



Piano industriale 2015-2017

27 Novembre 2014

***Palazzo Mezzanotte
Milano***

INDICE

- SEZIONE 1** **Chi siamo**

 - SEZIONE 2** **I nostri punti di forza**

 - SEZIONE 3** **Business model**

 - SEZIONE 4** **Market overview & positioning**

 - SEZIONE 5** **Strategia**

 - SEZIONE 6** **Piano editoriale**

 - SEZIONE 7** **Financial overview**
-

SEZIONE 1

Chi siamo

Chi siamo

Notorious Pictures è un fornitore indipendente di contenuti media, attivo nella produzione e nell'acquisizione dell'intera gamma dei Diritti sulle Opere Cinematografiche (full rights) e nella distribuzione e commercializzazione degli stessi in tutti i canali disponibili (cinema, home video, televisione, new media).



SEZIONE 2 **I nostri punti di forza**

I nostri punti di forza



Expertise consolidata



Elevata visibilità sui risultati



Controllo dell'intera catena del valore



Leadership



Elevata crescita



Redditività strutturalmente elevata



Solidità patrimoniale

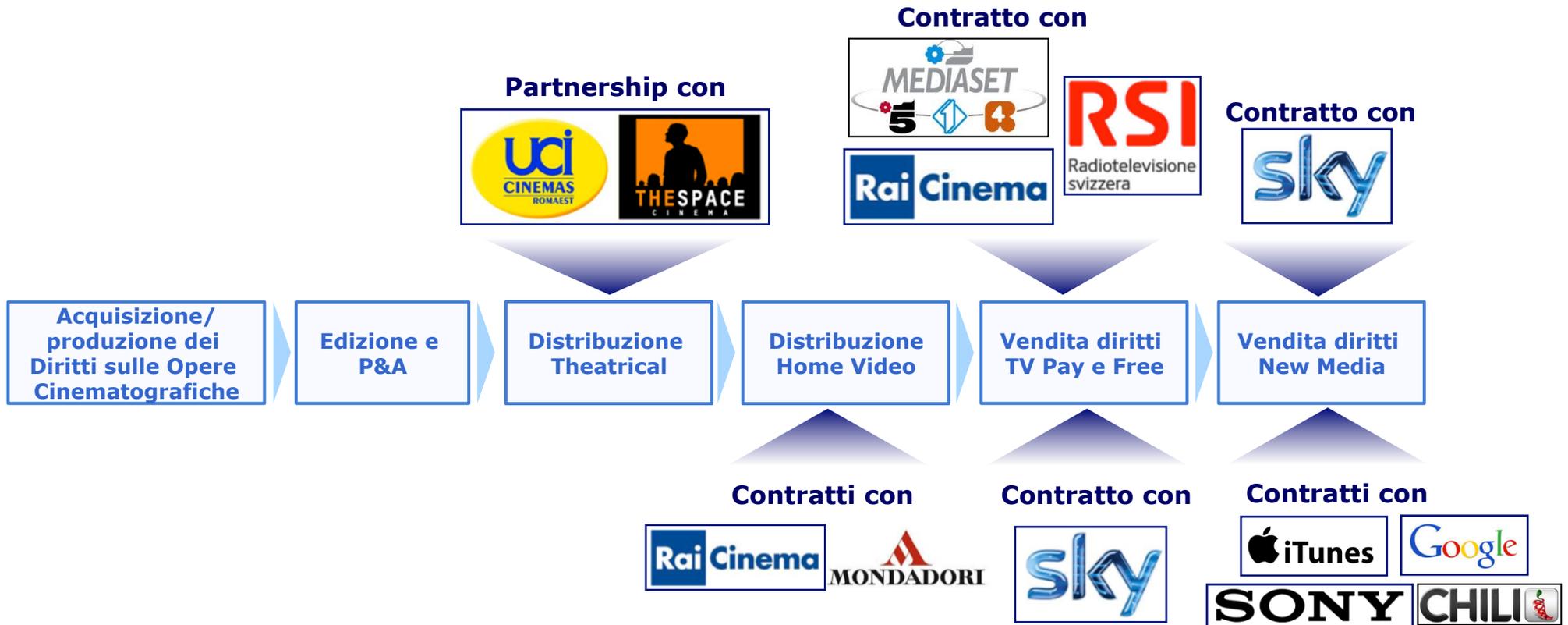
Expertise Consolidata

- Il management è composto da uno staff con pluriennale esperienza nel settore, che ha garantito un veloce ed efficace ingresso nel panorama della distribuzione cinematografica.

Nome	Ruolo	Esperienze lavorative precedenti	Anni di esperienza	Età
Guglielmo Marchetti	Fondatore, Amministratore Delegato e principale azionista.	Sales Business Manager presso the Walt Disney Company (dal 1991 al 1998), Amministratore Delegato di Mondo Home Entertainment S.p.A. (dal 2001 al 2012), Presidente e Amministratore Delegato di Moviemax Italia S.r.l (dal 2006 al 2012)	30	52
Ugo Girardi	Presidente	Dottore commercialista, revisore legale e consulente di tribunali civili e penali con particolare esperienza in fusioni, acquisizioni e IPO. Per un decennio è stato CFO di Mondo TV, società quotata attiva nel settore dei media	37	58
Roberto Proia	Direttore Generale	Responsabile dell'ufficio stampa presso MTV Networks, Supervisore delle strategie di lancio di opere cinematografiche presso Nexo S.p.A. e Direttore Generale presso Moviemax Italia S.r.l.	20	45
Massimo Brioschi	Direttore Acquisizioni	Responsabile sviluppo e coordinamento acquisizioni presso Mikado Film	19	39
Irene Tomio	Direttore Marketing	Responsabile comunicazione interna ed esterna presso Toto 2000 S.r.l. e Promotion Manager presso Moviemax Italia S.r.l.	10	33
Licia Miorando	Direttore Edizione	Responsabile gestione e produzione presso DVISUAL, Dubbing Coordinator per MTV, SEDIF e per documentari multilingue per Sailing Channel	17	38
Giuseppe Davalli	Direttore Commerciale	Responsabile commerciale presso Athena Cinematografica, Assistente alla direzione commerciale di Mikado Film, Direttore commerciale presso Moviemax Italia S.r.l.	17	36
Barbara Noviello	Direttore Amministrativo	Responsabile amministrativo presso Frimm Group, addetta contabilità e controllo di gestione presso Eustema SpA, responsabile Auditing and Balancing presso Feiods SpA	16	38

Elevata visibilità sui risultati

- Grazie al modello di business della Società e agli accordi di distribuzione sui canali distributivi Pay TV, Free TV, Home Video e New Media, Notorious Pictures vanta una notevole visibilità sui propri risultati prospettici.
- In virtù di questi contratti, e delle consolidate partnership commerciali con i principali operatori del settore, Notorious può prevedere, ad oggi, una parte rilevante dei ricavi dei prossimi anni.
- Per l'esercizio 2014, i film usciti nelle sale nel 2013 porteranno oltre Euro 4,7 milioni di ricavi.
- I film usciti nelle sale entro il 31 ottobre 2014, permettono di avere visibilità sui ricavi 2015 per un ammontare pari a Euro 2,5 milioni.



