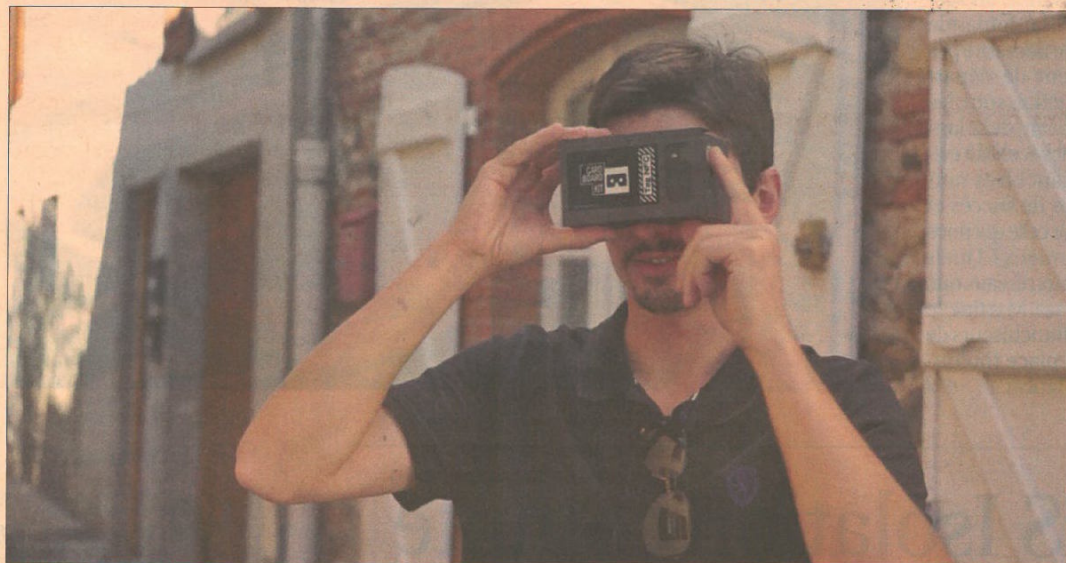


Rémi Sandevair. Avec Cardboard-Kit, il est le premier en France à s'être lancé sur le créneau des lunettes de réalité virtuelle en carton.



La 3D à portée de smartphone

Les drôles de lunettes en carton commercialisées par le Toulousain Cardboard-Kit ne payent pas de mine et pourtant... Elles permettent, grâce à un simple smartphone, de profiter d'animations en 3D accessibles via les store de Google ou Apple. Les deux en comptent déjà plusieurs centaines: mini-jeux, visites virtuelles de musées...

Composé d'un support en carton à plier, de deux lentilles, d'un aimant et d'un tag NFC, le kit est adaptable à la majorité des smartphones (écrans jusqu'à 5,5 pouces pour la V1 et six pouces pour la V2) et permet de s'immerger de manière très réaliste dans un univers en trois dimensions. Développé à l'origine par Google et distribué aux États-Unis depuis début 2014, ce type de kit n'était pas du tout commercialisé en France avant que l'idée ne germe chez Rémi Sandevair. « J'ai découvert ces kits lors d'un voyage aux États-Unis et j'ai été séduit. À mon retour en France, impossible de m'en pro-

curer si ce n'était en passant par des sites chinois ou américains avec des délais de livraisons très longs et sans garantie de qualité du produit », se souvient le jeune chef d'entreprise.

Premier à se lancer en France sur le créneau, il cherche dès le départ à imposer sa différence en proposant une « qualité Made in France » – « seules les lentilles viennent de Chine, tout le reste est produit sur place, montage compris » – et colorée (noir et blanc, personnalisable sous conditions).

Pari gagné. L'entreprise lancée fin octobre 2014 est rentable dès le premier mois. Les 100 premiers kits partent en trois jours et le seuil de rentabilité fixé à 300 kits est atteint en novembre. Depuis, Cardboard-Kit vend environ 150 kits chaque mois à des particuliers (20 €) et 2 000 à 3 000 à des professionnels. Dernière grosse commande en date: 30 000 exemplaires pour EDF dans le cadre de la Cop21.

Après avoir participé avec succès

à la saison 5 du Camping (accélérateur de l'IOT Valley), la start-up a investi début novembre ses nouveaux locaux au sein de la pépinière de Basso Cambo. Elle, qui emploie déjà trois personnes, devrait atteindre en 2015 un CA de 200 K€ et compte le multiplier par quatre à cinq dès 2016. Pour accompagner ce développement, la start-up travaille sur l'automatisation de certaines tâches (notamment le pliage du carton) et le recrutement de deux commerciaux, l'un en BtoB et l'autre spécialisé en e-commerce.

Si le Cardboard-Kit toulousain est déjà référencé par Google, ce devrait bientôt être également le cas de sa plateforme de e-commerce, « nous devons juste être capables d'expédier à l'étranger et ce sera bon », confirme Rémi Sandevair. Un coup de pouce supplémentaire qui pourrait lui permettre de prendre le pas sur une concurrence de plus en plus présente.

MARIE GRIVOT

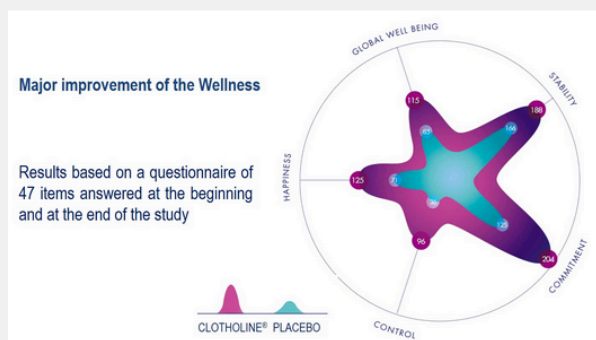
Groundbreaking active ingredient Clotholine® at SCS Formulate 2015

Clotholine® is the first active ingredient that actually makes people feel better when they use it. This new cosmetic ingredient demonstrably prevents the signs of aging while increasing the sense of well-being in participants.

Below you will find a summary of our Clotholine® presentation for **SCS Formulate 2015**. **Please join us in room B on November 17th, 2015 from 15:15 to 15:30 for the full presentation.** We're already looking forward to meeting you there!

Clotholine® Presentation Summary

Clotholine® was developed by SYNTIVIA for the account of SOLLICE BIOTECH. The ingredient is distributed by BLAGDEN in the UK. It activates longevity protein Klotho, a novel biomarker. Our custom study shows that participants experience an **improved sense of "well-being"** after two months of use, based on quantitative results and confirms that these results are coherent with the more classical approach of in vitro and instrumental clinical studies. Our study also demonstrates that Clotholine® has a **powerful effect on skin aging** and balances cell metabolism while maintaining normal cell activity (proliferation, ECM synthesis).



Clinical tests not only confirm that **Clotholine®'s active ingredient** restores youth activity via its action on Klotho and its influence on cell homeostasis. Clotholine® also improves skin radiance and micro relief as well as the sense of well-being after 2 months of use. The results obtained in the course of this study illustrate SYNTIVIA's scientific expertise and know-how in cosmetic studies. Please **contact us** for more information.