

The logo for LINEA Innovation features a stylized icon of three overlapping blue and white lines on the left. To its right, the word "LINEA" is written in a bold, white, sans-serif font, with the letter "A" in blue. Below "LINEA", the word "Innovation" is written in a smaller, white, sans-serif font.

LINEA
Innovation

GROUPE B

PERINE CHARRIER - EMMA DURIAUX - YUNA VIENNY - MAXIME SCHEREPIN

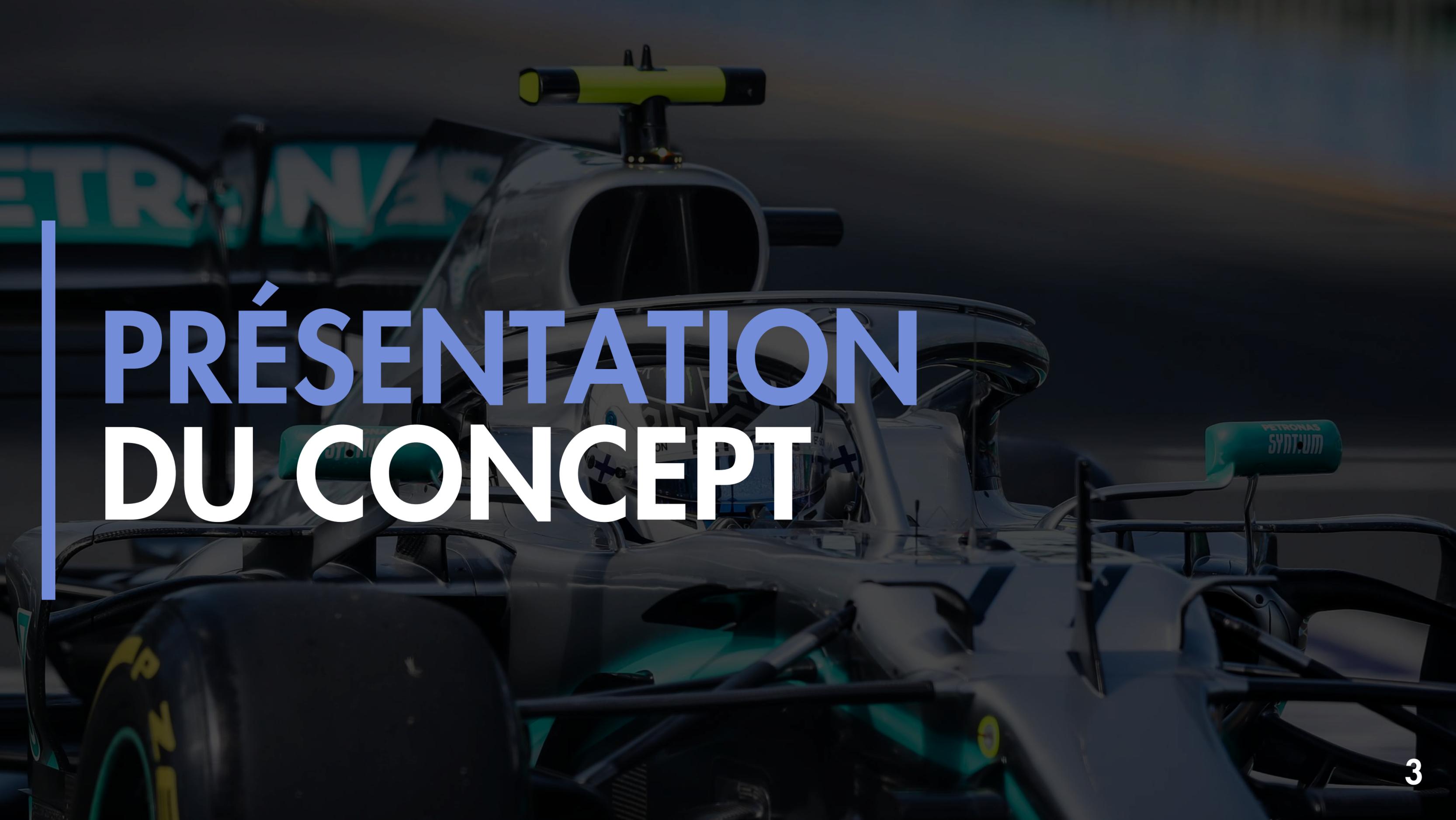
SOMMAIRE

Page 3 - Présentation du concept

- p4** Le problème
- p5** En chiffres
- p6** L'idée
- p7** Analyse du marché
- p11** Statut juridique

Page 14 - Plan de communication

- p15** Stratégie créative
- p17** Stratégie de communication
- p19** Stratégie des moyens



