



RÉGION
Nouvelle-Aquitaine
POLE DEVELOPPEMENT
ECONOMIQUE
ET ENVIRONNEMENTAL

DOSSIER DE CANDIDATURE

— APPEL A PROJETS « MATERIAUX POUR LE SPORT ET LOISIRS »

Visuel (logo...)	Nom du porteur	Nom du projet
	Vanessa Pretotto et Laurent Jaurey	LOEVA

Ce dossier doit être renseigné et retourné pour candidater à l'**Appel à projets « Matériaux pour le sport et loisirs »** lancé par la Région Nouvelle-Aquitaine. Les dossiers peuvent être déposés du 8 juillet 2019 au 29 novembre 2019. Pour plus d'information sur les objectifs, le contenu et les bénéficiaires de cet appel à projets, merci de se référer au cahier des charges dédié.

A- COMPOSITION DU DOSSIER

Le présent dossier complété et signé	<input checked="" type="checkbox"/>
Une lettre de demande officielle	<input checked="" type="checkbox"/>
Une copie des statuts	<input checked="" type="checkbox"/>
La preuve légale de l'existence de la structure (copie de la parution au JO pour les associations, extrait Kbis de moins de 3 mois pour les autres structures ...)	<input checked="" type="checkbox"/>
La liste des personnes chargées de l'administration de la structure (composition du conseil, du bureau, ...) (dans ce document)	<input checked="" type="checkbox"/>
Un relevé d'identité bancaire (doit correspondre au nom et à l'adresse de la fiche INSEE)	<input type="checkbox"/>
Les bilans et comptes de résultats des trois derniers exercices clos dans le cas d'une première demande ou du dernier exercice dans le cas de renouvellement de demande de financement (si le montant de la subvention sollicitée est supérieur à 23 000 €, les comptes devront être approuvés)	<input checked="" type="checkbox"/>
Le dernier rapport d'activité approuvé (à suivre)	<input type="checkbox"/>
Une attestation sur l'honneur signée par le représentant légal concernant la régularité du porteur de projet au regard de ses obligations fiscales et sociales	<input checked="" type="checkbox"/>
Pour les structures appartenant à un groupe : organigramme précisant les niveaux de participation, effectifs, chiffres d'affaires et bilan des entreprises du groupe	<input type="checkbox"/>

Ce dossier de demande d'aide est un premier recueil d'informations qui va permettre à la *Direction Pilotage Stratégique et Filières* de prendre connaissance de votre projet et d'étudier au mieux la manière dont la Région peut accompagner celui-ci.

Ce document est **à remplir** et **à retourner** de préférence par courrier électronique à votre interlocuteur ou à l'adresse suivante :

AMI-materiaux-sport-loisirs@nouvelle-aquitaine.fr
chimie-materiaux@nouvelle-aquitaine.fr

IMPORTANT

Ce dossier pourra être complété ultérieurement par tous documents nécessaires à la Région pour assurer l’instruction de cette demande.

L’octroi ou non d’une aide publique reste un pouvoir discrétionnaire de la collectivité territoriale. **En aucun cas, le dépôt d’un dossier ne vaut accord ni même promesse de financement.**

Aucune dépense antérieure à la date de saisine ne pourra être prise en compte.

L’attribution de toute aide publique est subordonnée à une vérification des conditions légales ainsi qu’à une appréciation de son opportunité économique et de sa valeur en termes d’équité sociale et de qualité environnementale.

Enfin, les dispositifs régionaux font l’objet d’une évaluation au titre de laquelle des informations seront susceptibles d’être recueillies auprès des entreprises bénéficiaires d’une aide, plusieurs années après son attribution.

B- PRESENTATION DU DEMANDEUR

A/ IDENTITE DU DEMANDEUR

Nom ou raison sociale : Twinscorp			
<input type="checkbox"/> Entreprise inscrite au Répertoire des Métiers <input checked="" type="checkbox"/> Entreprise inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés			
Forme juridique de la structure : <input checked="" type="checkbox"/> Entreprise précisez : SAS <input type="checkbox"/> Groupement d'intérêt public (GIP) <input type="checkbox"/> Personne publique (à préciser) : Cliquez ici pour entrer du texte. <input type="checkbox"/> Association <input type="checkbox"/> Autre (à préciser) : Cliquez ici pour entrer du texte.			
N° SIRET 83008799500015		Date de création ou de reprise : 01/08/2018	
Adresse du siège social : 16, avenue du Docteur Camille Delville – 64100 Bayonen Si différent, adresse de l'établissement régional : Cliquez ici pour entrer du texte.			
Activité, objet social : Recherche et Développement / Commercialisation de produits innovants dans le secteur du nautisme			Code NAF : 7480B
Site Internet :		www.loeva.me	
Chiffre d'affaires :		/	
Appartenance à un (des) réseau(x)		<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non Si oui, précisez le ou lesquels : Cliquez ici pour entrer du texte.	
Au 31 décembre de l'année écoulée :			
Effectifs en nombre de salariés :	CDI	CDD	Autres
	1		
Effectifs salariés en ETP:			
Pour les associations	Nombre d'adhérents		Dont PME régionales
Représentant légal		Nom / Prénom : Vanessa Pretotto	
Coordonnées		Fonction : Présidente Tél. : 0663276208	
		Adresse électronique : v.pretotto@loeva.me	

Responsable(s) à contacter pour le projet :	
Responsable technique Nom / Prénom : Laurent Jaurey Fonction : Directeur Général Tél. : 0607234404 Adresse électronique : l.jaurey@loeva.me	Responsable administratif et financier Nom / Prénom : Vanessa Pretotto Fonction : Présidente Tél. : 0663276208 Adresse électronique : v.pretotto@loeva.me
TVA : régime du porteur : assujetti <input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement assujetti au taux de %	Régime auquel sont soumises les dépenses du projet : le porteur récupère-t-il la TVA pour ce projet ? <input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Proratisée au taux de % de récupération
Capital social : 100 euros Dont capital social libéré :	
Le capital de l'entreprise est-il détenu à 25 % ou plus par une autre entreprise ? <input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	
L'entreprise et/ou le dirigeant détiennent-ils au moins 25 % du capital d'une ou plusieurs sociétés ? <input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non Si OUI à l'une de ces deux questions, fournir un organigramme détaillé précisant l'effectif de la société, le chiffre d'affaires et le total bilan des deux derniers exercices comptables	

B/ PRESENTATION DU PORTEUR

Présentation générale

Historique, principales activités, produits et services, moyens humains et techniques, implantation géographique

1. Historique

Le projet Twinscorp a été initié par Vanessa Pretotto et Laurent Jaurey autour d'une idée simple à la base, qui s'avère au final, être un produit innovant, positionné sur un marché niche et réalisé avec des matières et des procédés innovants.

