

#### Industrie

Média numérique

#### Segment

Solution média ludo-éducative personnalisée pour chaque enfant

#### Format et supports

L'ensemble est en animation 3D :

- JT enfant décryptant l'actualité = Quotidien / Hebdo sur chaîne TV + Replay / Supports numériques
- Modules de culture générale et internationale = Hebdo sur chaîne TV + Replay / Supports numériques
- Serious games = Supports numériques

D'abord en France et pays de la francophonie, puis à l'international.

En 2<sup>ème</sup> phase : Recyclage et adaptations culturelles sur marchés secondaires.

En 3<sup>ème</sup> phase : Produits dérivés et licences de marque.

#### Technologies

- Motion capture 3D cost effective
- Intelligence Artificielle (2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> phase de développement)
- Réalité Virtuelle (3<sup>ème</sup> phase)
- Réalité Augmentée (3<sup>ème</sup> phase)
- Gestion et monétisation de la data collectée (2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> phases)

#### Phase de développement

JTVK = Start-up en phase d'amorçage

#### Chiffres clés à N+4

- CA = 20,8 M€
- REX = 11,7 M€
- CAF = 5,9 M€

#### JTVK ? KIDS...

C'est une solution média numérique/ TV ludo-éducative sécurisée intégrant une plateforme multiculturelle, personnalisée pour chaque enfant grâce à des algorithmes dédiés. Développé d'abord en France, ce média vise l'international. Outre la partie algorithmique, JTVK intègre aussi une technologie de motion capture 3D à coûts réduits qui facilite le recyclage des productions et les adaptations culturelles sur les marchés secondaires. Cette base technologique offre également des perspectives d'intégrations très variées toujours à moindres coûts en phases ultérieures (Réalités virtuelle et augmentée, intelligence artificielle, etc.)

#### LE CONTEXTE

Nous vivons dans un monde où les actualités foisonnent sur Internet, les chaînes infos, défilent de plus en plus rapidement sans grande distanciation.

Dans un environnement de plus en plus violent (attentats, propagandes, terrorisme...) comment adresser une information adaptée aux enfants du primaire (6-11 ans) ? Comment développer leur culture générale et sociale ?

- ✗ 55% des enfants regardent des vidéos (films, séries, matchs) sur des sites illégaux ;
- ✗ 77 % dans les foyers où le revenu mensuel est inférieur à 2000 €.

SOURCE : OpinionWay, 23 et 24 novembre 2016 et 8 décembre 2016

#### LA SOLUTION

Bien plus qu'une simple animation, JTVK est pensé comme une solution complète d'interactions ludo-éducatives avec l'enfant. Et ce, au travers de 3 principaux personnages qui décryptent monde des grands. Multiplateforme éducative, interactive et multilingue (anglais, français, arabe, espagnol), cette solution globale débute sur 3 axes principaux :




































- + **JT enfant décryptant l'actualité dans le langage des petits** ; basé sur des techniques innovantes, notre process nous permet d'être très réactifs ;
- + **Modules de culture générale multiculturels** comme outils de développement du savoir être et de renforcement de cohésion sociale ;
- + **Plateforme ludo-éducative interactive** au format « Serious Games » avec quizz, et plan d'activités personnalisé sur la base des forces et faiblesses de l'enfant.

Dès le départ, en parallèle, JTVK travaillera sur le développement d'applications portant sur les évolutions des réalités virtuelle et augmentée, de l'intelligence artificielle.

#### ENVIRONNEMENT ET POSITIONNEMENT

Les cibles de JTVK sont les enfants de 6 à 11 ans, estimés en France à 7 millions adressables chaque année, auxquels s'ajoutent leurs parents et professeurs. Dans ce cadre, ils sont près de 5 millions à regarder tous les matins les dessins animés sur différentes chaînes de télévision, et 1,8 M en moyenne sur le net. Un audimat suffisamment conséquent pour axer notre stratégie de départ en B2B 2C en France.

