



Les éponges magiques qui envahissent le monde

Les éponges magiques qui envahissent le monde : Après avoir envahi le Canada et l'Asie, la famille des éponges **ScrubDaddy**, innovantes et étonnantes, s'apprête à débarquer en France. Souple dans l'eau chaude, elle durcit dans l'eau froide, assurant un gommage parfait mais, plus encore, venant à bout, quasiment sans produit, de n'importe quelle surface encrassée (chaussures, cuir, mais aussi surtout poêles, plaques électriques, pare-brises de voiture enneigés...). Et ce, sans jamais rayer ni sentir la moindre odeur. Lorsqu'il met au point la **ScrubDaddy**, Aaron Krause comprend qu'il détient une éponge révolutionnaire. De par ses propriétés, le FlexTexture, un polymère dont il garde la formule secrète conçu en Allemagne, sans latex ni BPA, réalisé à partir d'une cellulose hautement technique. De par son design aussi dont il soigne tous les détails : une éponge ronde pour tenir dans le creux de la main, à dents pour faciliter le lavage des ongles, percée de deux trous pour se faufiler partout et d'une fente pour laver de deux côtés en même temps. « Un visage de poupon pour changer le regard », explique Aaron Krause ! Encore faut-il séduire. Aaron Krause n'en est pas à son premier essai. Enfant, il invente un système à poulie pour éteindre la lumière de son lit sans se relever, puis après avoir de longues années lavé des voitures pour se faire de l'argent, il invente des brosses à polir et crée sa première société qu'il revend quelques années plus tard. C'est après avoir rayé à son grand dam une de ses voitures qu'il travaille sur la **ScrubDaddy**. Déclat Les débuts sont lents. Le déclat viendra en 2016 de sa participation à la célèbre émission de téléachat Shark Tank et surtout de son prix EY (Ernst & Young) d'entrepreneur de l'année. En une journée, il vend 1,8 million d'éponges. La croissance est fulgurante: plus de 40 millions d'unités vendues, une distribution dans les plus belles enseignes (Walmart, Home Dépôt, CVS Pharmacy...), un chiffre d'affaires en hausse de 35% en 2017 à 13 millions de dollars, encore loin derrière Scotch Brite, le leader du marché dont il grignote petit à petit des parts. Après avoir conquis le Canada, la Corée, le Japon, l'Afrique du Sud..., démarré en Europe en Allemagne, les produits arrivent en France. Entre-temps, l'éponge magique a fait des petits avec la Scrub Mammy, la Scrub Daisy, présentées à la Foire de Paris. Pour qu'on ne puisse plus s'en passer!