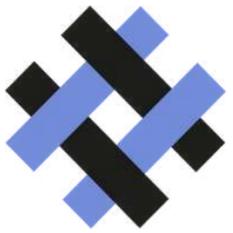
PRÉSENTATION DU CONCEPT



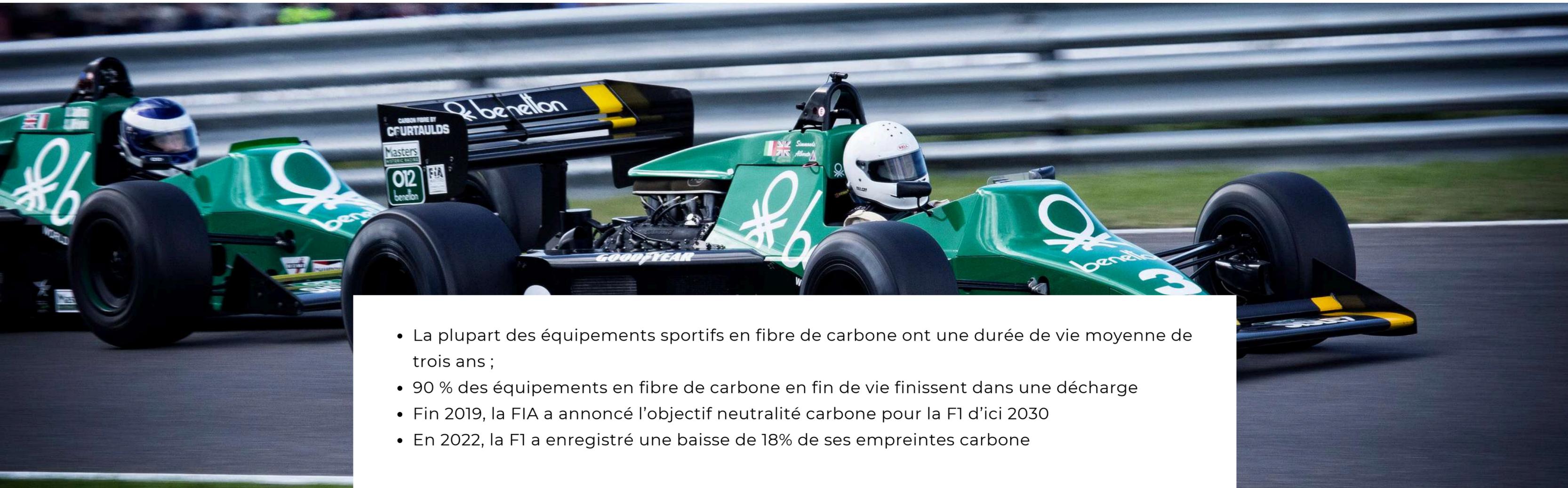
LE PROBLÈME

La carrosserie des voitures de F1 est fabriquée principalement à partir de fibres de carbone, un matériau extrêmement léger et résistant, mais très coûteux à produire et difficile à recycler. Le processus de fabrication de la fibre de carbone est énergivore, et les déchets générés sont un problème environnemental croissant. De plus, en cas d'accident ou de dommages, les pièces de carrosserie endommagées deviennent des déchets non recyclables.





EN CHIFFRES



- La plupart des équipements sportifs en fibre de carbone ont une durée de vie moyenne de trois ans ;
- 90 % des équipements en fibre de carbone en fin de vie finissent dans une décharge
- Fin 2019, la FIA a annoncé l'objectif neutralité carbone pour la F1 d'ici 2030
- En 2022, la F1 a enregistré une baisse de 18% de ses empreintes carbone



L'IDÉE

Remplacer les pièces en carbone, qui sont très polluantes à la fabrication et non recyclables, par des pièces en fibre de lin ou en bio-composites pour réduire considérablement les émissions de CO2 tout en préservant les performances du carbone. L'utilisation de fibre de lin pour les carrosseries permet de diminuer les émissions de gaz à effet de serre de 75% durant le processus de fabrication.

ANALYSE DU MARCHÉ



ZONE GÉOGRAPHIQUE D'ACTION

Nous sommes ancrés au coeur de la Région Nouvelle-Aquitaine, un territoire engagé pour la défense de l'environnement. La Région s'attache à fédérer tous les acteurs du territoire (associations, entreprises, État, collectivités...) pour co-construire des initiatives écologiques ambitieuses. Ce travail collaboratif, illustré par l'élaboration du SRADDET, schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires, garantit une large adhésion aux projets et leur pérennité.

Deux-Sèvres Nature Environnement (DSNE)

Créée en 1969, cette association loi 1901 est chargée d'étudier, de recenser et de préserver le patrimoine naturel et paysager à toutes les échelles, de participer activement aux actions de protection de l'environnement, de lutter contre les pollutions et les nuisances, d'éduquer les publics à l'importance de la préservation de la nature et de promouvoir un aménagement du territoire équilibré et respectueux de l'environnement.

PARTENAIRES LOCAUX

Les différentes écuries de F1 : Ferrari, Red bull Racing, McLaren, Alpine...

ASSOCIATION DEUX-SÈVRES NATURE ENVIRONNEMENT : protection de l'environnement et soutien aux agriculteurs biologiques.

TERRE DE LIN : coopérative spécialisée dans la culture et la transformation du lin textile de la semence à la fibre.

INSTITUT DES MOLÉCULES ET MATÉRIAUX DU MANS : recherches développées.

PÔLE VÉHICULE DU FUTURE

SALON DE L'AUTOMOBILE

RÉGION NOUVELLE-AQUITAINE



SOURCES D'APPROVISIONNEMENT LOCALES

La France est le leader mondial en matière de production de lin textile, en particulier la Normandie qui concentre près de 63% de la production mondiale en raison de la caractéristique de ses sols. La surface de ces cultures a augmenté de plus de 54% entre 2011 et 2019, démontrant l'importance et la viabilité de la production de lin en France et dans le monde. Aujourd'hui, environ 5000 exploitations agricoles cultivent le lin textile en France, permettant une grande variété des sources d'approvisionnement locales en ce qui concerne la matière première.

Parmi ces exploitations agricoles, 600 adhèrent à la coopérative agricole spécialisée dans le lin textile *Terre de Lin*. La coopérative basée dans les Deux-Sèvres regroupe ainsi 15% de la production mondiale de lin textile faisant d'elle le leader du marché.

CONCURRENTS

Concurrents directs

BCOMP (Suisse) : Entreprise spécialisée dans les composites renforcés par des fibres naturelles, comme le lin, mais qui se concentre principalement sur les applications dans les sports mécaniques, l'automobile, et d'autres industries. Mais pas de carrosseries

Mclaren collabore avec Bcomp pour développer le premier siège de Formule 1 en composite renforcé de fibres naturelles.

Concurrents indirects

VCARBON Carrosserie en fibre de carbone "recyclé" pour Maclaren.

SOLVAY (Belgique): Carrosserie en fibre de carbone

"Solvay joue avec la fabrication additive. Comme l'impression 3D, la fabrication additive est un domaine dans lequel nous sommes déjà assez présents et avancés. C'est une façon différente de fabriquer une pièce, et c'est quelque chose que nous voyons comme attrayant pour la F1 et pour de multiples marchés."

TORAY (Japon): Carrosserie en fibre de carbone. C'est l'une des plus grandes productrices de fibre de carbone au monde.

ANALYSE DES BARRIÈRES ET OPPORTUNITÉS

Obstacles potentiels à l'entrée

Réglementations Strictes de la FIA : La Formule 1 est régie par des règles techniques très rigoureuses établies par la Fédération Internationale de l'Automobile (FIA). Le projet pourrait avoir des difficultés à se conformer à celle-ci.