Leurs compétences respectives sont très complémentaires.

Laurent, 20 ans d'expériences entrepreneuriales, développement de produits innovants en informatique, et Vanessa, 15 ans d'expériences dans le développement de projets industriels, leur association naturelle préfigure dans ce projet d'envergure, à tous niveaux.

De l'idée initiale à l'état d'avancement actuel, leurs prismes professionnels respectifs, ont permis, non pas de positionner un produit sur marché mais véritablement, de créer un marché. Et d'exploiter dès lors cette niche commerciale, par leur appréhension de la clientèle ciblée.

Ainsi naît le premier Stand-up paddle transparent au monde.

Une planche avec un rendu visuel plus translucide que le verre et une matière innovante quasi-incassable.

Une planche intégrant un système d'éclairage des fonds marins avec 2 heures d'autonomie.

Au-delà d'un stand-up révolutionnaire, il s'agit de créer un bijou design, High-tech, tendance très luxe.

Ce stand-up procure de nouvelles sensations, génère une nouvelle expérience.

Le stand-up prend une nouvelle dimension. De jour, de nuit, c'est une émotion nouvelle qui génère la pureté d'une session, la beauté des fonds coralliens, de la faune multicolore...

L'objectif est de développer et de fabriquer ce nouveau produit en France et plus précisément sur le bassin Aquitain.

La France est une référence mondiale des produits de luxe, nous souhaitons positionner la qualité de notre produit à la hauteur des marques référentes existantes.

L'unité de production High-tech reflètera le savoir-français, la qualité, la technicité, l'innovation au service d'un produit hors-norme.

Le projet a été initié par une démarche de Recherche et Développement qui a permis de qualifier le chainage industriel et de réaliser ce produit.

Un matériau issu de 30 ans de recherche, une innovation mondiale, par le centre de recherche d'Arkéma à Lacq qui incubera le projet pendant 3 ans, mettant à disposition leurs équipes et leur matériau. Cette collaboration s'est traduite par un dépôt de brevet commun international (septembre 2018).

Un partenaire industriel de proximité, spécialiste du thermoformage et du formage dans l'aéronautique : l'entreprise Soplami à Toulouse.

Concernant le volet commercial, un marché niche a été qualifié et calibré, en croissance constante : le marché de l'ultra luxe.

Un marché en B to B : Hôtellerie de luxe (une étude des besoins a été réalisée avec des sites pilotes tels que l'Hôtel Four Seasons à Bora Bora) – Fabricants de Yacht, société de location de Yachts, ...

Un marché en B to C : les particuliers.

Le lancement de la marque LOEVA a pu être réalisé lors du Salon du Yachting de Monaco en septembre 2018. Grâce à un partenariat négocié sur 3 ans qui permettra chaque année, soit une nouvelle version de notre Stand-Up, soit un nouveau produit.

2. Principales activités

Twinscorp est une société de Recherche et Développement qui a pour projet industriel de développer des nouveaux procédés et mises en œuvre de cette nouvelle matière développée par le groupe Arkéma (par son centre de Recherche basé à Lacq), formalisé par co-brevet et une licence exclusive d'utilisation renouvelable tous les ans.

Le projet est de construire une chaîne de valeur, déjà initié avec Arkéma : de la formulation des matières jusqu'à la réalisation de produits finis en investissant sur de nouveaux procédés de développement et d'évolution de la matière.

Le deuxième volet de Twinscorp est de concevoir, développer, produire et commercialiser le fruit de ses recherches, soit des produits innovants dédiés au marché du luxe.

Les produits ainsi créés sont commercialisés sous la marque LOEVA.

Le Stand-Up étant le premier produit de la gamme.

La réalisation de la première version de ce produit a permis de mettre en évidence une rupture technologique quant au procédé de fabrication de ce nouveau matériau : il s'agit de plaque initialement coulée puis thermoformée ou formée.

Pour pouvoir développer davantage de produits innovants, Twinscorp s'engage avec Arkéma dans le développement de nouveaux procédés de fabrication pour permettre de nouveaux procédés de transformation.

3. Produits & Services

Le premier produit développé par Twinscorp et commercialisé sous la marque LOEVA est Le Stand-Up by LOEVA.

C'est une planche de stand-up paddle qui dont la première version aura les propriétés suivantes :

- Stand-up transparent avec un rendu visuel plus translucide que le verre et quasi-incassable
- Système d'éclairage des fonds marins, (enrichi dans le spectre rouge, pour rendu réaliste des couleurs sous-marines) avec 2 heures d'autonomie pleine puissance.

Une nouvelle version de la planche sera conçue, réalisée et commercialisée tous les 2 ans, avec les propriétés suivantes :

- Enceinte à vibration intégré, la planche entière diffuse un son cristallin, avec caisson de basse naturel. (La planche est creuse) 45 Watt. Contrôle de la musique embarquée (volume et choix des albums).
- La planche est un objet connecté : Communication multi Os en sortie, GPS intégré : tracé du cheminement sur Google Earth, Accéléromètre : Données Métafit, écran de contrôle de navigation embarqués, contrôleur de température interne (gestion du point de rosée...), disque dur SSD 500Go...
- Avec système de synchronisation entre les planches pour les différents cours (gym, yoga, méditation) distillés par nos clients hôteliers, ou pour les ballades en musique en duo
- Puce GPS nouvelle génération avec signal d'appel (alarme) en cas de problème. (Relai de l'information multicanal : l'hôtel est prévenu immédiatement). Interface de géolocalisation permanente des planches côté client par téléchargement d'une Apps multiplateforme.
- Écran de contrôle embarqué : contrôle de la musique, de la lumière, du GPS...

