Digital Entertainment Company

Milano | Ottobre 2021

Indice

1. Overview del Gruppo pag. 3
2. Il mercato di riferimento pag. 7
3. Principali aree di attività del Gruppo pag. 16
4. Risultati economico-patrimoniali H1 2021 pag. 22
5. Strategia e prospettive future Pag. 25

1. Overview del Gruppo

Il Gruppo Notorious Pictures

I fondamentali del Gruppo

- Notorious Pictures fondata nel **2012** da **Guglielmo Marchetti, attuale Presidente e CEO**, con sede legale a Roma e uffici operativi a Roma e Milano, è un player leader nella produzione e distribuzione di contenuti multimediali e nella gestione di sale cinematografiche in Italia ed ha recentemente avviato l'attività di distribuzione in Spagna.

- Il Gruppo svolge le seguenti attività:

  (i) **PRODUZIONE**: produzione e co-produzione, **sia italiana che internazionale**, di contenuti audiovisivi; **produzione esecutiva** per conto di produttori stranieri;

  (ii) **DISTRIBUZIONE**: acquisizione e commercializzazione di diritti filmici per sfruttamento theatrical, free TV, Pay TV, VOD/SVOD, Home Video **in Italia e, recentemente, in Spagna** e acquisizione e commercializzazione di c.d. film Direct To Video (DTV) e library, contenuti destinati a prioritario sfruttamento broadcast;

  (iii) **GESTIONE DI SALE CINEMATOGRAFICHE**: in Italia attraverso la società controllata Notorious Cinemas fondata nel 2019.

- La **Library** (parte acquisita in licenza, tipicamente per un periodo di 15-20 anni, parte di proprietà) è costituita al 30.06.2021 da **oltre 1000 titoli** con un **valore netto contabile di Euro 9,6 milioni** a fronte di investimenti lordi per **Euro 49,0 milioni** a partire dalla costituzione della Società.

- Dal **luglio 2014** Notorious Pictures è quotata sul **mercato Euronext Growth Milan**, organizzato e gestito da Borsa Italiana.

Azionariato e struttura societaria

GUGLY S.r.l.
(Guglielmo Marchetti)
83,00 %

Mercato
14,29 %

NOTORIOUS PICTURES

2,71 % azioni proprie

NOTORIOUS CINEMAS

100 %

NOTORIOUS PICTURES SPAIN

100 %

Storia del Gruppo

2012

Notorious Pictures viene fondata a Roma

2013

"Le avventure di Fiocco di Neve" è il primo film distribuito da Notorious

Accordo tra Notorious e 01 Distribution per la distribuzione Home Video

2014

Notorious viene quotata in Borsa

Vengono firmati i primi accordi con Sky e RAI Cinema

2015

Notorious firma l'accordo per la prima co-produzione internazionale

Viene firmato il primo accordo con RTI Mediaset

2016

Viene firmato il primo accordo con NETFLIX

Notorious produce il suo primo film italiano: «La verità, vi spiego, sull'amore»

2017

Vengono firmati i primi accordi con TIM e Vodafone

2018

Vengono rinnovati gli accordi con Sky, RAI Cinema e RTI Mediaset

2019

Viene fondata Notorious Cinemas

Viene firmato il primo accordo con Amazon Prime

2020

PRODUCTION **LOVE, WEDDING. REPEAT.**

NETFLIX

Successo internazionale sulla piattaforma Netflix

2021

accordo di coproduzione con Amazon Studios del primo film italiano Amazon Original prime video