L'acceptation d'un nouveau matériaux peut faire peur : L'adoption par le marché pourrait être lente, surtout si les équipes sont satisfaites des solutions existantes. En effet, si les figures du sport automobile sont déjà satisfaits de leurs équipements pourquoi voudraient, ils tester de nouveaux produits. Les carrosseries en lin pourraient faire face à un certain scepticisme.

Un investissement de base conséquent : Le développement de nouveaux matériaux et procédés de fabrication adaptés à la F1 demande des investissements importants en recherche et développement. Les tests nécessaires pour mener à bien l'aboutissement du projet nécessiteront des fonds conséquents avant même la mise sur le marché.

Opportunités uniques

Objectif neutralité carbone : Fin 2019, la FIA a annoncé l'objectif neutralité carbone pour la F1 d'ici 2030, notre projet s'inscrit donc parfaitement dans cet objectif. Nombreuses sont donc les écuries qui sont à la recherche de solutions plus écologiques et éthiques. C'est pourquoi, de nombreuses mesures ont été mises en place telle que Des changements au niveau logistique, Des moteurs et carburants moins polluants, des Pneus plus écologiques et les Énergies renouvelables sont de plus en plus utilisées. C'est donc le moment idéal de proposer une gamme plus responsable.

La F1 est en plein essor : Le marché du sport automobile notamment de la F1 est en plein essor. En effet, selon les comptes-rendus publics par Liberty Media, le chiffre d'affaires de la F1 était de 3,222 milliards de dollars en 2023. En 2022, il a généré un revenu s'élevant à 2,57 milliards de dollars. De plus, le sport automobile connaît un véritable succès auprès du public. Selon l'ina "Entre 2015 et 2022, le nombre de spectateurs installés le dimanche devant les Grands Prix a progressé de 96 %. En moyenne, 1,2 million de personnes regardaient les courses en 2022". Ce sport est devenu tendance en partie grâce aux influenceurs avec l'organisation de l'évènement " GP explorer ", au cours duquel de nombreuses personnalités se sont affrontés lors d'une course médiatisée sur twitch.

Le lin une matière résistante et écologique : Contrairement au carbone, le lin est un élément qui se recycle très bien avec un recyclage bio-composite et par remoulage. De plus, le lin est réputé pour sa durabilité et sa résistance à l'usure, il est d'ailleurs plus résistant aux vibrations que le carbone ce qui constitue un véritable atout pour le sport automobile.

STATUT JURIDIQUE



STATUT JURIDIQUE

Statut choisi : Société Coopérative d'Intérêt Collectif

Linéa est une entreprise innovante et ambitieuse ce qui nécessite une grande implication morale et financière de la part des associés, pour s'implanter dans le marché de manière durable.

Le statut de SCIC permettrait de limiter le turnover et favoriser la confiance entre les collaborateurs. La gouvernance démocratique est essentielle à notre projet puisqu'il nécessite d'importantes recherches dans de multiples secteurs. L'expertise de l'ensemble des associés est donc indispensable puisqu'ils possèdent tous des compétences et connaissances différentes.

En effet, quel que soit l'apport financier d'un associé, il peut avoir une idée permettant de favoriser notre activité. En choisissant une gouvernance démocratique, nous donnons un rôle égal à chaque associé et permettons des prises de décisions qui conviennent au plus grand nombre en lien avec tous les pôles de l'entreprise.

Concrètement, les associés peuvent voter ensemble pour l'extension d'un bâtiment de l'atelier, pour la délocalisation d'un site de production, pour la mise en place d'un nouveau directeur commercial... Les écuries concernées peuvent également devenir des partenaires à part entière et participer aux décisions de l'entreprise. C'est à eux que revient l'élaboration technique des produits en lien avec leur besoin de carrosserie sur-mesure. Leur participation est donc primordiale.

De plus, Linéa nécessitant une levée de fond importante pour pénétrer dans le marché et contourner les barrières à l'entrée, la participation d'investisseurs externes est très intéressante. De plus, leur position d'associé les implique dans le projet Linea et évite au maximum leur volatilité.

MODÈLE D'AFFAIRE

BESOIN SOCIAL

Linéa permet de lutter contre les problématiques écologiques liées au sport automobile, plus précisément la F1

PARTENAIRES

Les différentes écuries de F1
ex: Ferrari, Red bull Racing, McLaren, Alpine...

Association "Deux-Sèvres nature environnement protection de l'environnement et soutien aux agriculteurs biologiques.

Terre de lin : coopérative spécialisée dans la culture et la transformation du lin textile de la semence au tissage.

Institut des molécules et matériaux du Mans : recherches développées.

Pôle véhicule du futur

Salon de l'automobile

Région Nouvelle-Aquitaine

ACTIVITÉS

Création de carrosseries de voitures de Formule 1 en fibre de lin.

RESSOURCES

- Résine
- Moules
- Fibre de lin

PROPOSITION DE VALEUR

Remplacer les pièces en carbone, qui sont très polluantes à la fabrication et non recyclables par des pièces en fibre de lin ou en bio-composites pour réduire considérablement les émissions de CO2 tout en préservant les performances du carbone.

En résumé linéa propose un produit : moins cher, moins bruyant, plus résistant aux vibrations, recyclable, plus léger, conforme aux objectifs de la fia et sécurisé.

RELATION BÉNÉFICIAIRES

Les pilotes qui ont besoin d'une voiture performante qui répond aux normes imposées par la FIA.

L'objectif pour eux verdir leur image ainsi que améliorer leur résultat de course.

Et Linéa leur propose une solution idéal pour répondre à leurs attentes

CANAUX DE DISTRIBUTION

Vente directe, circuit court

COÛTS

- Les matériaux : la fibre de lin et la résine
- Les moules
- La main d'oeuvre
- La communication

SOURCES DE REVENUS

- Recettes des ventes des carrosseries
- Investisseurs privé
- Subventions publiques

IMPACT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

L'utilisation de fibre de lin pour les carrosseries permet de diminuer les émissions de gaz à effet de serre de 75% durant le processus de fabrication. Les carrosseries sont également recyclables.