Leadership

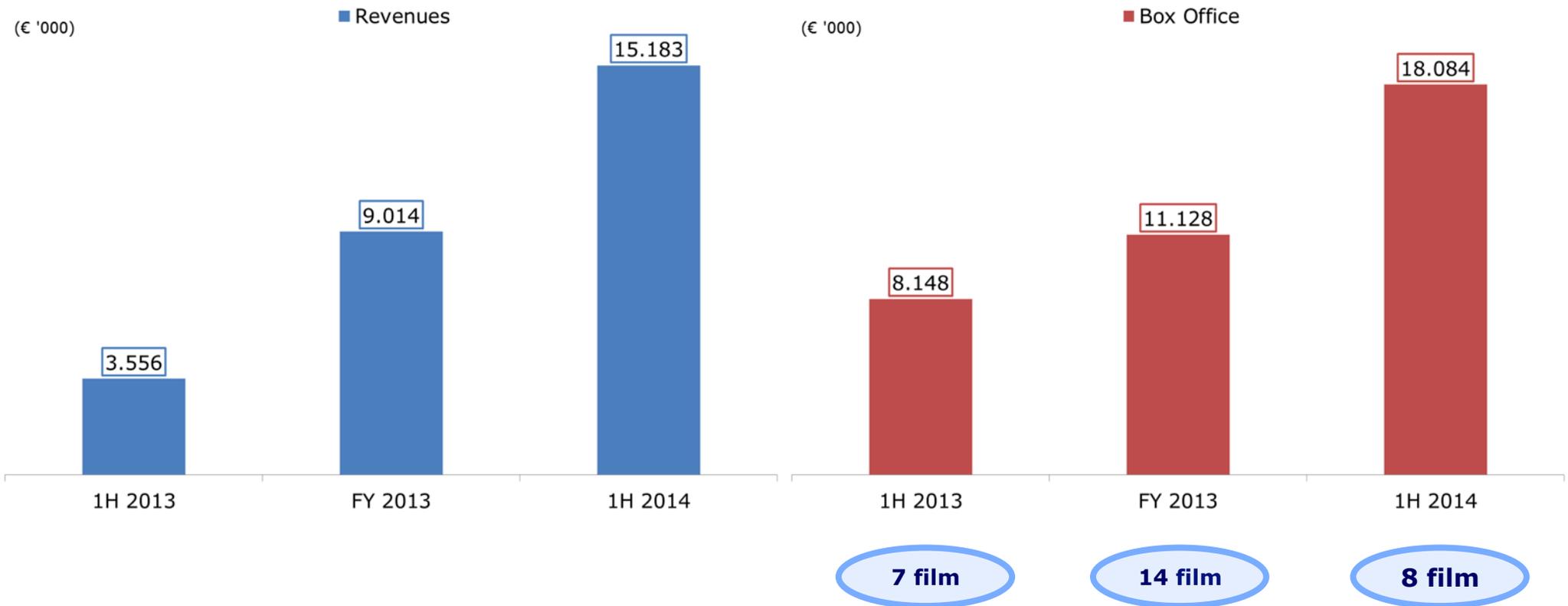
- I ricavi da box office mostrano come la Società abbia registrato importanti performance dimostrando di essere sin da subito competitiva anche nei confronti di player più maturi: Notorious Pictures risulta infatti il quarto operatore indipendente in Italia nel 2013 per box office.
- Nel primo semestre 2014 Notorious è al primo posto per numero di biglietti venduti tra gli indipendenti (e quinta in assoluto), con ricavi da box office superiori a quelli registrati nell'intero 2013.

Distribuzione	Major / Indipendente	Film programmati	PRESENZE 1H 2014			Box office 1H 2014 (€ migliaia)
			Numero (migliaia)	%	Classifica	
WARNER BROS	Major	13	7.867	17,70%	1	50.892
01 DISTRIBUTION	Gruppo RAI	15	6.709	15,10%	2	41.723
20TH CENTURY FOX	Major	13	5.797	13,10%	3	35.754
WALT DISNEY	Major	6	3.492	7,90%	4	22.819
NOTORIOUS PICT.	Indipendente	8	3.130	7,10%	5	18.084
LUCKY RED	Indipendente	12	2.827	6,40%	6	18.353
MEDUSA FILM	Gruppo Mediaset	4	2.253	5,10%	7	13.931
EAGLE PICTURES	Indipendente	8	2.086	4,70%	8	12.495
BIM	Indipendente	13	1.918	4,30%	9	11.335
FILMAURO/UNIVERSAL	Indipendente	2	1.824	4,10%	10	11.368
UNIVERSAL	Major	9	1.654	3,70%	11	10.955
VIDEO-CDE	Indipendente	3	947	2,10%	12	5.893
M2 PICTURES	Indipendente	6	813	1,80%	13	4.928
GOOD FILMS	Indipendente	7	711	1,60%	14	3.908
KOCH MEDIA	Indipendente	3	416	0,90%	15	2.645
ADLER ENTERTAINMENT	Indipendente	5	293	0,70%	16	1.649
MICROCINEMA	Indipendente	10	188	0,40%	17	1.054
NEXO DIGITAL	Indipendente	15	164	0,40%	18	1.375
PARTHENOS	Indipendente	3	125	0,30%	19	714
TEODORA FILM	Indipendente	3	106	0,20%	20	676
<i>Altre case di distribuzione</i>		<i>133</i>	<i>1.021</i>	<i>2,30%</i>	<i>n.a.</i>	<i>5.392</i>

Fonte: Cinetel - Aida

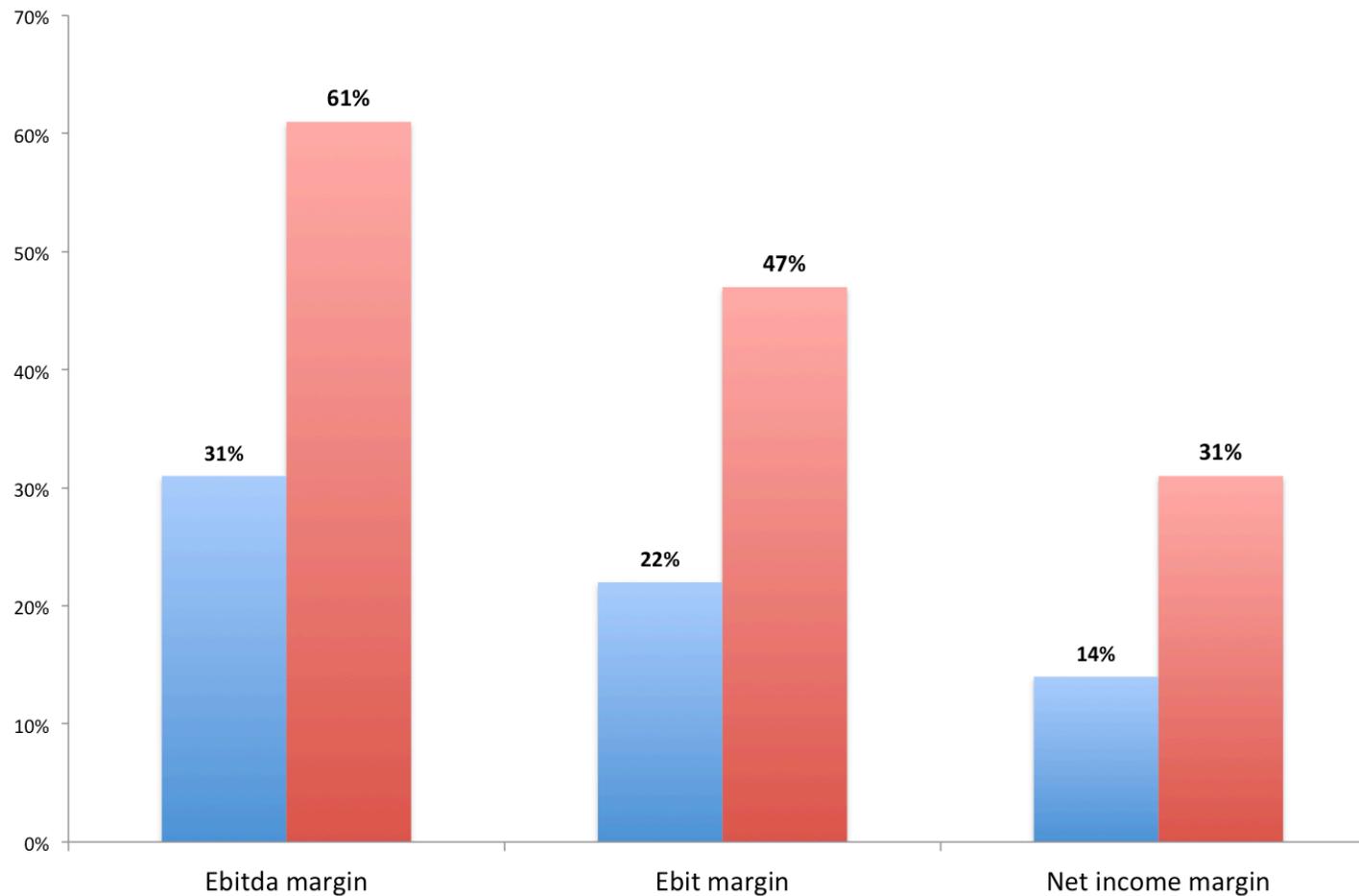
Elevata crescita

- Nel primo semestre 2014 Notorious ha registrato ricavi pari a €15,2 milioni, circa 4,3 volte i ricavi conseguiti nel medesimo periodo del 2013; tali ricavi risultano superiori del 68% rispetto a quelli registrati nell'intero esercizio 2013.
- Grazie agli ottimi risultati e all'elevato posizionamento ottenuti in pochi mesi di attività, la Società sta dimostrando di avere margini di crescita estremamente significativi.