PRODUCTION **ANNI DA CANE**

2021

Accordo di distribuzione commerciale con

2021

Vengono rinnovati gli accordi con Sky, RAI Cinema e RTI Mediaset

2021

Avvio della crescita internazionale con la costituzione di NP Spain

2021

Co-produzione con TEMPO PRODUCTION

Accordo con la sales internazionale ENDEAVOR CONTENT

PRODUCTION **THE HONEYMOON**

DISTRIBUZIONE | PRODUCTION | ESERCIZIO

2. Il mercato di riferimento

I nuovi protagonisti del settore Entertainment & Media

Streaming Media player

Le M&A che stanno cambiando il volto del settore dell' intrattenimento

Emerge un mondo di attori globali con scala crescente

Principali M&A deal drivers

1. **Rafforzare la library**
2. **Guadagnare market share** nel proprio segmento di mercato/area geografica
3. **Migliorare le capacità digitali**
4. **Trasformare il proprio portafoglio prodotti/servizi**
5. **Integrare/estendere la posizione lungo la value-chain**

Mega deal nello showbiz americano

Buyer	AT&T	The Walt Disney Company	COMCAST
	85 mld $	71,3 mld $	39 mld $
Target	TimeWarner	21ST CENTURY FOX	sky

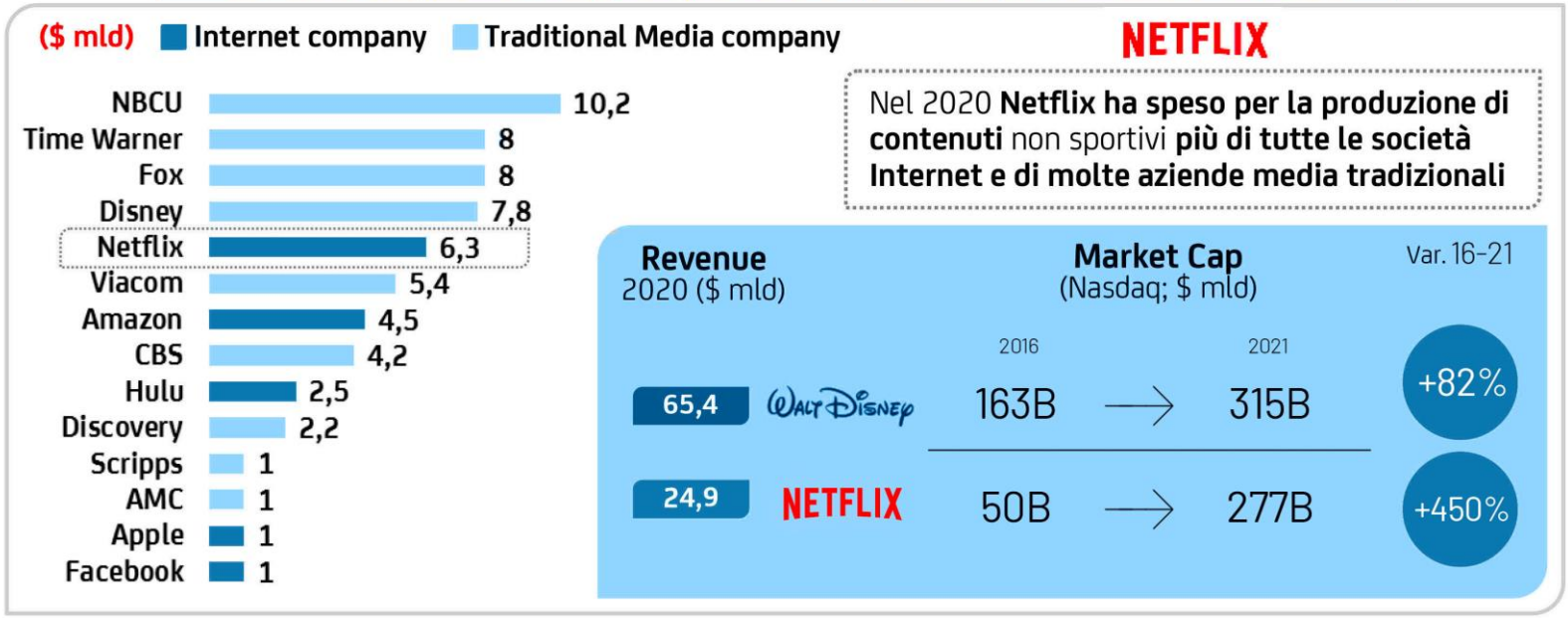
Principali categorie di operatori lungo la filiera

Produzione
Distribuzione

Chi sono i nuovi supercompetitor dello streaming?