## Environnement concurrentiel - Comparatif et éléments différenciant

OFFRES	ÉDUCATIF	ANIMATION	INTERACTIF CLUB	AUTONOMIE	
					+ Animation éducative réellement interactive ;
					+ Décryptage contrôlé par un « mini-CSA » ;
					+ Multilingue (anglais, français, arabe, espagnol) ;
					+ Plateforme numérique avec Serious Games ;
					+ Jeux éducatifs « up to date » autour de l'actualité ;
					+ Ergonomie favorisant l'autonomie des enfants ;
					+ Fonctionnalités adaptées aux enfants illettrés ;
					+ Espace entièrement sécurisé et régulé ;
					+ Espace parents permettant d'observer les activités ;

## LES PREVISIONS

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Chiffre d'affaires</b>	1 000 000 €	5 500 000 €	7 800 000 €	13 600 000 €	20 800 000 €
<b>Marge globale</b>	280 000 €	1 800 000 €	3 700 000 €	7 000 000 €	11 700 000 €
<b>Résultat d'exploitation</b>	-620 000 €	350 000 €	1 550 000 €	4 550 000 €	8 900 000 €
<b>C.A.F.</b>	-600 000 €	370 000 €	1 200 000 €	3 100 000 €	5 900 000 €

\* Dans le cadre de cet Executive Summary, les prévisions effectuées sont volontairement présentées en valeurs arrondies pour facilitation de première lecture

## L'ÉQUIPE



### MATTHIEU PETIT - CTO DE JTVK

Co-Fondateur de «Adopte un CTO» ; Co-Fondateur de l'initiative 42Valley (école 42). Précédemment Développeur PHP chez Cours en clair, puis chez AAM, ainsi que Jolimix. Ecole d'informatique IPSS et Ecole 42.



### LANDRY STARCK - CDO DE JTVK

Directeur artistique de BETC et Character Designer Walt Disney/Pixar depuis 2006.  
ECV - École de Communication Visuelle



### VALÉRIE BERANGER-FORD CEO, FONDATRICE DE JTVK

Participation à la création de BFMTV en 2005 (Présentatrice, chef info, manager, reporter politique, ITW politiques pour l'émission RMC-Le Point ; BFMTV - BFM Business) 2005-16 ; LCI/TF1 (Rédactrice-en-chef-adjointe, présentatrice), Sunday Business Post [Hebdomadaire économique et financier irlandais] (rédactrice).  
Executive MBA HEC et Ecole de code 42/HEC.

« Journaliste depuis près de 20 ans, dont la moitié dans des chaînes info, j'ai participé à la création de BFMTV, son Storytelling, son marketing de l'info, etc. Le traitement médiatique des chaînes info a fini de me convaincre sur la nécessité d'inventer un nouveau langage, plus adapté pour les enfants. Plus globalement, je me suis rendue compte de l'impact non contrôlé des médias et des écrans en tous genres sur les jeunes...

Devant ce constat, j'ai décidé de développer un nouveau produit qui m'a pris 3 ans, fait reprendre des études à HEC en plus de BFMTV et démarrer ma société JTVK. Une 1<sup>ère</sup> étape avant la création d'un média enfants mondial, stratégique pour les années à venir tant sur sa data, sa perception du monde, que sur le fait d'adresser de nouvelles classes moyennes émergentes en Afrique ou en Asie. » - Valérie Béranger-Ford

+ **Alexandra Momal** : Designer UX, UI, interactif, Contrat pro Publicis, Prix du jury MIT 2016 (IGEM IONIS)

+ **Valéry Mozar** : Webdesigner UX/UI Euroconsult, BFMTV

+ **Vanessa Lustossa De Oliveira** : Community manager  
Guy Degrenne - Manager e-commerce

## BESOINS

Nous visons la **création du pilote** nécessitant un **amorçage de 200 K€**, pour accélérer notre développement commercial. Sur cette base nous effectuerons une **levée de fonds de 1,2 M€**. Etape nécessaire permettant d'investir dans la R&D (RV & RA + IA, etc.), installer les équipes, mettre en place la chaîne de valeurs et stocker près de 40 épisodes afin de palier tous les risques en phase d'industrialisation. La principale possibilité d'**Exit** pourra se faire à l'occasion d'une nouvelle levée de fonds envisagée **en N+4**.