futures positions.



Après avoir observé les pratiques de blanchiment dentaire aux États Unis, où ce marché existe depuis une dizaine d'années ; après m'être interrogé et inquiété en constatant comment il commençait à être pratiqué en France ; après avoir recueilli les avis de chirurgiens dentistes et étudié la grande majorité des produits proposés à la vente sur la toile ; après avoir écouté avec attention les détracteurs et les inconditionnels, c'est en toute connaissance de cause que j'ai créé **BcommeBlanc** et l'ai positionné comme **EXPERT EN BLANCHIMENT DENTAIRE**.

**SATISFAIT OU REMBOURSÉ**

**B**

**comme Blanc**

**DIAGNOSTIC OFFER BLANCHEUR**

CHÉZ BcommeBlanc, LA BIEN RECHERCHÉ COMMERCE PAR UN CONSEIL.  
Nous vous offrons un Diagnostic Blanccheur à l'achat BcommeBlanc, avant de vous présenter les services disponibles de Blanchiment chez le dentiste de votre choix. Ce service est en lien avec le Diagnostic de votre dentiste et est soumis à son accord. Le Diagnostic Blanccheur est effectué par un dentiste BcommeBlanc.  
Ce diagnostic est la première et la plus précieuse étape de Blanchiment BcommeBlanc.  
Après avoir déterminé la santé de vos dents et votre situation de santé, nous vous conseillons le programme qui nous rassure et nous propose le meilleur service à la clientèle pour garantir votre satisfaction. Si vous n'êtes pas satisfait, nous vous offrons un Diagnostic Blanccheur à l'achat BcommeBlanc.  
Donc, ce diagnostic garantit un engagement de votre part.

[www.bcommeblanc.com](http://www.bcommeblanc.com)

Je l'ai créé en considérant que l'accès à un sourire éclatant était un droit, mais que ce droit devait être soumis à des engagements précis :

**OUI, JE M'ENGAGE sur l'efficacité et les résultats,**  
**OUI, JE M'ENGAGE sur l'information et le suivi,**  
**OUI, JE M'ENGAGE sur l'hygiène,**  
**OUI, JE M'ENGAGE sur le confort et l'intimité,**  
**OUI, JE M'ENGAGE sur la sécurité et la légalité.**

Ces engagements je ne le prends pas à la légère, puisque je les assortis d'une garantie « **SATISFAIT OU REMBOURSÉ** » (\*)

**Dominique BAUMIER**  
Fondateur du réseau BcommeBlanc

(\*) Conditions en magasin ou sur [www.bcommeblanc.com](http://www.bcommeblanc.com)

## DE DENTS BLANCHES OUI ! MAIS PAS À N'IMPORTE QUEL PRIX !

**LES SÉANCES** **B.commeBlanc**  
EXPERT EN BLANCHIMENT DENTAIRE

Le vrai prix est celui qui permet au plus grand nombre d'avoir droit à **UN SOURIRE ÉCLATANT DANS DES CONDITIONS MAXIMALES DE SÉRIEUX, DE CONFORT ET DE QUALITÉ D'ACCUEIL.**

Le vrai prix est celui qui vous permet d'avoir des dents blanches tout au long de l'année en étant assurés que nous vous garantissons constamment une qualité de prestations digne de notre positionnement d'**EXPERT EN BLANCHIMENT DENTAIRE.**

Une séance de blanchiment dentaire se compose de **3 SÉQUENCES CONSÉCUTIVES.** Plus la durée d'exposition est longue, meilleur est le résultat.

**LES PROGRAMMES** **B.commeBlanc**  
EXPERT EN BLANCHIMENT DENTAIRE

Toutes les dents ne sont pas égales devant le blanchiment, mais on peut considérer que **LA DURÉE DE VIE MOYENNE DE LA BLANCHEUR EST DE 3 À 4 MOIS.**

BcommeBlanc a pris en compte la nature des dents, l'importance des causes de coloration et le degré d'hygiène bucco-dentaire pour mettre au point **3 PROGRAMMES ANNUELS** qui couvrent la grande majorité des cas.

L'adhésion à un programme blancheur annuel, vous permet non seulement d'avoir des dents blanches toute l'année, mais également de réaliser des économies par rapport à l'achat de séances à l'unité.