Accesa concorrenza nell'arena dell'intrattenimento

Content budget dei maggiori provider di prodotti per cinema e TV, 2017[1]



1) Spesa allocata per produzione di contenuti originali e per acquisto licenze da terzi di programmi non sportivi.

Fonte: MoffettNathanson/*The Wall Street Journal* 2018; Bloomberg

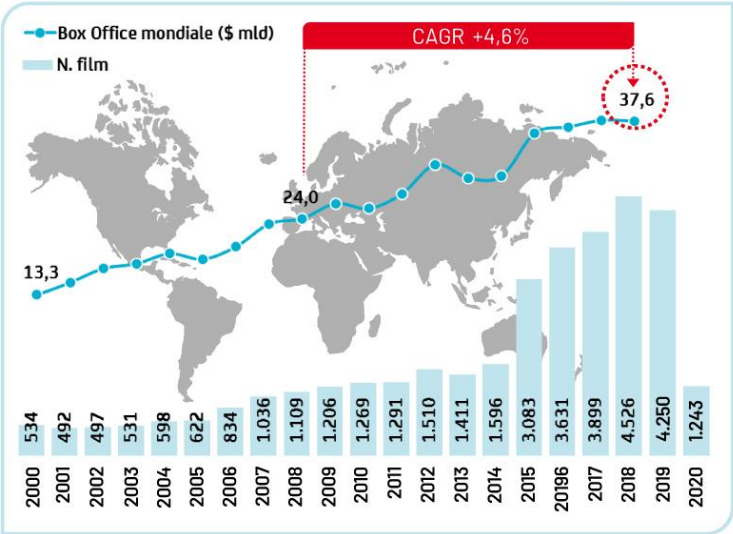
Esplosione della domanda di contenuti audiovisivi

Platea Globale

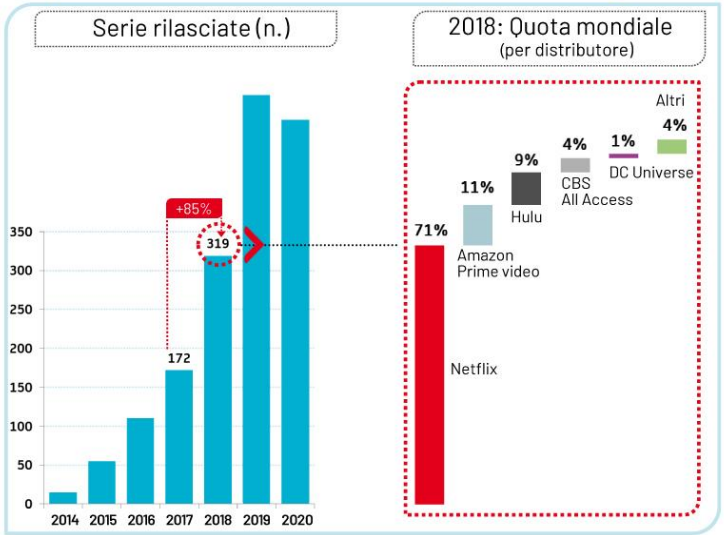
La domanda c'è: vorace appetito di intrattenimento
Platea globale "divoratrice" di film e serie televisive

Domanda - Trend

Cinema: Box Office revenue a livello mondiale



Nuove serie TV digitali



"Content people love": alla ricerca delle migliori esperienze di intrattenimento

- **Il mondo dei film e delle serie Tv è in grande fermento** a livello globale, sotto la spinta dello sviluppo delle nuove tecnologie digitali e dei cambiamenti nelle abitudini di fruizione da parte delle nuove generazioni. Oggi tutte le aziende del settore Entertainment & Media concorrono ferocemente per guadagnarsi l'attenzione dei consumatori sotto i colpi di un bombardamento massivo di nuovi contenuti.
- **La crescita** negli anni **del Box Office dei cinema a livello globale e il boom delle serie Tv distribuite sulle piattaforme streaming** testimonia, da un lato, il **buono stato di salute del settore sul fronte della domanda**, dall'altro, la "fame di intrattenimento" del pubblico alla ricerca di qualcosa di sempre più attrattivo e coinvolgente..

