

MyNifty apporte l'hygiène personnelle en entreprise avec ses distributeurs connectés

En remettant les besoins physiologiques au cœur de la question du bien-être des salariés, la startup MyNifty offre aux entreprises la possibilité de prendre soin de leurs collaborateurs afin de booster leur engagement.

Temps de lecture : minute

21 août 2023

Leur solution ? La mise à disposition de produits d'hygiène du quotidien de qualité grâce à des distributeurs innovants. Maddynews a rencontré Matthias Croset, CEO de [MyNifty](#) afin d'en savoir plus.

La technologie au service de l'hygiène en entreprise

C'est en prenant le RER parisien que l'idée de MyNifty a germé dans l'esprit de Matthias Croset, 25 ans : lui qui souhaitait acheter du déodorant, le voici dans l'impossibilité d'en trouver. Il imagine d'abord un distributeur automatique " classique " offrant des produits d'hygiène personnelle, puis par la suite une mini-borne connectée et design : le distributeur MyNifty, une borne permettant d'intégrer le rayon d'hygiène au bureau.

" Au début, MyNifty était une simple idée de "side business" consistant à vendre des produits d'hygiène via un distributeur automatique ", précise Matthias Croset, CEO de MyNifty. " C'est seulement petit à petit que nous avons construit toute cette expérience utilisateur et cette offre à

destination des entreprises. "

MyNifty est un distributeur nouvelle génération de produits hygiéniques (déodorants et crème, protection menstruelles, sticks à lèvres, nécessaire de douche, hygiène dentaire, ...) permettant d'accéder à des produits triés sur le volet, à prix préférentiels.

A l'heure actuelle, plus de 10 marques partenaires et 40 produits référencés ont intégré les distributeurs. Le référencement et la sélection sont fondés sur 4 critères : le prix, la provenance, la note Yuka et la composition des produits. Ainsi, 95 % des articles proposés par MyNifty sont 100 % d'origine naturelle, et 60 % sont fabriqués en France.

Le distributeur, qui se veut sobre et discret afin de réduire la pollution visuelle et spatiale, consomme 40 fois moins d'énergie qu'un distributeur classique et 800 fois moins qu'un rayon de supermarché. L'appareil a également été pensé pour une expérience utilisateur optimale et des achats rapides et discrets.

Intégrer le rayon des produits d'hygiène au bureau

La startup souhaite s'imposer sur le marché du bien être au travail, et remplacer les produits d'hygiène en libre service et les conciergeries grâce à des formules d'abonnement. La startup utilise la data et un reporting des achats afin d'optimiser les réassorts, et contribue ainsi à améliorer la qualité de vie au travail en travaillant sur les engagements RSE de l'entreprise.

Les collaborateurs, quant à eux, peuvent se fournir en produits d'hygiène de qualité 24h/24 sur leur lieu de travail, en payant en moyenne 35 % moins cher qu'en grande surface. Les salariés en télétravail bénéficient quant à eux d'un e-shop dédié. Actuellement en phase de développement

commercial, la startup vise désormais de collaborer avec de grands groupes et des collectivités locales, comme la Ville de Cachan qui a fait appel à elle pour fournir son équipe olympique d'escrime.

" MyNifty en 3 mois chez Station F, c'est 150 soucis hygiéniques résolus. Maintenant que nous avons validé notre POC au sein de Station F, nous passons le développement commercial à l'échelle supérieure ", affirme Matthias Croset, CEO de MyNifty. " Nous sommes en bootstrap et avons effectué un prêt d'honneur de 30.000 euros pour financer nos premières machines. Une fois que nous serons plus développés sur le marché, nous envisagerons alors une levée de fonds."



À lire aussi

CityGem : L'application mobile qui transforme chaque balade en

aventure

Article écrit par Guillaume Cossu