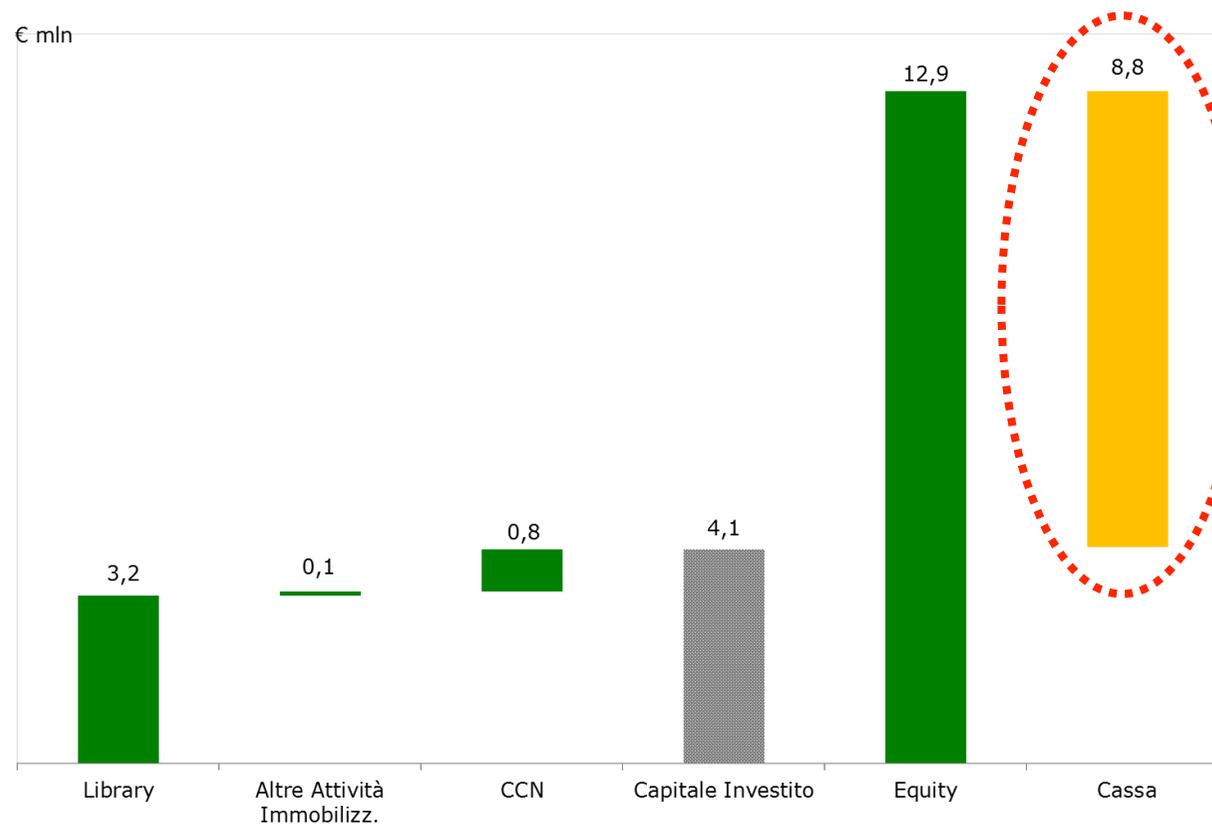
Redditività strutturalmente elevata

- Nel 2013, primo esercizio di attività, Notorious ha mostrato solidi risultati sia in termini di utile netto di periodo sia in termini di redditività operativa.
- Nel primo semestre 2014 la Società ha registrato marginalità raddoppiate rispetto al 2013.

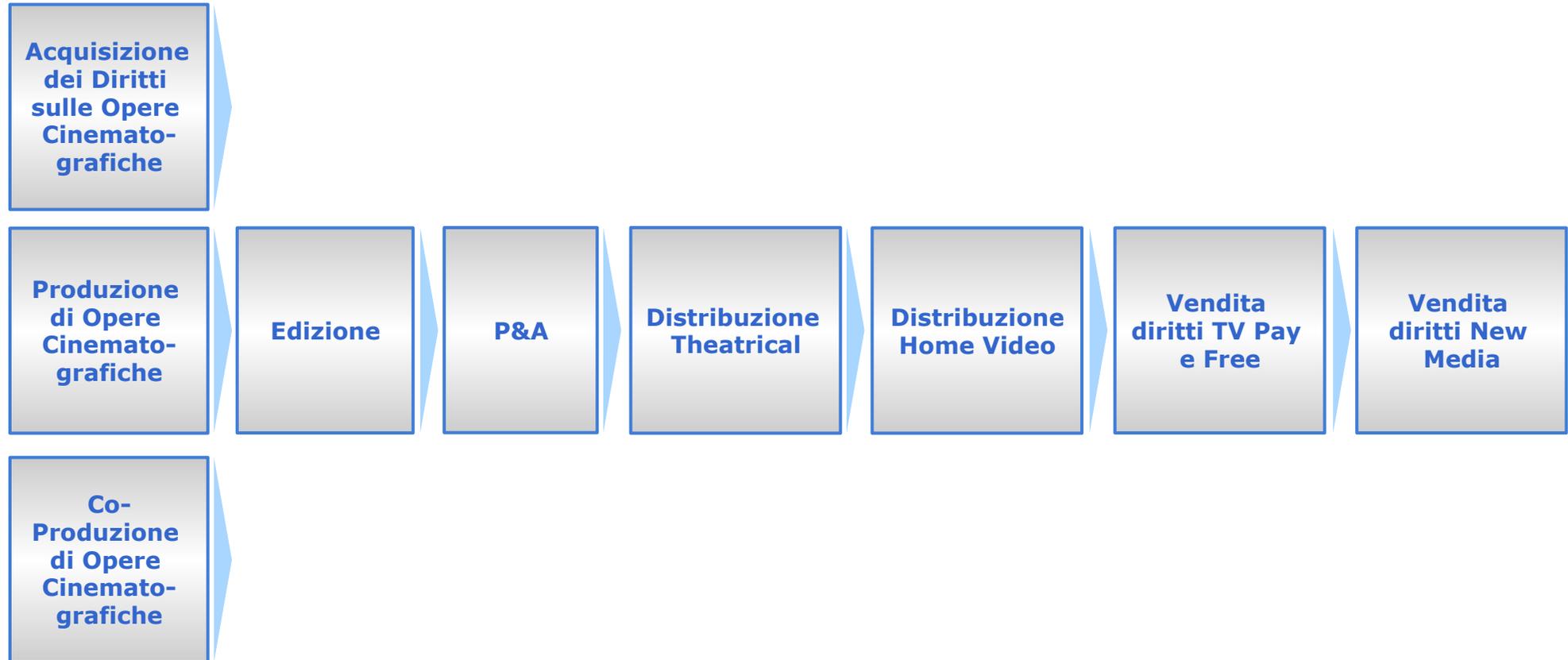


Solidità patrimoniale

- Ad oggi, la Società ha dimostrato di essere in grado di far fronte alle proprie esigenze di cassa senza ricorrere all'indebitamento bancario.
- I proventi della quotazione (Euro 6,9 milioni) hanno ulteriormente rafforzato la struttura patrimoniale dell'azienda, mettendo a disposizione risorse per l'ulteriore sviluppo del business.
- Al 30 giugno 2014 Notorious aveva circa Euro 12,9 milioni di patrimonio netto con una posizione finanziaria netta negativa (cassa) per Euro 8,8 milioni.



SEZIONE 3 Business model



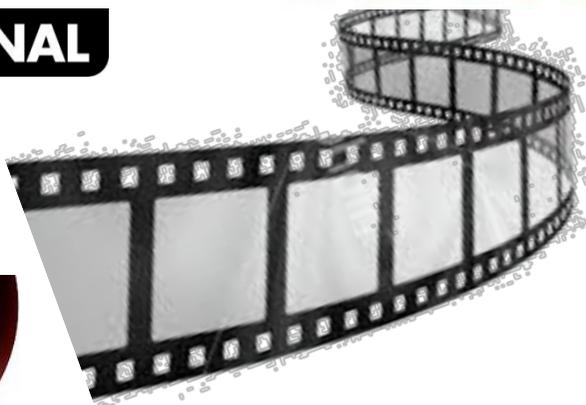
Acquisizione dei Diritti sulle Opere Cinematografiche



Internationale
Filmfestspiele
Berlin



STUDIOCANAL



IM GLOBAL



NOTORIOUS
P I C T U R E S

Diritti full rights per la lingua italiana e per il territorio italiano

Periodo di sfruttamento dei diritti: 15/20 anni

Corrispettivo rappresentato da minimo garantito + «bump»/«royalties»

Produttori e compagnie di vendita internazionali

L'attività di P&A riveste un ruolo centrale nel ciclo di sfruttamento dei diritti ...

