

MIDNIGHT

Europe by sleeper train

2020.07.02

Advisory board

Strictly confidential

**Ce que nous avons réalisé
jusqu'à maintenant**

Introduction



**Une équipe fondatrice au complet et regroupant
tous les domaines d'expertise**

Positionnement

1

Des sillons



2

Une cible

Environmentally responsible

Demanding about their time efficiency

High net worth business and leisure travelers

Anxious, nervous about airplanes

Looking for comfort while traveling

3

Une marque



Les fondamentaux du positionnement de démarrage de la compagnie sont posés

Produit (1/2)

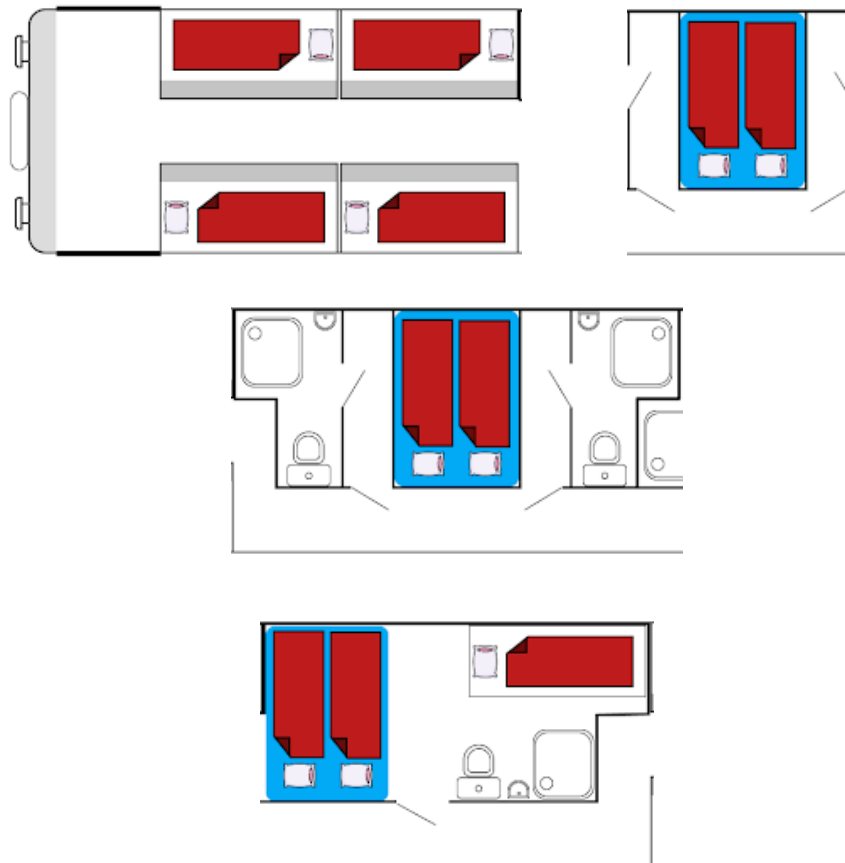
1

Spécifications

Approvals	France Spain Italy Germany
Speed	Min 200km/h - Max 230km/h
Gauge	1435 mm (France, Italy, Germany) 1668 mm (Spain)
Currents	1500 DC (France) 25k AC (Spain and France) 3000 DC (Spain and Italy) 15k AC (Germany)
Signaling systems	KVB (France) ASFA (Spain) PZB (Germany) LZB (Germany and Spain) BACC (Italy)

