



CERCLE - UADIA

Plateforme et réseau d'interaction sociale et générative
EAAE –Ecosystem as an Economy : découverte, modèle de gratuité,
monétisation, capacités techniques, acquisition économique et qualification.

EMETTEUR

Vyehn (holding) –SIREN 103
309 639

SIEGE

Paris 75116, France

OPERATION

Levee de capital –actions de
preference

DATE

Juillet 2026 –v2

Résumé exécutif

UADIA est positionnée comme un **Ecosystem as an Economy**. Du **cycle intellectuel vers le cycle intellectuel** : une infrastructure européenne ou les structures économiques y publient, diffusent, sponsorisent, évaluent et réactualisent leurs flux et communications.

La plateforme ne monétise pas l'interaction sociale : elle commercialise une structure digitale intelligente et ses capacités applicatives techniques, transformant une présence d'intérêt économique en valeur économique quantifiable.

Actif

13 modules actifs:Cercle, Golden Elliance, Beamline, Sease, NeatSight, Brand Board, THIXE, HEAiD /Edit PIAF (IA), PrivacyBox, Social Community, Academics, ERM-Core, Infine Games, Foresight.

Mécanisme

Découverte par proximité sémantique (pintones algorithm), sans ciblage humain. Les relations économiques sont explicites, qualifiées et auditable.

Monétisation

Commissions sur conversions économiques, abonnements modulaires, Campaign Attraction, publicité sur 1 an, ad native non intrusive, licences et contrats

Opération

Actions de préférence : séparation gouvernance / exposition économique, contrôle fondateur, droits financiers investisseur, tranchage par jalons.

Point de notation	Renforcement apporté par les landings
Business model	Offres /month, contrats, facteurs monétisables : crédit d'influence, média, mesure, streaming, droits, licences, campagnes, hébergements technologiques.
Go-to-market	Segmentation ciblée par localisations, marchés et acteurs économiques réels et rôles activables.
Due diligence	Architecture modulaire, risques explicites, lignes de revenus et structures financières éclairées.

Légitimité et Questions:
" Vyehn souhaite activer le lancement de 13 modules simultanément dans l'intervalle de temps discuté et prévu en due diligence?"
UADIA n'a pas vocationàfinancer le lancement de 13 produits simultanément. Le premier tour finance une séquence centrale avec amplitude, et aisance: Cercle (social media)+NeatSight (sémantique de partenariat)/Brand Board (interactions professionnelles)+Academics (éducation et tendances)/ERM-Core (futur AI WorldTech and Futur of Sedentary Work) comme noyau potentiel humain et Future of Work, puis Beamline/Sease/THIXE comme extensions de monétisation, divertissement et culture dans cette infrastructure digitale.

Sources internes:memorandum initial, uadia.fr /Investors, VisionCohesion et landings produit.Montants financiers à confirmer en data room.

Vyehn – Structure – Objets – Cadre

Element	Description
Denomination	Vyehn SAS–société encadrant l'écosysteme UADIA, ses architectures,signatures intellectuelles,moteurs et algorithmes.
Immatriculation	SIREN 103 309 639 –Paris 75116, France.
Objet	Exploitation d'une plateforme d'interaction générative et sociale opérant comme marché de découverte ; développement et licence de technologies rendu visuel, Design IA, VOD et streaming, mesure et orchestration partenariats.
Domaines	uadia.fr (Vision produit, landings,relations investisseurs)–leadgen.uadia.fr (application, qualification,outils).
Direction	Maelan Guillonnet–fondateur, CEO.
Propriété intellectuelle	Écosystème UADIA, Cercle, THIXE, ERM–Core, pintones, moteur de proximité, architectures publicitaires, marques, signatures détenues par la holding.

"Extrait statuts corporatif–Juillet 2026:

PRÉAMBULE — GOUVERNANCE, INTÉGRITÉ ET VALEURS SOCIALES

La société Vyehn s'institue selon des principes de gouvernance unifiée, d'intégrité structurelle et de responsabilité sociale étendue. Elle inscrit son action dans un cadre de respect des droits humains, de lutte contre toute forme de discrimination, et d'engagement vers un développement durable et éthique.

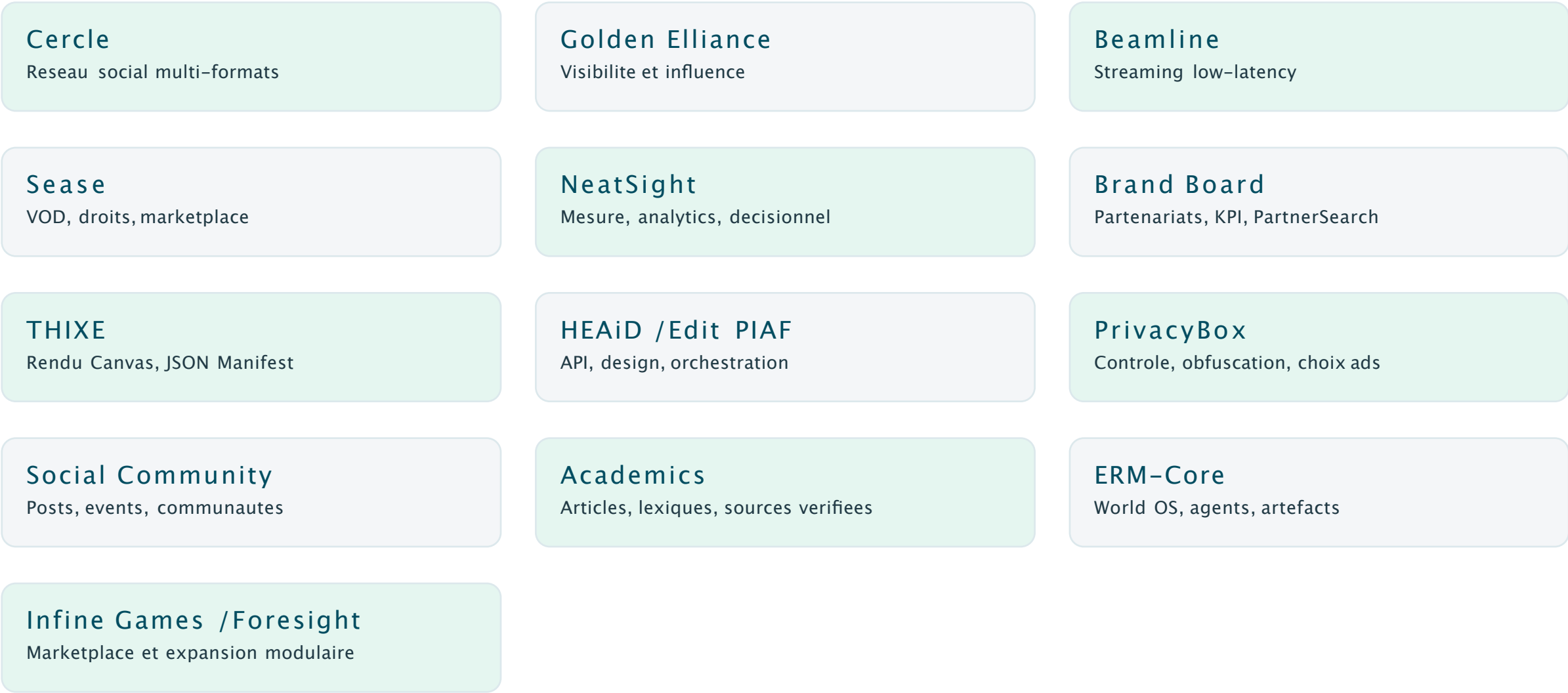
Les présents statuts organisent une architecture juridique et économique garantissant :

- l'unionsdesprérogativesdécisionnellesdanslafonctionprésidentielleauseindeVYEHN;
- lalisibilitédesmécanismeséconomiquesettechniques;
- ledéveloppementtechnologique,principaleraison sociale;
- l'intelligenceactionnarialeetladisciplinedesortie.
- laprotectiondeslignesdesûreté,deconformitéetdedignité;"

La holdingest présentée comme cadre juridique unique pour l'investisseur. Les conditions précises de l'opération restent à documenter par statuts,pacte et data room.

Une architecture intégrée de 13 modules

Le deck initial liste les actifs principaux. Cette version renforcée absorbe la couche des landings car UADIA n'est pas une collection de produits, mais une architecture de liens où chaque module active ou mesure le suivant: une synergie.



Argument clé : THIXE rend, NeatSight mesure, Brand Board qualifie, Beamline diffuse, Sease archive et monétise les droits, ERM-Core séquence les actions et diversifie les interactions au sein du réseau social.

EAAE –Ecosystem as an Economy

UADIA ne cherche pas à créer une audience car ce cycle génératif existe. L'écosystème connecte les structures économiques déjà actives dont les liens ne sont pas encore exploités–commerces, professions, createurs, institutions, PME et industries – et leur octroie l'activation de plusieurs rôles économiques simultanés.

Axiome de lecture investisseur

Revenus = acteurs actifs x rôles par acteur x fréquence d'usage x valeur moyenne des flux x taux relationnel digital UADIA x taux de réactualisation du cycle.

Équation Comptable Principale (Revenu Courant)

$$R_t = \sum_z \sum_r \sum_f A_{z,t} \cdot p_{z,r,t} \cdot \lambda_{z,r,f,t} \cdot p_{z,r,f,t} \cdot V_{z,r,f,t} \cdot \theta_{f,t}$$

Interprétation économique éclaircie : Revenu = Population × Distribution des rôles × Fréquence d'usage × Taux d'acquisition × Valeur unitaire × Take rate.