1) Altri operatori sono Youtube Premium, Youku, Hotstar, Blim, Yahoo!, Lightbox, Facebook, iQiyi, Seeso, Stan, Iflix, Crackle, ALT Balaji, Apple Music.

Fonte: The-Numbers - Nash Information Services; ParrotAnalytics "The Global Televesion Demand Report 2018"

Esplosione della domanda di contenuti audiovisivi

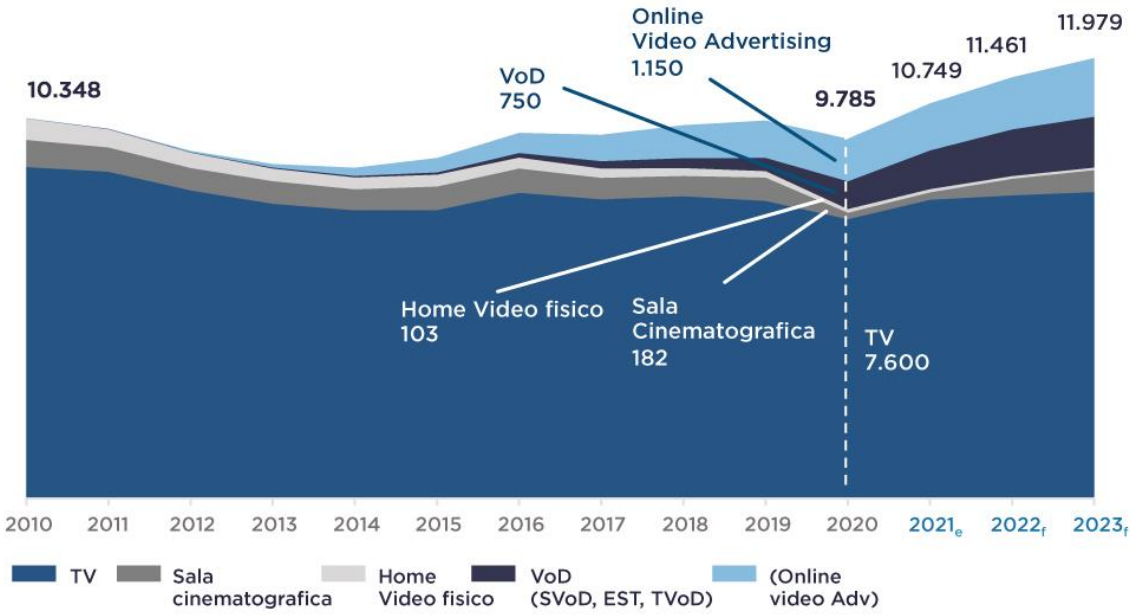
Platea Globale

In un mondo di supercompetitor quale spazio per i player più piccoli?
Posizionarsi come fornitori di contenuti locali di qualità

Ruolo dei produttori minori lungo la catena di approvvigionamento dei contenuti

Evoluzione dei ricavi del mercato audiovisivo in Italia per mezzi (€ MLN)

Mercato Italia



- La televisione rimane il medium centrale nel sistema audiovisivo ma prosegue e si accentua, anche come conseguenza del la pandemia Covid-19, la rapida crescita dell'ambiente video online che nel 2020 vale quasi **€2 miliardi**.
- Il 2021 è caratterizzato dalla ulteriore crescita dei ricavi online (VoD e Online Video Advertising) e dal rimbalzo degli investimenti pubblicitari sul mezzo televisivo (**+33,2%** nel primo semestre dell'anno).