PLAN DE COMMUNICATION

STRATÉGIE CRÉATIVE



Stratégie créative

Axe créatif

*Affirmer que nos carrosseries
en fibre de lin sont
écologiques et performante*

Idée forte

*L'écologie et
l'excellence*

Concept

Démontrer l'efficacité

Signature

Une nouvelle ère pour la F1

Promesse

*Des carrosseries plus
légères, plus résistantes et
plus durables*

Message

*La fibre de lin est
synonyme de
performance*

Tonalité

*Expert, décontracté et
engagé*



STRATÉGIE DE COMMUNICATION



Contexte sociétal

La formule 1 est un sport très populaire. Le nombre de spectateurs de ce type de courses est en constante évolution, il a même doublé entre 2015 et 2022 selon l'INA. Le sport automobile, et en particulier la Formule 1, reste cependant très critiqué en raison de son fort impact environnemental.

Ces critiques sont notamment portées par les jeunes, dont la conscience et l'engagement écologique est fort.

Freins et motivations

Freins

- Moins performante (prise d'air, poids, etc.)
- Moins sécurisée (résistance, réaction en cas de choc)

Motivations

- Economies financières par rapport au carbone
- Répondre aux objectifs de fixés par la FIA : réduction du poids des voitures et réduction des émissions de gaz à effet de serre
- Améliorer l'image de son écurie vis à vis du grand public

Les cibles

Coeur de cible

Les écuries françaises
Les écuries au niveau mondial

Cible secondaire

Potentiels fournisseurs
Presse spécialisée

Positionnement

Haut de gamme & engagé / responsable écologiquement

STRATÉGIE DES MOYENS



L'ACTIVATION

Sur le modèle de Nike et de New Balance, nous proposons un évènement inédit. Les deux géants américains ont organisé des manifestations sportives dans l'optique de battre des records du monde, Nike avec le projet SUB2hours avait fait courir le prodige Eliud Kipchuge sur une piste avec des équipements Nike pour le faire passer sous la barre mythique des 2 heures pour courir un marathon. Pari réussi, la prouesse a attiré l'oeil du monde entier sur les produits Nike sans toutefois être perçue comme une publicité en tant que telle. C'est pour cela que nous avons créé le projet :

MONACO SUB 1 MIN

Le concept est simple, inviter le pilote Ferrari Charles Leclerc a passer sous la barre des 1min sur le circuit du GP de Monaco. Au volant d'une formule avec une carrosserie entièrement constituée de fibre de lin Linea, le pilote disposera de la journée pour battre son précédent record de 1min14. La prouesse, totalement réalisable, sera diffusée sur Canal + et accueillera des spectateurs sur place. Les retombées attendues sont une mise sous le feu des projecteurs de notre marque pour être associés à la performance et rappeler que l'écologie et les bons résultats ne sont pas incompatibles.



<https://youtu.be/foyp0KXBGiA>

B TO B

PARTICIPATION À DES SALONS PROFESSIONNELS

Les salons professionnels sont des moyens privilégiés pour rencontrer les investisseurs et clients potentiels, notamment pour notre entreprise qui est innovante et se doit de prouver la fiabilité de ses produits et faire sa place dans le milieu. Le fait de rencontrer ces personnes physiquement permet de démontrer que nos carrosseries répondent à des exigences strictes en proposant des démonstrations de sa solidité par exemple. Cela est donc plus rassurant pour les clients ou investisseurs potentiels, qui s'engageront plus facilement.

Il existe de nombreux salons autour de l'innovation ou de l'automobile. Il serait par exemple intéressant pour Linea Innovation de participer aux événements suivants :

- **VivaTechnology** : salon professionnel de l'innovation technologique et des start-ups
- **Salon de l'auto de Paris** : principal événement autour de l'automobile classique et du sport automobile pour les professionnels et particuliers

CONFÉRENCES

Lors de ces salons, l'organisation de conférences permettra à Linea Innovation de faire connaître son produit et ses compétences, tout en démontrant son efficacité.

B TO C

LES RÉSEAUX SOCIAUX : Instagram, Facebook, Tik Tok et LinkedIn

Notre présence sur les réseaux sociaux représente une opportunité stratégique pour Linea Innovation. Elle nous permet non seulement de toucher une audience large et variée, mais également de communiquer en temps réel avec nos clients et partenaires potentiels.

Nos Objectifs principaux

- Accroître notre visibilité : créer une notoriété autour de notre marque.
- Fédérer une communauté engagée : nous cherchons à créer un lien direct avec nos abonnés en partageant des valeurs communes
- Mettre en avant notre engagement écologique : Chaque post doit refléter nos valeurs d'écoresponsabilité

Plan de publication

Pour capter l'attention, nous prévoyons de publier un contenu tous les deux jours, alternant entre des reels , des stories, et des publications photos. Les reels seront systématiquement repostés sur TikTok pour toucher un public plus jeune.

Une fois la phase de lancement passée, nous ajusterons notre cadence pour publier 2 à 3 posts par semaine :

- 1 à 2 posts photos : Présentation de nos produits, mise en avant de nos valeurs, présence sur un événement ou des innovations.
- 1 reel par semaine : Vidéos sur les coulisses de la fabrication, interviews de notre équipe, collaborations, ou retours d'expériences.

Valeurs et ton des posts

Nos valeurs et l'innovation sont au cœur de notre communication sur les réseaux sociaux. Nous souhaitons également souligner la performance de nos carrosseries, qui allient à la fois innovation, respect de l'environnement et la performance requise en Formule 1.

Le ton des posts sera engagé, authentique et inspirant. Nous souhaitons partager nos innovations avec un ton passionné, mais aussi transparent et accessible.

B TO C

LA TÉLÉVISION : Publicité sur Canal+

La diffusion d'une publicité sur Canal+ lors des Grands Prix de Formule 1 permettrait de toucher un large public.

Objectif de la campagne télévisée

- Cibler un public : Les fans de Formule 1, qui souhaitent voir une image plus "verte" de ce sport et pas seulement
- Accroître la notoriété de la marque : Profiter des événements sportifs internationaux pour associer notre nom à la Formule 1.
- Susciter la curiosité : Apprendre plus sur nos innovations.

