



PHILIPPE LEONI :

## À CHEVAL ENTRE DEUX MONDES

**Membre de l'équipe de France de Saut d'Obstacles**

**et...**

**Président Directeur Général de Spir Communication,**

Philippe Léoni occupe une place à part dans le monde de l'équitation. Un personnage exigeant et passionné qui organise méticuleusement sa double vie et qui a finalement choisi de ne pas choisir. Il aime les chevaux, la compétition mais ne pourrait pas vivre sans l'univers des Affaires.

Et pour la première fois depuis le début de sa carrière en Saut d'Obstacles, il décroche son billet pour un gros événement : la finale de la Coupe du monde à Las Vegas.



©Grand Prix Magazine

### Contacts Presse

Françoise LINHART - Barbara BÉGHIN  
Tél : 01 60 70 00 00 • Port : 06 81 75 51 60 • E mail : actual.consultants@wanadoo.fr  
36<sup>ter</sup> Avenue Franklin Roosevelt, 77210 Avon - FONTAINEBLEAU

Service Communication de la FFE : Gautier BEAUDOIN - Tel : 01 58 17 58 06 - Port : 06 88 31 70 60 - gautier.beaudoin@ffe.com

ACTUAL  
consultants



FEDERATION FRANÇAISE  
D'EQUITATION

## PHILIPPE LEONI, LE CHEF D'ENTREPRISE

*Difficile d'imaginer l'importance de l'homme d'affaires qui est en sommeil lorsqu'il déambule, flegmatique, dans les travées des concours hippiques chaque week-end... Et pourtant, Spir Communication, c'est 3500 employés. Une entreprise aixoise qu'il a fait passer au rang des plus grandes entités nationales avec pas moins de 500 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2004. Un poids lourd et des responsabilités colossales.*

Né à Bone (Algérie) en 1959, Philippe Léoni suit une scolarité classique sous la houlette de sa mère et de Claude son frère aîné. Il passe un Bac Comptabilité puis décroche un IUT de Marketing. Sous l'impulsion de son frère, Philippe entre comme vendeur "de base" de publicité au sein de l'entreprise familiale Spir Communication, société éditrice de 175 journaux gratuits, qui tire principalement ses revenus des encarts publicitaires.

Il y entame l'apprentissage d'un patron de terrain, de ceux qui savent mettre la main à la pâte. Il aime l'entreprise et ses nombreux dédales, le business, mais n'oublie pas les hommes. *« Je pense être un libéral mais avec un grand respect pour les hommes, précise-t-il. Et c'est possible, contrairement à ce que l'on croit. On peut être social et libéral. Je ne crois pas aux dogmes. J'aime au contraire les relations humaines, la transparence et l'ouverture d'esprit. »*

Philippe Léoni se jette finalement avec appétit dans cette nouvelle vie et gravit les échelons un à un. L'entreprise familiale est vendue en 1991 au Groupe Ouest France, qui garde Philippe Léoni à la vice-Présidence du groupe puis à la présidence jusqu'en 1998.

Il décide finalement de partir rejoindre son frère et de se lancer dans de nouvelles aventures. Une brève escapade puisque Ouest France l'appelle à la rescousse en 1999... Il accepte en homme de challenge, d'autant qu'un projet est de nouveau en train de naître dans sa tête.



©Grand Prix Magazine

### Amateur de presse...

Amateur de presse, il imagine une autre conception du traitement de l'info visant un lectorat plus jeune et jusqu'alors peu amateur de quotidiens. Alors, quand le projet de « 20 Minutes » lui est présenté, il dit banco ! C'est ainsi qu'est né ce pionnier de la presse gratuite dans la même lignée que son concurrent « Métro » sorti également en 2002.

« 20 Minutes » c'est un budget global investi de 38 Millions d'euros avec son associé, la société norvégienne : Schibsted.

« 20 Minutes » c'est 745 000 exemplaires distribués par jour à Paris, Lille, Lyon, Marseille et Bordeaux. La rédaction compte soixante journalistes contre trente l'an passé et le quotidien gratuit figure aujourd'hui à la deuxième place derrière « Le Parisien » sur Paris- Ile de France. Mais, au moment du lancement, 20 Minutes c'est aussi une dose de travail colossale pour Philippe Léoni, des moments de crises, l'inquiétude du monde de la presse qui voit d'un mauvais œil l'arrivée de ce trouble-fête. Bref, une période qui le fait douter – un temps – de pouvoir continuer à mener ses deux carrières parallèlement.

#### Spir Communications en quelques chiffres...

CA 2004 : 505,9 Millions d'euros  
3734 collaborateurs  
25458 distributeurs

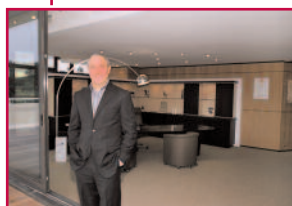
Presse hebdomadaire gratuite :  
176 éditions  
15 millions d'exemplaires publiés chaque semaine

Spir Communication détient une participation de 25 % du capital de 20 Minutes France S.A.S

Spir Communication est coté au premier Marché Euronext, fait partie des indices Next 150 et SBF 120 et est éligible au SRD