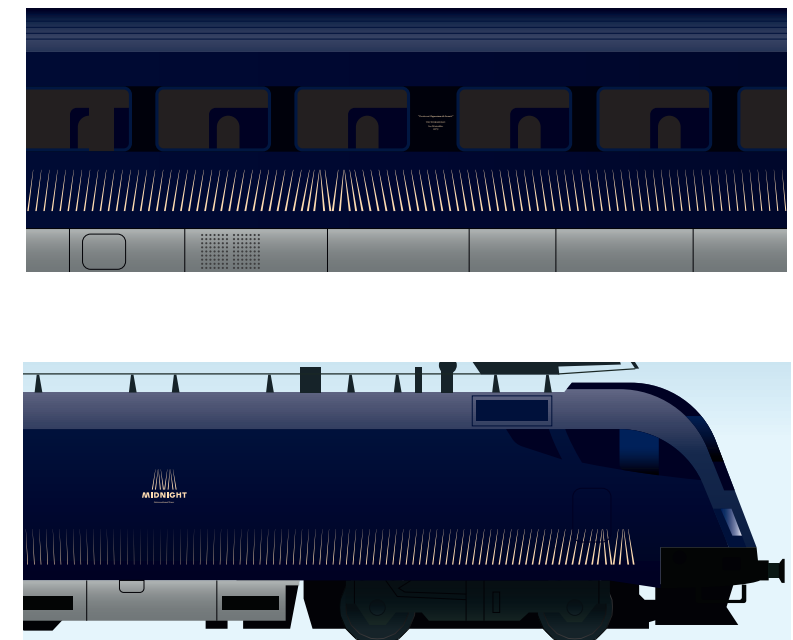
2

Ergonomie / architecture



3

Design extérieur



**Des premières idées qui doivent être challengées
/ revues par des professionnels**

Produit (2/2)

1

AMO



2

Designers ferroviaires



3

Architectes/designers

FRANKLIN AZZI ARCHITECTURE

L A N



**Des premières discussions et propositions avec
les partenaires potentiels**

Ferroviaire

1

Constructeurs



STADLER



2

ROSCO



3

Autres



Des premiers échanges avec les partenaires potentiels

Ressources Humaines

1

Scouting RH et analyse des besoins dans le temps

	A	B	C	D	E	F
1	noms	Expertises	Secteurs	En poste	Linkedin	Notes
32	Jérémy Laulan	Chef d'escale	Ferroviaire	Thalys	https://www.linkedin.com/in/jeremy-laulan-74157850/	
33	Hubert Houplain	Matériel	Ferroviaire	Thalys	https://www.linkedin.com/in/houplain-hubert-ab29a9105/	
34	Jean-Christophe Vigna	Responsable GV	Ferroviaire	Thello - ex SNCF	https://www.linkedin.com/in/jean-christophe-vigna-143795189/	
35	Gabriel Rabellino	Agent de manoeuvre - agent de bord	Ferroviaire	Thello - Ex DB cargo	https://www.linkedin.com/in/gabriel-rabellino-2a53419a/	
36	Julie Coulon	personnel Naviguant	Ferroviaire	Thalys	https://www.linkedin.com/in/julie-coulon-868a7821/	
37	Pamela Soopramanien	Train manager	Ferroviaire	Eurostar	https://www.linkedin.com/in/pamela-soopramanien-b957a7106/	
38	Pauline C.	Sales ferroviaire	Ferroviaire	Eurostar	https://www.linkedin.com/recruiter/profile/183443119_Zn7d.CAP?searchController=	
39	Cécile Morel	Sales ferroviaire	Ferroviaire	Lyrfa - ex Eurostar	https://www.linkedin.com/in/cecile-morel-a81aa5b7/	
40	Edoardo Ligioni	Train manager	Ferroviaire	Thello	https://www.linkedin.com/in/edoardo-ligioni-b8a3321a3/	
41	Caroline Dupé	RH	transport	Thalys	https://www.linkedin.com/in/caroline-dup%C3%A9-a02a52140/	
42	Mélanie Ragulmane	Maintenance	Ferroviaire	Thalys	https://www.linkedin.com/in/m%C3%A9lanie-ragulmane-49334674/	
43	Maxime Saugez	operation crew manager	Ferroviaire	Eurostar - ex marine national	https://www.linkedin.com/in/maxime-saugez-a63610174/	
44	Enzo Burban	Agent de bord	Ferroviaire	Thello	https://www.linkedin.com/in/enzo-burban-006710197/	
45	Romain Silvestrelli	Chef de train	Ferroviaire	Thello	https://www.linkedin.com/in/romain-silvestrelli-3b691bbb/	
46	Isabelle Gallardo	dir des opérations	Ferroviaire	Lyrfa - ex SNCF	https://www.linkedin.com/in/isabelle-gallardo-59a493178/	
47	Mihai Budulai	Chef de train	Ferroviaire	Thello	https://www.linkedin.com/in/mihai-budulai-abb82071/	
48	Julien Mathlon	Production ferroviaire	Ferroviaire	Thello	https://www.linkedin.com/in/julien-mathlon/	