Printing



Advertising

Cartellonistica in città...



...e nei cinema



Radio



Pagina
NOTORIOUS Pictures
lunedì alle 11:26
#NutJob sta arrivando... con la sua banda di roditori!
Preparatevi a essere travolti da una valanga di noccioline.
Dal 1 maggio al cinema.



**Social network
(Facebook &
Twitter)**

Trailer

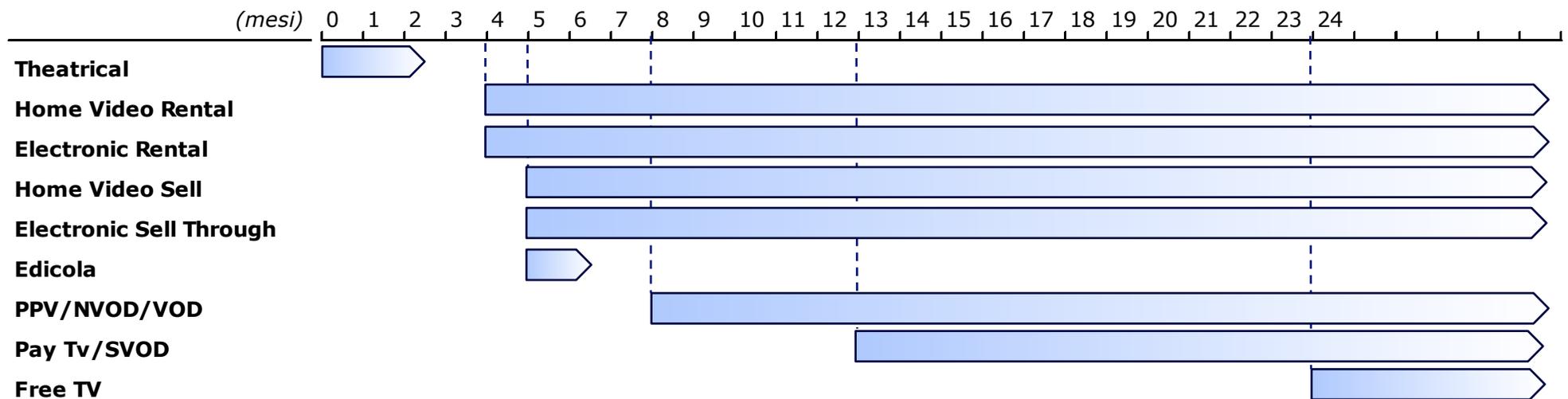


Pubblicità TV

Banner internet

Ciclo di vita del diritto

- Notorious Pictures acquisisce i diritti per un periodo medio di 16 anni.
- Il primo ciclo di sfruttamento dei diritti cinematografici ha una durata di circa due anni, ed inizia con la distribuzione nelle sale cinematografiche e la successiva uscita dei film in home video, seguita dalla vendita dei diritti televisivi e new media, sulla base di specifiche finestre temporali.





Agenti plurimandatari

Ripartizione incasso box office tra gestore sala cinematografica (60%) e distributore (40%)



Singoli esercenti sul territorio

Distribuzione Home Video, TV, New Media

Distribuzione Home Video



Vendita diritti TV Pay e Free



Vendita diritti New Media



Sony Entertainment Network

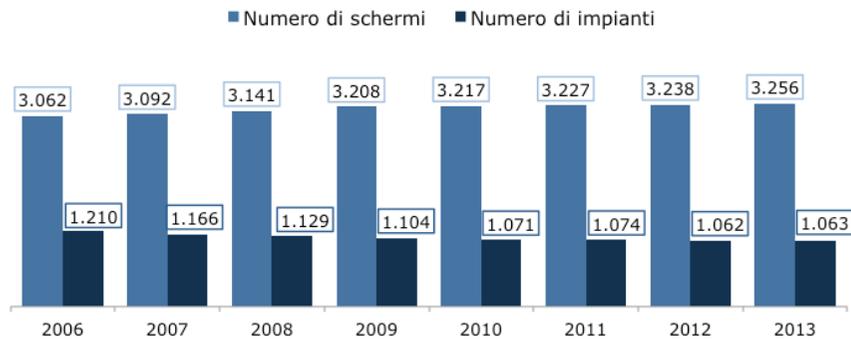


SEZIONE 4 Market overview & positioning

Distribuzione Theatrical (1/2)

- Il canale di distribuzione theatrical ricopre da sempre un ruolo di cruciale importanza all'interno del ciclo di distribuzione delle opere cinematografiche, in quanto driver del valore dei diritti delle successive finestre di sfruttamento.
- In Italia, nel 2013, il valore del mercato theatrical è pari a circa Euro 680 mln.
- Il numero di impianti cinematografici è sceso in sei anni di 147 unità (-12,1%), mentre è cresciuto di 194 unità (registrando un incremento del 6,3%) il numero degli schermi. La media globale di sale per ogni complesso è passata da 2,5 a 3,1.
- Nel 2013 il numero di film usciti nelle sale cinematografiche in Italia è cresciuto di 97 unità, registrando un sensibile incremento pari a +27,1% su base annua.

Impianti e Schermi



Incremento multisala

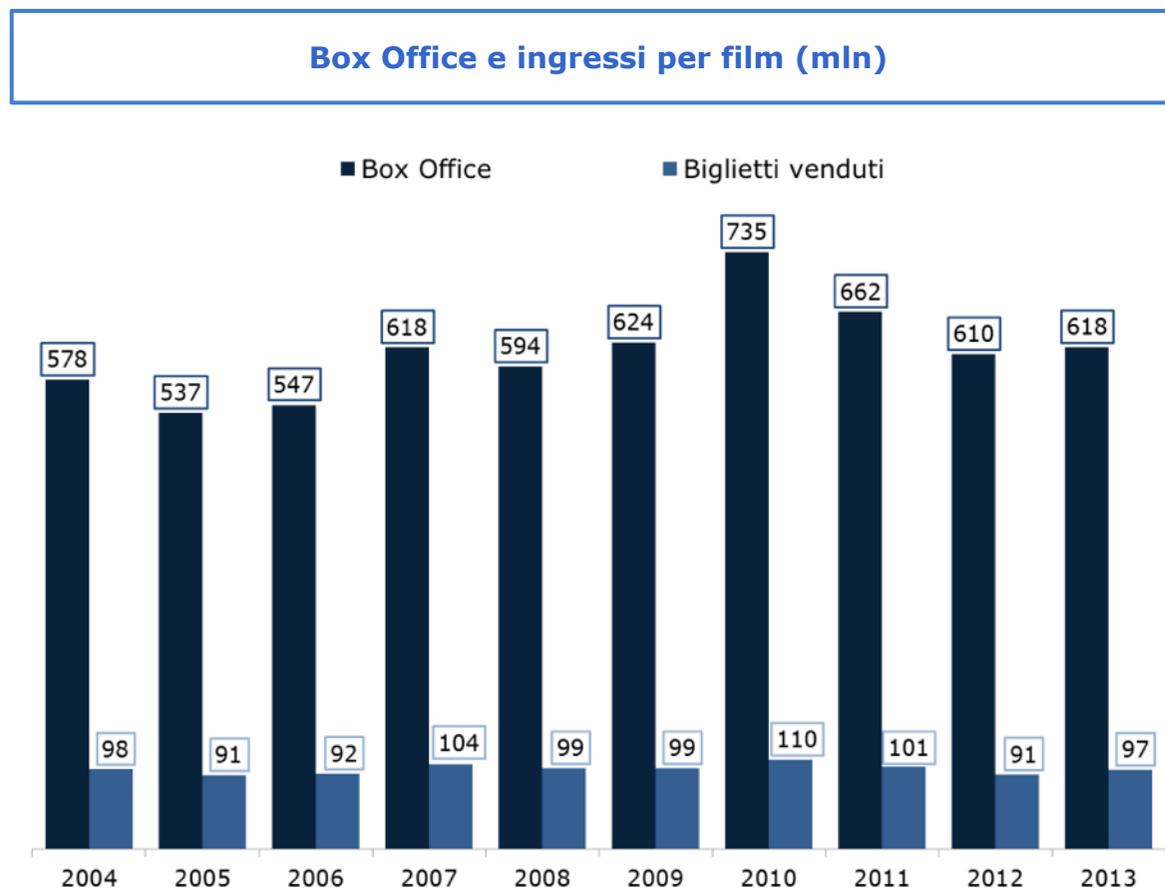
Film usciti nelle sale cinematografiche



Fonte: Anica; Cinetel - Fondazione ente dello spettacolo, Rapporto 2014

Distribuzione Theatrical (2/2)