Symbole	Signification	Unité / Nature	Commentaire
$A_{\{z,t\}}$	Nombre d'acteurs actifs uniques dans le segment z au temps t	Nombre absolu	Base de population
$p_{\{z,r,t\}}$	Part / intensité du rôle r dans le segment z	[0, 1] (somme_r p = 1)	Distribution des rôles
$\lambda_{\{z,r,f,t\}}$	Fréquence moyenne d'activation du flux f par acteur de rôle r	Nombre d'activations / période	Usage effectif
$p_{\{z,r,f,t\}}$	Taux de conversion économique du flux f (ex: % qui paient)	[0, 1]	Efficacité transactionnelle
$V_{\{z,r,f,t\}}$	Valeur brute moyenne d'un flux converti	€ / unité / devise	Prix moyen ou valeur créée
$\theta_{\{f,t\}}$	Taux de captation UADIA (take rate) sur le flux f	[0, 1]	Part de valeur capturée

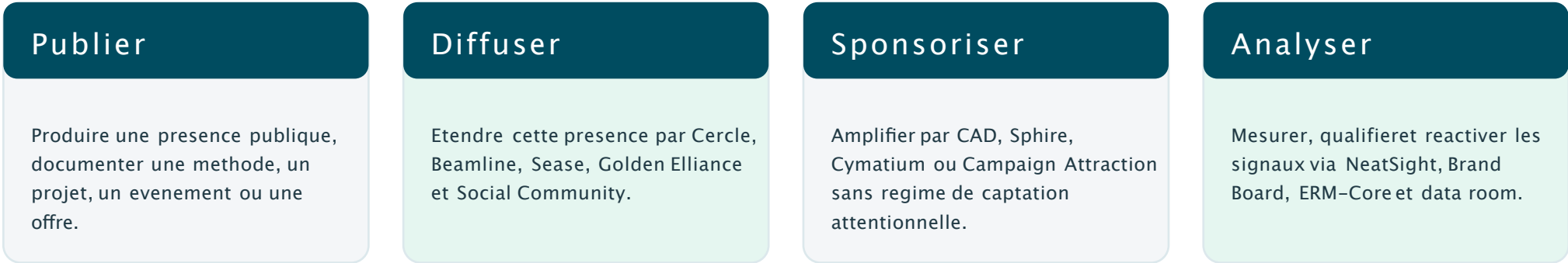
Cette formule remplace la logique simpliste utilisateurs x abonnement : elle mesure une économie de rôles, de flux et de réactualisations à l'échelle mathématique. Bases scientifiques: Price, Lotka-Volterra.



UADIA ne commercialise pas l'interaction sociale

Correction stratégique majeure du marché média actuel : une régie publicitaire et sociale, ou une extraction d'attention au déprofit de l'interaction humaine réduit la probabilité d'intégration sur chaque facteur économique et sociétaux d'un réseau social en émergence. La création et l'attention sont deux milieux de valeur, la monétisation de l'application Cercle s'étend sur les capacités techniques prolongeant ces milieux : 1/ éloignement de l'offre payante de soustraction des publicités obligatoires, 2/ ouverture du système à la modulation des publicités utilisateurs: fusion des features de communication (interaction) avec les features advertising (publicité). Ces fonctions deviennent un facteur synergique et différenciant dans l'interaction, en supportant les formats advertising: entre affordance utilisateurs et utilisation intégrée au coeur de l'écosystème social média.

Non monétise	Monétise	Justification
Interaction sociale simple	Capacites de projectionmedia	La relation sociale reste libre ; l'amplification commerciale est explicite.
LoveDone, dons, relations non lucratives	Partenariats économiques qualifiés	Commission uniquement si valeur marchande explicitement établie.
Attention captive	Formats sponsorises natifs et desactivables	Sphire, CAD,Cymatium sont gouvernes par le choixet PrivacyBox.
Usage general de la plateforme	Analytics, campagnes, licences, outils equipes	L'entreprise paie pour mesurer, coordonner,diffuser et convertir.





Production -> proximité -> découverte -> acquisition... Par les Pintones

Pintones : abstraction, tel le hashtag, utilisé par l'algorithme Cercle afin de conditionner le calcul du post visible suivant de l'utilisateur en mode découverte et en mode chronologique (post temporels in feed)



Production

Posts, streams, saisons, campagnes portent leurs pintones/#
(Structure de tri des posts suivants en mode découverte).

Proximite

La distance sémantique entre les pintones dessine les lignes d'exploration, sans attribut personnel. Le mode monde reste un mode chronologique, les pintones/# y sont utilisés afin de conditionner les publicités

Découverte

Le système ouvre la visibilité lorsque les productions se rapprochent suffisamment.

Acquisition

Le partenariat devient explicite: qualification, outils, contrat, commission.

La distribution du facteur d'acquisition/conversion ne dépend pas uniquement de la commission. Chaque synergies écosystème y est appliquée : NeatSight, Brand Board, Campaign, Beamline Stream, Sease VOD, et ERM-Core.

La découverte et les fonctions natives sont, et restent gratuites ; la plateforme porte le coût d'amorçage et génère ses excédents par les offres et outils reliés au cycle.

Lignes de revenus complétées

Ligne	Mecanique	Cible	Horizon
Commission de partenariat	Take-rate sur relation économique qualifiéeet nouée nativement.	B2B / B2C	Prioritaire
NeatSight / Brand Board	Abonnements, dashboards, PartnerSearch, mesure KPI, décisionnel.	Entreprises /createurs	Court terme
Campaign Attraction	Projectionannuelle des campagnes,activation CAD/Sphire/Cymatium AD's, coordination équipes.	Marques / agences / institutions	Court terme
Publicite native	Campaign Attraction et Formats integrés non intrusifs, gouvernés par PrivacyBox et l'interaction utilisateur au coeur d'un graph social par exploration	Annonceurs/créateurs	Progressif
Beamline / Sease	Live, replay, VOD (créatif),droits, marketplace, mise a disposition, abonnements modulaires.	Medias/studios /créateurs	Moyen terme
Licences THIXE /ERM-Core	Intégration, scène JSON, rendu, agents, frameworks, simulations, API /SDK.	B2B/institutionnel / créateurs	Optionalité forte
Infine Games / Marketplace	Frais de publication, commissions marketplace maitrisées, collaboration studios.	Développeurs / studios	Expansion
Hebergements capacitaires	Hébergement, productions, contenus, capacité mémoire.	B2B / institutionnel/créateurs	Expansion
Laboratoire / Cycle recherche	Cycles de recherche institutionnels, contrats publics	B2B / institutionnel/humains	Expansion

La ligne "publicité-advertising" est volontairement présentée comme architecture de projection média, non comme régie attentionnelle standard, et le modèle SAM TAM SOM est applicable seulement si le système n'est plus considéré comme un réseau social généraliste à vocation mondiale, il doit être appliqué par segment, zone géographique, usage commercialisable.

Segmentation courte bottom-up, par acteurs économiques réels.

Strate	Flux entrant dans UADIA	Capacites commercialisables	Argument investisseur
Commerce local	Posts, offres,évènements, sponsorship locale.	Sphire, Cymatium, Brand Board, Feats.	Volume massif, acquisition locale, cas d'usage.
Professions intellectuelles	Articles, expertises, veille, data, relation client.	NeatSight, Academics, ERM-Core, dashboards.	Forte valeur unitaire, besoin de certitudes et de clarté.
Créateurs & studios	Streams, saisons, VOD, droits, projets.	Beamline, Sease, Golden Elliance, Campaign Attraction.	Monétisation créatrice hors plateforme.
Institutions	Evenements, éducation, culture, souveraineté numerique.	Academics, Settle Yield Sustain (students), PrivacyBox, licences.	Applicabilité et Crédibilité, partenariats publics, audiences générationnelles.
PME & industries	Partenariats, campagnes, KPI, cartographie entreprise.	Brand Board, NeatSight, API, THIXE, ERM-Core.	Financement structurel, contrats B2B, intégration.

-
-
-
-
-
-
-
-

-
-
-
-
-
-
-
-

-
-
-
-
-
-
-
-

-
-
-
-
-
-
-
-

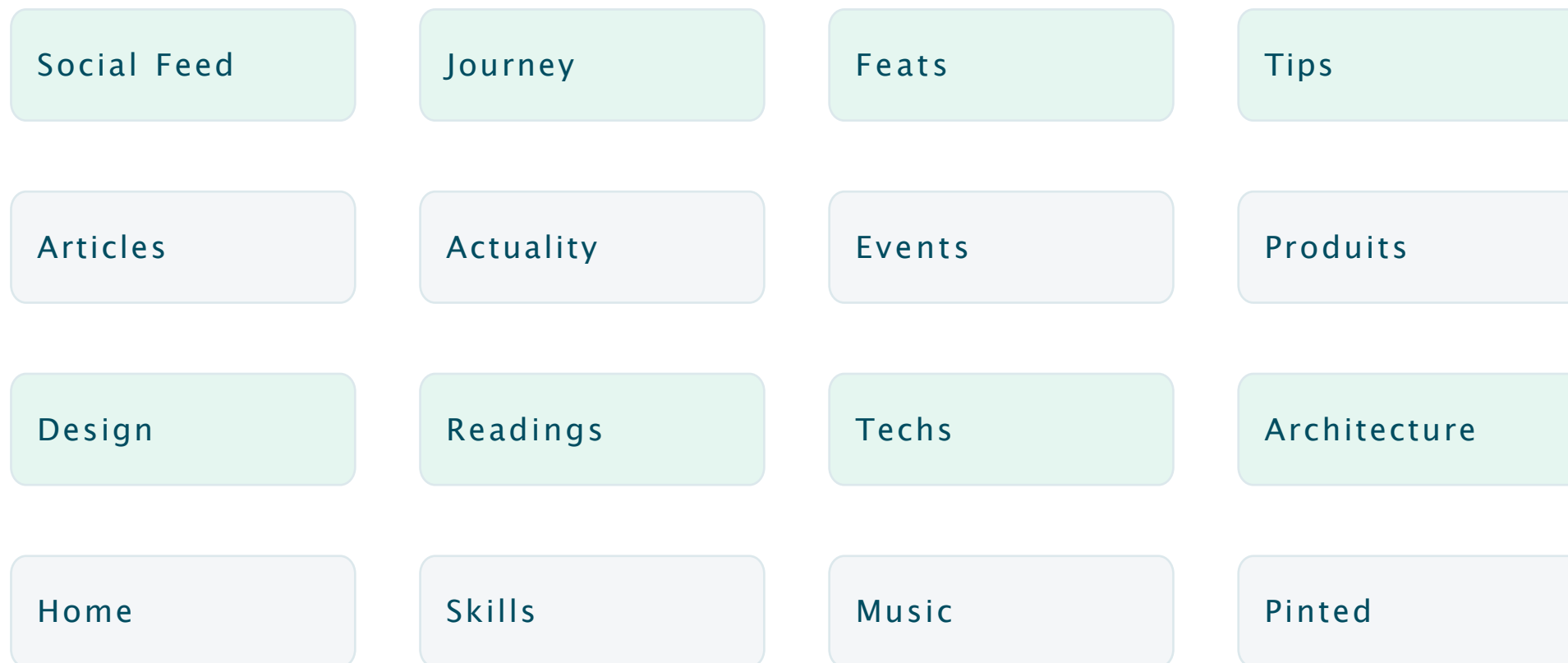


Réseau social multi-thread, sans ciblage humain

Cercle n'est pas un flux unique.