(in € excl. taxes)

		31-déc.-20	31-déc.-21	31-déc.-22	31-déc.-23	31-déc.-24	31-déc.-25	31-déc.-26	31-déc.-27	31-déc.-28	31-déc.-29	31-déc.-30
Administrative	Personnel costs	-	(234 300)	(317 086)	(607 617)	(972 273)	(1 015 257)	(1 059 312)	(1 075 202)	(1 091 330)	(1 107 700)	(1 124 315)
	Headcounts (FTE)	-	2	2	5	10	11	11	11	11	11	11
Rail management	Personnel costs	-	(390 500)	(432 390)	(529 401)	(712 099)	(903 831)	(1 266 904)	(1 285 907)	(1 305 196)	(1 324 774)	(1 344 645)
	Headcounts (FTE)	-	3	3	4	7	10	15	15	15	15	15
Tech & product	Personnel costs	-	(106 500)	(325 180)	(1 083 989)	(1 218 091)	(1 236 362)	(1 254 908)	(1 273 731)	(1 292 837)	(1 312 230)	(1 331 913)
	Headcounts (FTE)	-	1	3	12	13	13	13	13	13	13	13
Additional Services	Personnel costs	-	-	-	(85 200)	(172 956)	(345 950)	(524 096)	(531 957)	(539 936)	(548 035)	(556 256)
	Headcounts (FTE)	-	-	-	1	2	4	6	6	6	6	6
Customer relations	Personnel costs	-	-	-	(188 150)	(216 195)	(368 538)	(424 511)	(430 879)	(437 342)	(443 902)	(450 561)
	Headcounts (FTE)	-	-	-	3	3	6	7	7	7	7	7
Sales	Personnel costs	-	-	-	(397 600)	(432 390)	(495 676)	(560 763)	(569 174)	(577 712)	(586 378)	(595 173)
	Headcounts (FTE)	-	-	-	5	5	6	7	7	7	7	7
Marketing and communication	Personnel costs	-	-	-	(351 450)	(539 636)	(547 730)	(555 946)	(564 285)	(572 749)	(581 341)	(590 061)
	Headcounts (FTE)	-	-	-	4	7	7	7	7	7	7	7
TOTAL	Personnel costs	-	(731 300)	(1 074 656)	(3 243 407)	(4 263 640)	(4 913 345)	(5 646 439)	(5 731 136)	(5 817 103)	(5 904 360)	(5 992 925)
	Headcounts (FTE)	-	5,0	8,0	33,0	47,0	56,0	66,0	66,0	66,0	66,0	66,0

3

Chasseurs de tête



Des premiers échanges avec les partenaires potentiels

Les prochaines étapes et les besoins

Positionnement

poll&roll

Résultats non analysables ou difficile d'en tirer des conclusions / convictions



Sondage sur nos communautés (c. 150 personnes)

Sondages sur des inconnus dans les 4 pays cibles

Analyse des résultats et conclusions sur l'offre et le positionnement



Juillet 2020

Août 2020

Septembre 2020

Challenger le travail fait « en chambre » avec des études quantitatives et qualitatives