Au -delà d'une planche révolutionnaire, il s'agit de créer un bijou design, High-Tech, tendance très luxe.

Un catalogue de produits Additionnels est développé par Twinscorp et commercialisé sous la marque LOEVA.

- Rame ajustable : pour faciliter la gestion du parc de rames pour les Hôtels, une rame ajustable, siglée LOEVA et conçu dans un matériau innovant (carbone bio sourcé, carbonium..)est proposée.
- Housse de transport : créée spécifiquement pour LOEVA, cette housse très luxe intègre des rangements pour le système simple de recharge par induction (fourni avec la planche). Un système intégré pour faire rouler la housse et la diriger d'une main.Elle est produite en cuir bio d'ananas.
- Caisson de stockage bateau : ce coffre de rangement permet la recharge simultanée de la planche, il suffit de la poser dans son emplacement pour enclencher la recharge. Ce coffre fait l'objet d'une recherche en design très poussée, il intègre de la fibre optique à déperdition ce qui le rend très visible de nuit, il intègre un système de fixation multi-surfaces en silicone pour préserver les decks des Yachts sur lesquels ils seront fixés.
- Système encrage de fonds : cet amarrage en étoile, encré au lagon, permet de bloquer ensemble de 6 à 9 Stand-Up qui se font face en cercle. C'est l'outil idéal pour les cours de yoga, méditations, gym qui sont proposés par les Hôtels.
- Signalétique et goodies de marque
- Application Multi-OS : téléchargeable par nos clients uniquement, elle permet un contact direct avec le client : canal de push d'informations directes, synchronisation client-planche (propriétaire unique), remontée d'information sur l'état des composants électroniques, l'apps se connecte avec la planche , l'application mobile aspire les infos et les relait vers nous (ce qui permet d'anticiper une potentielle panne électronique, et donc de livrer au client, un nouveau boitier avant même que le précédent en

tombe en panne). Et bien sûr la géolocalisation temps réel pour nous, pour l'hôtelier, pour le client final. A terme, l'application permettra de visualiser les parcours effectués par les clients, de faire des reports de session, (nombre de coups de rame, dépense calorifique, distance parcourue, et de coupler les Métafits avec les applications existantes de gestion sportive). Une version pro permettra aux hôtels de visualiser tout leur parc de planches en temps réel. Ainsi que d'associer plusieurs planches à un seul compte client...

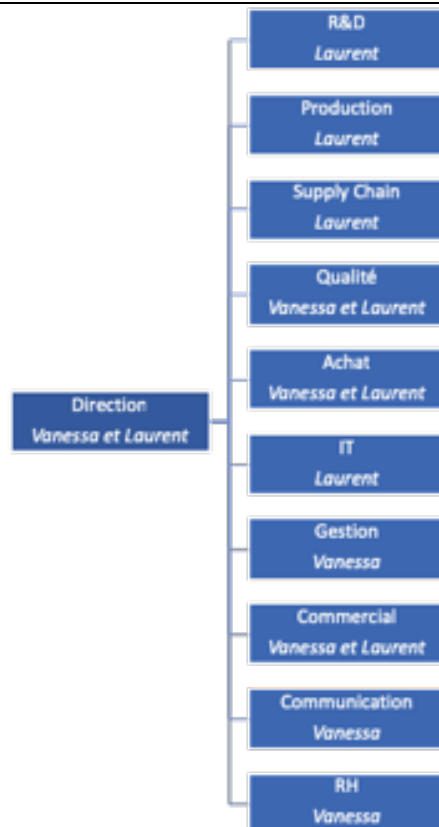
Une nouvelle version de chaque produit sera commercialisée tous les 2 ou 3 ans.

4. Moyens humains & Techniques

La société Twinscorp est composée de 9 associés alliant des compétences stratégiques

Noms	Fonction opérationnelle	Compétences support
Laurent Jaurey	Directeur Général	
Vanessa Pretotto	Présidente	
Nicolas Jaurey	/	Expert RH
Manu Kaushik	/	Expert Financier : Directeur financier à l'international
Oliver Rasquinet	/	Expert Communication : Directeur d'une Agence de Communication à Paris
Yannick Sauvaget	/	Expert entrepreneurial : propriétaires de plusieurs sociétés dans différents secteurs
Céline Vacher	/	/
Bernard Leroy	/	Expert en sociétés immobilières
Denise Didier	/	Experte en société immobilières

Twinscorp dispose de deux salariés en CDI, les deux dirigeants qui s'inscrivent dans l'organisation suivante :



Recrutement provisionnel

Recrutement prévisionnel 2020	Recrutement prévisionnel 2021
Ingénieur (e) CAO	Technicien (ne) d'Assemblage
Assistant(e) de Direction	Technicien (ne) d'Assemblage
Responsable de Production	Secrétaire administrative
Technicien (ne) d'Assemblage	Ingénieur (e) Electronique
	Directeur (rice) Recherche & Développement
	Directeur Qualité & Supply Chain

Twincorp s'appuie également sur des expertises externes, telles que :

- Un consultant externe en marketing de luxe qui intervient sur la stratégie de commercialisation et de communication de la marque
- Un consultant externe, ancien directeur Qualité d'un grand industriel dans le secteur de l'aéronautique qui intervient sur la mise en œuvre de la production du produit.
- Un consultant externe spécialiste en propriété intellectuelle

Twincorp sous traite un certain nombre d'activités :

- Comptabilité (cabinet Actualys)
- Juridique (cabinet Altij)
- CAO (PBO)

5. Implantation géographique

Twincorp est implanté à Bayonne, dispose d'un atelier de R&D et d'Assemblage de 350 mètres carrés et 100 mètres carrés de bureau. Cet espace est a priori suffisant pour assurer le volume de production des deux premières années. Nous serons amenés à augmenter l'espace dans le temps, en gardant la solution actuelle pour le département recherche et développement.