C'est une architecture multi-thread et multi-axiale, chaque publication porte une intention utilisateur : découvrir, acter un sponsor, acter un partenariat, progresser, transmettre, documenter, annoncer, commercialiser, exposer, étudier ou réunir.

Segmentation des formats = réduction dépendance au flux indifférentiel, interprétation cognitive fluide, moins linéaire car navigation libre, intentions économiques éclaircie et synergies cognitives décisives.





Publicite native, non intrusive et gouvernee

Aucune régie publicitaire unifiée, deux segments: gestion de compte et intégration au coeur du système
UADIA refuse la régie attentionnelle classique, mais dispose d'architectures de projection medias sponsorisées, intégrées aux expériences gouvernées par le choix utilisateur Privacy Box et cohérence d'un social ad's évolutif, fusion entre interactions et intention commerciale.

Sphire

Format orbital en corner right expansion => signal visuel, découverte produit, redirection qualifiée au clic, commerce inApp, commerce outApp.

CAD

Creative Ad Display: courte video sponsorisée pre, mid ou lateroll, skip disponible, expérience encadrée par préférences utilisateur. (Autrenom: CAD-C'est à Dire)

Cymatium

Banniere textuelle animée par propagation, insérée dans le flux sans rupture ni captation non consentie, lien de redirection, supérieur.



Campaign Attraction – Projection annuelle des campagnes

Campaign Attraction transforme la publicité en unité de planification et d'orchestration.

Real Time Binding ou achat impressions et son mécanisme reste attribué aux système extérieurs.

Une campagne devient une structure temporelle : posts, périodes Zenith, CAD, Sphire, Cymatium, chaine de responsabilité inter-équipes, synchronisation et partage/export documents publicité unifiés JSON.

1. Cadre annuel

Timeline 12 mois, jalons, périodes de forte intensité.

2. Formats

Activation coordonnée de posts, streams, VOD, CAD, Sphire, Cymatium.

3. Equipe

Coordination marque, créateur, agence, institution, partenaire.

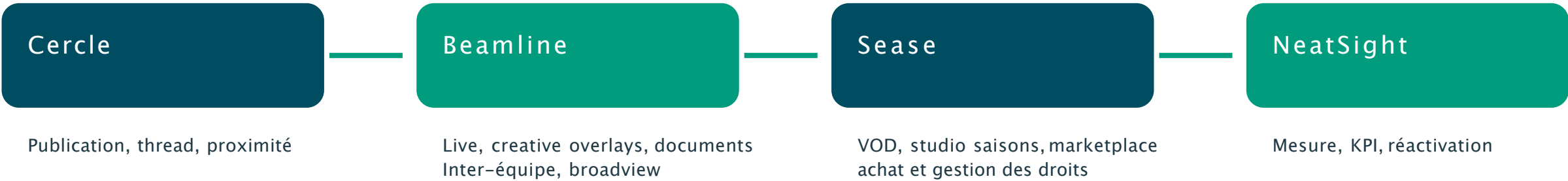
4. Mesure

NeatSight et Brand Board suivent KPI, distance créative, signaux et conversions.

Monetisation : abonnement B2B, frais de campagne, services d'orchestration, options de mesure et activation media.

Beamline + Sease – du live au catalogue

Beamline prolonge le réseau social Cercle en temps réel, Sease transforme les productions en catalogue, droits et marketplace. Ensemble, ils créent un cycle média entier: présence sociale, live, replay, VOD, gestion des droits mise à disposition et relation créateur-public. Cet outil devient un studio créatif adapté au workflow influenceurs et créateurs : Beamline en version desk, et une intégration Cercle Beamline en Mobile Edge



Ligne	Revenu possible
Live augmente	Abonnement créateur, options broadcast, activation CAD.
VOD / saison	Commission plafonnée, mise à disposition, droits acquérables.
Studio AI / production	Services, partenariats, outils de création et distribution.



THIXE –scène calculée, JSON manifest, rendu IA

THIXE est plus qu'un moteur de calcul vers les multiples rendus visuels. C'est un format de scène calculée, versionnée et générable par inférence IA : Il construit selon une structure en noyau mathématique Canvas natif, manifestes techniques JSON (Java Script Object Notation), pipeline d'inférence et espace paramétrique pour sites web, overlays, app, terminaux publicitaires, écran évènements et interfaces spécialisées (ex:terminaux médicaux). Thuster est son application de partage communautaire:Duo Thixe&Thuster.

THIXE Engine

Rendu Canvas tout écran, scène serveur-autoritaire, paradigme de rendu propriétaire difficilement répliquable.

JSON Manifest

Scènes lisible, versionnables, générables par LLM, transformers et convertibles sans couche de traduction lourde.

THUSTER /pipeline

Application communautaire de partage des production, Inférence, scene_builder, extraction JSON, Écriture de scene, visuels unitaires, interfaces et overlays calculées.

Aftermaths :

Kernel transform
 $T_{n+1} = \Phi(T_n, In, \Lambda(T_n, zn))$
La scène future naît de la scène présente, d'un input actif et d'un opérateur de transformation contextuel appliqué par zones.
Delta logic
 $\Delta n = \Phi(T_n, In, \Lambda(T_n, zn))$
La variation n'est pas décorative:elle est calculée, circonscrite, injectée dans le cycle du système sans altérer l'intégrité de l'état global.
Activation rule
 $T_{n+1} = T_n \otimes \Delta n$
L'opération n'est effective que lorsque la rencontre entre input et état produit une différence valide. L'opérateur XOR garantit le consentement du système.
O_map relation
 $O = R(S, G)$
L'objet est déterminé par la relation entre le signal utilisateur et la boîte géométrique réelle de l'élément. Présence, contact, absence.

ERM-Core –World OS et raisonnement IA

ERM-Core est une plateforme, elle séquence l'interaction par IA générative. Sa valeur ne se limite pas au chat IA : il transforme une intention en zone d'échange au coeur d'une plateforme, un monde en contexte et valeur en productions, une valeur en action ou échange, encadré par un écosystème infrastructurel (datacenter européen propriétaire part intégrante de l'écosystème économique et technologique), et ses mutations vérifiables et normalisables en cycles exploitables. Hormis législativement, ses applications n'ont aucunes limites créatives, entre éducation, divertissement, évènement & productivité.



Usage	Valeur economique
Frameworks et prompts en temps réel	Orchestration équipe, agents, LLM, utilisateurs, productions, documentation, et gouvernance des actions.
Artefacts, mondes, avatars, viewers (elements platform)	Échange sociaux, Production documentaire, simulation, collaboration, export.
LLM tiers interchangeable et axiomes techs	Indépendance fournisseur, optimisation coût/vitesse, courbe innovation, souveraineté technique.

AI equation basis: $\text{Attention}(Q,K,V)=\text{softmax}(QKT/\sqrt{dk})\cdot V$
Q:Query—Signal de recherche. Ce que le modèle cherche à compléter ou comprendre dans le contexte courant
K:Key—Empreintes contextuelles. Signatures de tout le contenu disponible dans la fenêtre de contexte
V:Value—Contenu à extraire. Informations réelles pondérées par la pertinence calculée entre Q et K
dk:Dimension normalisatrice. Facteur d'échelle qui stabilise les gradients lors de l'entraînement du modèle



NeatSight + Brand Board – De la lecture au partenariat

NeatSight et Brand Board offrent au marché de découverte une stratification brillante : reconnaissance branding, analyse, et analyse de position social et social media, synthèse corporate et tendance employabilité, informations publiques, et liaisons avec la recherche de validation des groupes sémantiques (personnes et intelligence du réseau social en temps utile, cartographie d'entreprises, KPI, PartnerSearch, sponsors, dashboards et simulation stratégique.

FEEL

Qualifier une présence, une marque, un signal ou une intention.

FIND

Identifier partenaires, médias, concurrents, signaux, connexions, (follow+msg), opportunités.

ENGAGE

Acter un contact, une mission, une découverte, une campagne, ou un Feat.

ELEVATE

Mesurer et amplifier, reajuster par campagne ou thread.

LINK

Documenter la relation économique et son acquisition (contrat).

Rôle pour la data room : transformer les landings, posts, streams, KPI publics et partenaires approchés en preuves de demande, de qualification business, sponsor, partenariats, conversion, et nouveaux feats–nouvelles découvertes.