AMO



OU



**Surpayer un travail qui apporte peu de valeurs
ou ralentit le développement**



Choix de l'AMO

Prise de connaissance
du dossier par l'AMO
sélectionné

Début du travail
collaboratif avec l'AMO



Juillet 2020

Juillet -Août 2020

Sept. - Dec. 2020

**Choisir le bon partenaire pour nous
accompagner jusqu'à la fin de l'année**

Design

YELLOW WINDOW

OU



[+]

FRANKLIN AZZI ARCHITECTURE

OU
L A N
OU

Design by
GAUGAIN

**Monter une équipe que ne s'entend pas
et / ou surpayer le travail**



Choix sur l'équipe type
de design



Juillet 2020

Choix des designers /
architectes au sein de
l'équipe type



Juillet -Août 2020

Début du travail
collaboratif avec l'équipe



Septembre 2020

**Sélectionner une équipe soudée qui saura être
créative tout en restant dans les contraintes**

ROSCO / Constructeurs

akiem

OU

[+]



CAF *Talgo*

STADLER

GREENBRIER
Europe

SIEMENS

Ne pas avoir la bonne méthode pour
avancer avec les différents
interlocuteurs



Prise de contact avec Siemens et
Astra et continuité des échanges
avec les ROSCO et constructeurs

Obtenir un feu vert
d'un ROSCO et avoir
une vision globale des
possibilités avec les
constructeurs

Début du travail
collaboratif avec l'AMO,
les designers et les
constructeurs

Juillet 2020

Juillet -Août 2020

Septembre 2020

**Convaincre un Rosco de nous accompagner,
définir une stratégie MR avec lui et choisir le
constructeur**

Schéma de traction



ou [Traction par un tiers]

Prendre la mauvaise décision



Entretien avec SNCF Réseau sur les différences entre les statuts EF et candidat autorisé



Juillet 2020

Note de la part de l'AMO : les coûts, les risques



Juillet -Août 2020

Prise de décision sur le schéma de traction envisagé



Q4 2020

Choisir le schéma de traction optimum en considérant les risques et les coûts associés

Restauration et bar



+

[Consultant
logistique]

Partir sur un schéma trop complexe ou
trop couteux



Trouver un consultant
sur les aspects
logistiques



Démarrage de la mission



Juillet -Août 2020

Septembre 2020

Valider un concept différenciant et efficace
logistiquement

Ressources humaines



ou [Autre
chasseur]