Format de la campagne

Diffusion pendant les Grands Prix sur Canal+, nos publicités seront diffusées une seule fois par Grand Prix, mais à un moment stratégique pendant la course, maximisant ainsi l'impact. Avant la course, pendant les pauses ou après les moments critiques de la compétition.

Pourquoi Canal+ ?

Canal+ est la chaîne référente en France pour la diffusion de la Formule 1, ce qui en fait un canal idéal pour toucher notre cœur de cible en B TO C.

B TO C

PANNEAUX PUBLICITAIRE (DIGITAL) : Lors des Grands Prix de F1

Diffusion des publicités digitales sur les panneaux lors des Grands Prix de Formule 1.

Notre objectif est de profiter de la visibilité massive de ces événements pour mettre en avant nos carrosseries écologiques en fibre de lin.

Le message, concis et percutant, soulignera notre engagement environnemental et l'innovation que représente notre solution dans le domaine de la F1.

B TO C

RELATIONS PRESSES

Avant chaque évènement clé ou pour toute avancée technique majeure, un communiqué de presse sera envoyé à la presse spécialisée dans le sport. Nous choisissons ce type de presse car elle permet de toucher une cible relativement large mais qui présente un intérêt pour le sport automobile.

2 magazines et une chaîne télévisée se dégagent parmi les nombreux médias existants :

Auto Sport Magazine

Magazine trimestriel spécialisé dans le sport automobile et la performance des voitures de course, vocabulaire technique et spécifique à ce milieu.

Public essentiellement masculin (pourcentage de femmes en évolution), de 20 à 40 ans, CSP+, passionnés de sport automobile, intérêt pour les évolutions et innovations.

Echappement

Magazine mensuel spécialisé dans le sport automobile, vocabulaire technique et spécifique à ce milieu.

Public essentiellement masculin, entre 30 et 50 ans, passionnés par le sport automobile que certains lecteurs pratiquent.

L'Équipe

Chaîne TV qui traite de l'actualité de nombreux sports différents.

Public essentiellement masculin, de plus de 25 ans, CSP moyenne à plus, fort intérêt pour tout type de sport.

B TO C

COLLABORATION

L'ensemble des membres des écuries qui utiliseront nos carrosseries arboreront notre logo sur leurs tenues officielles, permettant de mettre notre entreprise en valeur grâce aux photographies et vidéos prises lors des grand prix et diffusées par la suite dans la presse ou sur les réseaux sociaux.

Cela permet donc d'ancrer notre entreprise de façon inconsciente dans l'esprit du grand public.



ANNEXES



ANNEXE 1

IDENTITÉ VISUELLE



Le logo



Aux origines du nom...

Issu de l'étymologie latine du mot «Lin», le terme Linéa et sa consonnance futuristique s'accordent avec la volonté de l'entreprise d'être à la pointe de la technologie, le tout en travaillant avec un matériau noble utilisé depuis l'aube de notre civilisation.

Maillage des fibres de lin :

matière innovante qui rivalise avec le carbone et qui va révolutionner le monde du sport. Maillage de partenariats, de liens forts avec les agriculteurs locaux, de soutien aux associations de défenses de l'environnement. Maillage d'expertise, entrecroisement de savoir-faire, mise en commun des connaissances pour une technologie de pointe unique au monde. Maillage de ressources, regroupement géographique ciblé pour un travail de circuit court pour limiter les déplacements.

Maillage de femmes, d'hommes, de machines au service de l'industrie de demain.

LIBRARY 3AM
(vectorisée et remplie)

LIBRARY 3AM



Futura light

Titres : Futura bold
Corps de texte : Montserrat regular

0, 0, 0, 5
#F2F2F2
242, 242, 242

«Terre fertile»



0, 13, 13, 82
#2F2929
47, 41, 41

«Excellence»



79, 0, 40, 25
#29C073
41, 192, 115

«Fibre de lin»



47, 35, 0, 15
#738CD9
115, 140, 217

«Fleur de lin»



Les couleurs



LES SUPPORTS

Les supports : papier



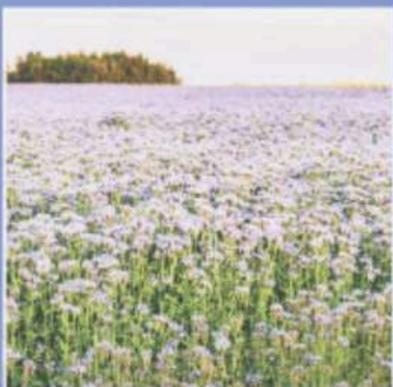
INAUGURATION

LINEA INNOVATION

27 SEPTEMBRE 2024

INDUSTRIE LINEA INNOVATION

Vendredi 9h-18h
10 Rue du Lin, 72000 Le Mans



Activités :

Visite d'usine : 9h-17h
Présentation des partenaires : 9h30
Conférence de presse : 10h-12h
Buffer : 12h30



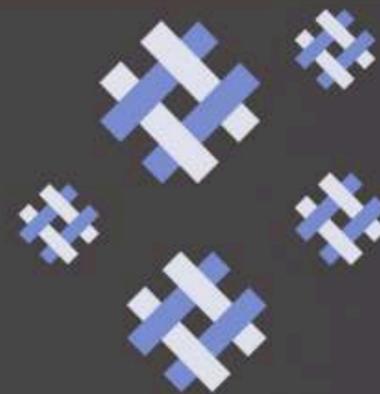
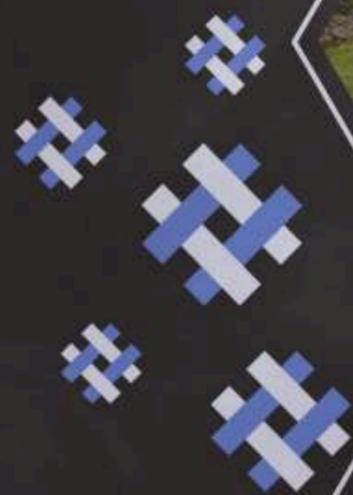
01.12.23.34.35.
linea.innovation@gmail.com
10 Rue du Lin,
72000 Le Mans

CARTES DE VISITE





ÉTÉ 2024 JOURNAL INTERNE



NOUVEAU CHAPITRE DANS L'INNOVATION DURABLE

PREMIER ESSAI EN PISTE DE NOTRE F1 ÉCO-CONÇUE EN LIN

C'est avec une immense fierté que nous vous annonçons un moment historique pour notre quête d'innovation durable : le tout premier essai en piste de notre F1 équipée d'une carrosserie en lin. Ce projet révolutionnaire, sur lequel nos équipes ont travaillé avec passion et détermination, marque un tournant non seulement pour notre entreprise, mais aussi pour l'industrie de la course automobile.