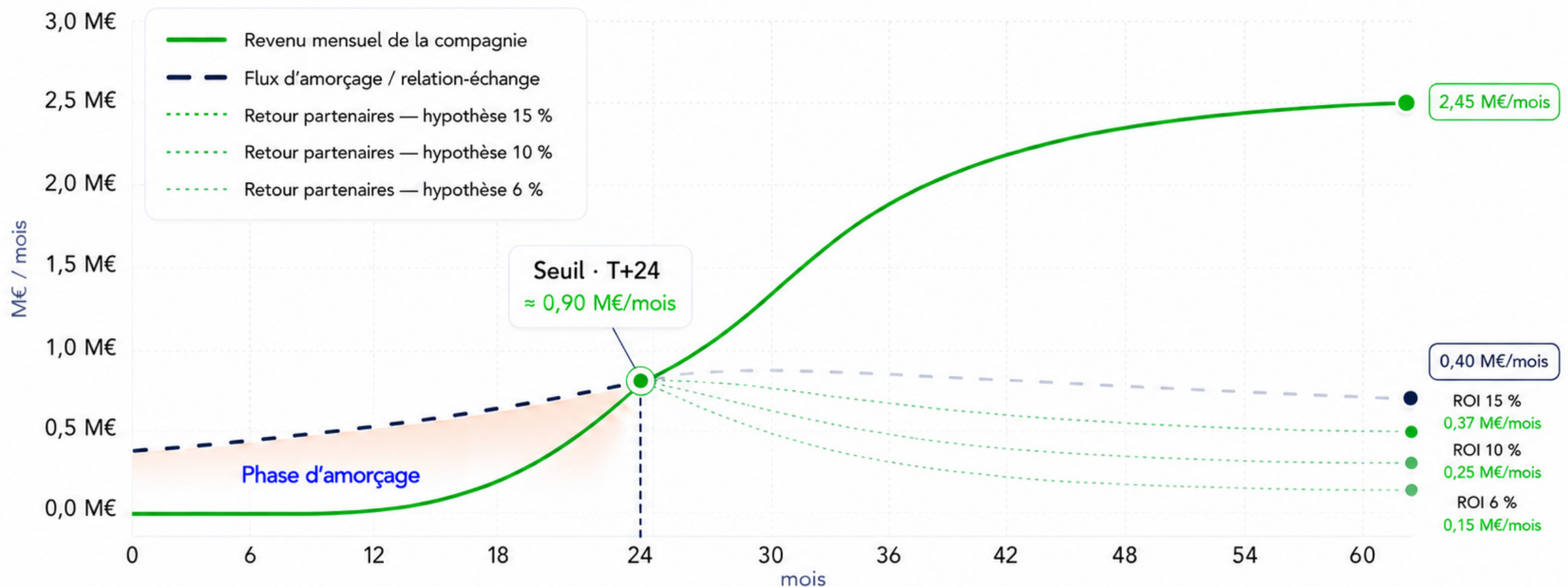


Simulation dynamique

SIMULATION · RELATION-ÉCHANGE

Simulation dynamique Amorçage / Revenus Système d'équation "Lotka-Volterra Metropolis-Hastings"

Seuil d'équilibre à T+24 — TAM / SAM



Calibration indicative — la courbe représente un scénario de déploiement progressif ; le TAM / SAM restent supérieurs au flux simulé.
Hypothèses indicatives à recalibrer avec pilotes, analytics, conversion, CAC/LTV et rollout géographique.

Comparaison structurelle renforcée

Critere	Plateformes sociales dominantes	Fournisseurs IA	UADIA
Logique de revenu	Attention, audience, inventaire publicitaire.	Facturation usage modèle.	Interactions techniques, acquisitions qualifiées, licences, campagnes.
Mise en relation	Profilage, attributs, algorithmes	N/A	Proximité sémantique des productions, sans ciblage humain.
Architecture média	Flux linéaires, formats imposés.	N/A	Threads, Stream, VOD, CAD, Sphire, Cymatium, et ad's évolutifs.
Souveraineté	UE Only – Hors UE (legals) ou variable.	Variable.	Société française, conformité UE native, PrivacyBox.
Barrière	Network effect + budget d'acquisition.	Modèles et compute.	THIXE, ERM-Core, pintones, modules tech open, landings et produit.

Sept objections – sept réponses structurelles

Objection	Reponse UADIA
Un réseau social de plus dans un marché saturé.	Cercle ne monétise pas l'interaction sociale ; il structure des capacités techniques et des relations économiques explicites et souhaitées.
YouTube, Netflix, Spotify ont déjà tout occupé.	Sease est une infrastructure de droits, de création, catalogue et mise à disposition, non un simple canal de consommation.
Trop ambitieux pour une structure naissante.	Chaque module fait suite au module suivant : THIXE rend, NeatSight mesure, Brand Board qualifie, Cercle promeut et étend les com'.
Le contenu est déjà omniprésent.	La rareté est une architecture : Golden Elliance et NeatSight valorisent distance créative et signal rare (Leaderboard), Cercle positionne.
Les flux détruisent l'attention.	Les threads stabilisent les intentions et refusent le flux indifférencié comme unique forme sociale dans cet écosystème.
La GenAI fragilise les droits.	THIXE amplifie le signal humain ; Sease protège et rend les droits créateurs co-mesurables, Cercle les formalise.
La polémique optimise l'engagement.	NeatSight mesure les qualités et similarise : distance et activation, non polarisation émotionnelle et cognitive, Cercle libère.

La revendication de premier réseau social généraliste européen sans ciblage humain doit rester étayée en revue concurrentielle et due diligence.

Actifs livrables et preuves attendues en data room

Actifs livres ou annonces	Preuves à fournir
Cercle V1-threads, formats, feed, navigation améliorée+IA	Captures, démo live, schemas DB, nombre de formats opérationnels. (Algorithme déjà en phase d'exploitation)
Moteur algorithmique pintones/proximité sémantique	Tests unitaires, exemples multi-pintones/Hashtag, seuils, logs et trajectoires de navigation. (Algorithme déjà en exploitation)
THIXE / rendu visuel client	Démonstration (réactivité, exploration), Schéma architecture, protocoles, mesures. (Algorithme déjà en exploitation)
ERM-Core/inférence platform	Prompts, endpoints, logs, modèle navigateur, benchmarks coût/vitesse. (Algorithme déjà en production développement-V2)
Beamline / WebTransport protocole / QUICprotocole	Flux démo, export WebM, overlays, sécurisation, routage. (Algorithme déjà en production, sync flux media)
Sease / VOD / droits	Workflow saison, marketplace, droits, MAD, cas créateurs, partenariats créateurs. (Algorithme déjà en exploitation)
Landings uadia.fr	Projection, Analytics, signaux entrants, clics, prospects, priorités produit. (Algorithme déjà en exploitation)

Cette slide transforme les arguments en checklist de due diligence : code, infrastructure, comptes, logs, captures, analytics et conditions juridiques.

Jalons financiers par séquence

Horizon	Jalon	Preuve de succes
T+3 mois	Data room entière:code, infrastructure, IP, landings,analytics, doctrine juridique.	Dossier investisseur audit-ready.
T+9 mois	Cercle / NeatSight / Sease en exploitation stable ; premiers pipelines de partenaires qualifiés.	Pipeline B2B documenté, premiers RDV ou LOI (Line of Interest).
T+13 mois	Campaign Attraction et formats sponsorisés en lancement commercial.	3 à 8 campagnes pilotes, KPI et usages clients.
T+15 mois	Equipe noyau formée : ingénierie, commercial, ops, legal /compliance.	Réduction du risque fondateur.
T+20 mois	Contrat public, Beamline /Sease à l'échelle pilote; premières licences THIXE /ERM-Core ciblées.	Revenus, dimensions institutionnelles et volume users.
T+24 mois	Point d'équilibre visé sur commissions+ abonnements+campagnes, Cercle media ready.	Cash line confirmé, croissance mesurable.



Affectation proposée du produit de l'opération

Montant recherché : PreSeed / A 3-5M > instrument: actions préférentielles.

financement du coût d'amorçage jusqu'à couverture par revenus cycliques, stabilité et commissions.

25%

Partenariat & mise en marche -> GoToMarket

NeatSight, Brand Board, Campaign Attraction, acquisition partenaires, pilotes commerciaux.

30%

Equipe & recrutements -> Team Core

Sortie du modele prototype : engineering, commercial, operations, support, documentation.

35%

Infrastructure, R&D & IA -> Formalisation

THIXE, ERM-Core, pintones, Beamline, Sease, sécurité, inférence.

10%

Juridique & conformite -> Continuum

PI, RGPD, IA Act, DSA /DMA, actions de préférence, pacte, assurance homme-clé.

Lecture lucide du dossier

Risque	Description	Attenuation
Captation in/out – platform	Les acteurs se découvrent puis contractualisent in/out platform.	Valeur native des outils: NeatSight,BrandBoard, Campaign Attraction,qualification, connexions ouvertes (gratuites), contrats synergie Cercle social media.
Frontiere économique /non économique et anomalies	Qualification d'une relation economique potentiellement contestable.	Acte explicite, seuil sémantique, règles auditable, exemption dons /LoveDone /non lucratif et gestion/modulation de la variations offres et flux financiers légaux.
Décalage coûts /revenus	La découverte est financée avant les commissions.	Inférence périphérique, tranchage par jalons, revenus B2B court terme, campagnes pilotes. la découverte et l'utilisation est gratuite (intégrée dans le coût d'exploitation).
Fondateur	Actif technologique porté par un acteur individuel.	Recrutement central, documentation, structure, data room, assurance maintient gouvernance.
Réglementaire	Plateforme sociale intégrant IA et publicité.	Absence de ciblage humain, PrivacyBox, consentement, GDPR /IA Act /DSA /DMA.
Preuve marche et opinion	Hypothèse EAAE encoreà quantifier.	Analytics, pilotes, algorithmes LOI, landings, pipeline partenaires, scénarios bottom-up.
Instabilité secteur média	Tech giants, social media, média historiques et média influence.	Pluralité démocratique technologique, législation ouverte, modèle d'expansion digitale mondial et inter-continental.

Actions de préférence – Gouvernance unitaire, exposition choisie (Système innovant)

Une structure d'amorçage proposée distingue et segmente strictement les droits politiques et l'exposition économique. Elle facilite l'injection des capitaux propres sans altérer l'architecture de décision, sous réserve de validation juridique, statutaire et pacte d'actionnaires. (Système formalisé dans les statuts corporatifs)

Categorie	Droits	Fonction
Actions A –Gouvernance	Droits de vote, initiative et validation des décisions collectives, nomination du Président, approbation des comptes.	Contrôle stratégique conservé par le fondateur.
Actions B –Investisseurs	Droits économiques préférentiels : priorité de distribution, majorations conditionnelles, plafonds, indexations, rachat ou convertibilité.	Exposition économique sans transfert politique.
Prime d'émission	Nominal faible, prime élevée contribuant à la trésorerie.	Financement en fonds propres sans dilution du contrôle.
Lock-up & seuils	Inaliénabilité 5–10ans, déclencheurs objectifs :CA, EBITDA, runway, milestones produit.	Alignement long terme et requalifications progressives.