La représentation commerciale de la marque LOEVA est au Spa de l'Hôtel du Palais à Biarritz où le produit est exposé tout au long de l'année. Une exposition au Yacht Club de Monaco est en cours de discussion.

Axes stratégiques de développement

Stratégie de développement, répartition du CA, typologie des clients/adhérents, cibles

Présentation des caractéristiques du marché

Le marché identifié est le marché du luxe.

Le luxe est un univers singulier qui a de tout temps suscité envie et désir chez les consommateurs. Selon certains spécialistes, un produit de luxe se reconnaît à « *sa sophistication, supérieure à ce qu'un usage simple de l'objet ne pourrait exiger, à son prix, plus élevé qu'il ne devrait l'être et à la symbolique, la mesure dans laquelle l'acquisition du dit produit de luxe est lié au message qu'il fait passer* ».

Le luxe comme on l'entend aujourd'hui, trouve son origine dans les habitudes des anciennes familles de haut rang. Référant à l'exceptionnel, il est le symbole d'une réussite sociale accomplie mais également du raffinement et de l'amour du « beau ».

Par définition, le luxe français allie tradition, savoir-faire et glamour. Il s'impose comme un moteur économique de premier ordre et atteste d'une santé irréprochable même en temps de crise.

Les produits de luxe français ont vu leurs prix augmenter de 800% entre 1979 et 2012, contre 300% pour les autres biens en consommations. Ces résultats, à total contre-courant, ont fait exploser les chiffres des maisons de luxe françaises qui affichent une rentabilité insolente.

Selon l'analyse des Échos, la croissance du marché du luxe devrait s'accélérer sur le marché mondial. Les ventes de produits de luxe devraient progresser de 6% à 8% cette année. L'optimisme est de retour et en particulier sur le marché du Yachting de luxe.

D'après une étude du Nouvel Économiste, avec des yachts toujours plus majestueux, plus beaux et plus grands, le marché du luxe a le vent en poupe. Pouvant mesurer jusqu'à 180 mètres de longueurs, ces véritables bijoux sur l'eau sont toujours le symbole d'hyper-richeesse et de réussite sociale. Il y en aurait en tout 5000 dans le monde, pour un marché multiplié par 2 en 10 ans. Ses perspectives de croissance sont bonnes puisque la flotte devrait atteindre les 5700 bateaux dans à peine 2 ans.

« Aujourd'hui, les clients qui achètent sont souvent ceux qui ont les moyens de s'autofinancer. C'est donc un marché plus petit mais aussi plus solide », selon Luca Bassain, fondateur de Wally. Signe de reprise, le nombre record de mises en construction de super-yachts en 2017, selon le magazine britannique Boat International : 760 unités dans le monde entier, pour une longueur moyenne de 41 mètres, et 21 super-yachts de plus de 100 mètres. Toujours selon Boat International, 370 bateaux ont changé de mains en 2016 pour un total de 3,37 milliards d'euros...Autant dire un marché des plus dynamiques ».

Concernant les clients, peu d'information circule : dans ce monde exclusif et intimiste, la discrétion est de mise. Toutefois, les professionnels concèdent qu'il y a parmi eux une grande majorité d'Européens mais aussi des Américains et des grands propriétaires.

S'agissant de la pratique de la glisse, le marché cible du super luxe est une niche inexploitée à ce jour. Il n'existe aucun produit de ce type positionné sur ce marché.

Voici une synthèse sur l'état de la concurrence actuelle sur ce marché niche

Nom concurrent	Secteur d'activité	Implantation	Commentaire
Naish, Laird, Bic,...	Fabricants de Stand-up Classique	Mondiale	Tous positionnés sur le marché standard – Fabrication industrielle chinoise à 90%
-	Stand-Up luxe	-	Aucun concurrent – Aucun produit
Chanel	Skis, Sports d'Hiver	Mondiale	Quasiment seul sur son secteur

Avantages concurrentiels

Différenciation du produit et choix du marché du luxe.

L'ensemble de la production mondiale est basé sur les différentes activités sportives qui différencient l'utilisation du Stand-Up, avec quelques évolutions techniques qui sont quasiment toutes liées au shape (la forme) de la planche.

Ces produits ne sont absolument pas positionnés sur le segment du luxe, ce sont des produits développés pour leurs spécificités en fonction de l'utilisation de la planche (course, ballade, surf, yoga, méditation, pêche,...).

La planche la plus chère coûte actuellement 4500 euros, c'est une planche pour la course en haute mer. En moyenne, il faut investir 1500 euros pour un équipement standard complet.

Le Stand-Up by LOEVA se positionne sur le marché de la ballade/découverte, du Yoga, de la méditation et du petit surf.

Aujourd'hui, présent sur ce marché, on peut noter la marque Chanel qui utilise l'image du surf dans ses communications (spots TV), quelques planches de surfs ont été produites à Anglet pour la marque à des fins de communication seulement.

Chanel a investi le secteur du luxe dans la glisse, par la commercialisation de multiples produits pour les sports d'hiver, skis à 5000 euros, casques, combinaisons, chaussures, etc... Vuitton emboîte le pas depuis peu et commence à proposer également des planches de surf à leur marque.

Déduction du positionnement : positionnement dans un secteur très haut de gamme et sans concurrence réelle.

Unique acteur potentiel sur le marché ciblé.

Présentation du marché

LOEVA vise le marché du luxe, une niche inexploitée à ce jour. Celle-ci est décomposée en 3 segments :

1. Segment 1 : le marché Hôtelier

Il s'agit des hôtels hors catégorie (au-delà du classement 5 étoiles) – les palaces – les îles hôtels, soit environ 120 établissements dans le monde.

60 hôtels prioritaires sélectionnés dans le fichier client constitué selon les critères du coût minimum de la nuitée (25000 euros), localisation en lagon, eaux translucides, récifs etc...

Hypothèse : pénétration cible entre 5% et 10% du marché sur 3 ans.

2. Segment 2 : Le marché du Yachting

Il s'agit des compagnies de location de Yachts de luxe supérieurs à 60 mètres, des compagnies de croisière et des propriétaires de Yachts supérieur à 60 mètres.

