

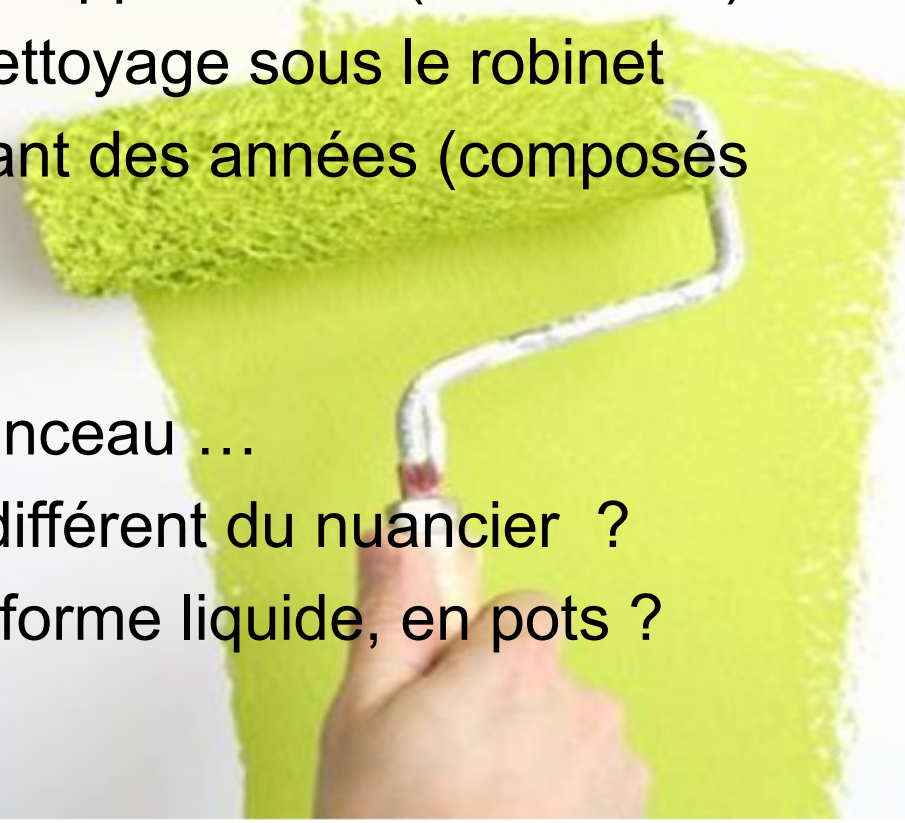


Eco-film de peinture



La peinture en questions

- Repeint, c'est propre et sain ?
 - Des formulations complexes (plus de 20 constituants)
 - Des inconvénients pour les applicateurs (solvants...)
 - Des fonds de pots et un nettoyage sous le robinet
 - Un relargage de COV durant des années (composés organiques volatils)
- Un fini superbe ?
 - Peau d'orange, traits de pinceau ...
 - Pourquoi le résultat est-il différent du nuancier ?
 - Pourquoi la vend-on sous forme liquide, en pots ?



Corso Magenta : Une révolution

- **Technologique** : un éco-film de peinture
 - Multi-couches, réalisée sur chaînes spécialisées
 - À l'épaisseur et l'opacité garanties
 - Puis collée à son support
- **Ecologique** : Un éco-film, livré sec et étuvé
 - Ni COV, ni retardateur de séchage, ni solvant
 - Plus léger à transporter, protégé
 - Moins générateur de déchets,
 - Plus « humain »: facile à poser, respectueux de la santé

Un film de peinture...



Un film de peinture...



Conditionné
en bobines

Un film de peinture...



La pellicule de protection est enlevée en fin d'opération

Bénéfices du produit

- Une éco-conception
 - Formulation spécifique de tous les constituants
 - Etuvage avec incinération des COV
- « Trois couches en une seule opération »
 - Réduction de 20 à 40% du cycle de pose
 - WYSIWIG : La couleur « vraie » ...
... et l'aspect « vrai », visibles en magasin
- Résistante, saine et belle
 - Renforce son support
 - 100% peinture après retrait de la pellicule