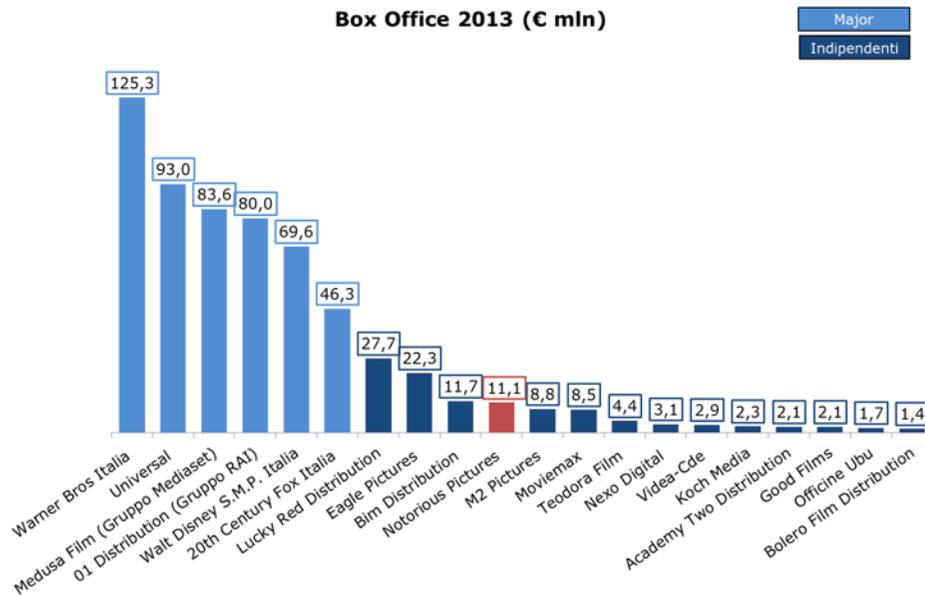
- Con riferimento al box office, secondo i dati Cinetel (che rileva il 90% del mercato) i biglietti venduti nel 2013 sono stati oltre 97 milioni, con un incremento del 6,6% rispetto al 2012 e gli incassi hanno superato Euro 618 milioni, in crescita dell'1,3% rispetto al 2012.
- Il trend positivo continua nel 2014 registrando, nel primo trimestre, un incremento del 4,2% del numero di ingressi e del 4,5% degli incassi al box office.



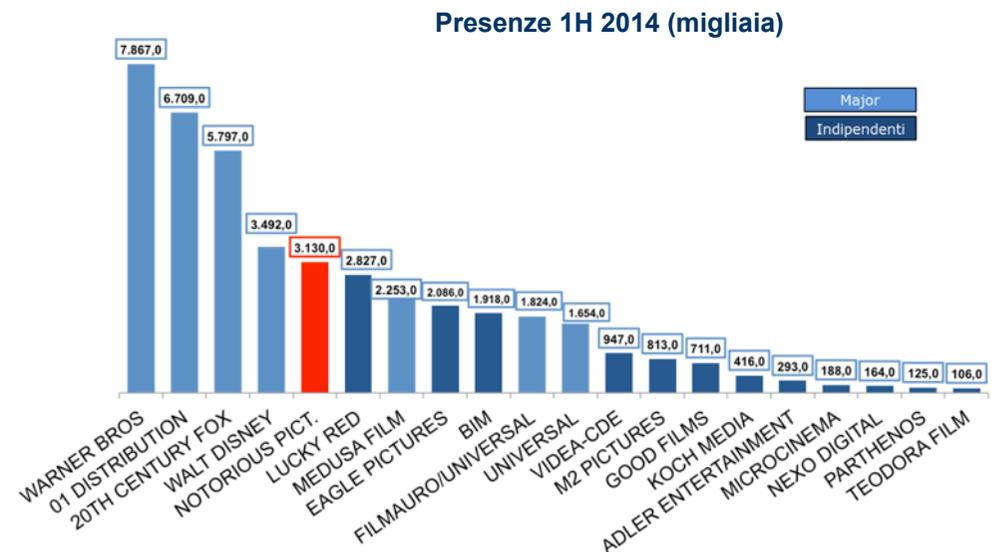
Fonte: Cinetel

Posizionamento competitivo

Primi 20 operatori della distribuzione cinematografica in Italia nel 2013

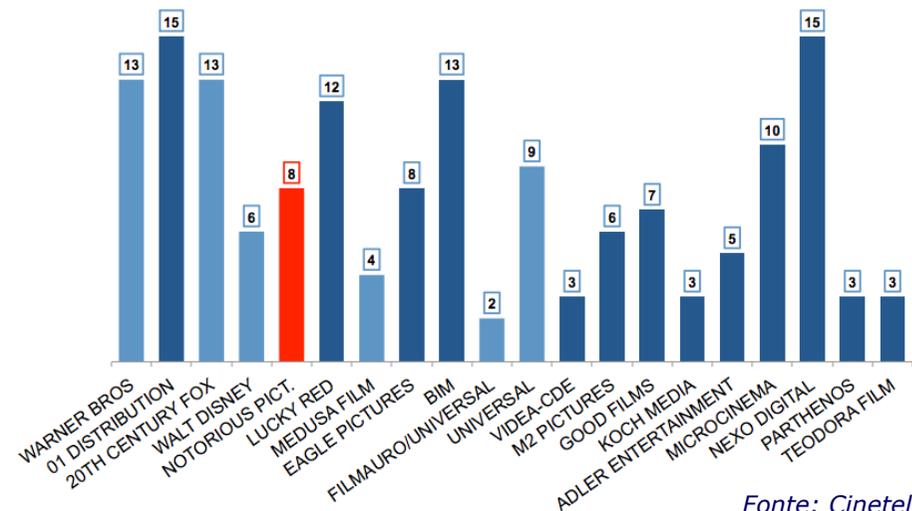


Primi 20 operatori della distribuzione cinematografica in Italia nel 1H 2014



- Notorious Pictures ha dimostrato di essere in grado sin da subito di ricoprire un ruolo di rilievo all'interno del mercato di riferimento risultando infatti il quarto operatore indipendente, come mostrano i ricavi da box office in Italia nel 2013.
- Il primo semestre 2014 mostra come la Società abbia migliorato il suo posizionamento risultando **il primo operatore indipendente**, grazie a ricavi da box office che hanno superato l'equivalente dato dell'intero anno 2013.

Numero di opere filmiche distribuite dai primi 20 operatori in Italia nel 1H 2014



Fonte: Cinetel

Distribuzione Home video e New Media

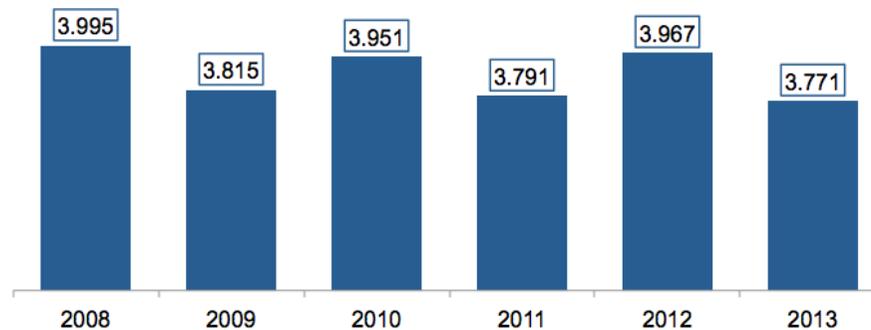
- La tabella sottostante mostra l'andamento del fatturato Home Video/New Media nei diversi canali di distribuzione.

(€ mln)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Vendite	642	545	500	411	355	296
Noleggio	161	115	90	75	52	46
Digitale				9	13	18
Total	803	660	590	495	420	360

- Il comparto audiovisivo mostra al suo interno andamenti differenti a seconda dei canali: nonostante il positivo andamento delle vendite di Blu-Ray (+34,3%), tra il 2008 e il 2013 le vendite complessive del comparto (DVD e Blu-Ray) hanno registrato un costante calo (CAGR pari a -12,2%).
- Le unità vendute (DVD e Blu-Ray) nel 2013 sono pari a 19 milioni di pezzi, con una flessione pari a -10,4% su base annua. Sul volume d'affari incide, inoltre, la diminuzione dei prezzi medi.
- Il noleggio soffre maggiormente il progresso tecnologico registrando un CAGR (08-13) pari a -20,2%. Tale dato è legato principalmente al mutamento delle abitudini di consumo a favore di canali di distribuzione più innovativi afferenti al mercato digitale.
- In forte crescita il mercato digitale (VOD, EST e Electronic Rental) che registra nel 2013 un incremento del 38,5% su base annua, passando da 13 milioni di euro nel 2012 a 18 milioni di euro nel 2013.