800 Yachts actuellement en circulation listés en classe Super Luxe, supérieure à 60 mètres.

Hypothèse : pénétration cible entre 0,5% à 2% du marché sur 3 ans.

3. Segment 3 : Le marché des particuliers

Il s'agit de l'ensemble des particuliers qui ont les moyens d'acquérir notre produit, à savoir 2043 milliards en dollars dans le monde et environ 20 millions de millionnaires (estimation actuelle 44 000 000).

C'est un marché en augmentation de 15% en moyenne par an.

Hypothèse : pénétration cible 0,2% à 0,5% du marché sur 3 ans.

Depuis 2018, Twinscorp a conclu un partenariat avec le prestigieux Salon du Yachting de Monaco. C'est le salon annuel de la grande plaisance internationale. Chaque année, le Monaco Yacht Show expose 120+ super yachts unique et exceptionnels construits par les plus grands chantiers navals au monde et présente près de 600 sociétés majeures du yachting. Évènement emblématique alliant exclusivité, excellence et innovation, le Monaco Yacht Show a su se positionner et se maintenir au cours des années comme la rencontre internationale incontournable du secteur de la grande plaisance.

Une qualité très haut de gamme de l'exposition assurée par une sélection rigoureuse des sociétés participantes.

Avec une moyenne de 33000 participants, le Monaco Yachts Show est l'occasion unique dans l'année pour y rencontrer des sociétés de yachting et découvrir les derniers produits de haute technologie et les services de luxe. Durant les 4 jours du salon, plus de 80 évènements sont organisés par les exposants dans les palaces de Monte-Carlo, à bord de yachts ou pour la première fois dans le nouveau siège du Yacht Club. En préambule de l'ouverture du Salon, se déroule le Gala d'inauguration officiel du Monaco Yacht Show. Un évènement privé réunissant 400 invités triés sur le volet pendant lequel se déroulait la 5^{ème} édition des MYS Superyachts Awards, cérémonie des récompenses du superyachting officiel du MYS : 4 prix ont été remis. LOEVA est partenaire de la soirée et a remis le prix du Design extérieur.

Concernant le segment 1, un listing d'une soixantaine d'hôtel or catégorie. Nous avons travaillé avec des hôtels pilotes pour construire notre offre commerciale. Le Four Seasons à Bora Bora et le Brando à Tetiaora. Cette approche nous a permis de définir et de consolider notre offre afin de la déployer à l'ensemble de notre cible.

L'ambition de LOEVA est de créer une marque innovante dédiée au marché du luxe dans un esprit de produits en édition limitée, exclusive et numérotée. Mais également en créant un univers autour de la marque par la réalisation de goodies de luxe.

L'ADN de LOEVA est RE-CREATE : repenser des produits existants en les sublimant par la technologie intégrée ouvrant une nouvelle utilisation, un nouvel usage, une nouvelle expérience.

Le premier produit est le StandUp by Loeva, de nouveaux sont d'ores et déjà en cours de conception

Les facteurs de clés de succès

Le positionnement commercial sur un secteur qui ne connaît pas la crise : le marché du luxe

En dépit des difficultés économiques, les ventes des 100 plus grandes entreprises mondiales de produits de luxe poursuivent leur croissance, malgré un taux de croissance plus faible que les années précédentes (3,6% en 2014 contre 8,2% en 2013). Les marges bénéficiaires se sont améliorées par rapport à l'année précédente (11,4% en 2014 contre 10,3% en 2013) et la polarisation de la performance des entreprises s'est également accrue.

Le marché est évalué à 222 Milliards en 2014. La France est première sur le marché avec 1/4 du marché mondial. (Étude Deloitte France).

Le marché du Standup Paddle en croissance

Souvent présenté comme une nouvelle tendance, le SUP qui a commencé à gagner les plages, lacs et rivières français au début de la décennie, s'installe dans le paysage des sports nautiques. « Il se développe parce que c'est très accessible, davantage que le surf ou la planche à voile, assure Alain Pichavant, le commissaire général du Salon nautique de Paris. On peut en faire à tout âge et il n'est pas nécessaire d'être en top physiquement pour pouvoir pratiquer, comme la marche ou la course à pied. »

De tous les sports de glisse le Standup Paddle est largement devant sur toutes les courbes de marché, avec plus de 10 Millions de pratiquants actuellement.

Tous les Hôtels ciblés dans notre étude sont d'ores et déjà équipés, la grande majorité en mode leasing ou location. **Spécificité du positionnement Twincorp/LOEVA**

Une marque de luxe Française, la première dans ce nouveau segment. En France pour le savoir-faire, l'image du luxe et du raffinement, du Hitech et de l'innovation. Au Pays Basque, meilleur emplacement de la région en termes de représentation du luxe et en termes d'accessibilité. Une entreprise locale exemplaire, (démarche zéro papier, recyclage des rébus de matière, électricité verte, parité employés, inclusion personnes avec autisme ou handicapées..) des emplois pérennes à forte valorisation. Des prestataires et fournisseurs Régionaux. Un faire-valoir pour la région et ses institutions, nos partenaires, nos prestataires.

Un produit et un service de très grande qualité

La qualité de production et de service détermine l'ensemble du projet. L'importance d'un produit de très haute qualité conditionne l'image de marque. Il en est de même avec le service après-vente. Nous avons conçu la planche et le système électronique embarqué avec le plus grand soin, les meilleures matières les meilleurs composants électroniques, des niveaux de sécurités multiples, et un système électronique embarqué très facilement interchangeable. Nous avons ensuite complété notre offre SAV Monde avec un remplacement du boîtier en 48H max. Enfin notre service SAV permettra à l'horizon 2020 un remplacement du boîtier avant même que celui-ci ne tombe en panne, par l'utilisation d'un algorithme propriétaire du CNRS avec relai de l'information via un GPS/GSM bi-directionnel.

Appliquer les règles du marketing de luxe

Le marketing du grand luxe est à l'inverse du marketing standard. Le but est de communiquer uniquement dans le secteur niche.

Notre objectif est de garder notre marque presque confidentielle pour le grand public, au moins sur les 3 premières années d'exploitation.