**Recruter les mauvais candidats et/ou
les surpayer**



**Sondage des chasseurs et
scouting sur les candidats
potentielles**



Juillet 2020

**Premier sondages du
marché par le chasseur
sélectionné**



Juillet -Août 2020

**Premiers entretiens avec
les candidats pré-
sélectionnés**



Sep. - Oct. 2020

**Recruter une première équipe d'experts
ferroviaires**

La roadmap à 6 mois

Positionnement

*Challenger l'analyse en chambre
auprès de vrais clients*

**Sondage sur
nos
communautés
proches**



**Sondage
professionnel
sur un panel
d'inconnus**



Produit

*Avoir des spécifications
intérieures et techniques*

**Mandater un
AMO**



**Mandater
équipe de
design**



Ferroviaire

*Valider le schéma opérationnel et
les partenaires*

**Discussions
approfondies
avec les
partenaires**



**Itérations sur
les options**

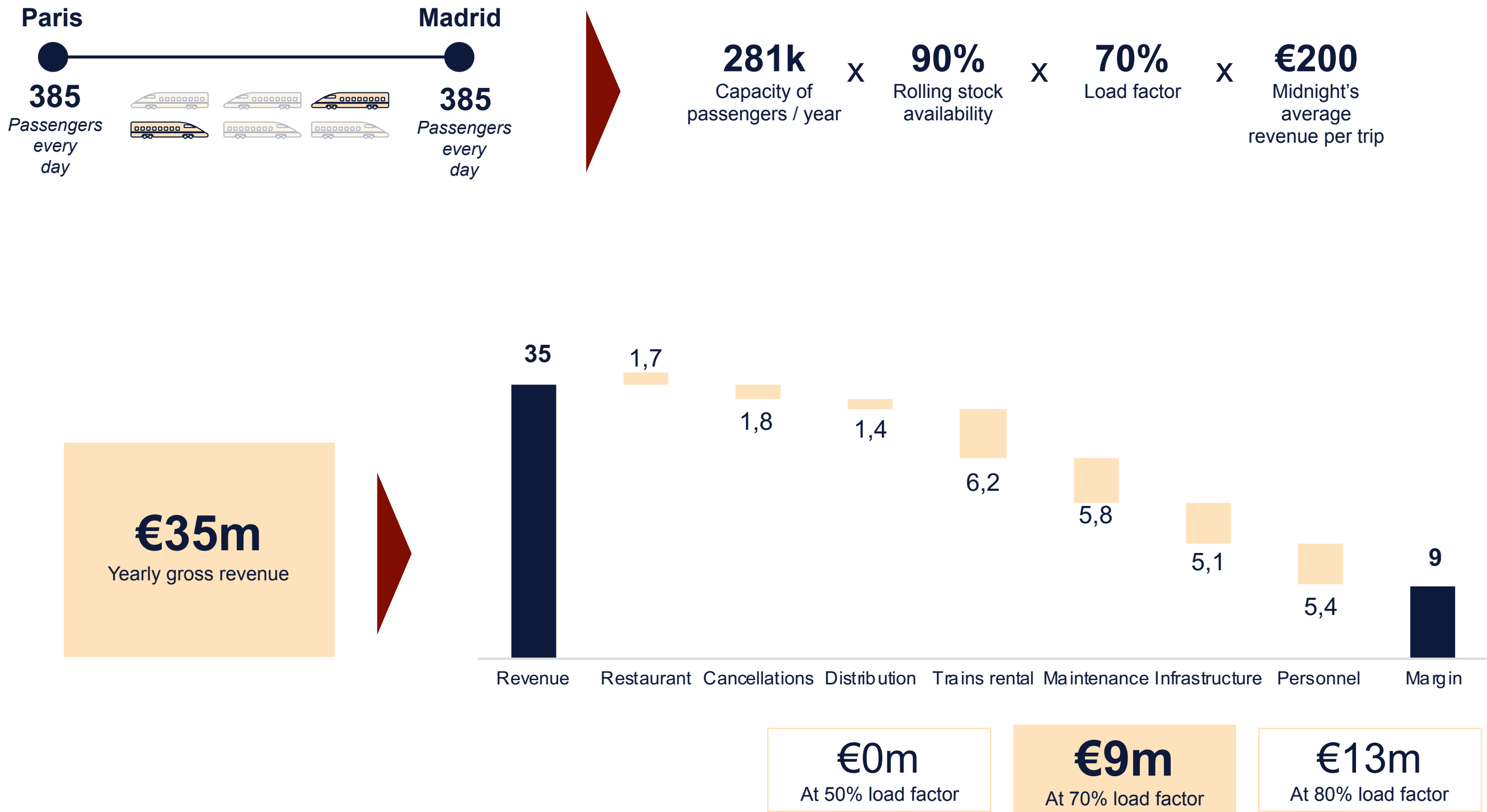


Juillet 2020

Dec. 2020

Le business plan

Les grandes masses sur une ligne



Les ambitions pour 2030



4

Countries



3

Lines at full capacity



80%

Load factor



15%

Addressable market
share



0.5m+

Yearly passengers



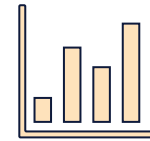
100k

Tons of CO₂ saved per
year



€100m+

Yearly revenue

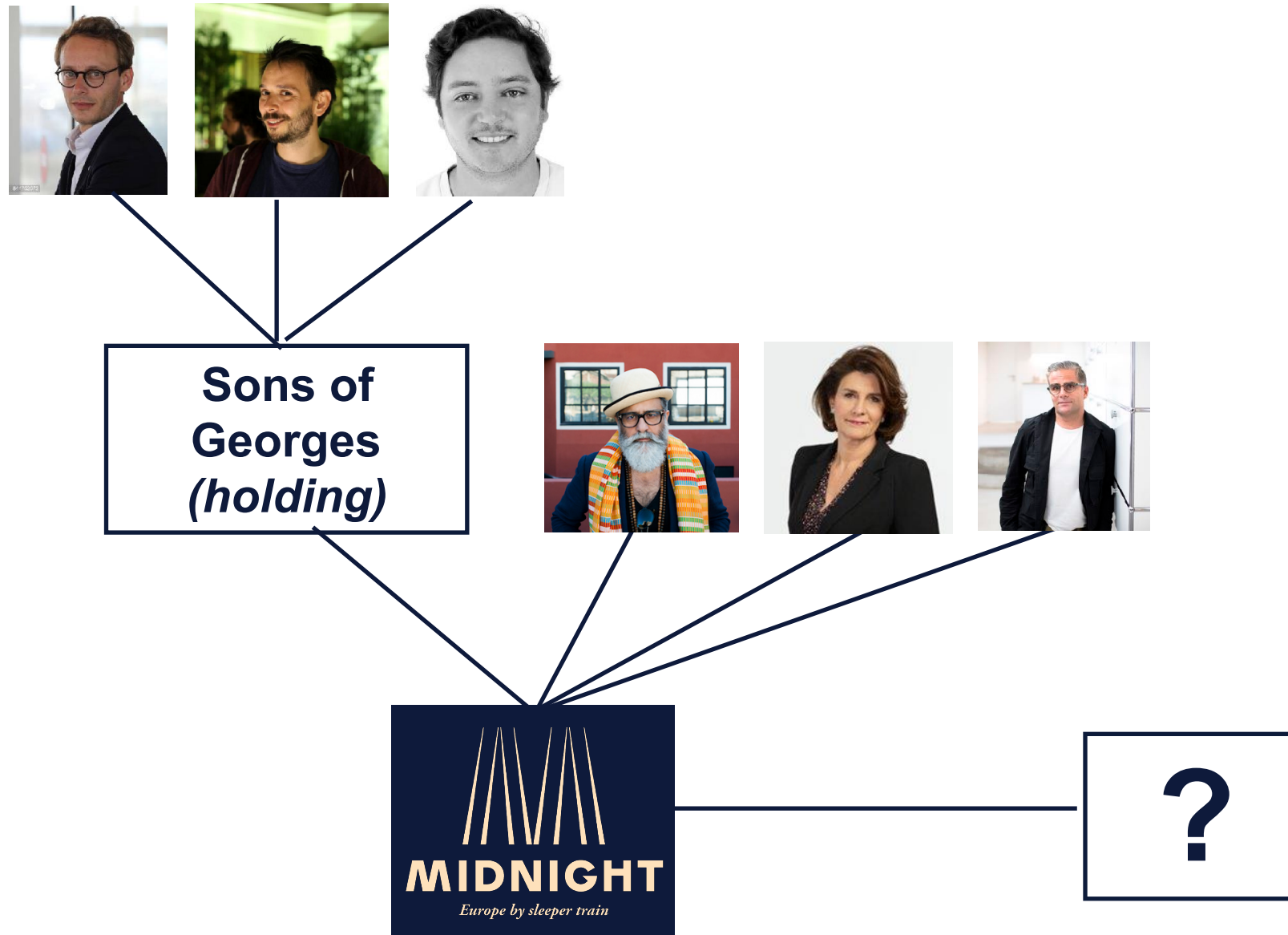