Fonte: «3° rapporto APA sulla produzione audiovisiva nazionale»

I nuovi protagonisti del settore Entertainment & Media

Streaming Media player

Streaming media player: principali provider in Italia
accesa concorrenza nell'arena dell'intrattenimento online

Streaming player - Italia

Caratteristiche dell'offerta a catalogo di alcuni servizi streaming on demand in Italia nel 2020

Il più versatile	Miglior offerta serie TV	Miglior offerta cinema	Miglior Pay per view	Il più economico	Il più completo
NOW TV – canale streaming di Sky	NETFLIX	infinity – canale streaming di Mediaset	CHILI – LIVE YOUR MOVIE	amazon prime video	Disney+
• Piano contenuti molto **personalizzabile** • Contenuti **in esclusiva** • Anche offerta **sport**	• **Tanti contenuti originali** • **Produzioni proprie** diventate **molto famose** • Ricca scelta di **documentari**	• **Esclusiva programmi TV Mediaset** • Alta competitività di prezzo • Anche offerta **sport** (collaborazione con DAZN)	• **Contenuti esclusivi** • **Pre Order nuove uscite + Buono Cinema** • Trova Cinema • **Merchandise** Ufficiale Film & Serie TV • Acquisto **DVD e Blu-Ray**	• **Prezzo conveniente** • Anche **contenuti originali**	• **Brand potente** • Anche **contenuti originali** • **Merchandise** Ufficiale Film & Serie TV • **Parchi a tema**

Variabile chiave: la crescita degli abbonati

- Nel settore dell'intrattenimento su internet **la dimensione dell'offerta cresce a ritmi impressionanti in termini di operatori e servizi**. I player OTT si danno battaglia a colpi di cataloghi sempre più ricchi di contenuti originali e innovativi. **Nel 2020** le piattaforme SVOD hanno rilasciato a livello globale **oltre 500 nuove serie originali digitali**, di cui più di 180 solo sul network Netflix.
- Ogni provider adotta **diverse strategie per conquistare fette crescenti di nuovi abbonati**, che rappresentano la variabile chiave in base alla quale poter programmare i piani di investimento:
  - **i big mondiali dello streaming** (quali Netflix e Amazon) mirano allo sviluppo di un numero crescente di contenuti originali, anche di produzione propria, per una platea sempre più estesa a livello globale;
  - **i tradizionali media player** (come Sky e Mediaset) hanno proposto proprie piattaforme online (rispettivamente NoW tv e Infinitiy) su cui offrire il proprio catalogo prodotti;
  - **i nuovi entranti più piccoli** cercano di posizionarsi nel mercato attraverso un'offerta differenziata rispetto ai leading player. In Italia, ad esempio, la piattaforma Chili consente non solo l'acquisto e il noleggio di film e serie TV, ma anche l'acquisto di biglietti per il cinema, di merchandise legati alle produzioni più famose e anche l'acquisto di DVD e Blu-ray.

Fonte: www.qualescegliere.it/servizio-streaming-on-demand/

Principali trend

Macro trend

- L'emergenza Covid ha agito da acceleratore di processi di trasformazione strutturali e di lungo corso
- Concentrazione dei grandi players mondiali (Disney-Fox, Viacom-CBS, Warner-Discovery, Comcast-Sky)
- Forte crescita degli operatori OTT (Netflix, Amazon, Disney+, HBO, Paramount+)
- Crescita esponenziale della domanda di contenuti audiovisivi
- Concentrazione della distribuzione cinematografica in Italia (Notorious-Medusa, Warner-Sony, Rai Cinema-Leone, Universal-Vision-Lucky Red, Eagle-Paramount-MGM, Lucky Red-Bim)
- Il consumatore è sempre più alla ricerca di vivere vere esperienze di intrattenimento
- Conferma, attraverso legge di sistema, del significativo supporto pubblico per il settore
- La nuova direttiva UE sull'audiovisivo obbliga i broadcast tradizionali e gli OTT a investire su contenuti «made in Europe»