La première peinture micro-moulée

Habituellement

Séchage par évaporation

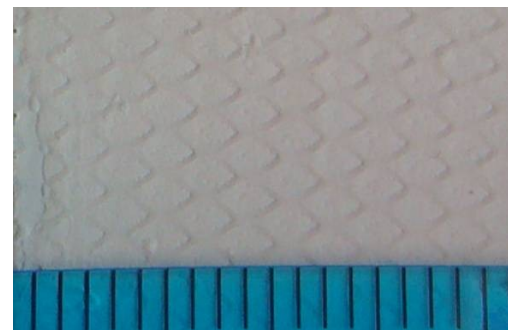
L'aspect dépend de la formulation chimique :
En séchant, la pâte durcit pour donner un fini
laqué satiné ou mat



Peinture en film

Séchage contre un support

Etat de surface totalement maîtrisé.
Tous ces aspects (et d'autres) sont possibles
à partir d'une seule formulation.



La première peinture imprimable



Choix d'un focus : le bâtiment

Peinture industrielle bâtiment : ~1,5 MM Euros

Professionnels
50% de la conso.

40 000 Artisans : - de 50 brosses

43% de la consommation
Conservateurs

 **POINT.P**
Matériaux de Construction

 **LA PLATEFORME**
DU BATIMENT

130 entreprises: + de 50 brosses

7% de la consommation
Approvisionnement direct

Argument : économique

- Gain en coût et productivité,
- Ecologie,
- Propreté.

Particuliers
50% de la conso.

Argument: innovation

- Facile à appliquer,
- Ecologique,
- Propre.

