

The logo for LEO TV features the word "LEO" in white, "TV" in white, and a yellow sun-like symbol above the "O".

LEO TV

MEMORANDUM





## méMORANDUM LEO TV

LEO TV : Toute une équipe avec un seul objectif : <i>Faire rire au quotidien !</i> .....	2
ASPECTS FINANCIERS & ACTIONNARIAT.....	4
INVESTISSEURS.....	6
DIFFUSION .....	7
MARCHE / CONCURRENCE.....	7
FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS.....	8
BENCHMARK .....	9



## LEO TV : TOUTE UNE ÉQUIPE AVEC UN SEUL OBJECTIF : *Faire rire au quotidien !*

L'idée de LEO TV a germé en 2006 dans l'esprit de Jean-Sébastien VENTURA alors directeur régional des sociétés d'auteur (SACEM/ SDRM/SACD). Ce dernier a créé de A à Z l'équipe de LEO TV tant pour les dirigeants que les actuels collaborateurs, en allant démarcher, chercher et même débaucher les meilleures compétences pour répondre aux nombreux besoins de LEO TV.

### Le directoire

**Directeur des programmes : Jean-Eric BIELLE : 51 ans :** Auteur, scénariste, animateur, directeur artistique, directeur de collection, il a collaboré avec les plus grands (*Drucker, De Caunes, Martin, Ruquier, Sébastien...*). Pilier des "Guignols de l'info" pendant 8 ans et collaborateur de bien d'autres émissions à succès (France 2, France Inter), il a à son actif plus de 20 ans d'expérience dans le PAF.

**Directrice de la production : Marie LAUNAY : 40 ans :** Plus de 15 ans d'expérience dans la production télévisée notamment à l'international (BBC, PUBLICIS, etc.), Marie est reconnue dans le milieu audiovisuel pour savoir produire dans des conditions difficiles, tant en terme de délais que de coûts.

**Directeur de la Web TV : Régis OLIVIERO : 31 ans :** Plus de 8 ans d'expérience en création de sites web et de projets web complexes, notamment pour L'Oréal, LVMH. Il a fondé en outre deux web agencies.

**Président : Jean-Sébastien VENTURA : 32 ans :** Plus de 10 ans d'expérience en tant qu'entrepreneur ou cadre dirigeant. Spécialiste en management des médias, en marketing stratégique, assermenté en propriété littéraire et artistique, expert agréé auprès du ministère de la culture, gestionnaire généraliste (MBA), il a participé au lancement et au succès de plusieurs start-up dont SERVOMAP (revendue au groupe LE MONITEUR).

**Directeur régie publicitaire : Luc-Yves MARGUERITE : 53 ans :** 30 ans d'expérience dans la publicité et la communication. Il a notamment créé la chaîne météo revendue à TF1 deux ans plus tard avec une plus-value importante et plus de 20 millions d'euros de chiffres d'affaires réalisés. Conseiller personnel de Lagardère père, puis de son fils sur la communication financière, Luc-Yves a par la suite revendu son agence de publicité à EURO RSCG dont il fut l'un des cadres influent pendant des années. Il quitte EURO RSCG après avoir été démarché par Jean-Sébastien VENTURA attiré par le challenge de LEO TV et convaincu de son succès.

**Directeur des partenariats & des relations institutionnelles : Franck DALIBARD : 32 ans :** Après une forte expérience de la production audiovisuelle dans de grands groupes, Franck crée sa propre société de production audiovisuelle puis intègre la SACEM où il aborde la dimension institutionnelle du secteur culturel. Doté d'un excellent réseau relationnel, il démissionne de son poste de directeur à la SACEM à la demande de Jean-Sébastien VENTURA pour intégrer LEO TV.

**Directeur en charge du réseau outdoor : Jean-Marc NIEZNANSKI : 37 ans :** Plus de 12 d'expériences en tant que manager d'une société spécialisée dans l'installation et la maintenance d'écrans dans les lieux publics. Il a à son actif plus de 50 000 écrans installés.



## Les cadres

**Directeur technique (antenne) : Olivier VIRAULT : 39 ans :** Plus de 15 ans d'expérience dans la création et la gestion d'antenne. Olivier démissionne de son poste de responsable de l'antenne pour un prestataire chargé d'émettre plus de 36 chaînes vers les DOM TOM, pour intégrer LEO TV suite à un contact avec Jean-Sébastien VENTURA.

**Directrice adjointe des programmes : Electra PREVESIANOS : 35 ans :** Electra est une auteure talentueuse. Elle a rejoint l'équipe à la demande de Jean-Eric BIELLE avec qui elle collabore régulièrement, notamment pour de grandes chaînes TV nationales.