€15m

Yearly net result

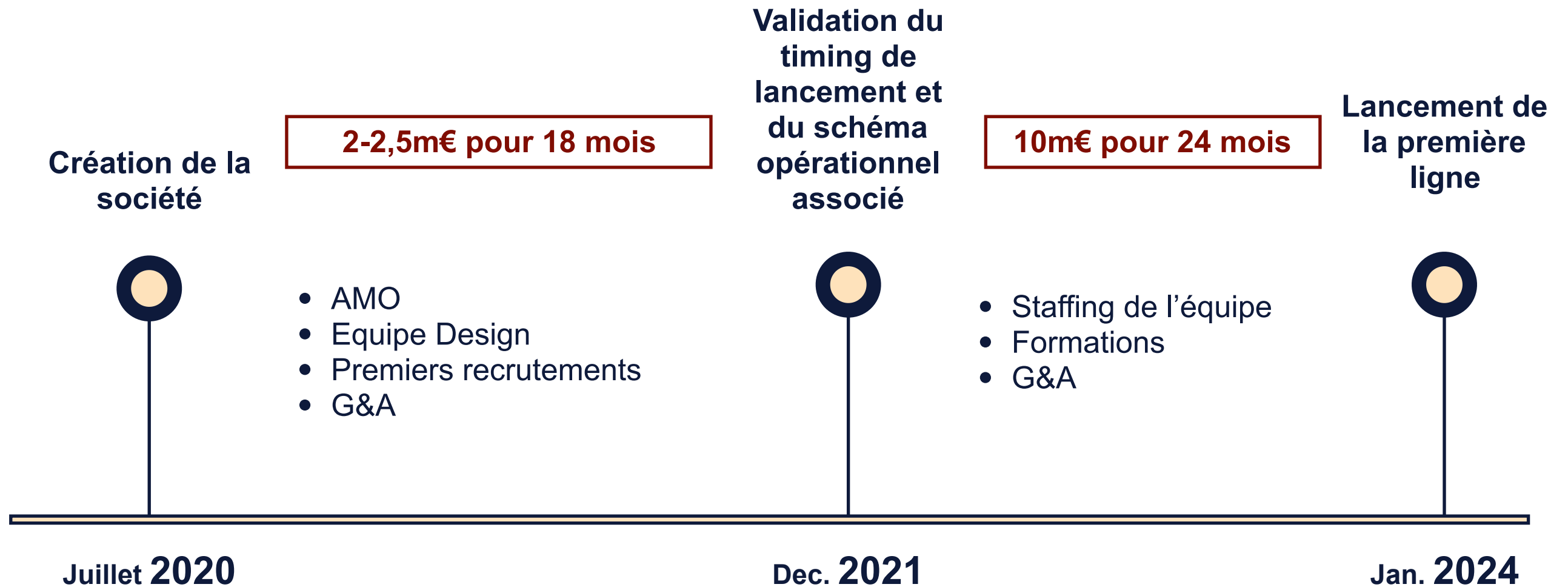
Stratégie de financement

Organigramme juridique



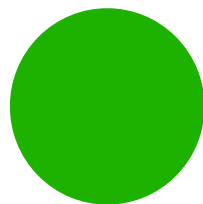
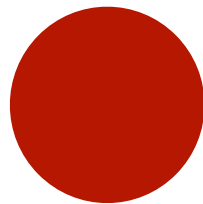
Création de la société opérationnelle dès le mois de juillet

Les besoins



Un besoin estimé à 12m€ avant le lancement du premier train

Les premiers retours



150K€ +

850K€

**Un premier feu vert de la part d'un fonds avec
possibilité d'étendre à sa communauté**

Les conditions envisagées

Montant envisagé

2,5m€



1m€

+

1,5m€

[LEADER]



Dilution envisagée

20-25%

Pre-money
10m€

Post-money
12,5m€



MERCI