 **castorama**

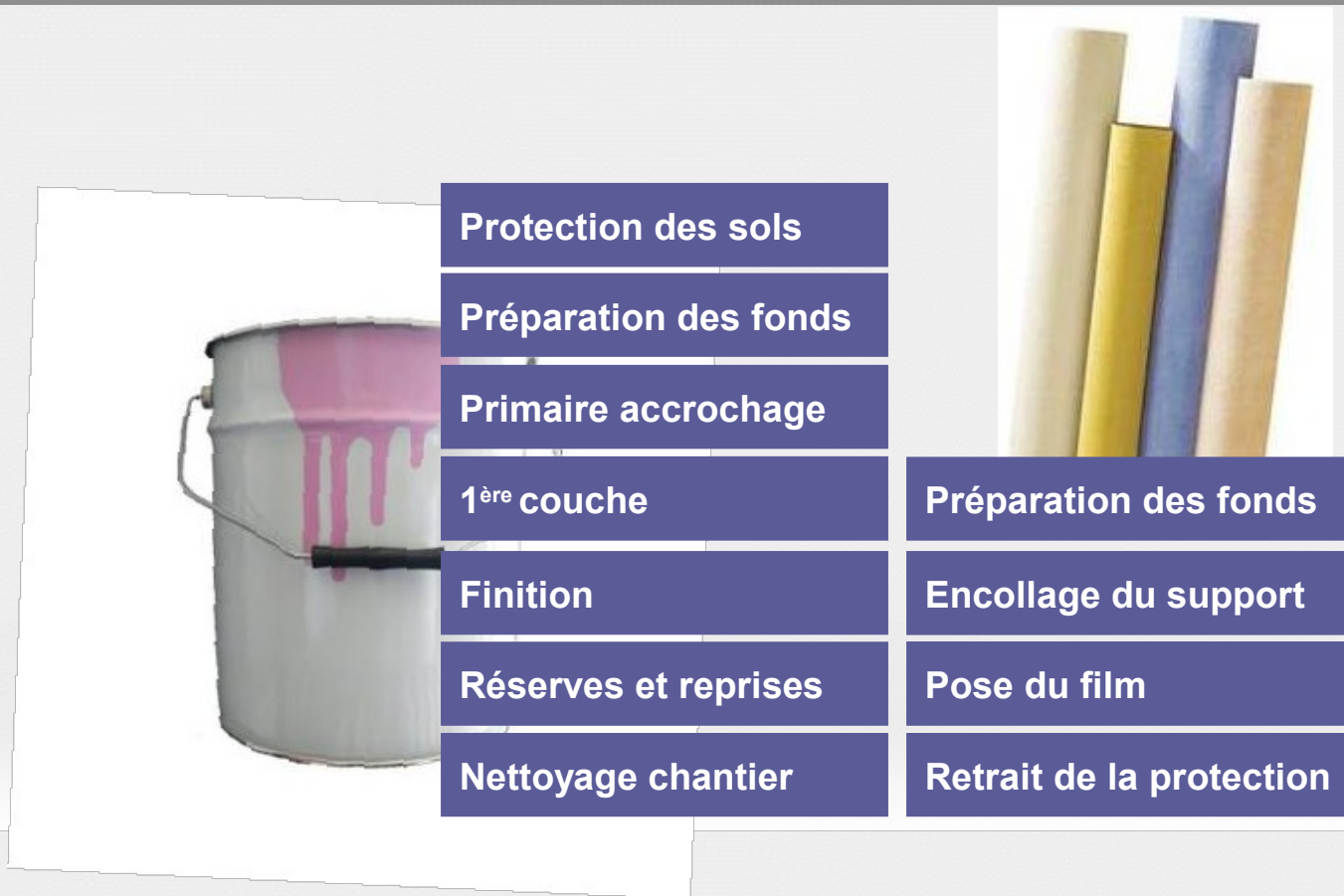
 **LEROY MERLIN**

Généralant 10 MM Euros d'activité

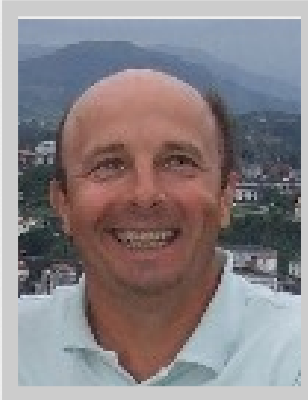
Des atouts spécifiques pour ce marché

- Un produit amical
 - Bénéfices du produit immédiatement perçus
 - et des à-côtés appréciables (propreté, odeur, protection)
 - Mode de pose et outillages familiers
 - car similaires à ceux des revêtements muraux
 - Prise de risque minime
- Facilité d'entrée sur le marché
 - La peinture en film est conforme à toutes les réglementations (cf organismes professionnels)
 - Pas besoin d'une taille minimum pour exister
 - Une ouverture verte dans un domaine fermé

Le surcoût « cleantech » est négatif !



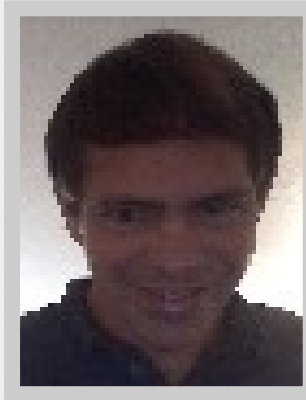
Quatre entrepreneurs expérimentés



**Stanislas
CHEVALLIER**

48 ans,
ACI, Inventeur
Dr Commercial

Connaissance du marché
Connaissance du produit
Commercial



**Thomas
BAUDIN**

43 ans
HEC-Harvard
DG, Marketing

Gestion et stratégie
Gestion des
partenaires
Marketing



**Jérôme
de DINECHIN**

44 ans
X-ENSTA
Dr Innovation

Connaissance marché
Connaissance produit
PI, technique,
Ecodéveloppement

Corso Magenta, éco-entreprise

- Un modèle d'entreprise novateur centré sur :
 - R&D = 11 applications identifiées « cleantech »
 - Marketing = Développement de solutions à valeur ajoutée
 - Toutes les autres fonctions en partenariat contrôlé, avec partage de VA
- Une forte protection intellectuelle
 - Trois brevets déposés, un savoir faire de 5 ans
- Une industrialisation non capitalistique
 - S'appuyant sur des ressources existantes en contrat exclusif
 - 6 supports, 8 formules, 10 colles
 - 8000 m² de revêtement blanc déjà produits

L'éco-film de peinture en marche

- **Décembre 2009: finaliser le produit**
 - Achever la mise au point industrielle du produit
 - Démarrage des tests avec les professionnels
- **Premier semestre 2010: lancement test**
 - Premiers clients tests ; Valider l'équation économique
 - Identifier les atouts et attentes des prescripteurs et applicateurs
 - Construire une position de force « marketing »
 - Boucler les accords nécessaires au développement
- **Second semestre 2010: sortie du produit**

Une levée de fonds en cours



Eco-film de peinture

www.corso-magenta.com

Email: welcome@corso-magenta.com