Distribuzione Televisiva

Offerta di opere filmiche sulle reti generaliste*



- Nel canale Free TV, le reti generaliste nazionali hanno registrato, nel 2013, un decremento del numero di film trasmessi pari allo 5% rispetto al 2012, confermando un rapporto fra passaggi e film di 1,1.

- Per quanto concerne il canale Pay, in anni recenti, l'offerta di film si è ridotta con un lieve decremento del numero di messe in onda pari, a fine 2013, a circa 49.000 passaggi, con un rapporto fra passaggi e titoli pari a 22,6.
- L'offerta di film si è ulteriormente arricchita con l'apertura dei canali tematici sul digitale terrestre, in aggiunta a quelli già attivi sulle reti satellitari, che hanno praticamente triplicato la proposta cinematografica delle free tv nazionali. Questo ulteriore apporto nel 2013 è consistito nella programmazione di 4.668 titoli, per un totale di 12.298 passaggi, esprimendo una media di programmazioni per ogni opera – pari a 2,6 – nettamente superiore a quello delle emittenti generaliste.
- Si assiste pertanto a un costante arricchimento delle library, funzionale non solo a irrobustire il catalogo generale delle opere in repertorio, ma anche ad alimentare i canali tematici (32 in totale) e sostenere la domanda della PPV.

Note: * i dati sono relativi ai tre principali canali Rai (Rai Uno, Rai Due, Rai Tre), Mediaset (Rete 4, Canale 5, Italia 1) e La 7

Fonte: Fondazione ente dello spettacolo, Rapporto 2014

SEZIONE 5

Strategia

In fase di **IPO** erano state annunciate le seguenti linee di sviluppo:

LINEE STRATEGICHE

Ampliamento della library attraverso l'acquisizione di un maggiore numero di titoli da distribuire

Incremento qualitativo della library attraverso l'acquisto di titoli a maggior potenziale commerciale

Ingresso nel business della produzione e co-produzione nazionale ed internazionale

AZIONI

Distribuzione di 18 nuove opere cinematografiche in ciascuno degli esercizi 2015-17

Investimento medio per l'acquisto di film in incremento da Euro 213k nel 2014 ad Euro 515k nel 2017

2 produzioni/co-produzioni nel 2016 e 3 nel 2017

Produzione e co-produzione

CONSIDERAZIONI STRATEGICHE alla base dell'ingresso nell'attività di produzione/co-produzione

	DISTRIBUZIONE	PRODUZIONE e CO-PRODUZIONE
Qualità dei diritti	Licenza	Proprietà
Durata dei diritti	15-20 anni	Per sempre
Mercato	Italia	Mondo
Approvvigionamento	Diritti terzi	Autonomo

CONSIDERAZIONI OPERATIVE

- Notorious Pictures prevede di intervenire tipicamente per il 10-15% del budget totale di produzione, con conseguente proprietà *sine die* del 10-15% dei diritti per tutto il mondo (escluso paese di eventuale altro co-produttore)
- Nazionalità italiana
- Contributi

CONTRIBUTI	
Tax credit interno per la produzione	15% sulla quota produzione
Tax credit interno per il P&A	15%

Contributi B.O.	Aliquota
Da 0 a 1ML di euro	22,5%
Da 1,01ML a 2ML di euro	20%
Da 2,01ML a 2,4ML di euro	17,5%

Tax credit esterno	20%
Film commission	7%
Product placement	3%

SEZIONE 6 **Piano editoriale**

Piano editoriale

- Di seguito una breve indicazione dei titoli già identificati in uscita per il 2015:



ITALO 15 GENNAIO 2015

Tratto da un' incredibile storia vera il film racconta la vita di Italo, cane straordinario al punto da meritare la cittadinanza onoraria della città di Sciacca.

MUNE - IL GUARDIANO DELLA LUNA 5 FEBBRAIO 2015

In anteprima mondiale, uno straordinario film di animazione per tutta la famiglia!



SELMA - LA STRADA PER LA LIBERTÀ 12 FEBBRAIO 2015

La storia della marcia di Martin Luther King verso la città di Selma per i diritti dei cittadini afroamericani. Un film che si prenota per i prossimi Oscar® con le straordinarie interpretazioni di Tim Roth, Giovanni Ribisi, Cuba Gooding Jr. e Oprah Winfrey.

BLACK SEA 26 FEBBRAIO 2015

Jude Law in un thriller che terrà tutti col fiato sospeso e porterà il pubblico negli abissi più profondi.



LEFT BEHIND - LA PROFEZIA 12 MARZO 2015

Tratto dal primo romanzo della serie "Left Behind", fenomeno editoriale che ha venduto oltre 100 milioni di copie nel mondo, un thriller mozzafiato con un grande Nicolas Cage.

WOLF TOTEM 3D 2 APRILE 2015

Dal regista de IL NOME DELLA ROSA e SETTE ANNI IN TIBET un altro grande capolavoro destinato a diventare un classico.



Piano editoriale



GARM WARS THE LAST DRUID PENDING 2015

Grazie al mitico regista Mamoru Oshii e ai suoi milioni di fan, l'ondata manga che si è abbattuta sul boxoffice italiano sta per raggiungere la sua vetta più alta...

THE REACH LUGLIO 2015



Prodotto e interpretato dal Premio Oscar® Michael Douglas, THE REACH è un thriller mozzafiato che ricorda le atmosfere del capolavoro di Steven Spielberg, DUEL.



WE ARE YOUR FRIENDS PENDING 2015

Cole, un giovane DJ, fa la conoscenza del suo collega James, e trova in lui una guida capace di dare una svolta alla sua carriera. Zac Efron torna sul grande schermo in un film che vi trascinerà a ritmo di musica!

CELL PENDING 2015



Dopo il successo di 1408 tornano insieme sul grande schermo John Cusack, Samuel L. Jackson e Stephen King nella più grande epidemia mai rappresentata sullo schermo...



MY BAKERY IN BROOKLYN

Arriva al cinema una storia romantica tutta da gustare!

BLEED FOR THIS OTTOBRE 2015



Martin Scorsese torna, nelle vesti di produttore, sul ring di Toro Scatenato per un'altra grande storia vera in cui la "voglia di farcela" è protagonista assoluta.



BELLE & SEBASTIEN L'AVVENTURA CONTINUA NATALE 2015

Il film campione di incassi del 2014 torna sul grande schermo con una nuova emozionante avventura di Sebastien e del suo cane Belle!

SEZIONE 7

Financial overview

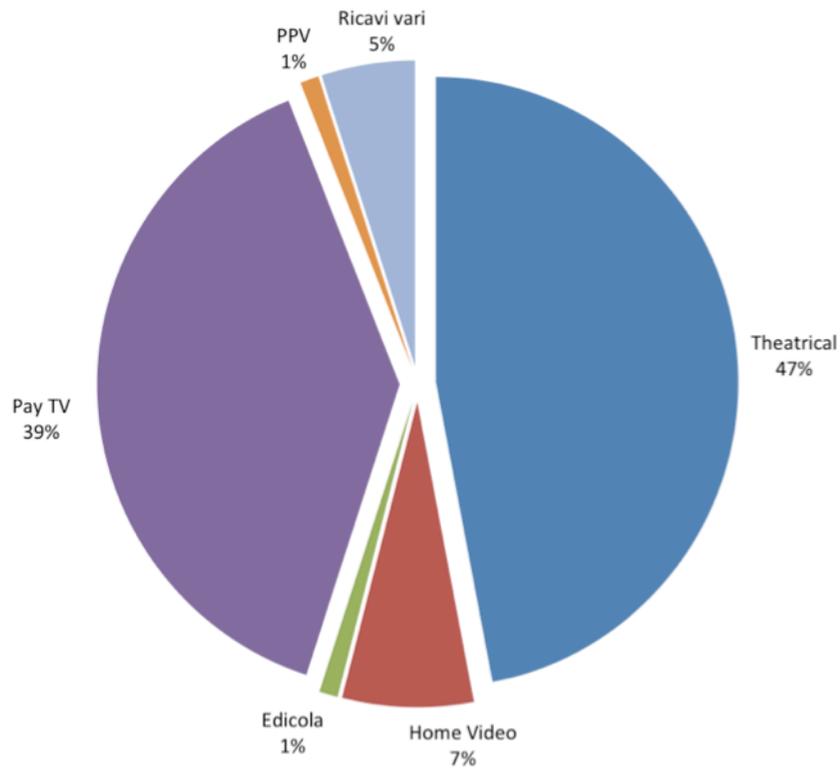
Financial overview

	2013 A	2014 E	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
Numero totale film in uscita	14	17	18	18	18
Di cui: Produzioni/co-prod internazionali	0	0	0	2	3
Box office totale (Euro `000)	10.528	24.948	33.760	31.280	37.880
Investimento tot. acquisto film (minimo garantito) (Euro `000)	1.128	3.622	5.228	4.704	5.664
Investimento in co-produzioni	0	0	0	2.400	3.600
Investimento totale P&A (Euro `000)	4.621	7.087	7.680	8.670	9.070
Box Office medio per film (Euro `000)	752	1.467	1.876	1.738	2.104
Investimento medio P&A (Euro `000)	330	416	427	482	504
Investimento medio acquisto film (minimo garantito) (Euro `000)	81	213	290	294	378
Investimento medio in co-produzioni (Euro `000)	0	0	0	1.200	1.200