Termes indicatifs et prochaines séquences

Élément	Termes indicatifs
Émetteur	Vyehn-SIREN103 309 639 (Paris 16ème arr).
Instrument	Actionsde préférence -art. L.228-11C.com.-categories A/ B.
Montant recherché	3-5M à confirmer - étude du dossier et discussions pluri tables.
Valorisation	Base actifs livrés, plan d'exécution, traction landings et scénarios de revenus-Venture Capital, Growth Capital -> FoF, Co-invest, Debt, -> Afterline IPO
Modèle de revenus	Commissions qualifiées, abonnements, contrats publics, NeatSight/Brand Board, Campaign Attraction, adnative, Beamline/Sease, licences THIXE/ERM-Core.
Data room	Code, infrastructure, comptes, logs, analytics landings, captations, schémas, contrats, compliance.
Prochaines séquences	NDA -> data room -> revue technique & juridique -> term -> closing par jalons.

UADIA VYEHN

contact@uadia.fr -uadia.fr -cercle.uadia.fr
Maelan Guillonnet – Fondateur & CEO

Avertissement: document fourni à titre d'information, sous condition de confidentialité. Ne constitue ni une offre au public de titres financiers, ni une sollicitation, ni un conseil en investissement.

Thèse — readiness avant financement, industrialisation par financement, preuve de marché après activation.

Du système fondateur à l'entreprise reproductible

Le financement recherché ne conditionne pas l'existence de l'architecture.
Il conditionne son passage à une exploitation organisée, sécurisée et reproductible.



AUDITER S0

Les actifs, avant le tour



FINANCER S0 -> S1

Le capital de transition

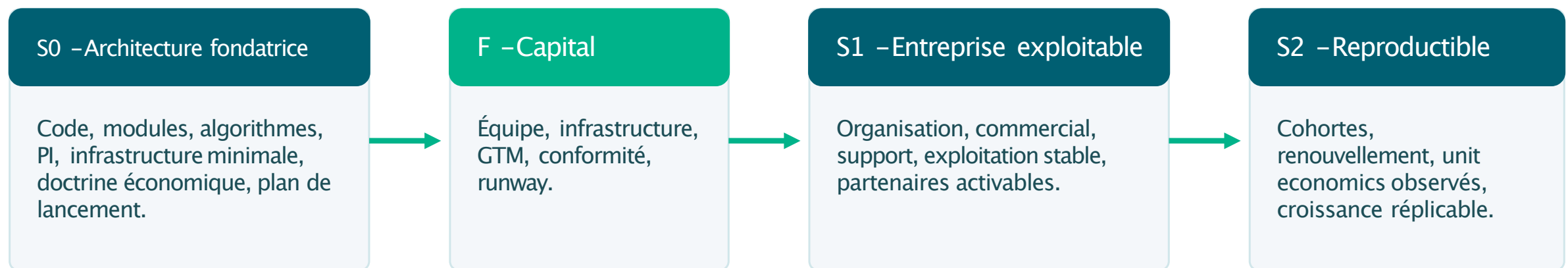


MESURER S1 -> S2

La preuve, après activation

Le paradoxe du financement : la preuve future dépend du capital présent

Une lecture correcte sépare ce qui doit être auditable avant le tour de ce qui ne peut être observé qu'après le lancement.



Question de due diligence

S0 existe-t-il réellement, et le passage S0 → S1 est-il suffisamment déterminé pour que le capital finance une transition et non une recherche ?

Erreur de lecture à éviter : exiger à S0 les métriques qui ne peuvent être produites qu'en S1/S2 revient à demander que l'investissement ait déjà produit ses effets avant d'être engagé.



Trois nomenclature de preuves

A – Preuves pré-financement

DOIVENT ETRE AUDITABLES

- Démonstrations produit
- Code / architecture / logs
- PI et chaîne de propriété
- Sécurité minimale
- Coûts unitaires techniques
- Pricing et règles économiques
- Plan de lancement
- Pipeline et signaux existants
- Gouvernance projetée
- Documentation data room

B – Éléments financés

LE CAPITALLES DECLENCHE

- Recrutement du noyau
- Capacité infra / support
- Déploiement public
- Acquisition structurée
- Campagnes pilotes
- Mise en conformité opérationnelle
- Sales ops / CRM
- Contrats & partenariats
- Documentation continue
- Runway de stabilisation

C – Ligne post-financement

DOIVENT ETRE MESUREES

- Activation / rétention
- Cohortes / churn
- CAC observé
- ARPPU / ARPA
- GMV / take-rate
- Marge brute réelle
- ROAS / ROI campagnes
- Paiement / renouvellement
- Réactivation
- Croissance reproductible

Le dossier devient plus lisible lorsqu'il explicite quelles preuves sont exigibles avant financement, lesquelles sont financées, et lesquelles constituent le résultat attendu.

Principe : readiness != traction à l'échelle. Les deux doivent être prouvés, mais pas au même moment.



Les 8 par causalité

Chaque gate devient une question de preuve, avec une frontière claire entre audit pré-tout et résultat financé.

Gate	Auditable avant financement	Ce que le tour active	Preuve post-financement
1. Technologie	Démo, code, tests, architecture, sécurité, coûts unitaires	Scale, disponibilité, observabilité, SLA interne	Charge, disponibilité, coût/usage, incidents
2. PI	Titularité code /marques /domaines /contributeurs	Formalisation & protections complémentaires	Absence de litige, licensing exploitable
3. Traction	Signaux réels : usage, landings, bêta, cohortes disponibles	Acquisition et lancement organisé	Activation, rétention, churn, réactivation
4. B2B	Prospects, qualification, réunions/LOI déjà existantes si disponibles	Sales ops, pilotes, campagnes, contrats	Paieement, renouvellement, ACV/TCV, pipeline
5. Economie	Pricing, coûts directs, formules, scénarios, runway	Mix revenu réel et opérations mesurées	CAC, marge brute, GMV, take-rate, payback
6. Equipe	Plan de recrutement, fiches de poste, documentation, délégation	Noyau engineering /sales /ops /compliance	Bus factor réduit, vitesse, continuité
7. Gouvernance	Cap table, A/B, pacte projeté, doctrine conformité	Boarding, reporting, contrôles et process	Décision fiable, audits, incidents traités
8. Valorisation	Actifs vérifiés + readiness + demande précoce + risques	Création de valeur par jalons	Repricing sur traction et unit economics

Lecture recommandée : un gate n'est pas "absent" lorsqu'il relève d'un état post-financement; il doit alors être remplacé par une preuve de préparation et un protocole de mesure.

Cadre proposé pour la data room et le comité d'investissement.



Technology readiness map –ce qui doit être démontré, pas simplement annoncé

La data room doit transformer chaque actif en preuve reproductible : démonstration, architecture, métriques et protocole de scale.

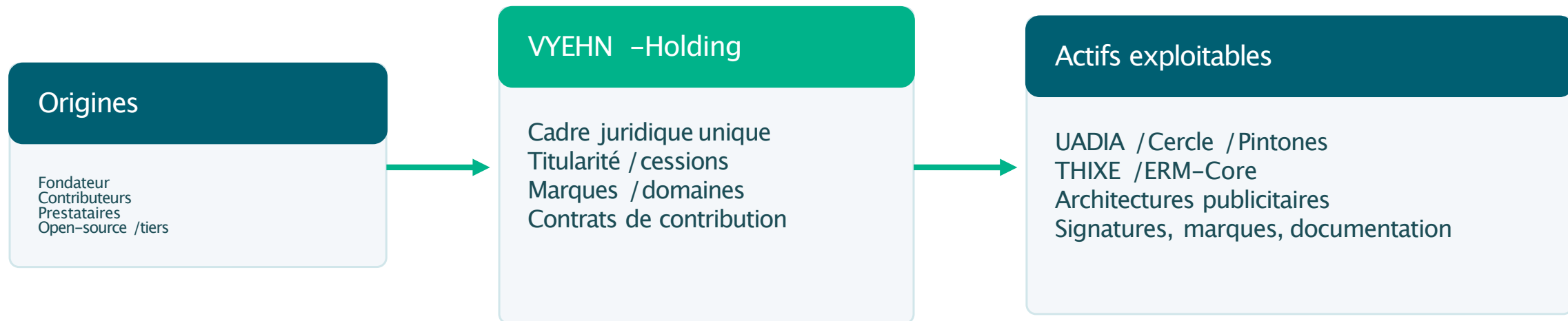
Actif	Etat décrit dans le memorandum	Preuve DD à joindre	Preuve de scale ultérieure
Cercle V1	Threads, formats, feed, navigation + IA – exploitation	Démo live, schéma DB, formats, logs navigation, sécurité	DAU/MAU utile, rétention, latence, coût actif
Pintones	Proximité sémantique –exploitation	Tests multi-pintones, seuils, trajectoires, audit sans ciblage humain	Diversité d'exposition, qualité découverte, stabilité
THIXE	Rendu visuel client –exploitation	Démo, manifeste JSON, pipeline, architecture, bench rendu	Charge, compatibilité écrans, coût génération/rendu
ERM-Core	Production-développement V2	Endpoints, prompts, logs, modèles tiers, coût/vitesse	Cycles réussis, coût/agent, fiabilité, taux d'erreur
Beamline	Production /synchronisation media	Flux démo, WebM, overlays, routage, sécurité	Concurrence flux, bande passante, coûts /heure
Sease	VOD / droits –exploitation	Workflow saison, droits, catalogue, cas créateur	GMV droits, stockage, transcodage, reversements
NeatSight /Brand Board	Mesure et qualification business	Dashboards, PartnerSearch, règles KPI, cas entreprise	Conversion B2B, fréquence, précision et adoption
Campaign Attraction	Lancement commercial prévu	Timeline, JSON campagnes, workflow équipe, mesures	ROAS/ROI, renouvellement, marge campagne

Sources internes : memorandum –“Actifs livrables et preuves attendues en data room” + architecture produit.