UNE CARROSSERIE EN LIN : L'AVENIR DE LA PERFORMANCE ET DE L'ÉCOLOGIE

Depuis plusieurs années, notre entreprise a pris à cœur de répondre aux enjeux environnementaux tout en maintenant notre exigence en termes de performance et de qualité. L'utilisation du lin, une fibre naturelle, biodégradable et locale, représente un véritable pas en avant vers un avenir plus respectueux de l'environnement. Cette matière, non seulement écologique, mais aussi incroyablement résistante et légère, ouvre la voie à des innovations sans précédent dans le monde de la Formule 1.

Grâce à cette carrosserie en lin, nous avons réussi à allier performance aérodynamique et empreinte écologique réduite tout en conservant la robustesse et la sécurité nécessaires pour les compétitions de haut niveau.



PREMIER ESSAI SUR CIRCUIT : UN SUCCÈS PROMETTEUR

Le premier test en conditions réelles, réalisé sur notre circuit d'essai, a dépassé nos attentes. Le véhicule s'est montré extrêmement performant, et a su maintenir des vitesses élevées tout en répondant à nos objectifs environnementaux. Ce test n'est que le début d'une série d'évaluations destinées à perfectionner ce modèle avant son introduction sur les pistes du championnat.

Les pilotes qui ont pris part à cet essai ont souligné non seulement l'agilité et la vitesse de cette F1 innovante, mais également la sensation inédite offerte par cette carrosserie en lin, plus légère et maniable que les matériaux traditionnels.

UN PROJET COLLECTIF, UNE VICTOIRE POUR TOUS

Cette réussite est le fruit d'un travail d'équipe sans précédent. Ingénieurs, designers, techniciens, fournisseurs et partenaires : chacun d'entre vous a contribué à cette avancée majeure. Ce projet incarne parfaitement notre engagement à combiner excellence technique et responsabilité environnementale. Il reflète notre ambition de devenir un acteur clé de la transition écologique dans le secteur de la haute performance automobile.

Nous vous remercions tous pour votre travail acharné et votre implication. Ce premier essai n'est que le début d'une aventure qui promet de repousser les limites de l'innovation durable. Restons soudés et continuons d'avancer ensemble vers un futur où la performance rime avec écologie. La route vers la prochaine étape de ce projet est excitante, et nous sommes convaincus que, grâce à vos efforts, nous franchirons avec brio les prochaines étapes.

CAP SUR L'AVENIR !

Encore une fois, bravo à tous. L'innovation fait partie de notre ADN, et ce projet de F1 en lin en est la plus belle preuve. Ensemble, faisons de ce succès un tremplin pour de nouvelles avancées technologiques et écologiques. Restons connectés pour les prochains développements de cette incroyable aventure.