©Grand Prix Magazine



©Grand Prix Magazine

## PHILIPPE LEONI, LE CAVALIER DE HAUT NIVEAU

*Philippe Léoni découvre l'équitation vers l'âge de treize ans. Son frère Claude lui propose de faire une promenade dans la Drôme. Il y monte une jolie jument alezane : Ondine. Lors de son installation à Aix en Provence, Philippe fait la rencontre de Pierre Van de Velde moniteur et dirigeant de club tourné vers le Concours Complet. Le virus de cette discipline le contamine alors... Un premier pan de sa vie qui durera treize ans jusqu'aux Jeux Olympiques de Séoul en 1988.*

Le cheval *Brin d'Amour V* lui fait faire ses premiers pas en épreuves nationales et l'emmène jusqu'à **l'Equipe de France**. C'est ensuite *Lourin Creiomín* qui lui permet de décrocher un contrat de conservation en vue des Jeux Olympiques de Séoul. En 1987, le couple rafle une vingt-deuxième place en individuel au **Championnat d'Europe** de Lumühlen. Puis en 1988, alors qu'ils figurent sur la liste pré-olympique, le cheval se blesse définitivement.

Faute de retrouver une monture pour le Concours Complet, Philippe Léoni se tourne vers le Saut d'Obstacles. Dès lors, fidèle à son esprit perfectionniste, il emprunte tranquillement une longue et sinueuse route qui le mène vers le plus haut niveau de cette discipline.

*Quiéva du Marais* lui fait faire ses premiers pas en Championnats internationaux. Puis c'est avec *Pin Pin du Vallon* qu'il dispute ses premières **Coupes des Nations**.

En 1998, un joli cheval bai lui permet de capturer sa **première grande victoire internationale**. C'est au Salon du Cheval avec *Easy Boy*.

Il entre dès lors dans le gotha des trente meilleurs cavaliers mondiaux.

Philippe Léoni décide alors de refonder ses bases de travail avec un objectif : tendre vers l'excellence tout en conservant son atypisme. Spir Communication lui demande beaucoup d'investissement temps; il lui faut donc une cellule équestre adaptée et une personne d'expérience capable de pallier à ses absences en semaine. Il se tourne donc vers le double Champion du Monde Gilles Bertran de Balanda, expert en matière de **coaching**.

Aujourd'hui, *Cyrenaïka*, jument allemande d'une qualité peu commune, lui permet de franchir un pallier supplémentaire et lui ouvre les portes de la **Finale de la Coupe du Monde** de Las Vegas.

Philippe Léoni accède à un rêve : disputer sa première grosse échéance avec l'Equipe de France de Saut d'Obstacles.



©FFE/PSV



©FFE/PSV

## UNE QUESTION A PHILIPPE LEONI...

**Comment gérez – vous votre « double vie » ?**



©FFE/PSV

*« Le milieu de l'entreprise et celui du sport de haut niveau sont très interactifs ». Ils sont très rigoureusement compartimentés dans mon organisation, mais ils se nourrissent l'un l'autre.*

*J'ai une grande rigueur et un sens de l'organisation qui m'ont été inculqués par le monde du travail.*

*De son côté, la haute compétition m'a appris à relativiser les enjeux économiques de l'entreprise. J'y ai acquis un sens du dépassement et la volonté de me fixer des objectifs ambitieux.*

*Je pense qu'il faut être très atypique pour mener deux activités de front. Mais avant tout, ne pas tricher. Lorsque je suis dans les locaux de Spir, je veux être le meilleur et je me donne à 200%. Et à cheval, je ne veux pas faire les choses à moitié. Je monte pour progresser et atteindre le top niveau. Pour parvenir à cela, il faut avoir la capacité de compartimenter et de savoir déconnecter au bon moment. Ce qui n'est pas toujours simple... »*

A ses yeux, seuls la remise en question permanente et le travail permettent d'approcher l'élite.

*« Je connais peu de gens qui en sont vraiment capables », souligne t-il. Or, le monde de l'entreprise vous l'inculque très rapidement. Ma vie est un peu folle dans l'intensité. Le plus dur à mon niveau de responsabilité, c'est la pression qu'il faut apprendre à gérer dans ces deux domaines. Une chose est sûre, j'ai tenté d'opérer un choix entre ces deux vies mais je n'y suis jamais parvenu. Cet atypisme est nécessaire à mon équilibre... »*

## PHILIPPE LEONI, EN QUELQUES DATES

2 octobre 1959 : Naissance à Bone (Algérie)

1981 : Entrée à Spir Communications

1987 : Championnat d'Europe de Lumühlen (22ème en individuel)

1991 : Vente de Spir Communication au Groupe Ouest France.  
Philippe Leoni reste alors vice-Président puis Président de la Société.

1998 : Quitte la présidence de Spir Communication

1998 : Victoire dans le Grand Prix international de Paris avec *Easy Boy*

1999 : Retour de Philippe Leoni en tant que PDG de Spir sur la demande du Groupe Ouest France.

2001 : Victoire de la France dans la Coupe des Nations de Rotterdam.  
Philippe Leoni fait partie de l'équipe avec *Liro*.

2002 : Lancement du magazine gratuit « 20 minutes ».

2002 : Acquisition de *Cyrenaïka*

2005 : Qualification de Philippe et *Cyrenaïka* pour la finale de la Coupe du Monde.

### Spir Communication

ZI des Milles - Europarc de Pichaury - Bâtiment D5  
1330, av Guillibert de la Lauzière - 13592 Aix-en-Provence Cedex 03  
Tél : 04 42 33 65 00

[www.spir.fr](http://www.spir.fr)