La rareté, la confidentialité participent à l'exception du produit.

Stratégie de positionnement validée par de multiples acteurs du marché (Salon de Monaco, Hôtels, conciergerie de luxe, spécialistes du marché du luxe)

Utilisation du réseau très exclusif des conciergeries de luxe : ce sont eux qui détiennent l'information de contact LOEVA pour permettre aux clients BtoC d'acheter une planche. Cette cooptation ciblée représente un double avantage pour LOEVA, les clients sont ciblés parfaitement par un tiers intégré au marché du Luxe, et l'information est exclusive pour les concierges qui sont très demandeurs de ce genre de privilège.

Positionnement stratégique

Une stratégie de niche	Un produit limité en production sur les 3 premières années pour assumer la rareté, la qualité, des valeurs inhérentes à l'industrie du luxe.
Une stratégie de prix	Un prix suffisamment haut pour correspondre à la nécessité de positionner les produits dans une gamme Super Luxe. Notre future clientèle souhaite précisément disposer de produit que le commun des personnes ne peut s'offrir.

<p>Une stratégie de qualité</p>	<p>Nos produits assemblés à la main, un facteur de qualité commun à de très nombreux produits de luxe. Notre production vise l'excellence des produits, nos service l'excellence des prestations, notre marque comme référence unique dans son secteur.</p>
<p>Une stratégie d'innovation</p>	<p>Comme l'ensemble des marques en position de monopole dans leur secteur, nous misons sur l'évolution technique et le versioning des produits pour pérenniser la démarche à long terme. L'apport d'innovation successives sur la planche et le développement de produits connexes doivent nous maintenir dans la position de monopole crée initialement.</p>

C- DESCRIPTION DU PROJET

Rappel des objectifs de l'appel à projets « Matériaux pour le sport et loisirs » :

- Développer de **nouveaux produits ou services** pour les marchés du sport, notamment sport en extérieur, glisse, nautisme, équitation ;
- Développer et diffuser de **nouveaux matériaux ou procédés** pour des applications en sport et loisirs ;
- Générer une **coopération entre les acteurs du sport et les acteurs de la chimie et des matériaux**.

(extrait du cahier des charges de l'appel à projets).

Veillez décrire votre projet dans les rubriques ci-dessous en tenant compte de ces objectifs et de l'ensemble du cahier des charges de l'appel à projets.

INTITULE DU PROJET :

Résumé en quelques lignes

Le StandUp by LOEVA

Twinscorp conçoit, développe et commercialise la première planche de paddle transparente et éclairante au monde sous la marque LOEVA

Objectifs

Fabrication et vente internationale du produit, des produits..

Description détaillée

Twinscorp est une structure de Recherche & Développement de produits innovants dans le domaine « récréatif ».

Le projet consiste à créer une structure de conception, de production et de commercialisation pour son premier produit : un nouveau type de planche de Stand-Up Paddle pour le marché mondial du luxe, sous la marque LOEVA. Il s'agit de la première planche totalement transparente avec un système d'éclairage intégré.

3 années de Recherche avec les meilleurs experts technologiques, principalement de la Région Nouvelle-Aquitaine, ont été nécessaires pour finaliser la conception de la première planche de paddle transparent au monde, inventée par LOEVA.

98% des composants de la planche sont fabriqués en France, principalement en Nouvelle-Aquitaine et au Pays-Basque.

Les deux fondateurs avaient à cœur d'unir les talents de la région pour relever le défi de développer leur premier produit assemblé à la main au Pays Basque.

Le projet a démarré il y a 4 ans et a été initié par une démarche de R&D qui a permis de qualifier le chainage industriel qui permettrait de réaliser le produit.

Un matériau issu de 30 ans de recherche, une innovation mondiale, par le centre de recherche d'Arkéma à Lacq qui incubera Twinscorp pendant 3 ans, mettant ainsi à disposition leurs équipes et leur matériau.

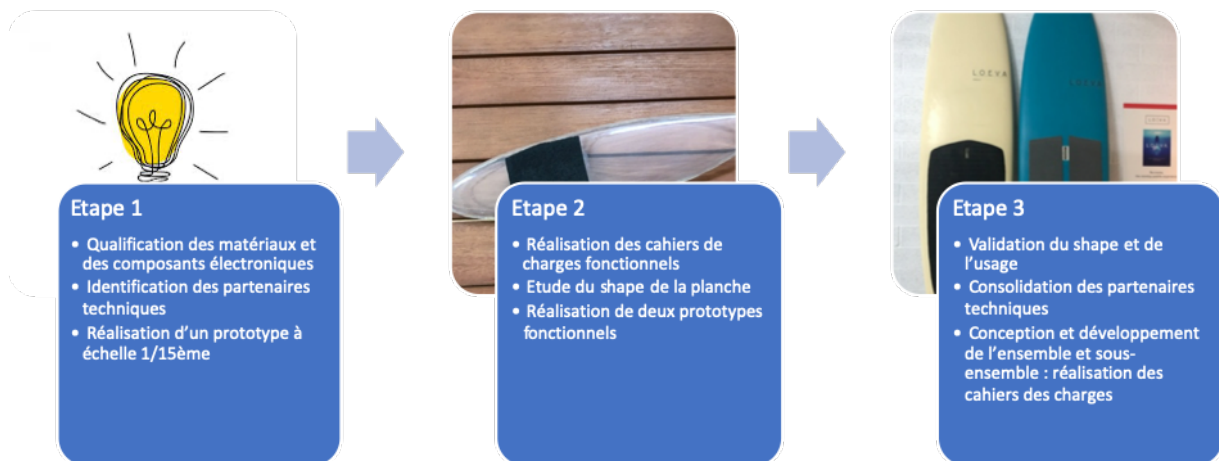
Cette collaboration s'est traduite par un dépôt de brevet commun international (septembre 2018) et une licence exclusive d'utilisation sur le secteur du nautisme renouvelable chaque année.

Les deux fondateurs sont en charge du développement du produit. Grâce à leurs compétences complémentaires, ils couvrent l'ensemble des besoins quant à la conception et mise en œuvre de la réalisation du produit.