→ texte généré à l'aide de l'IA



KAKÉMOMO



LINEA
Innovation

UNE CARROSSERIE
**EN FIBRE
DE LIN**

Recyclable et
sécurisé

50%
de CO2 généré en moins

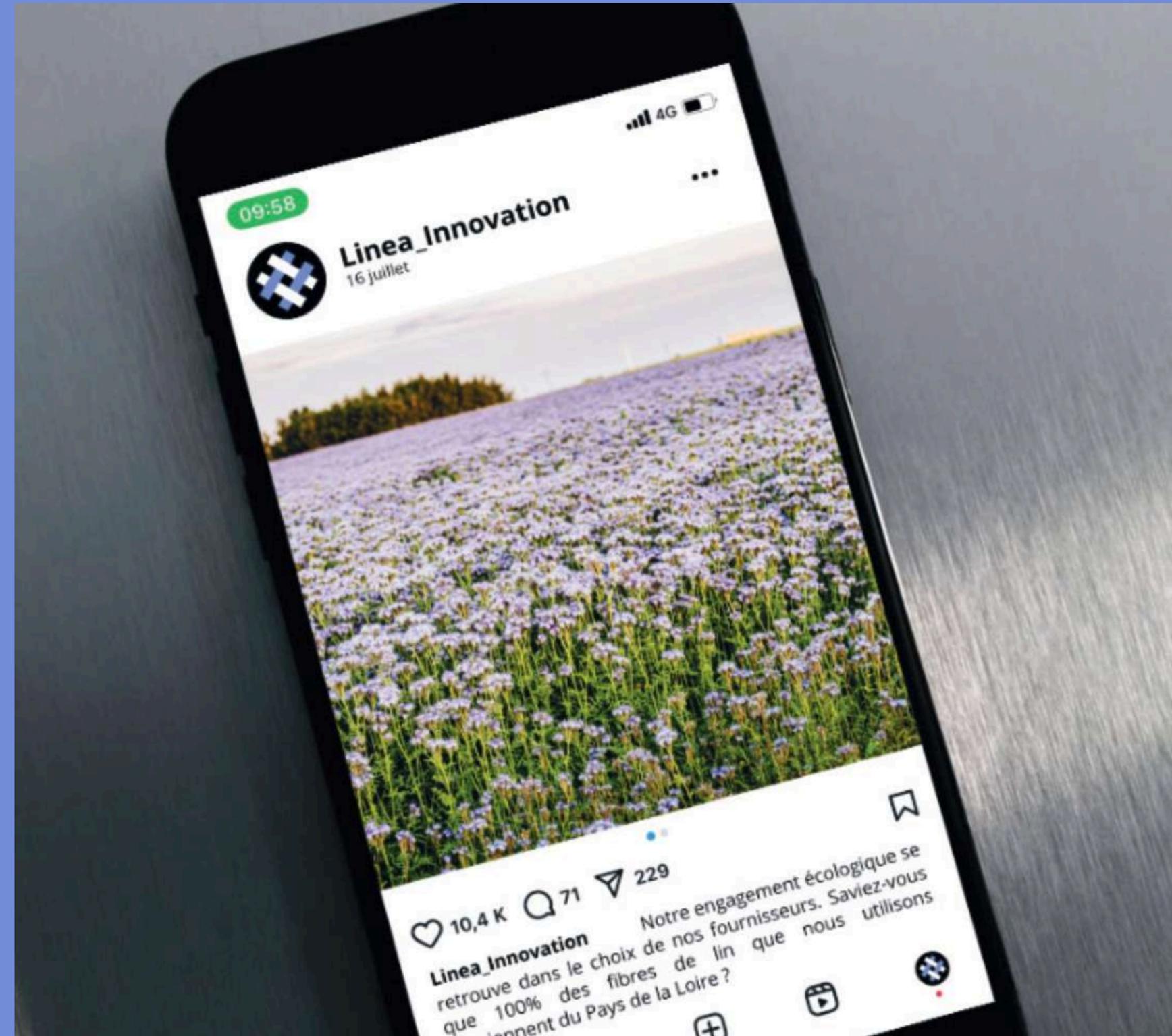


LINEA, UNE CARROSSERIE :

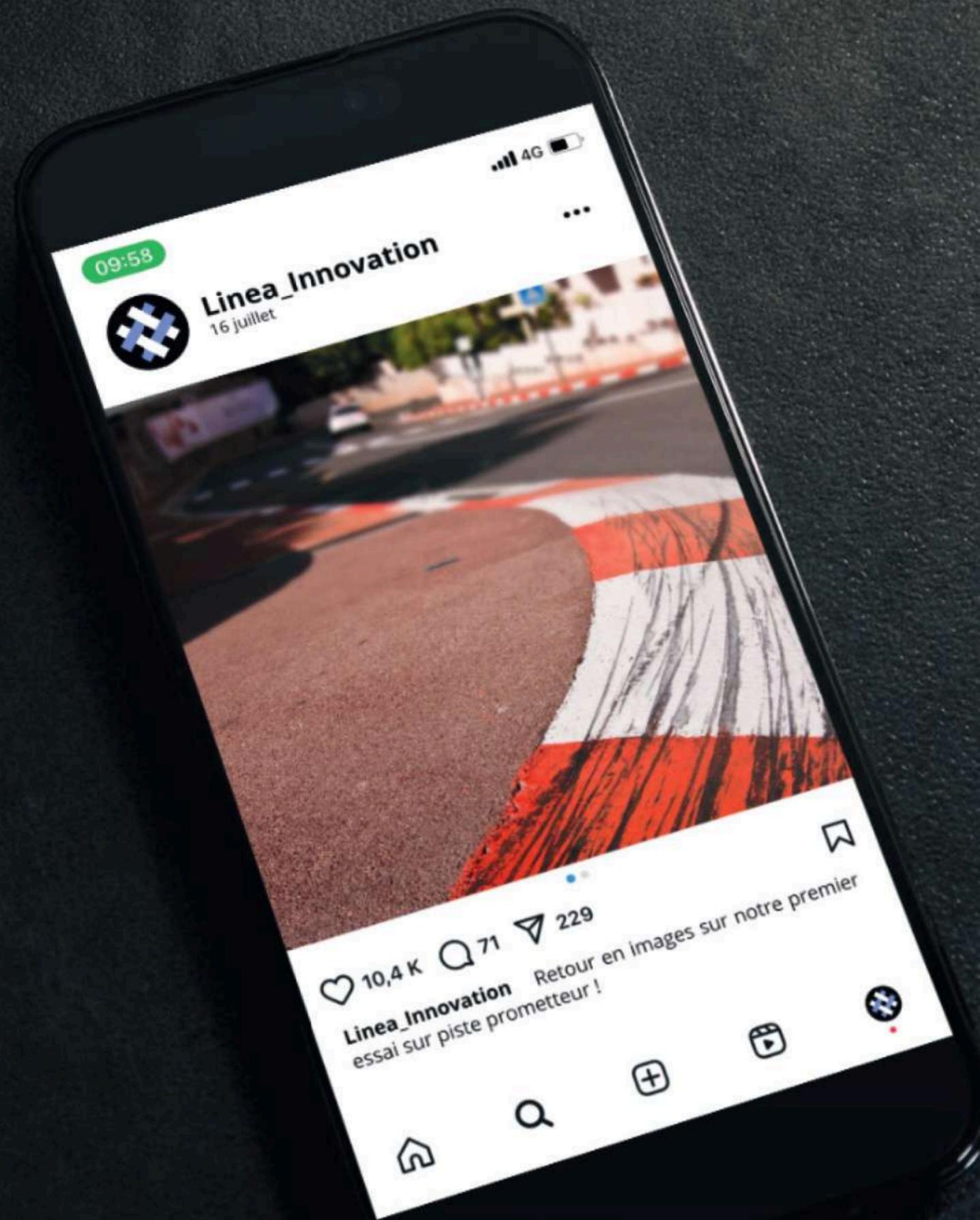
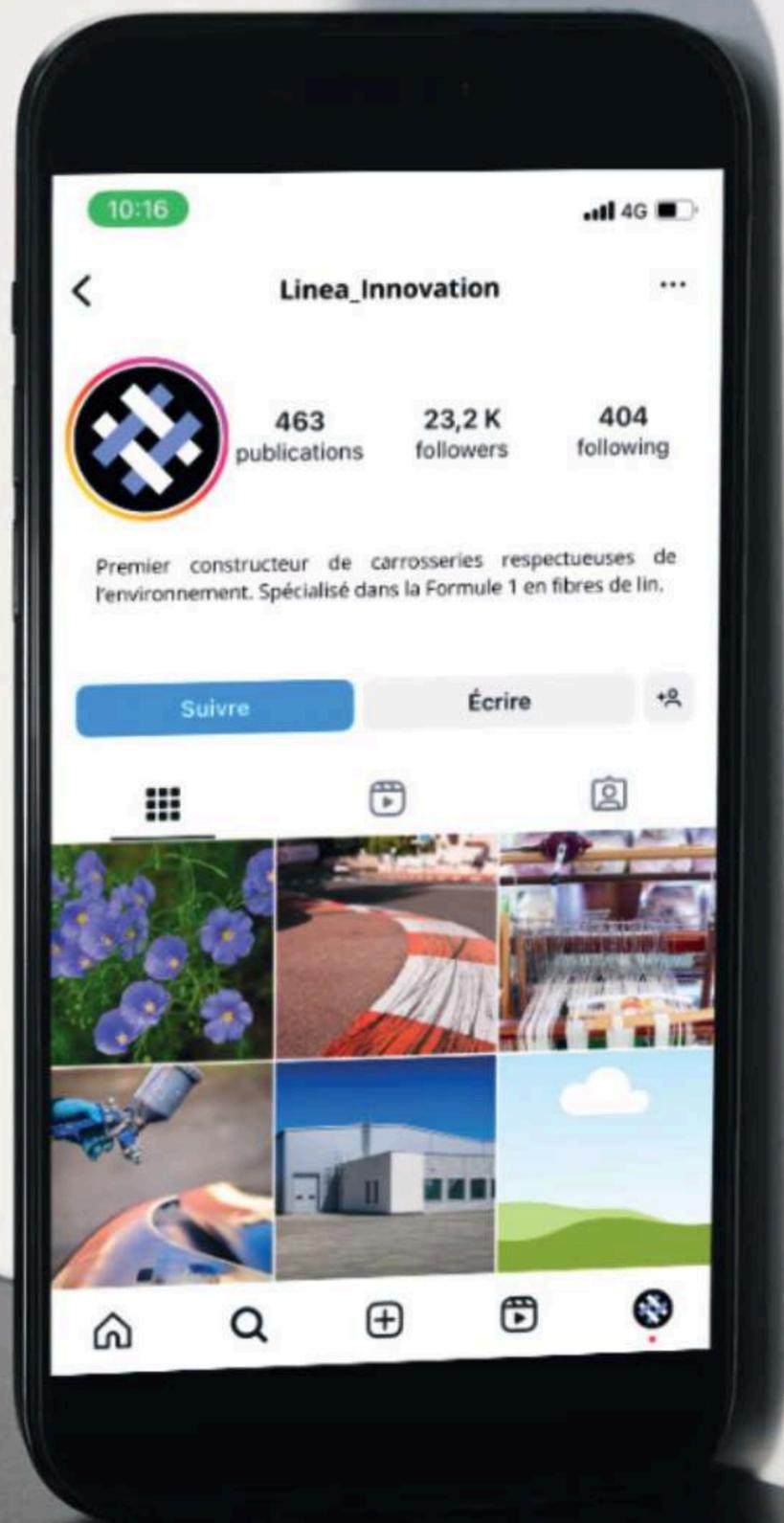
- cher
- bruyante
- + solide
- + souple
- + légère