Transformer la PI en chaîne de titre auditable

L'investisseur ne doit pas seulement voir des actifs : il doit pouvoir relier juridiquement chaque actif à VYEHN et à son droit d'exploitation.



Pack PI à inclure dans la data room

1. Registre des dépôts / marques / domaines | 2. Cessions et contrats contributeurs | 3. Inventaire des dépendances OSS et licences
| 4. Registre des secrets / accès / dépôts | 5. Versioning et auteur de chaque actif | 6. Contrats de licence futurs et clauses d'exploitation

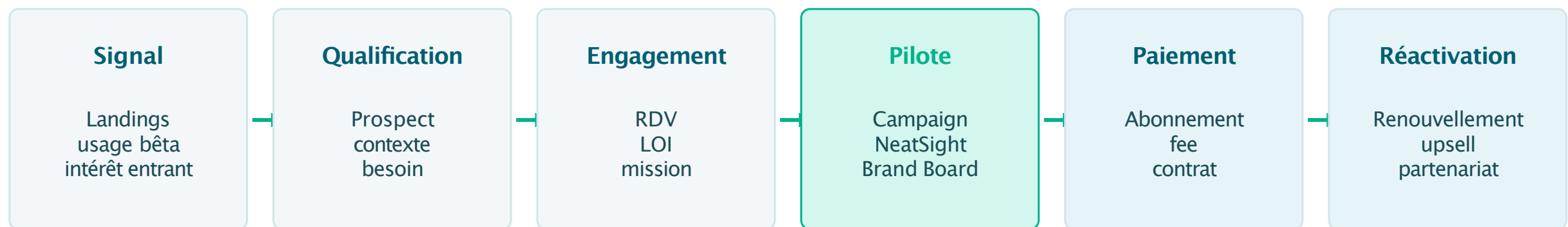
Message investisseur : la PI n'est pas une narration de propriété ; c'est une chaîne vérifiable origine -> holding -> actif -> droit économique.

Le memorandum indique que l'écosystème, Cercle, THIXE, ERM-Core, Pintones, architectures publicitaires, marques et signatures sont détenus par la holding.



La traction : elle suit une chaîne de transformation

Le financement ne doit pas servir à inventer la demande, mais à transformer des signaux et une readiness existante en acquisition organisée et en revenus mesurables.



PRE-FINANCEMENT : prouver l'existence des signaux et du mécanisme de qualification

POST-FINANCEMENT : prouver conversion, paiement, rétention et réactivation

Indicateurs de passage

Signal → qualification : taux de réponse / intérêt | Qualification → pilote : taux de conversion | Pilote → paiement : win rate | Paiement → réactivation : renouvellement / expansion. Chaque étape doit avoir un propriétaire, une date, une source et un résultat observable.

NeatSight / Brand Board / Campaign Attraction doivent devenir la chaîne documentée de preuve commerciale, et non seulement des modules.



Un moteur économique par actes, sans audience moyenne

La doctrine EAAE est déjà structurée ; le défaut restant est de connecter chaque formule à des données observées dès le lancement.

Famille	Acte économique	Métrique correcte	Ordre de marge /captation à valider
Comptes payants	Créateur /équipe /PME /marque	ARPPU /ARPA + churn + payback	Cibles annexe : ~55–85% selon segment
Relation-échange	Mise en relation ou commerce qualifié	GMV x take-rate + coût direct	Take-rate : base prudente ~1–2% , central 3–6%
Media /droits	Live, VOD, catalogue, marketplace	GMV droits, reversements, coût média	Marge indicative : ~25–55% ; take-rate Sease 8–15 %
Campaign Attraction	Budget orchestré /fee /activation	Fee, ROAS, ROI, marge opération	Take-rate indicatif : 10–25% selon service
Licences /institutions	Contrat, licence, pilote, mission	ACV /TCV /marge projet	THIXE/ERM : ~50–80% ; institution ~25–60%

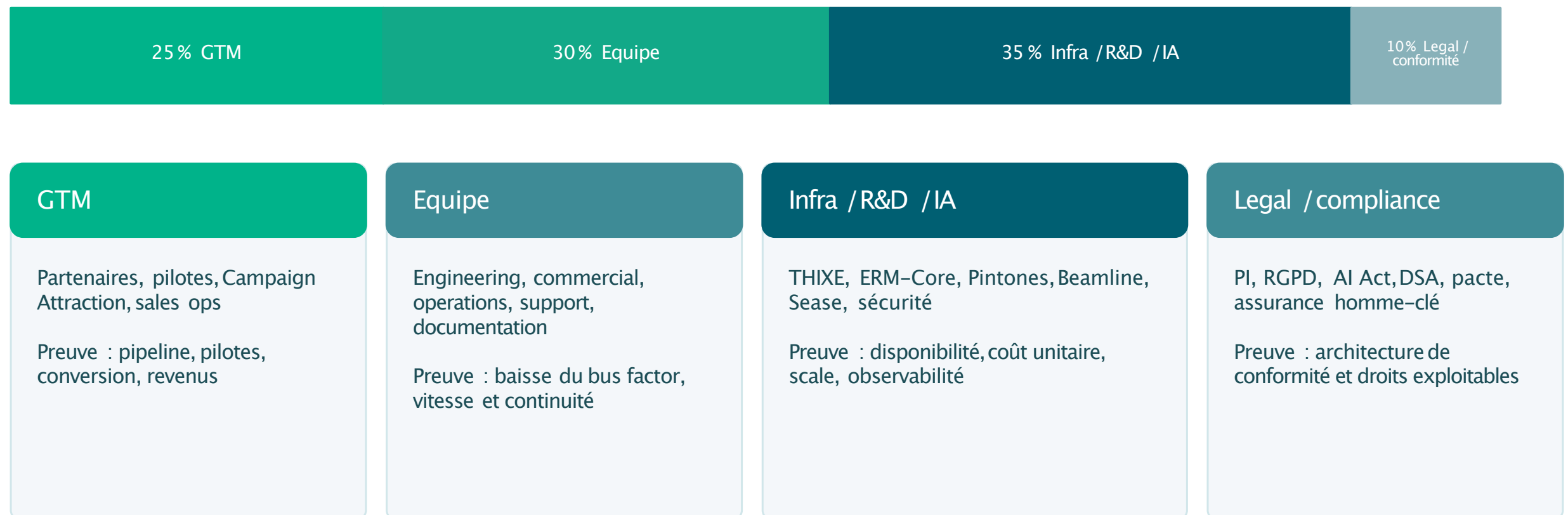
Equation de discipline Revenu attribuable = acte qualifié + valeur mesurable + temporalité + coût direct + conversion observée.
ARPU gratuit = 0 tant qu’aucun acte payant n’existe.

Après financement, chaque ligne doit être reliée à une table de données : volume, coût direct, marge, conversion, renouvellement et source de preuve.

Base : annexe méthodologique EAAE –ARPU/ARPPU, CAC, marge brute,take-rate,conversion, ACV/TCV.

3–5M : relier chaque origine à une transformation

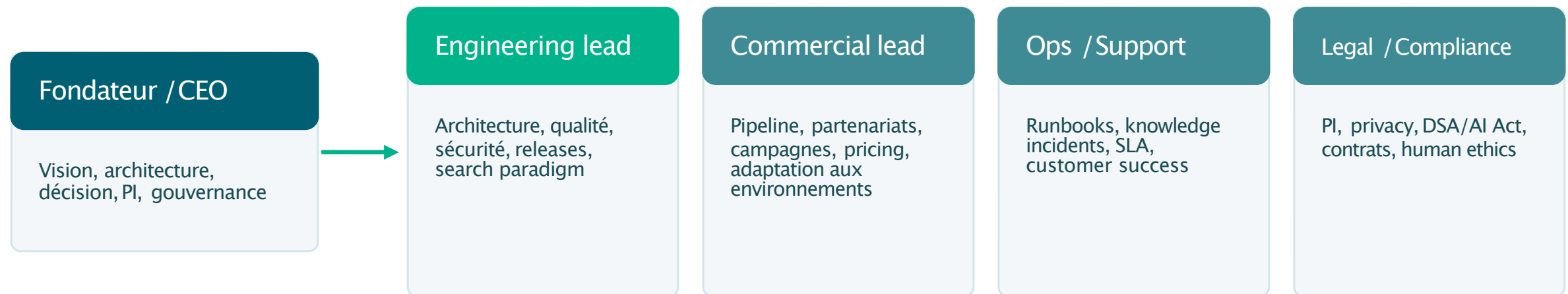
L'emploi des fonds s'aligne sur notre vision lorsqu'il décrit précisément les capacités créées et la preuve produite par chaque enveloppe.



Règle de financement : chaque tranche doit correspondre à un état à atteindre, à des dépenses identifiées et à un protocole de preuve –pas seulement à une date.

Réduire le key-man event & risk sans diluer la cohérence fondatrice

Le financement doit convertir un système porté par le fondateur en organisation pleinement cyclique



Contrôles de reproductibilité organisationnelle

- Documentation architecture + runbooks + accès
- Décisions critiques avec propriétaires et back-up
- Gestion des secrets, comptes, domaines et dépôts
- Roadmap de recrutement par jalon, pas par volume
- Redondance minimum sur production / DB / sécurité
- Process d'incident, release, rollback et reporting
- Assurance homme-clé et plan de continuité
- Mesure du bus factor sur les composants centraux

Objectif T+15 du memorandum : équipe noyau formée ; l'addendum transforme ce jalon en plan de continuité mesurable.

Conserver le contrôle fondateur : aveuglement investisseur

La séparation A/B peut devenir un avantage si elle associe cohérence stratégique et protections économiques/informationnelles.

Actions A –Gouvernance fondatrice

A conserver

- Initiative stratégique
- Nomination / direction
- Cohérence produit et PI
- Vision long terme
- Protection contre la fragmentation décisionnelle

Actions B –Investisseurs

A renforcer sans transfert politique

- Droits économiques préférentiels
- Information mensuelle /trimestrielle
- Pro rata / anti-dilution négociée
- Observateur / board selon ticket
- Liquidité et sortie définies
- Key-man / continuité
- Matières réservées très étroites

Matières réservées recommandées à limiter aux événements de structure : émission majeure, cession de PI centrale, dette au-delà d'un seuil, opération liée significative, dissolution / cession de contrôle. À valider avec conseil juridique.