Vanessa Pretotto, Présidente, en charge du développement financier, marketing et commercial. Consultante spécialisée en développement de projets industriels et commerciaux depuis 15 ans. Depuis 2003, elle coordonne et met en œuvre des projets industriels dans les domaines de l'aéronautique et du secteur médical. Elle a également occupé un poste de développement commercial et application chez un des leaders mondiaux du silicone. Et a également pu compléter son expertise du côté industriel en développant des dispositifs médicaux implantables intégrant des procédés de transformation innovants. Son expertise s'appuie sur des compétences en matière de gestion de projet, d'accompagnement au changement et management des risques.

Laurent Jaurey, Directeur Général, en charge du développement technique et industriel. Entrepreneur depuis 1997. Créateur d'une société d'assemblage informatique, puis une société de programmation informatique à Paris pendant 10 ans (10M d'Euros de CA cumulé). Il a développé de nombreuses applications innovantes, ainsi que quelques produits (notamment les clés USB « ambition réussite » pour le Ministère de l'Éducation National (800000 unités)). Il dirige depuis juin 2014, le développement du projet, de la validation technique au dépôt de brevet, son expérience lui permet également de poser le business model spécifique au marketing du luxe et les modes de commercialisation pour ce produit (8 ans de prestations avec la Plaza Athénée Paris, Groupe Dorchester...).

- 2015 – 2018 : Du Concept ...au Prototype...



- 2018 – 2019 : Du Prototype...au Démonstrateur...



Etape 1

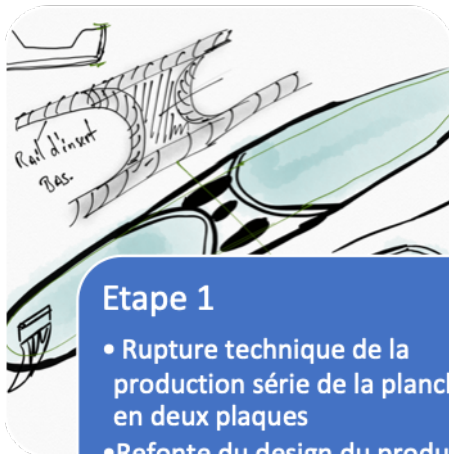
- Réalisation des premiers sous-ensembles à échelle 1 :
- Système électronique : batteries + LED
- 2 plaques thermoformées
- Essai du processus d'assemblage : collage
- Structure interne



Etape 2

- Lancement de la marque LOEVA au Monaco Yacht Show
- Présentation du concept de la première planche transparente et éclairée au monde
- Mise en situation réelle du produit

- 2019 – 2020 : Du Démonstrateur à l'Industrialisation



Etape 1

- Rupture technique de la production série de la planche en deux plaques
- Refonte du design du produit: réalisation en 4 plaques autour d'une structure interne
- Etude globale design et technique en vue de l'industrialisation
- Réalisation des cahiers des charges fonctionnels et techniques



Etape 2

- Réalisation du démonstrateur du produit fini
- Lancement commercial au Salon du Yachting de Monaco

Pour la réalisation design final du produit, Twinscorp a fait appel à la société PBO Design, agence de design qui intervient dans la communication graphique, le design produit et le design espace.

Cette collaboration s'est articulée autour des axes suivants :

- Phase 1 : Exploration système & solutions techniques : imprégnation, échanges et validation des orientations techniques

- Phase 2 : Avant-Projet - Projet : Design général, axes design, axe retenu et visuels réalistes demandés.
- Phase 3 : Développement projet : Développement design pour prototypes pour la présentation au Salon de Monaco

Innovation du projet

Les axes d'innovation sont multiples :

- Innovation de concept
La conception d'une planche totalement creuse basée sur l'apport d'une matière transparente est une innovation de concept, qui constitue une première mondiale. La planche permet de fait, de voir parfaitement le fond de jour comme de nuit.
- Innovation usage
Grâce à son système d'éclairage intégré, cette planche offre une nouvelle pratique du stand-up la nuit pour admirer la faune et la flore
- Innovation de marché
LOEVA est la première marque de glisse sur le marché du Luxe
- Innovation produit / matière
 - Première utilisation de la nouvelle matière issue de la recherche Arkéma (le Shieldup) à ce niveau d'intégration, en effet Le StandUp by LOEVA est composé à 80% de cette matière et représente 80% de la surface externe.
 - Développement d'un boîtier électronique étanche avec un système d'éclairage LEDs et rechargeable, boîtier intégré dans la planche et amovible pour un SAV rapide
 - Boîtier dissipateur de chaleur, conçu spécifiquement pour l'intégration des LEDs avec inclinaison à 35° pour un éclairage orienté vers l'avant, dans le sens de la marche.
 - Le boîtier arrière est une pièce novatrice qui regroupe plusieurs fonctions existantes mais séparées en temps normal et une seule fonction nouvelle :
 - Fonction de rail de support de dérive, selon les normes standardisées
 - Fonction d'attache Leash (point de raccord avec le Leash fixé à l'utilisateur)
 - Fonction de captation de l'humidité éventuelle dans la planche, nous avons créé un boîtier de zéolites extractibles
 - Fonction de valve de décompression bidirectionnelle
 - La structure centrale de la planche organisée autour d'une pièce de support utilisateur rigide reliée à un contour de rail structurant, constitue une première en termes de conception de planche de paddle ou de surf.
 - Un Leash réalisé en France et en cuir vegan (cuir de peau de pomme)
 - Une rame innovante par son design et les matériaux utilisés

La réalisation de la première version de ce produit a permis de mettre en évidence une rupture technologique quant au procédé de fabrication de ce nouveau matériau : il s'agit de plaque initialement coulée puis thermoformée ou formée.

Pour pouvoir développer davantage de produits innovants, Twinscorp s'engage avec Arkéma dans le développement de nouveaux procédés de fabrication pour permettre de nouveaux procédés de transformation.

Étape industrialisation : production de 100 unités en 2020 et 200 unités en 2021.