SUPPORTS NUMÉRIQUES



POSTS INSTA



SITE INTERNET



goodies



SOURCES

[https://ceser.normandie.fr/sites/default/files/2022-07/Lhttps://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/66422/document/FICHE%20FILIERE%20LIN%202021.pdf?version=2#:~:text=Trois%20grands%20types%20d'acteurs,tisseurs%20\(2%20en%202019\).&text=La%20commercialisation%20des%20fibres%20de,%C3%A0%20gr%C3%A9%20aupr%C3%A8s%20des%20teilleurs.e%20lin%20en%20Normandie%20%20%20%20def..pdf](https://ceser.normandie.fr/sites/default/files/2022-07/Lhttps://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/66422/document/FICHE%20FILIERE%20LIN%202021.pdf?version=2#:~:text=Trois%20grands%20types%20d'acteurs,tisseurs%20(2%20en%202019).&text=La%20commercialisation%20des%20fibres%20de,%C3%A0%20gr%C3%A9%20aupr%C3%A8s%20des%20teilleurs.e%20lin%20en%20Normandie%20%20%20%20def..pdf)

<https://fr.motorsport.com/f1/news/moteur-f1-futur-influence-industrie-automobile/10567399/#:~:text=La%20F1%20a%20fix%C3%A9%20un,empreinte%20carbone%20de%20la%20discipline.>

<https://franceracing.fr/f1/la-f1-explique-son-prochain-carburant-100-durable/#:~:text=Les%20carburants%20durables%20de%20la,'essence%20d'origine%20fossile.>

<https://www.motorsinside.com/f1/actualite/33322-la-formule-1-fait-progres-matiere-developpement-durable.html>

https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_de_la_Formule_1#:~:text=Sur%20les%20comptes%20publi%C3%A9s%20en,de%203%2C222%20milliards%20de%20dollars.

<https://rtrsports.com/fr/blog/la-croissance-economique-sans-precedent-de-formule-une-equipe-decouvre-les-facteurs-de-la-succes-superieur/>

<https://larevuedesmedias.ina.fr/f1-netflix-gp-canal-plus-audience-liberty-media-grand-prix#:~:text=Les%20audiences%20de%20Canal%2B%2C%20diffuseur,un%20record%20pour%20la%20chaîne.>

[https://www.nouvelobs.com/societe/20230909.OBS77910/succes-d-audience-et-symbole-d-un-modele-d-influence-conteste-qu-est-ce-que-le-grand-prix-explorer.html#:~:text=Le%20%C2%AB%20GP%20Explorer%20%C2%BB%2C%20c,la%20formule%201%20\(F1\).](https://www.nouvelobs.com/societe/20230909.OBS77910/succes-d-audience-et-symbole-d-un-modele-d-influence-conteste-qu-est-ce-que-le-grand-prix-explorer.html#:~:text=Le%20%C2%AB%20GP%20Explorer%20%C2%BB%2C%20c,la%20formule%201%20(F1).)

<https://euramaterials.eu/le-lin-cette-plante-matiere-millenaire-et-innovante-se-plait-en-hauts-de-france/>

<https://www.oreca-store.com/blog/reglementations/#:~:text=Les%20normes%20définies%20par%20la,améliorer%20les%20moyens%20de%20lutte...>