

**Innovation.** Trois associés ont créé la société GML Golf qui lance cette semaine la commercialisation du Toowap, un GPS de golf qui affiche les distances jusqu'au green et permet de mesurer les coups.

# Un GPS de golf créé dans la région et bientôt sur les *green* du monde

Un outil créé dans la région « par et pour des golfeurs », voici comment Ludivine Brochon présente le Toowap. Ce GPS de golf mesure la distance jusqu'au green et permet d'évaluer les coups joués, puis de visualiser le parcours réalisé sur internet.

L'épouse de Clément Brochon (associé KPMG qui a apporté ses conseils sur le business plan) a créé la société en janvier avec son beau-frère Matthieu et Grégoire Vitry, le dirigeant de la société rémoise NeXXtep, spécialiste de la géolocalisation d'événements sportifs en extérieur. Ensemble, Grégoire, Matthieu et Ludivine ont donc lancé GML Golf, avec l'aide d'Oséo et de la Région qui ont apporté 200 000 euros à la jeune entreprise.

Après des tests concluants, les associés sont convaincus du potentiel du Toowap: « Des

appareils existaient, mais ils étaient encombrants et peu esthétiques. Un golfeur a besoin de calme et de concentration et notre produit apporte un grand service tout en étant très pratique », explique-t-elle.

Et le Toowap est d'autant plus pratique qu'il est aussi multifonctions en servant de relève-pitch et de marque-balle, ce que les connaisseurs apprécieront.

## UN IMMENSE MARCHÉ

« Conçue à Reims, fabriquée à 80 % et assemblée dans la région », cette innovation régionale vise un marché de 600 000 golfeurs en France, 4,5 millions en Europe et 60 millions dans le monde. « Nous nous adressons aux golfeurs de tous niveaux, en sachant que des professionnels ont expliqué que ce produit était aussi intéressant pour eux ». GML Golf a donc voulu que le



Ludivine Brochon présente le Toowap, un GPS de golf petit et esthétique (plusieurs couleurs) qui devrait rapidement séduire les golfeurs.



Toowap soit accessible (à partir de 89 euros) et cible, bien sûr, les particuliers (en vente directe depuis le site [www.toowap.com](http://www.toowap.com)), mais aussi les golfs qui peuvent louer le GPS et les entrepri-

ses « qui peuvent y ajouter leur logo pour l'offrir à leurs collaborateurs ou à des clients ». En 2012, la société rémoise prévoit de vendre au moins 30 000 Toowap.

Sans dévoiler ses secrets,

Ludivine Brochon annonce que « la quasi-totalité des 600 golfs français ont été référencés et que les lieux touristiques en Europe et en Afrique du Nord le sont également ». L'Afrique du Sud et le Canada

pourraient bientôt suivre. Le site internet de l'entreprise est donc déjà traduit en anglais pour conquérir les marchés internationaux.

PHILIPPE DEMOOR