QUELLO CHE ABBIAMO SCOPERTO È CHE LA STORIA DEL COVID-19 NON È TANTO

«PRIMA E DOPO»

QUANTO

«PRIMA E PIÙ VELOCEMENTE»

NOTORIOUS PICTURES

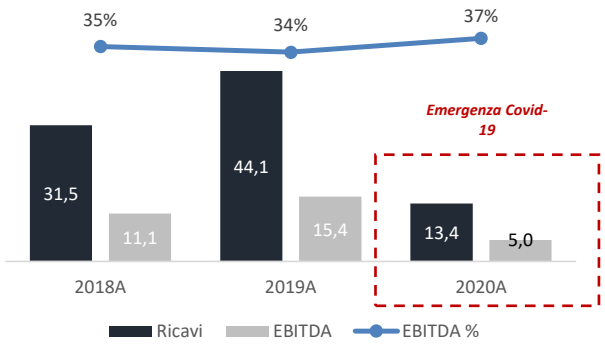
3. Principali aree di attività del Gruppo

Principali aree di attività

Overview del Gruppo

- **Il Gruppo Notorious Pictures**, fondato nel 2012 dall'attuale Presidente e AD Guglielmo Marchetti, **è un player leader nella produzione e distribuzione di contenuti multimediali in Italia e nella gestione di sale cinematografiche ed ha recentemente avviato l'attività di distribuzione in Spagna.**
- **Il Gruppo svolge le seguente attività**:
  - Acquisizione e commercializzazione di diritti cinematografici a prioritario sfruttamento *Theatrical*
  - Acquisizione e commercializzazione di c.d. film *Direct to Video* (DTV) e *Library*, contenuti destinati a prioritario sfruttamento *Broadcast*
  - Produzione e co-produzione di contenuti cinematografici
  - Produzione esecutiva per produttori internazionali
  - Gestione di sale cinematografiche (attraverso la società controllata Notorious Cinemas S.r.l. fondata nel 2019)

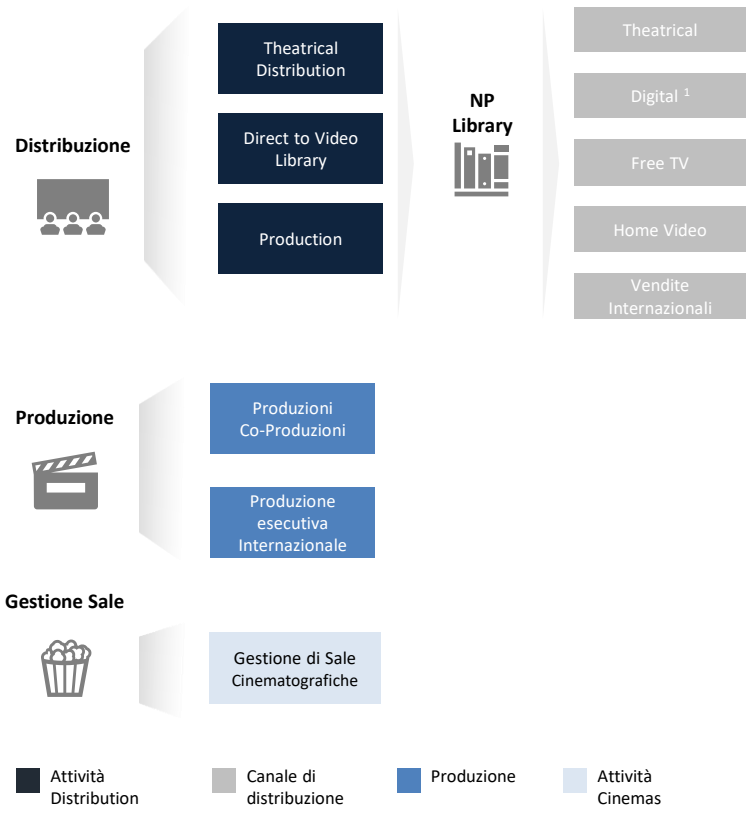
Key Finantials Consolidati[2] (dati in Euro MLN)



Note:
(1) Include New Media, PPV e Pay TV;
(2) I dati fino al 2018 si riferiscono alla sola Notorious Pictures SpA, in quanto la società controllata Notorious Cinemas Srl è stata fondata nel 2019.