Étape 1	Produit 1 -	

Publics cibles, bénéficiaires

Caractéristiques sociales, dans le respect des valeurs d'égalité et de fraternité de la République (ouverture à tous, mixité, égalité femmes-hommes, non-discrimination)

Clientèle haut de gamme- secteur du luxe, clients hôtellerie de luxe, propriétaire de yachts etc..

Thématiques, mots clés :

Production bio éthique, produit de luxe, standup paddle, transparence, paddle de nuit, standup, paddle, SUP, LOEVA, paddle luxe, paddle transparent

Echéancier prévisionnel du projet

(date prévisionnelle de commencement / fin de l'opération / phasage du programme)

Prochaine étape :

- Lancement de la production en juin 2020
- Première livraison client en Aout 2020
- Lancement R&D prochain produit en octobre 2020
- Lancement production prochain produit juin 2021
- Lancement R&D version 2 du standup : Octobre 2021
- Commercialisation V2 : Juin 2022

Portée géographique :

Hors région : international (27 demandes de distributeurs dans 27 pays différents) commandes clients du monde entier

France : environ 5% des commandes actuelles

Moyens :

Est-il envisagé de procéder à un (ou des) recrutement(s) pour la mise en œuvre de l'action/projet ? Oui Non

Si oui, combien ?

~~CDI~~

CDI (5) pour lancement de la production en 2020

Le projet prend-il en compte le respect du Développement Durable ?

(prise en compte simultanée des aspects économiques, environnementaux, sociaux)

- Oui Non

Veillez préciser votre réponse :

- Lutte contre le changement climatique
- Préservation de la biodiversité, des milieux et des ressources
- Cohésion sociale et solidarité entre les territoires et les générations
- Epanouissement de tous les êtres humains
- Dynamique de développement suivant des modes de production et de consommation responsable

D- FINANCEMENT DU PROJET

Si le projet associe plusieurs partenaires, un tableau de dépenses peut être renseigné pour chaque partenaire.

HT TTC

Nature des dépenses	Prix de l'heure (1)	Etape 1		Etape 2		Etape 3		Total
		Période du 01/08/2018 au 31/12/2019		Période du 01/01/2020 au 31/12/2020		Période du 01/01/2021 au 31/12/2021		
		Nb H.	Montant	Nb H.	Montant	Nb H.	Montant	
Frais de personnel : Ingenieur et cadre (technique, commercial,...)	22.40			3214	71 994	3214	71 994	143 988
Maîtrise technique	26.13	1607	42 000	1607	42 000	1607	42 000	126 000
Ouvrier opérateur	18.66			3214	59 974	3214	59 974	119 948
Autres : ...	11.20	804	9 005	1607	17 998	1607	17 998	45 001
S/T FRAIS DE PERSONNEL			51 005		191 966		191 966	434 937
Frais généraux forfaitaires (20% des frais de personnel)			10 201		38 393		38 393	86 987
Achats consommés ou incorporés			20 000		800 000		1 800 000	2 600 000
S/T FRAIS GEN. + ACHATS			30 201		838 393		1 838 393	2 686 987
Propriété industrielle			10 000		10 000		10 000	30 000
Etude de faisabilité technique			30 000		35 000		40 000	105 000
Etude de marché			10 000		10 000		10 000	30 000
Design			20 000		25 000		30 000	75 000
Recherche de partenaires (France, Europe...)			5 000		5 000		5 000	15 000
Autres : salons + communication			50 000		60 000		100 000	210 000
Laboratoires ou centres techniques			15 000		25 000		30 000	70 000
Autres : prestataires divers			40 000		60 000		80 000	180 000
S/T PREST. ET S/TRAITANCE			180 000		230 000		305 000	715 000
Investissements non récupérables (affectés au programme)			195 938		50 000		60 000	305 938
Amortissements des investis. récupérables (sur durée du programme)			3 458		1 000		2 000	6 458
Autres frais spécifiques (sur justificatifs)								
S/T INVEST.+ AMORT.+ AUTRES			199 396		51 000		62 000	312 396
TOTAL GENERAL			460 602		1 311 359		2 397 359	4 149 320

(1) : Taux horaire direct = (Salaires bruts annuels (d'après DAS) + charges sociales) / 1 607 heures

PRODUITS	Etape 1	Etape 2	Etape 3	Total
Chiffre d'affaires	0	2 000 000	4 000 000	6 000 000
Dont Vente de produits finis, de marchandises,		2 000 000	4 000 000	6 000 000
Dont Prestations de services				
Dont Autres				
Subventions d'exploitation				
Dont Région Nouvelle-Aquitaine	50 000			
Dont autres financeurs :				
- Etat-Ministère				
- Département				
- Structure intercommunale				
- Commune				
- Organisme social				
- Fonds Européens				
- Fondations				
- Mécénat				
- Dons				
- Autres				
Autres produits (reprises, transferts...)				
Produits financiers				
Produits exceptionnels				
TOTAL PRODUITS	€	2 000 000 €	4 000 000 €	6 000 000 €

Je soussigné(e)

Laurent Jaurey – Directeur Général

Représentant (nom de la structure)

Twinscorp SAS

Certifie exact les renseignements fournis dans ce dossier et m'engage à fournir les informations et documents qui me seront demandés par les services de la Région pour étudier ma demande d'aide ;

Certifie que l'organisme représenté justifie d'une situation financière saine et est à jour de ses obligations sociales et fiscales.

Le code général des collectivités territoriales encadre les financements que peuvent attribuer les Régions aux porteurs de projets.

M'engage pour ce qui concerne le présent projet à informer les services de la Région Nouvelle-Aquitaine:

- de toutes les demandes d'aide présentées auprès d'autres collectivités territoriales ou établissements publics de coopération intercommunale (département, communauté d'agglomération, communauté de communes, communes...),
- de toutes modifications du programme d'actions, de l'opération ou de son déroulement,
- de tout changement de situation juridique,
- des suites données à ces demandes d'aide (accord ou refus, montant de l'aide accordée, conditionnement éventuel,...).

Il est rappelé que toute fausse déclaration expose au reversement des aides indûment perçues et aux mesures prévues par les lois et règlements.

Fait à Bayonne, le 29/10/2019

(Signature et cachet)=