**Directeur du développement de l'audience hors foyer (France Nord) : Ralph GISCLON : 38 ans :** Ralph dispose de plus de 15 ans d'expérience dans le démarchage et les relations avec les lieux publics en tant que responsable des diffuseurs permanents au sein de la SACEM. Ralph apporte son expérience et sa connaissance du terrain pour la négociation de nos points de diffusion outdoor, puis le développement de notre offre CHR.

**Directeur du développement de l'audience hors foyer (France Sud) : Christophe SAUTTER : 37 ans :** Originaire du Sud-ouest, Christophe a travaillé de nombreuses années en tant que cadre dans la grande distribution, avant d'intégrer la SACEM au poste de délégué régional. Il dispose ainsi d'une expérience et d'une connaissance terrain précieuses pour développer l'offre hors foyer (dont CHR) de LEO TV.

**Responsable informatique & réseaux : Sébastien LEANNI : 30 ans :** Informaticien doué, Sébastien a géré dès le début de sa carrière des parcs informatiques importants et complexes. Il démissionne de son poste pour rejoindre LEO TV à la demande de Jean-Sébastien VENTURA.

## Autres partenaires

**DELOITTE :** Avant de devenir commissaires aux comptes de LEO TV, deux associés principaux du groupe ont décidé d'accompagner personnellement et bénévolement le projet, convaincus de son succès et de ses nombreux atouts.

**KPMG :** Experts comptables

**Maître Olivier NETT :** Avocat spécialisé en droit des affaires, il accompagne personnellement et bénévolement le projet en parallèle de ses activités au sein de TAJ, convaincu par ce dernier. Me NETT est aujourd'hui le conseil juridique sur les aspects financiers de LEO TV.

**Maître Bertrand COSTES :** Cabinet Cornet Vincent Segurel : Associé expérimenté de cet important cabinet d'avocat Parisien, Maître COSTES accompagne LEO TV dans toutes ses problématiques juridiques et notamment contractuelles.



## ASPECTS FINANCIERS & ACTIONNARIAT

LEO TV est une chaîne nationale gratuite diffusée 7/7J et 24/24h sur tous les canaux hors hertzien et TNT (*convention avec les bouquets en cours*). Avec en bonus la diffusion sur un réseau d'écrans urbains.

LEO TV est une structure indépendante d'autres grands groupes médias. Plus de 350 000 euros ont été investis par les associés avant la constitution de la société. Pour des raisons pratiques la société a été créée avec un capital de 37 000 euros.

Une aide d'1.6 M€ de l'état dans le cadre de la prime à l'aménagement du territoire devrait également être versée début 2009, LEO TV ayant été admise comme étant éligible à l'aide.

LEO TV bénéficie de soutiens politiques de haut niveau, tels que :

- Le Président de la commission audiovisuelle de l'assemblée nationale.
- Le Sénateur-Maire de Marseille.
- La communauté urbaine de Marseille.
- Le groupe Euroméditerranée.
- La Présidence du conseil Général des Bouches-du-Rhône
- La Présidence du Conseil régional Provence Alpes Côte d'Azur.

### Éléments chiffrés :

(En K€)	EXERCICE 1	EXERCICE 2	EXERCICE 3
CA HT	12 628	30 872	38 404
Effectifs en CDI	25	35	35
Budget des programmes	3 500*	8 000	10 000
Masse salariale	1 036	2 125	2 399
Résultat net	2 079	6102	7 561

\* De décembre à mai uniquement

## Business Model

La régie publicitaire est constituée de professionnels très expérimentés de la vente d'espaces publicitaires auprès de très grands comptes pour la TV ou pour la radio. Par sa seule présence, Luc-Yves MARGUERITTE cautionne l'intérêt des annonceurs pour LEO TV.

La régie publicitaire sera constituée au 1er octobre de 6 personnes :

- Directeur : Luc-Yves MARGUERITTE
- 3 Directeurs de clientèle seniors
- 1 Chargé de promotion des programmes
- 1 Assistant commercial Régie

LEO TV est une chaîne gratuite dont les revenus proviennent essentiellement de la vente de la publicité et de ses dérivés (*programming, parrainage, évènementiel, etc.*).

La cible de clients visée est celle des grands annonceurs TV nationaux et internationaux traditionnels grands publics (*Danone, Coca-Cola, etc.*)



## **Les hypothèses de chiffres d'affaires retenues**

La valeur brute de la grille de LEO TV pour la saison 1 (22 décembre 2008 au 30 juin 2009) est estimée à environ 24 millions d'euros.