### LE BLANCHIMENT DENTAIRE BCOMMEBLANC

IL S'AGIT D'UNE RÉACTION PHOTOCHEMIQUE D'UN GEL BLANCHISSANT SOUS L'EFFET D'UNE DIODE ÉLECTROLUMINESCENTE (DEL) QUI PERMET DE RETROUVER DES DENTS BLANCHES, PAR ÉLIMINATION DES COLORATIONS DISGRACIEUSES DE L'ÉMAIL ET DE LA DENTINE.

CE PROCÉDÉ NE PRÉSENTE AUCUN DANGER ET NE PROVOQUE PAS DE SENSIBILITÉ. AUCUN EFFET SECONDAIRE NE LUI EST ATTRIBUÉ CONTRAIREMENT À TOUS LES PRODUITS CONTENANT UNE FORTE CONCENTRATION EN PEROXYDE.

GAGNEZ  
DE **2** À **7** TEINTES



SEULEMENT  
**30** MINUTES

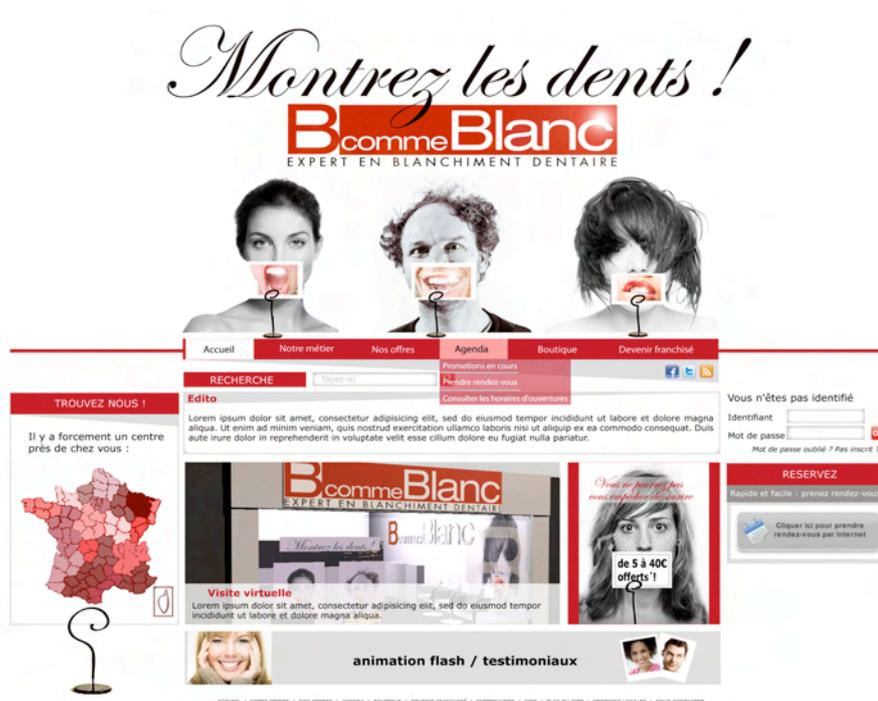


A PARTIR  
DE **89€**



## Les Avantages du concept **B comme Blanc**

- Un contenu **marketing** longuement mûri et **spécifique à B comme Blanc**, plus riche et plus efficace que les autres acteurs du marché.
- Une **architecture** conçue pour le confort du client et étudiée pour lui donner envie de revenir régulièrement dans nos centres.
- Un **faible investissement** et une **rentabilité exceptionnelle**.
- Une **facilité de gestion** (personnel, stocks, informatique).
- Des **outils de communication** adaptés à chaque zone de chalandise et étudiés pour fidéliser le client, utilisant une **stratégie multicanal**, et en particulier tous les médias numériques.
- Un **contrat de concession** gagnant sur un marché en pleine explosion.
- **Pas de droit d'entrée** pour les 15 premiers centres ouverts.
- Une **formation** initiale et continue.
- L'aide à **l'implantation**, au **lancement** et au **suivi** de votre centre.
- Une grande maîtrise du développement de réseau pour **devenir l'acteur majeur du marché français**.