La conformité de l'architecture produit UADIA

L'absence de ciblage humain réduit certains risques, mais ne supprime ni la responsabilité de recommandation, ni la publicité, ni les droits créateurs, ni la modération.

Données /Privacy	Consentement, minimisation, PrivacyBox, registres, droits utilisateur	DPIA /ROPA /politiques /logs de choix
Recommandation	Pintones, règles explicables, absence d'attribut humain dans le calcul	Documentation algorithme / tests / mesures diversité
Publicité	CAD /Sphire /Cymatium, activation et désactivation	Règles d'a=chage /consentement /journalisation
IA	ERM–Core /HEAiD, classification des usages, modèles tiers	Inventaire IA / risk register / human oversight
Créateurs /droits	Sease, licences, VOD, marketplace, reversements	Templates droits / preuve de titularité / paiements
Modération /recours	Contenus, mineurs, signalements, appels, incidents	Policy / workflow / délais / audit trail
Positionnement sociétal : liberté de l'interaction + monétisation des capacités + responsabilité de l'infrastructure.		

Objectif : transformer les valeurs sociales du memorandum en contrôles auditable dans la data room.

Identifier et Valoriser

Le prix du tour peut être négocié comme un pont entre valeur d'actifs vérifiés, readiness, demande précoce, optionnalité et risques résiduels.



Cadre de négociation interne (non formule comptable)

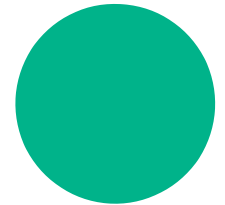
Valeur pré-tour = socle d'actifs vérifiés + prime de readiness + prime de demande précoce + valeur d'option – décotes de concentration, exécution, régulation et scale non encore observé.

Pour résoudre un désaccord : tranches, ratchets de jalons, second closing ou droits économiques conditionnels peuvent partager le risque sans exiger de sous-valoriser les actifs actuels.

Le montant recherché (3–5M) est le coût du passage d'état ; il ne constitue pas, à lui seul, une valorisation.

La décision dépend de deux axes : actifs audités et preuve de marché

Cette matrice évite de confondre une architecture non vérifiée avec une architecture prête mais non encore industrialisée.



Décision rationnelle : auditer S0, puis financer le passage S0 → S1 par jalons.

Pourquoi 13 modules ne sont pas 13 paris indépendants

La thèse investisseur doit montrer une seule chaîne économique : produire, découvrir, qualifier, contracter, diCuser, monétiser, mesurer et réactiver.



Boucle de réactivation

Mesure → décision → nouvelle production :

NeatSight et les données économiques réinjectent le résultat dans le cycle, Cercle Social Media et Beamline Stream deviennent moteur

L'optionalité des modules n'a de valeur que si chaque extension augmente la valeur ou réduit le coût d'une étape du même cycle.

Message : le tour ne lance pas 13 sociétés ; il finance le noyau du cycle et active progressivement ses organes monétisables.



Un lancement par segment, zone, et rôle

Chaque dimensions doit devenir une vérité économique et une organisation en flux dans chaque boucle de réactivation.

Wedge

Dimensions / Wedges	Valeur d'entrée	Capacité monétisable	Première preuve	Critère de scale
Commerce local	OCres, événements, visibilité locale	Sphire /Cymatium /Brand Board	Activation + sponsor /commerce	Répétition par quartier /ville
Professions intellectuelles	Expertise, veille, relation client	NeatSight /Academics /dashboards	Compte payant + partenaire qualifié	ARPA + rétention segment
Créateurs /studios	Streams, saisons, droits, projets	Beamline /Sease /Campaign	Pilote média + droit /campagne	GMV droits + renouvellement
PME /industries	Partenariats, campagnes, KPI	Brand Board /NeatSight /API	Pilote B2B + contrat	ACV/TCV + expansion compte
Institutions	Éducation, culture, souveraineté	Academics /licences /PrivacyBox	Mission /pilote /contrat public	Référence + réplcation institutionnelle

Protocole de lancement

1 zone + 1 segment + 1 rôle économique dominant ->instrumentation ->preuve ->répétition. Le passage au wedge suivant n'est pas une ambition marketing : il est conditionné par une métrique de preuve définie à l'avance.

Base : segmentation bottom-updu memorandum et principe de déploiement par jalons.



Les lignes éthiques deviennent des choix d'architecture – et donc des barrières

Le positionnement n'est crédible que s'il relie chaque principe social à un mécanisme technique, un flux économique et une métrique vérifiable.

Principe	Mécanisme technique	ECet social /sociétal	ECet économique /preuve
Interaction non monétisée	Gratuité des fonctions natives ; monétisation des capacités	Moins de dépendance à la captation attentionnelle	Valeur rattachée à l'acte payant, ARPU gratuit=0
Pas de ciblage humain	Pintones /proximité des productions	Découverte fondée sur le contenu et l'intention exprimée	Audit trajectoires + conversion sans profilage humain
Multi-thread / intention	16 threads et formats spécialisés	Réduit le flux indicié ; clarifie le contexte	Meilleure qualification des usages et des rôles
Publicité gouvernée	PrivacyBox + formats natifs activables/désactivables	Choix utilisateur et moindre interruption	ROAS/ROI par format plutôt que temps captif
Droits créateurs	Sease : catalogue, droits, mise à disposition	Traçabilité de la valeur créative	GMV droits, reversements, take-rate
Souveraineté /explicabilité	Société UE + règles auditable + modules interchangeables	Contrôle, recours et indépendance fournisseur	Confiance B2B/institutionnelle + licensing

Social tense : les contraintes volontaires réduisent certaines options de monétisation court terme, mais ont l'avantage d'augmenter confiance, acceptabilité, différenciation et valeur contractuelle.

Base : Cercle, Pintones, PrivacyBox, Sease, EAAE et doctrine “ne pas monétiser l’interaction sociale”.

Message de stature

« VYEHN et son écosystème UADIA ne lève pas afin de découvrir ce qu'elle a déjà pensé et construit. Elle lève pour élever une architecture fondatrice, déjà constituée et destinée à être auditée en data room, en groupe capable de l'exploiter de manière organisée et cyclique. »

« Nous n'engagerons pas le coût structurel d'un lancement de cette ampleur – équipe, infrastructure, mise en marché, conformité et exploitation – avant sécurisation du financement correspondant. Le capital ne finance donc pas l'existence du système ; il finance son activation à l'échelle et la production des métriques qui permettront d'en mesurer la reproductibilité, technologique, économique et sociétale. »



1 AUDITER

Les actifs avant le tour

2 SECURISER

Le capital de transition

3 ACTIVER

Equipe + infra + GTM

4 MESURER

Conversion + marges +
rétention

5 REPRODUIRE

Le modèle par segment /
zone

INVESTMENT THESIS : financer la transition de l'architecture au système économique reproductible.

UADIA VYEHN



Seize threads composent le cycle de l'utilisateur :
de la publication à la découverte,
de l'exploration au partenariat.

Financer l'influence, sans monétiser l'interaction sociale : dynamiques modernes.

CONTACT

contact@uadia.fr

PLATEFORME

uadia.fr · cercle.uadia.fr

DIRECTION

Maelan Guillonnet — Fondateur & CEO

Avertissement – Document fourni à titre d'information, sous condition de confidentialité. Ne constitue ni une offre au public de titres financiers au sens du règlement (UE) 2017/1129, ni une sollicitation, ni un conseil en investissement. L'analogie du «refinancement de l'influence» est illustrative et n'implique aucune création monétaire. Éléments prévisionnels et montants entre crochets susceptibles de révision, à confirmer en due diligence. Tiers cités à titre illustratif, sans relation contractuelle présumée.

EAAE – Méthodes de mesure et attribution économique

ARPU, ARPPU, CAC, marge brute, take-rate, conversion et cycles

EMETTEUR

Vyehn (holding) –UADIA

OPERATION

Annexe au mémorandum investisseurs

SOURCE

TCEM /EAAE –Methodologie interne

DATE

Juillet 2026

DOCTRINE

L'économie n'est pas revenu moyen

L'annexe distingue l'usage gratuit, l'acte payant, le contrat, le flux économique et le cycle de réactivation.

Axiome d'attribution

ARPU utilisateur gratuit = 0 €.
Un utilisateur gratuit ne porte aucun revenu imputable. Lorsqu'il achète, souscrit, sponsorise ou contractualise, il change de catégorie économique.

Conséquence investisseur

Le modèle évite la vanity metric publicitaire : il n'attribue ni ne gonfle pas artificiellement un revenu à une audience gratuite. Le revenu est rattaché à un acte, un client, un contrat ou un flux qualifié.

Le modèle ne mesure pas afin de décorer : il mesure pour acter

- Les KPI globaux issus des grandes plateformes sont des agrégats de régie ou de reporting, pas des mécanismes d'attribution par cellule économique.
- Un commerce, une PME, une marque ou une saison e-commerce ne raisonne pas en ARPU global ; il raisonne en conversion, panier, marge, ROAS, budget, période et retour opérationnel.
- Une institution ne produit pas un ARPU : elle signe un contrat, un pilote, une licence ou une mission avec valeur totale, calendrier, obligations et marge projet.
- UADIA transforme donc les KPI en variables d'action : qui paie, pour quoi, quand, avec quel coût direct et quel cycle de réactivation.

CRITIQUE

Pourquoi les ARPU globaux ne représentent pas l'EAAE

Un réseau social futur ne peut pas anticiper son développement avec des moyennes globales héritées de régies publicitaires matures.