Cette valeur a été calculée en multipliant le volume publicitaire autorisé par le CSA par le prix moyen d'un spot publicitaire sur le 1<sup>er</sup> semestre 2008 sur les chaînes thématiques du câble et du satellite.

Ce volume, nous l'avons minoré pour tenir compte de certains risques :

- 1/ Retard ou réservation moyenne
- 2/ Offres spéciales, barter
- 3/ Volume négocié
- 4/ Contraintes CSA

Le chiffre d'affaire retenu pour la période est donc de : 12 millions d'euros HT.

## **Potentiel d'audience de LEO TV**

2,5 millions de téléspectateurs/ jour en cumulé, soit 17,5 millions par semaine.



## INVESTISSEURS

LEO TV souhaite rester un média indépendant. Pour y parvenir, son directoire a décidé de lever des fonds dans le cadre de la Loi TEPA sur la défiscalisation des redevables de l'ISF.

LEO TV souhaite lever 900 000 euros sur le premier exercice lors de l'appel du mois d'octobre afin d'assurer son amorçage dans les meilleures conditions possibles et de mettre en œuvre son plan stratégique.

### Les avantages d'investir dans LEO TV

Vous pouvez donc entrer dans le monde passionnant de la télévision, en investissant des sommes qui, de toute manière, auraient été versées au FISC et qui, au lieu d'être définitivement perdues, vous rapporteront chaque année des dividendes !

Vous participez à l'extraordinaire aventure de la chaîne du rire avec tout le buzz média et presse qu'il va y avoir autour !

Vous pourrez participer aux émissions, rencontrer des stars, aux jeux, participer aux émissions et aux soirées organisées par la chaîne.

LEO TV laisse la possibilité à ses actionnaires historiques ayant souscrit au mois d'octobre de pouvoir souscrire tous les ans dans le même cadre, sans aucune obligation.



## DIFFUSION

LEO TV sera diffusé 24/24h et 7/7j sur les modes de diffusion suivant :

- ADSL : NEUF, FREE, ORANGE, DARTY, ALICE , soit plus de 15 millions d'abonnés
- CÂBLE : NUMERICABLE
- SATELLITE : CANALSAT
- WEB
- TÉLÉPHONIE MOBILE : via le bouquet CANALSAT
- ÉCRANS OUTDOOR : placés dans des zones non déambulatoires, cette audience exclusive est estimée chaque jour à environ 1,5 millions de personnes.

Tous les contrats sont en cours de finalisation et LEO TV sera en accès gratuit sur ces supports avec une audience potentielle très importante.

Mais LEO TV est soutenue à haut niveau. Ainsi plusieurs hommes politiques nationaux majeurs soutiennent la candidature de LEO TV pour accéder à la TNT nationale gratuite, ce qui devrait devenir une réalité dans les 24 prochains mois !

## MARCHE / CONCURRENCE

Le paysage audiovisuel français, quel que soit le mode de diffusion, ne dispose d'aucune chaîne thématique consacrée uniquement à l'humour et au rire.

Seule la chaîne COMÉDIE était à son lancement présentée comme une chaîne du rire et de l'humour. Depuis, les changements de caps successifs l'ont faite évoluer en chaîne des séries des années 80. (*Cf. leur site web*). Pourtant, à son origine, avec une thématique uniquement humoristique (*La grosse émission, le burger quizz*), COMÉDIE a fait un véritable carton sur le PAF, avec des scores MEDIAMETRIE importants.

Il faut donc se tourner aujourd'hui vers la radio pour trouver un média dédié uniquement à l'humour avec la station « RIRES ET CHANSONS ». Cette radio est également un franc succès et dégage une marge d'exploitation importante, car la matière humoristique est peu onéreuse, puisqu'elle est portée par des acteurs du spectacle vivant, constamment en promotion pour leurs spectacles.

Les grandes chaînes du PAF multiplient les annonces depuis la rentrée 2008 sur le renforcement de leur grille avec beaucoup plus d'humour et de divertissement. La raison principale est l'extrême morosité sociale. TF1 en fait même une priorité et CANAL+ renforce déjà ce secteur qui a fait sa réputation.

La tendance cette année est donc à l'humour et une chaîne TV uniquement dédiée à l'humour et au rire qui prendra ce créneau dès 2009 pourra asseoir de manière pérenne sa place au sein du paysage audiovisuel français !



## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

Les facteurs clés de succès de LEO TV sont donc :

- Sa thématique : l'humour dans l'air du temps est en phase avec les attentes des spectateurs.
- Son format de programmes : le format court est dynamique, rythmé, jeune et apprécié de tous. Il est adapté aux échanges web, aux blogs et au buzz.
- Sa visibilité : en étant la première chaîne à diffuser dans la rue au plus près de la vie des gens.
- Son équipe : Portée par des gens expérimentés du secteur, LEO TV dispose de ressources humaines très importantes.
- Son budget des programmes : Contrairement aux autres chaînes TV, LEO TV ne fait d'informations, un poste très coûteux pour une chaîne de télévision. Par ailleurs l'humour est une matière peu onéreuse. Ainsi LEO TV dispose d'un budget de programmes et de charges très « low cost » par rapport aux autres chaînes du secteur, ce qui améliore sa compétitivité.
- Son « time to market » : Quelle période plus idéale que celle actuelle, complètement morose, pour médiatiser le lancement d'une chaîne du rire ?

**Pour les annonceurs**, LEO TV leur apporte dans ce contexte une image positive. On sait également que le spectateur qui rit et qui est détendu retient mieux les messages. Par ailleurs, LEO TV est réellement visible et proche des gens, comparée à ses concurrentes des bouquets thématiques. Avec les coûts d'une petite chaîne et une audience digne d'une grande, LEO TV devrait enchanter les annonceurs en cette période de rigueur budgétaire ...

**Pour les spectateurs**, LEO TV apporte une grille simple et claire. Sans savoir le contenu exact du programme, le spectateur sait qu'il vient pour rire quelle que soit l'heure de la journée. Comme LCI ou BFM TV sont devenus un réflexe du téléspectateur qui veut trouver de l'information à toute heure ou NRJ 12 ou MCM pour aller chercher de la musique, LEO TV sera la référence incontournable pour rire à n'importe quelle heure de la journée... Le rire est une thématique populaire plébiscitée par tous.

**Pour les bouquets TV**, cela leur permet de promouvoir leur bouquet auprès de leurs prospects ou de leurs clients pour booster leur vente et se détacher vis-à-vis de la concurrence. Parce qu'offrir une chaîne du rire au moment des fêtes dans l'ambiance actuelle permettra de mettre en valeur l'offre TV du distributeur. Avoir LEO TV devient stratégique, le petit booster promotionnel, puisqu'ils ne disposent d'aucune autre chaîne ayant cette thématique.



## BENCHMARK

### LEO TV :

Audience estimée/ semaine LEO TV\* : 8.5 millions de téléspectateurs

**\*Estimation HAVAS MEDIA/ POSTERSCOPE/ LEOTV**

CA HT prévisionnel Exercice « 1 » : 12 millions d'euros

Heures de programmes frais : 4 heures

Diffusion : gratuite et nationale : CANALSAT, BIS TV, NUMERICABLE, FREE, ORANGE, NEUF et réseau d'écrans urbains dans 200 points de diffusion à fort passage.

Effectifs prévisionnels en CDI : 55 personnes à 3 ans

### NRJ 12 :

Audience estimée/ semaine NRJ 12\* : 17 millions de téléspectateurs

**\*Source Médiamétrie 2008**

CA HT estimée pour 2008 : + de 60 millions d'euros (source Groupe NRJ : estimation)

Heures de programmes frais : 7.5 heures

Diffusion : gratuite et nationale : TNT, CANALSAT, BIS TV, NUMERICABLE, FREE, ORANGE, NEUF

Effectifs en CDI : 120 personnes

### LCM : La Chaîne Marseille

Audience estimée/ semaine\* : 250 000 spectateurs/ semaine

**\* Source LCM 2008**

CA HT estimé pour 2008 : environ 9.5 millions d'euros

Heures de programmes frais : 3 heures

Diffusion : gratuite et locale : Câble, TNT

Effectifs en CDI : 50 personnes

Ceci confirme l'hypothèse très prudente du prévisionnel des ventes de LEO TV et son fort potentiel. Cela met également en évidence le faible risque de LEO TV.

En 2008, toutes les autres chaînes thématiques ont augmenté leurs parts de marché au détriment des grandes chaînes TV. L'arrêt de la publicité sur France télévision qui ne pourra se reporter en totalité, va augmenter l'attrait pour ces nouvelles chaînes TV par les annonceurs.



73 rue du Château  
92100 BOULOGNE BILLANCOURT

*Studios & antenne*  
Pôle Media Belle de Mai  
37 - 41 rue Guibal  
13003 MARSEILLE



[www.leotv.tv](http://www.leotv.tv) - [info@leotv.tv](mailto:info@leotv.tv)