Site Internet [www.bcommeblanc.com](http://www.bcommeblanc.com) avec prise de rendez-vous en ligne

## Chiffres clés

<b>Droit d'entrée</b>	Offert pour les 15 premières ouvertures
<b>Apport personnel</b>	30 000 €
<b>Investissement global</b>	50 000 € (hors pas-de-porte)
<b>CA réalisable</b>	210 000 €
<b>Rentabilité nette</b>	35 %
<b>Surface moyenne</b>	40 m <sup>2</sup>
<b>Emplacement</b>	N°1 ou 1 bis – Villes de plus de 30 000 habitants
<b>Type de contrat</b>	Concession
<b>Objectif réseau</b>	300 centres en France

## Profil des candidats recherchés

Aucune connaissance préalable du métier n'est nécessaire.

La simplicité des méthodes utilisées par **B comme Blanc**, associée à la formation dispensée par la marque, permet un accès aisé à ce nouveau métier qui réunit tous les atouts du commerce moderne.

Qu'il soit professionnel du commerce ou investisseur attiré par la forte rentabilité du concept, le concessionnaire devra incarner les valeurs de la marque, pour proposer un service d'exception aux consommateurs.



## Le marché et ses perspectives de développement

Les produits de blanchiment des dents se développent depuis 10 ans aux Etats-Unis et depuis 4 ans en Europe. Aux Etats-Unis le marché du blanchiment dentaire, en pleine croissance, pèse déjà 14 milliards de dollars. Avec les dernières avancées technologiques, salons, spas et autres entrepreneurs peuvent désormais fournir des services de blanchiment des dents à bas prix tout en restant très rentable.

Le Council for Cosmetic Teeth Whitening a récemment présenté une étude qui affirme que plus de **80 % des américains âgés de 18 à 49 ans souhaitent avoir des dents blanches**. En France, **94% des Français** déclarent que le sourire est ce que l'on remarque en premier et **65% des femmes** déclarent qu'il est un allié de la séduction.

Le premier agent blanchissant est le peroxyde d'hydrogène, composé proche de l'eau oxygénée qui, par réaction chimique, éclaircit l'émail des dents. Avec des concentrations variables selon les méthodes, il permet d'obtenir, après toutes les précautions d'usage, des résultats plus ou moins satisfaisants.

Il existe des **produits en vente dans le commerce** avec une efficacité très limitée pour éclaircir les dents :

- Dentifrices blanchissants,
- Gels ou kits de blanchiment,
- Bandes blanchissantes (strips),
- Vernis à dents (« maquillage » des taches ou autres imperfections)

**Ces techniques ont leurs limites et leurs inconvénients**, et bien souvent les résultats ne sont pas à la hauteur des attentes du consommateur.

Il existe en parallèle des **techniques professionnelles** permettant d'éclaircir la teinte des dents à l'aide de produits plus concentrés en agent blanchissant à base de peroxyde :

- Blanchiment en **cabinet dentaire** à l'aide de peroxyde d'hydrogène photo-activé par une lampe spécifique (durée du traitement environ 1 heure, coût 500 à 800 €),
- Blanchiment à la maison à l'aide d'un produit moins concentré : le peroxyde de carbamide (visite initiale **chez le dentiste** pour réalisation de gouttières spécifiques, port de la gouttière durant 1 h 30 pendant 10 à 14 jours, coût 300 à 500 €).

Les produits de blanchiment des dents classiques utilisent du **peroxyde d'hydrogène ou du peroxyde de carbamide** comme agent de blanchiment. Le peroxyde agit en pénétrant dans la dent et en réagissant avec les molécules responsables des taches ou de la décoloration.

Selon leur teneur en peroxyde, les kits de blanchiment des dents sont, soit vendus librement dans le commerce pour un usage domestique, soit délivrés par les dentistes pour un usage à domicile, soit appliqués exclusivement par les dentistes dans leur cabinet. Au sein de l'Union européenne, les produits d'hygiène buccodentaire peuvent être vendus librement que s'ils ne contiennent pas plus de 0,1 % de peroxyde d'hydrogène tandis qu'aux États-Unis, les produits de blanchiment sont vendus à des concentrations plus élevées.

A la suite d'une récente directive européenne (\*) une **nouvelle technique de blanchiment** des dents sans peroxyde a vu le jour. Cette technique est disponible **en France depuis le 21 septembre 2010**. Ses composants fabriqués aux Etats-Unis, représentent la seule technologie brevetée sur le **marché de l'esthétique dentaire** avec zéro peroxyde, zéro douleur, zéro sensibilité.