Métrique globale	Limite méthodologique	Remplacement EAAE
ARPU utilisateur gratuit	Attribue un revenu moyen à un usage qui ne paie pas directement ; risque de vanity metric.	ARPU gratuit=0 ; bascule en ARPPU seulement lors d'un acte payant.
ARPU publicitaire plateforme	Agrège inventaire, audience, enchères et maturité commerciale ; peu transférable à un lancement.	Revenu campagne = budget activé x fee ou take-rate, par opération.
ARPU VOD /abonnement global	Moyenne de parc installé ; mélange zones, catalogues, droits et maturité du marché .	ARPPU créateur /studio +GMV droits x take-rate+coûts directs media.
CAC utilisateur gratuit	Coût d'activation sans revenu imputable ; utile UX, pas investisseur.	CAC payant par segment : créateur, PME, marque, contrat.
Marge brute globale	Illisible si elle mélange software, media, droits, inférence, contrats et campagnes.	Marge brute pondérée par ligne de revenu et coûts directs.

Formule de fond

Revenu attribuable = acte économique qualifié + valeur mesurable + temporalité + coût direct + commutation de conversion.

SEGMENTATION

Du statut social au statut économique

La catégorie économique d'un acteur change uniquement lorsqu'un acte mesurable existe.

Catégorie	Statut économique	Métrie correcte	Revenu attribuable
Utilisateur gratuit	Usage, découverte, distribution	ARPU = 0	0 €
Utilisateur acheteur	Achat ponctuel ou récurrent	Panier moyen /AOV, fréquence	AOV x fréquence x take-rate éventuel
Créateur individuel	Compte payant léger	ARPPU créateur	6 à 11€/mois selon offre
Studio /équipe créative	Compte collaboratif ou média	ARPPU équipe /contrat léger	20€ mois ou contrat spécifique
PME	Compte économique actif	ARPA PME	25€/mois
Marque	Compte de projection média	ARPA marque +activation	50 à 99€ /mois + campagne
Institution	Achat public /mission /pilote	ACV /TCV /contrat	Montant final contractuel
Relation-échange	Flux qualifié	GMV x take-rate	2 à 10% selon flux

*AOV : Average order value
*ACV : annual contract value
*TCV : total contract value
*ARPA : average revenu per account
*ARPU : average revenu per user
*CAC : customer acquisition cost
*CLV : customer life time value
*TLV : threshold limit value-ceiling

CALCULS

Variables financières auditables

Chaque formule isole une catégorie d'acteur, un flux, une valeur et un coût direct.

ARPPU

Revenu utilisateurs payants / nombre utilisateurs payants

ARPA

Revenu comptes économiques / nombre comptes économiques actifs

ACV

Valeur contractuelle annuelle d'un compte ou d'une institution

TCV

Valeur totale contractuelle sur la durée du contrat

GMV

Volume économique qualifié circulant dans un flux

Take-rate

Revenu UADIA / GMV qualifié

Marge brute

(Revenu – coûts directs) / Revenu

CAC payant

Dépenses acquisition attribuées / nouveaux clients payants

Payback CAC

CAC / contribution brute mensuelle

ROAS

Chiffre d'affaires attribué / dépense publicitaire

ROI opération

(Gain net attribuable – coût opération) / coût opération

Conversion

Actes qualifiés / population exposée d'intérêt

MARGE BRUTE

Marge calculée par ligne, pondérée

Une marge brute globale n’adesensqu’après ventilationdes revenus, coûts directs.

Ligne	Revenu	Coûts directs àinclure	Marge brute dé fendable
Abonnement cré ateur	6-11 €/mois	Paie ment, stock age, support lé ger, quotas infra/IA	55-70 %
Cré ateur équipe /studio	20 €/moisoucontrat	Stock age, collaboration, support, bande passante lé gère	60-75 %
PME	25 €/mois	Infra, dashboards, paie ment, support, quotas IA	65-80 %
Marque	50-99 €/mois+activation	Reporting, support, orchestration, dashboards	70-85 %
Campaign Attraction	Fee /budget orchestré	Suivi, production éventuelle, reporting, ops	40-70 %
Beamline /Sease	VOD, live, droits	Bande passante, transcodage, stock age, reversements	25-55 %
THIXE /ERM-Core	Licence /contrat	Infé rence, maintenance, inté gration, support	50-80 %
Institution	Contrat /pilote	Avant-vente, projet, conformité , inté gration, support	25-60 %

Marge brute pondérée

Marge brute totale = somme des contributions brutes par ligne /revenu total. Elle dépend de la composition réelle du revenu, pas d’un taux unique.

TAKE-RATE

La captation varie selon la nature du flux

Un take-rate est une part de volume économique capturé ; ce n'est pas une marge.

Flux	Base prudente	Base centrale	Plafond ambitieux	Condition de validité
Relation-échange qualifiée	2 %	5-6 %	10 %	Acte explicite, attribution claire, valeur économique établie
Feat / mise en relation	2 %	5 %	8 %	Preuve de mise en relation et acceptation des parties
Commerce inApp / outApp	1-2 %	3-4 %	6 %	Friction faible, volume large, pas de captation excessive
Sease / droits / marketplace	8 %	12 %	15 %	Droits, catalogue, mise à disposition, reversements clairs
Campaign Attraction	10 %	15 %	25 %	Budget activé , service d'orchestration ou fee plateforme
Institution	N/A	N/A	N/A	Contrat, licence, mission ou pilote : pas de take-rate

Exemple

GMV qualifié = 100 000 € take-rate = 6%; revenu UADIA = 6 000 € Si les coûts directs sont 1 200 € la marge brute est 80% sur la commission.

Règle

Le take-rate décrit la captation du flux ; la marge brute décrit ce qui reste après coûts directs. Les deux indicateurs ne doivent jamais être confondus.

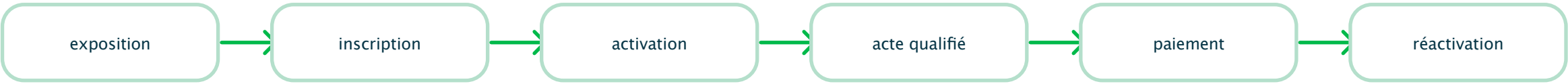
CONVERSION

Le CAC n'existe que pour un client payant

Le coût d'activation d'un utilisateur gratuit peut être suivi, mais il ne doit pas devenir un CAC investisseur.

Segment	Prix /revenu	Contribution brute mensuelle	CAC cible	Payback cible
Créateur 6€ /mois	6 €	3,3 à 4,2 €	15 à 35 €	4 à 10 mois
Créateur 11€ /mois	11 €	6,0 à 7,7 €	25 à 55 €	4 à 9 mois
Équipe /studio léger	20 €	12 à 15 €	40 à 120 €	3 à 8 mois
PME	25 €	16 à 20 €	75 à 150 €	4 à 8 mois
Marque locale	50 €	35 à 41 €	150 à 300 €	4 à 8 mois
Marque structurée	99€ activation	69 à 84 € hors campagne	300 à 750 €	4 à 9 mois
Institution	Contrat	Marge projet	Coût d'avant-vente /réponse	Mesure par contrat

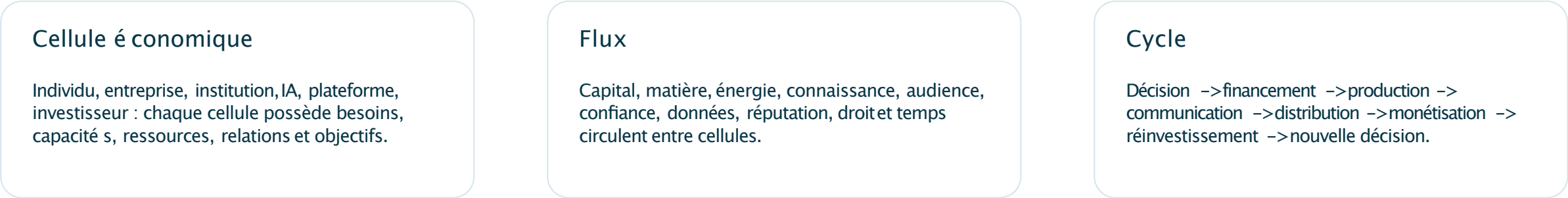
Chaîne de conversion EAAE



FONDEMENT

Du KPI global au tissu relationnel

La méthode s’appuie sur la théorie du tissu cellulaire économique : cellule, flux, organe, cycle, propagation.



Module UADIA	Fonction é conomique dans le tissu	Mesure associé e
Cercle	Organe relationnel	Actes qualifiés, relations, conversions, réactivation
Brand Board	Organe de partenariat	ARPA PME/marque, campagnes, PartnerSearch, ROI relationnel
NeatSight	Organe d’observation	KPI segmentés, analyse, conversion, signaux
Beamline	Organe événementiel	Live, coût média, activation campagne, droits
Sease	Organe de diffusion /archivage	GMV droits, abonnements, take-rate catalogue
Academics	Organe de transmission	Contrats, licences, communautés éducatives
THIXE	Organe de représentation	Licences, contrats, marge projet
ERM-Core	Organe cognitif	Contrats, inférence, modélisation, cycles

ANNEXE

Mode d'emploi pour la data room

Les hypothèses ne prédisent pas le développement du réseau ; elles bornent les actes économiques vérifiables.

1. Séparer

Séparer utilisateurs gratuits, payants, créateurs, PME, marques, institutions, campagnes et flux transactionnels.

2. Attribuer

Relier chaque revenu à un acte : abonnement, achat, campagne, commission, contrat, licence ou droit.

3. Pondérer

Appliquer la marge brute par ligne, selon les coûts directs : infra, IA, support, media, droits, conformité.

Checklist de validation

- Le revenu gratuit reste à zéro tant qu'aucun acte payant n'est observé .
- Chaque variable est segmentée par acteur et par usage, jamais par moyenne globale indifférenciée.
- Les comparables publics servent de garde-fous macro, non de base directe d'attribution.
- Les institutions sont modélisées en ACV /TCV /contrat, jamais en ARPU.
- Les campagnes sont lues par opération : budget, coût, ROAS, ROI et cycle de réactivation.
- La projection EAAE repose sur cellules ->relations ->flux ->cycles ->propagation, non sur vanity metrics.

UADIA ne transforme pas l'audience gratuite en revenu fictif ; elle mesure les actes économiques, les contrats et les cycles de valeur activables.