Dati forniti dal Management

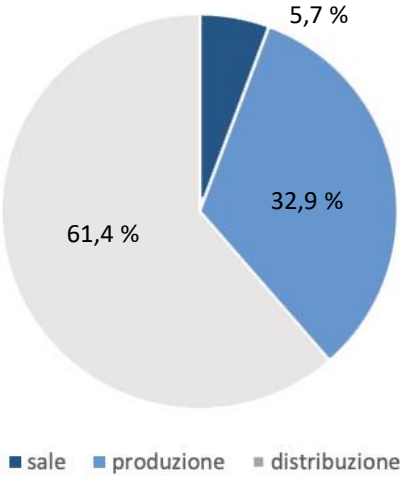
Aree di attività del Gruppo



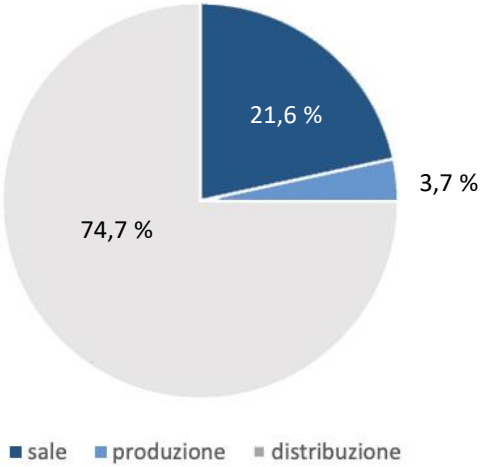
Peso delle diverse aree di attività sui ricavi

Aree di attività

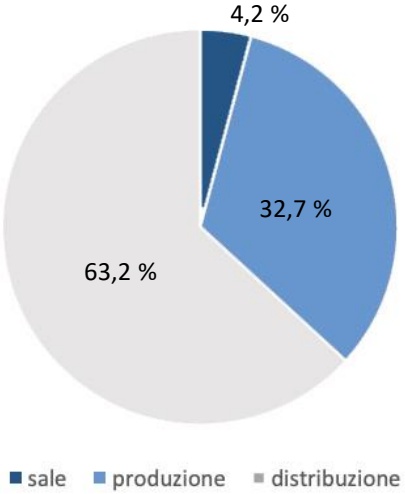
Esercizio 2019



Esercizio 2020



Esercizio H1 2021



Produzione

Principali linee strategiche

- Capacità di scouting e sviluppo soggetti attraverso un processo strutturato
- Area strategica e sempre più centrale nel Gruppo
- Produzioni nazionali e co-produzioni internazionali in associazione con primari operatori mondiali
- Produzione esecutiva per conto di produttori internazionali, grazie anche agli incentivi fiscali
- Rapporti con grandi sales companies internazionali (es. Endeavour)

Distribuzione

Principali linee strategiche

- Acquisto di film di maggiore potenziale commerciale.
- Accordo con Medusa per aumentare la capacità negoziale in un mercato in fase di concentrazione.
- Controllo diretto del P&A rimane valore strategico.
- Avvio del processo di internazionalizzazione per replicare il percorso di successo di NP in Italia, aumentare la capacità negoziale vs. produttori e diversificare le fonti di ricavo.
- Alta visibilità grazie ad una line up già definita per i prossimi 18 mesi circa.