En Europe le phénomène se développe rapidement, la Suisse, la Belgique, l'Angleterre, l'Espagne sont les premiers pays à avoir lancé des **centres de blanchiment dentaire**.

Cette nouvelle technique est également diffusée sous forme de « **bars à sourire** » dans certains salons de beauté, salons de coiffure et autres centres esthétiques qui n'en font qu'une activité connexe.

**En France**, environ 200 boutiques ont déjà vu le jour, là où le secteur de l'esthétique parfumerie compte environ 20 000 établissements (sources CNEP).

Le marché naissant est en pleine explosion et s'inscrit dans la tendance de fond de la beauté qui utilise aujourd'hui des techniques en matière de **traitement esthétique non invasif et sans douleur**. Ainsi la tendance n'est plus à la « chirurgie esthétique » mais à la « médecine esthétique » ; selon l'ASPS (*American Society of Plastic Surgeons*), les actes sans chirurgie ont



été multipliés par 7 depuis 10 ans et la chirurgie esthétique ne représente plus que 12% des actes à visée esthétique, contre 34%, il y a 4 ans.

Malgré une baisse de 15 % en 2009, **le marché de l'esthétique** devrait progresser dans les prochaines années selon l'IMCAS (*International Master Course of Aging Skin*). Valorisé à 3 Md€, il n'est pas imperméable à la crise mais reste très résistant. La **médecine esthétique** se maintient quant à elle particulièrement bien. Jusqu'en 2013, l'IMCAS anticipe une croissance annuelle de 5 à 10 % de ce marché incluant les équipements à base d'énergie tels que lasers et ultrasons, mais aussi les produits de comblement.

Les derniers chiffres publiés par l'IMCAS montrent **deux tendances lourdes du marché** de l'esthétique « médicale » : une croissance exponentielle et une demande tournée vers les soins les moins invasifs. Poussé par l'apparition régulière d'innovations technologiques, le marché de l'esthétique médicale connaît une croissance rapide : il a été multiplié par 4,5 en dix ans dans le monde, et de façon encore plus spectaculaire en Europe.

Sur ce marché, **la demande s'oriente vers les soins les plus légers, les plus sûrs et les moins invasifs**, au détriment d'actes classiques.

Ces éléments constituent un signe fort du **rapprochement progressif des marchés du soin et de la beauté**. Un rapprochement fructueux, qui donne à ses acteurs des espoirs de croissance de 15 % par an jusqu'en 2013.



Le **marché du blanchiment dentaire esthétique est quasi vierge en France** alors qu'il connaît un véritable essor aux Etats-Unis. L'arrivée en septembre 2010, d'un nouveau composé de blanchiment dentaire sans peroxyde permet de proposer une solution alternative au peroxyde utilisés par les dentistes, en toute sécurité et sans procédé long et coûteux. Depuis quelques années, le nombre de salons de soins esthétiques a augmenté de façon considérable et la compétition devient difficile. **B comme Blanc** développe **une nouvelle demande sur ce marché sans concurrencer directement les autres instituts du secteur esthétique**.

Cette nouvelle technique de blanchiment dentaire non contraignante détrônera rapidement l'ancien monopole des dentistes et créera une nouvelle part du marché de l'esthétique : Une nouvelle approche de la beauté qui va bientôt investir le territoire !

Le positionnement marketing de **B comme Blanc** lui donne des atouts incomparables et devrait lui permettre de devenir l'acteur majeur du marché français.