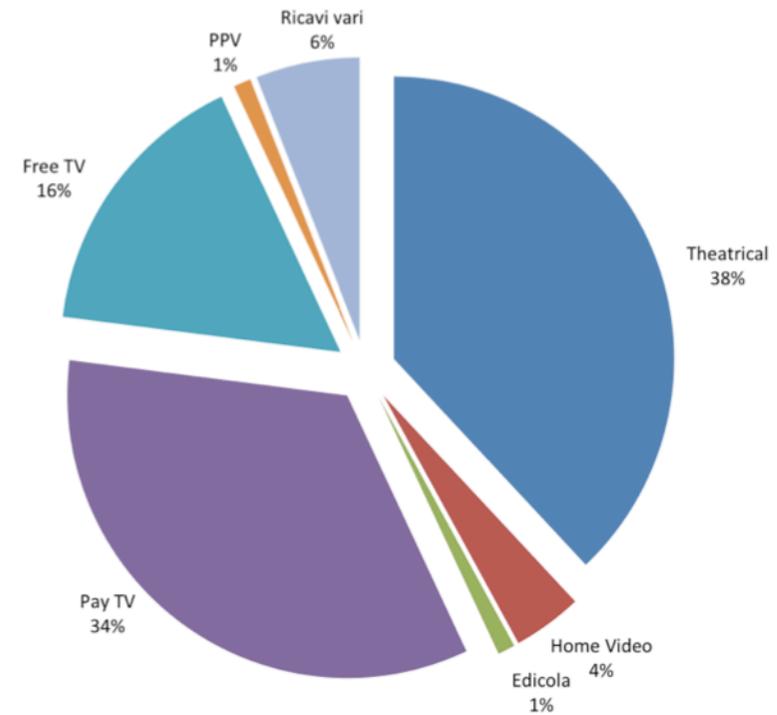
Fonte: Notorious, dati IAS

Breakdown ricavi per tipologia di canale distributivo (1/2)

2013A



2014E



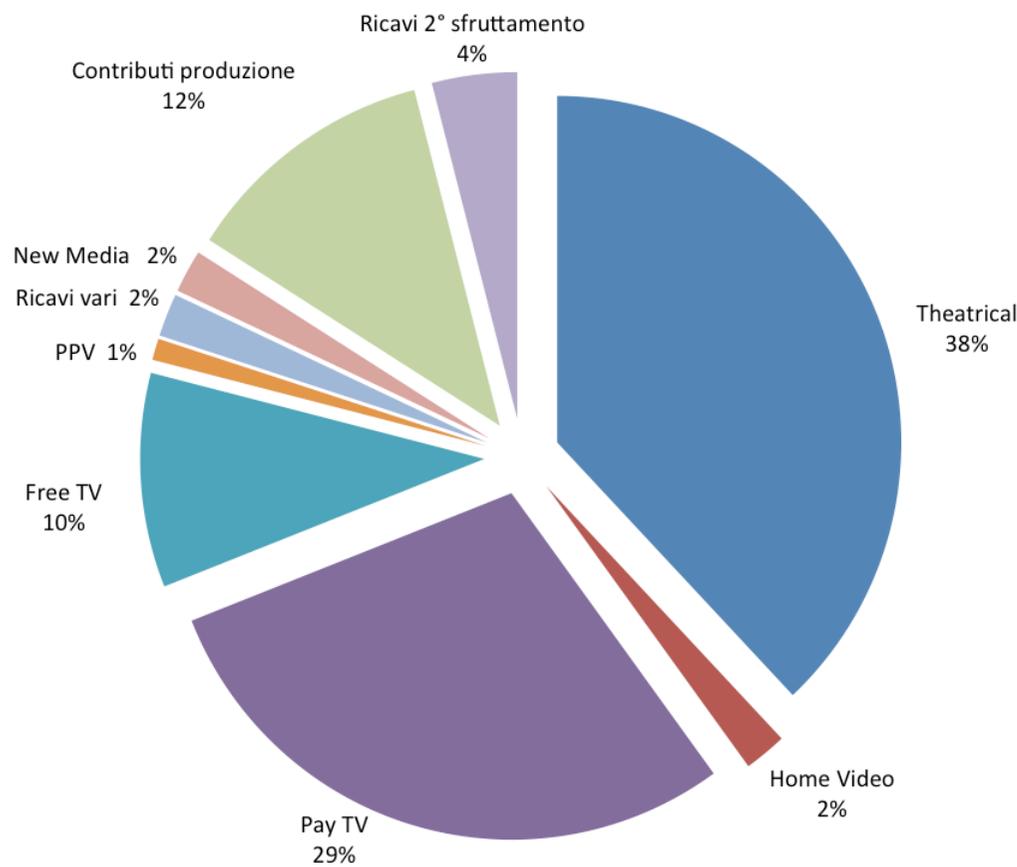
Nel 2013 Notorious non ha registrato ricavi da Free TV poiché, essendo il primo contratto della free tv del dicembre 2013, i primi ricavi saranno di competenza dell'esercizio 2014.

Nel 2013 non risultano altresì ricavi new media, che sono registrati a partire dal 2014.

Fonte: Notorious, dati IAS

Breakdown ricavi per tipologia di canale distributivo (2/2)

2017 PIANO



Fonte: Notorious, dati IAS

Break down ricavi

Ricavi (Euro '000)	2013 A		2014 E		2015 Piano		2016 Piano		2017 Piano	
theatrical	4.192	47%	9.794	38%	13.504	47%	12.512	36%	15.152	38%
DVD BRD	615	7%	1.001	4%	830	3%	1.200	3%	760	2%
PPV	69	1%	171	1%	0	0%	360	1%	360	1%
Pay TV	3.550	39%	8.560	34%	9.050	31%	10.600	30%	11.350	29%
Free TV	0	0%	4.120	16%	4.150	14%	4.700	13%	4.000	10%
Kiosk	49	1%	149	1%	80	0%	135	0%	140	0%
New Media	0	0%	0	0%	120	0%	640	2%	770	2%
Contributi produzione/ Vendite internazionali	0	0%	0	0%	0	0%	3.160	9%	4.740	12%
Ricavi vari	539	6%	1.656	6%	1.000	3%	1.000	3%	1.000	3%
Ricavi 2° sfruttamento	0	0%	0	0%	0	0%	528	2%	1.476	4%
Totale	9.014	100%	25.451	100%	28.734	100%	34.835	100%	39.748	100%

Fonte: Notorious, dati IAS

Principali driver di sviluppo - Theatrical

Ricavi (Euro '000)	2013 A	2014 E	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
Theatrical	4.192 47%	9.794 38%	13.504 47%	12.512 36%	15.152 38%

- Distribuzione di 18 titoli in ciascuno degli anni 2015-17 vs. 17 titoli nel 2014;
- Forte impatto previsto nel 2015 dal lancio del film Belle & Sebastien 2 nel Q4;
- Crescita del box office medio per ciascun film da Euro 1.467k nel 2014 a Euro 2.104k nel 2017, sostenuta da investimenti crescenti in P&A (Euro 504k medi per film nel 2017 vs. Euro 416k nel 2014).

Principali driver di sviluppo – Home video

Ricavi (Euro `000)	2013 A	2014 E	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
DVD BRD	615 7%	1.001 4%	830 3%	1.200 3%	760 2%

- Previsione di generale e progressiva riduzione del mercato Home Video a causa della concorrenza dei media via web;
- Impatto sul 2014 dei successi di La Bella e la Bestia e Belle & Sebastien;
- Trascinamento al 2016 del lancio home video di Belle & Sebastien 2.

Principali driver di sviluppo – TV

Ricavi (Euro `000)	2013 A		2014 E		2015 Piano		2016 Piano		2017 Piano	
PPV	69	1%	171	1%	0	0%	360	1%	360	1%
Pay TV	3.550	39%	8.560	34%	9.050	31%	10.600	30%	11.350	29%
Free TV	0	0%	4.120	16%	4.150	14%	4.700	13%	4.000	10%
Totale TV	3619	40%	12.851	50%	13.200	48%	15.660	45%	15.710	40%

- Rinnovo del contratto attualmente in essere con SKY relativo alla pay TV per il periodo del piano;
- Raggiungimento di un "Volume Agreement" con RAI per la cessione dei diritti relativi alla free TV;
- Crescita dei ricavi relativi alla PPV negli ultimi anni di piano.

Fonte: Notorious, dati IAS

Principali driver di sviluppo – Altri ricavi

Ricavi (Euro `000)	2013 A		2014 E		2015 Piano		2016 Piano		2017 Piano	
Ricavi vari	539	6%	1.656	7%	1.000	3%	1.000	3%	1.000	3%
Ricavi 2° sfruttamento	0	0%	0	0%	0	0%	528	2%	1.476	4%

- A partire dal 2016 cominciano ad avere rilevanza i ricavi dal 2° sfruttamento delle opere.

Principali driver di sviluppo – Contributi produzione

Ricavi (Euro `000)	2013 A	2014 E	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
Contributi produzione / Vendite internazionali	0 0%	0 0%	0 0%	3.160 9%	4.740 12%

- Forte impatto dei contributi di varia natura ai costi di produzione e co-produzione in concomitanza con i lancio di questa attività a partire dal 2016.

Incidenza % sui ricavi	2014A	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
Costi P&A	29,0%	26,73%	24,84%	22,78%
Costi operativi	9,5%	6,58%	6,30%	5,65%
Costo del personale	4,4%	5,39%	4,75%	4,70%

Financials – Conto Economico

Dati Economici (Euro `000)	2014 E	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
Ricavi	25.451	28.734	34.897	39.807
Crescita	-	12,90%	21,45%	14,07%
Costi P&A	7.393	7.680	8.670	9.070
Costi operativi diversi	2.410	1.892	2.199	2.248
Valore Aggiunto	15.648	19.162	24.028	28.489
Costo del personale	1.128	1.550	1.657	1.872
EBITDA - MOL Margine Operativo Lordo	14.520	17.612	22.371	26.617
Ebitda %	57,05%	61,29%	64,11%	66,87%
Ammortamenti	3.440	4.492	6.309	7.420
EBIT - Risultato operativo	11.080	13.120	16.062	19.197
Ebit %	43,53%	45,66%	46,03%	48,23%
Oneri finanziari netti	-18	7	9	13
Risultato pre - tax	11.062	13.127	16.071	19.210
Pre tax %	43,46%	45,68%	46,05%	48,26%
Imposte	-3.660	-4.196	-5.129	-6.127
Risultato netto periodo	7.402	8.931	10.942	13.083
Risultato %	29,08%	31,08%	31,36%	32,87%

Fonte: Notorious, dati IAS

Politica di distribuzione dei dividendi

Sempre in concomitanza con l'approvazione del piano industriale 2015-17 il CdA di Notorious Pictures ha adottato una politica pluriennale di **distribuzione di dividendi** come segue:

■ **OBIETTIVI:**

- Distribuire parte della consistente e regolare generazione di cassa prevista durante tutto l'arco di piano;
- Offrire un flusso di remunerazione regolare per gli investitori;
- Esprimere al mercato linee guida stabili per la valutazione dei dividendi attesi;
- Incentivare l'investimento nel titolo Notorious Pictures;

■ **ARCO TEMPORALE DELLA POLITICA:** esercizi 2015, 2016 e 2017;

■ **DIVIDEND PAY OUT: 25% dell'utile netto** rilevato dal bilancio redatto secondo i principi IAS/IFRS;

■ **LIMITAZIONI:**

- La Società potrà distribuire dividendi solo nei limiti degli utili risultanti dal bilancio individuale. Qualora lo stesso sia redatto secondo i principi contabili italiani, tali utili potrebbero essere inferiori a quelli esposti nel bilancio redatto su base dei principi IAS/IFRS;
- Approvazione dell'assemblea su proposta del CdA;
- Operazioni di natura straordinaria ad oggi non previste che dovessero giustificare l'utilizzo delle risorse liquide dell'azienda per sostenerne la crescita;

Sulla base del prezzo ufficiale del titolo Notorious Pictures (Euro 2,59 al 25/11/14) e delle previsioni del piano industriale, il dividendo previsto a valere sull'utile dell'esercizio 2015 corrisponde ad un

dividend yield del 3,9%

Dati Patrimoniali (Euro '000)	2014 E	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
Immobilizzazioni	3.295	4.964	7.203	9.780
Capitale Circolante Netto	8.632	13.089	16.709	17.413
Fondi	3.909	2.404	2.382	1.763
Capitale Investito netto	8.018	15.648	21.530	25.431
Posizione Finanziaria netta	-7.541	-8.841	-11.671	-18.119
Patrimonio Netto	15.559	24.489	33.201	43.550
Dividendi erogati	0	0	2.233	2.736

Fonte: Notorious, dati IAS

Investimenti (Euro `000)	2014 E	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
Investimenti acquisizione e localizzazione nuove opere	4.697	6.172	8.412	9.834
investimenti in capitale circolante	8.253	4.457	3.620	704

Fonte: Notorious, dati IAS

FINANCIAL RATIOS	2014 E	2015 Piano	2016 Piano	2017 Piano
Crescita del fatturato	181,5%	12,90%	21,45%	14,07%
EBITDA Margin	57,05%	61,29%	64,11%	66,87%
EBIT Margin	43,53%	45,66%	46,03%	48,23%
Price/EBITDA*	4,00	3,29	2,59	2,18
Price/Earnings*	7,84	6,50	5,30	4,43

* Sulla base del prezzo ufficiale di Euro 2,59

Piano di incentivazione

Come già indicato in sede di **IPO**, in concomitanza con l'approvazione del **piano industriale 2015-17** la società ha deliberato un **piano di incentivazione per i dipendenti e gli amministratori** con le seguenti caratteristiche principali:

■ **OBIETTIVI:**

- coinvolgere e **incentivare** gli amministratori esecutivi ed i dipendenti per allineare il loro comportamento agli interessi degli azionisti e stimolarne il rendimento, focalizzando i **dipendenti** e il **top management** su azioni volte al miglioramento duraturo dei risultati della Società;
- favorire la fidelizzazione dei dipendenti e del *top management* della Società attraverso l'introduzione di forme di incentivazione di medio/lungo periodo, per **migliorare la capacità di retention** della Società;
- incrementare la parte variabile della retribuzione per **rinforzare la cultura del risultato**;
- **migliorare la competitività** della Società sul mercato del lavoro, per attrarre i migliori talenti.

■ **PARTECIPANTI:** gli amministratori esecutivi e tutti i dipendenti;

■ **INCENTIVI:** il pagamento degli incentivi sarà legato al raggiungimento degli **obiettivi di fatturato** ed **EBIT** previsti dal piano industriale. Sono previsti meccanismi di accelerazione al superamento degli specifici targets;

■ **PERIODO DI VALIDITÀ DEL PIANO:** esercizi 2015, 2016 e 2017;

■ **VALORE INDICATIVO DEL PIANO:** Euro 500.000 lordi nel triennio.

- La Società **conferma** le indicazioni espresse al momento dell'IPO;
- Fatturato in **forte crescita con un CAGR 2014-17 del 16%** grazie all'aumento della qualità e quantità delle opere distribuite e dell'ingresso nelle attività di produzione/co-produzione;
- **Redditività netta** in crescita **dal 28% ad oltre il 32%**;
- **Solidità Patrimoniale** con una **cassa netta pari ad Euro 18 milioni** al 2017;
- Politica pluriennale di distribuzione dividendi con un *pay out* del 25% ed un ***dividend yield* 2015 del 3,9%***;
- **Piano di incentivazione a medio termine** che aumenta la fidelizzazione e focalizzazione sui risultati del *management team*.

* Simulazione sulla base del prezzo ufficiale di Euro 2,59 registrato il 25/11/14.

Q&A