(\*) **Réglementation : En Février 2010**, la Commission Européenne validait les produits de blanchiment dentaire, en concentration inférieure à 0,1 % de peroxyde (H2O2) présent ou libéré, comme des dispositifs cosmétiques non médicaux. La décision de la Commission de l'UE de ne pas examiner ces produits comme dispositifs médicaux est basée sur le fait que la demande principale est esthétique, et la polymérisation dentaire inexistante ou secondaire. Ainsi, ces produits ne correspondent pas à la définition d'un dispositif médical et restent réglementés par la directive 76/768/CEE, annexe III, partie I, point 12: Le peroxyde d'hydrogène, (d) Produits d'hygiène buccale. Au cours de la dernière réunion du Comité permanent sur les produits cosmétiques du 8 février 2010, la Commission a néanmoins présenté une nouvelle proposition pour permettre des concentrations plus élevées de peroxyde sous des conditions strictes d'utilisation. La révision des directives européennes publiée le **29 Octobre 2011** est basée sur la directive européenne de Février 2010, c'est à dire la vente libre de gels au-dessous de 0,1 % de peroxyde présent ou libéré. Cette décision a été validée par le **Comité Scientifique pour la Sécurité des Consommateurs**, car toutes les études publiées indiquent que l'utilisation de produits de blanchiment contenant jusqu'à 0,1 % de peroxyde d'hydrogène ne présente **aucun risque pour la santé du consommateur**. Elle a par contre limité l'usage strict des concentrations entre 0,1 % et 6 %, et interdit les concentrations supérieures à 6 %.

Vous retrouverez sur le lien ci-après la proposition de directive européenne applicable en octobre 2012, publiée par l'union européenne à Bruxelles le **23 Juin 2011**.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0377:FIN:FR:PDF>

Vous retrouverez sur le lien ci-après la Directive du Conseil de l'Union Européenne 2011/84/UE du **20 septembre 2011**, publiée au journal officiel N° L 283 du **29 octobre 2011**

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:283:0036:01:FR:HTML>

<sup>1</sup> **Le gel de blanchiment utilisé par BcommeBlanc** contient 0,16% de perborate de sodium, libérant une infime quantité de peroxyde d'hydrogène au contact de la salive (0,458% selon les derniers tests en laboratoires).

Composé analysé	N° CAS	Temps de rétention	Temps de rétention(s) Pre-treatment liquid - Bains de bouche	Teneur (% m/m) Gel de blanchiment dentaire
Peroxyde d'hydrogène	7722-84-1	531	N.D<0,0000573	0,0458

*N.D : Non Détecté. L'analyse est en concentration inférieure à la limite de détection de la méthode*

## Le porteur de la marque

**Dominique BAUMIER**



### Compétences - Connaissances

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>. Management</li><li>. Marketing &amp; Communication</li><li>. Développement / Gestion / Finance</li><li>. Gestion de réseaux</li></ul> | → | <ul style="list-style-type: none"><li>. Réseau de distribution (succursales et franchises)</li><li>. Fond de commerces</li><li>. Beauté, Cosmétique, Financement</li></ul> |
|---|---|--|

### Parcours - Expérience

Diplômé de l'École d'Administration et de Direction des Affaires (ESC) en 1987, je m'oriente vers le secteur informatique où j'intègre un agent IBM, en tant qu'Ingénieur Commercial.

En 1989, j'entre à la Compagnie Bancaire où je passerai 12 ans. Cadre de Direction de BNP PARIBAS, après avoir participé au lancement d'un compte de gestion de trésorerie pour PME, et assuré la direction commerciale du N°1 européen de la LLD et de la gestion de véhicules d'entreprise, je cumule jusqu'en 2001 les fonctions de Directeur Marketing Europe du Groupe ARVAL et Directeur Général de Dexia CLF Lease Service (*financement auto des collectivités locales*). En parallèle de mon activité principale, je rencontre en 1998 le créateur de la marque Point Soleil et décide d'ouvrir un centre de bronzage Point Soleil en tant qu'investisseur.

En 2001, après avoir ouvert plusieurs centres de bronzage à mon compte, je prends en charge la direction générale du groupe Point Soleil. Je développe le réseau en franchise et crée Point Soleil Cosmétique qui fabrique et distribue des cosmétiques à l'effigie de la marque. En 8 ans Point Soleil devient le N°1 du bronzage en France avec 135 points de vente, 700 collaborateurs salariés ou franchisés du groupe.

Le 30 Septembre 2010 à la suite d'un LBO intervenu 15 mois plus tôt, je vends au repreneur les 25 % de parts que je détenais dans le Groupe Point Soleil et quitte mes fonctions de dirigeant pour me consacrer pleinement à la mise en place du concept B comme Blanc.

### Contact :

**DB DIFFUSION**  
18, rue Pierre Lescot – 75001 PARIS  
**Dominique BAUMIER**  
06 29 23 33 37  
[dominique.baumier@bcommeblanc.com](mailto:dominique.baumier@bcommeblanc.com)