Esercizio sale cinematografiche

Principali linee strategiche

- Ripresa del piano di sviluppo post Covid; previste 2 nuove aperture nel 2022 e 3 negli anni successivi.
- I nuovi trend di mercato rafforzano la validità del modello «Notorious Cinemas Experience».
- Importanza della capacità di offrire un'esperienza complessiva di *entertainment.*
- I dati di box office, sia dell'ultimo mese sia internazionali che italiani, confermano la centralità della sala cinematografica.
- Riconferma dell'obiettivo di 20 multisale e 5 milioni di spettatori annui.
- A seguito del Covid, opportunità di affitti delle sale più contenuti e legati ai biglietti venduti.
- Maggiore disponibilità dei *landlords* di accollarsi parte delle *capex*.

4. Risultati economico-patrimoniali H1 2021

Conto Economico Consolidato al 30.06.2021

Conto economico

Conto Economico (in € '000)	H1 2019	H1 2020	H1 2021
Ricavi distribuzione	16.984	3.660	6.550
Ricavi produzione	6.464	-	4.130
Ricavi gestione esercizio	615	1.189	180
Altri proventi	685	775	2.051
Ricavi	**24.748**	**5.624**	**12.911**
Var.%	*16%*	*-77%*	*130%*
Costi Totali	**(17.417)**	**(4.713)**	**(7.595)**
EBITDA	**7.331**	**911**	**5.316**
Margin %	*30%*	*16%*	*41%*
Risultato Operativo (EBIT)	**3.819**	**(1.517)**	**1.418**
Margin %	*15%*	*-27%*	*11%*
Risultato Netto	**2.660**	**(838)**	**1.110**

- Ricavi in **crescita del 130%** vs. H1 2020.
- I ricavi Distribuzione mostrano un calo vs. H1 2020 per la parte *Theatrical* pari a € 0,4 mln a seguito della **chiusura delle sale fino ad aprile**. Crescono invece di circa **€ 4,8 mln i ricavi legati alla fruizione domestica**.
- I ricavi **New Media mostrano un calo vs. H1 2020** che includeva € 1,0 mln di ricavi relativi alla vendita di «Anni da cane» ad Amazon.
- I ricavi Produzione includono principalmente **l'avanzamento lavori in corso per «Anni da cane»** contabilizzato fra le rimanenze.
- Gli Altri ricavi accolgono i tax credit e contributi pubblici legati all'emergenza Covid. L'insieme dei **contributi del semestre ammonta ad € 3,1 mln, di cui € 1,3 mln imputati a riduzione del valore netto contabile delle immobilizzazioni**.
- **L'EBITDA margin si attesta al 41,2%** dei ricavi grazie alle azioni di contenimento dei costi ed ai contributi pubblici.
- Gli **ammortamenti del semestre sfiorano € 4 mln**, confermando la prudente politica di ammortamento dei diritti sempre seguita dal Gruppo.

Stato Patrimoniale Consolidato al 30.06.2021

Stato patrimoniale

Stato Patrimoniale (in € '000)	H1 2020	2020	H1 2021
Immobilizzazioni	30.053	26.762	24.367
Capitale Circolante Netto	12.071	12.900	16.581
Fondi	(2.562)	(2.162)	(2.207)
Capitale Investito Netto	39.562	37.500	38.742
Posizione Finanziaria Netta	(13.664)	(12.891)	(13.022)
Totale Patrimonio netto	25.898	24.609	25.719
Fonti di Finanziamento	39.562	37.500	38.742

- Le **immobilizzazioni** decrescono vs. 31/12/20 di € 2,4 mln e comprendono il **valore della Library per € 12,4 mln** (di cui € 2,8 mln immobilizzazioni in corso) e il **valore d'uso dei cespiti utilizzati** (principalmente sale cinematografiche condotte da Notorious Cinemas) per **€ 11,6 mil**.
- Il **capitale circolante netto** aumenta vs. 31/12/20 di € 3,7 mln principalmente per effetto della ripresa dell'attività.
- La **PFN (indebitamento finanziario netto) è pari ad € 13,0 mln** è sostanzialmente in linea con il valore al 31/12/20. La **PFN, al netto dell'effetto IFRS 16, ammonta ad € 1,5 mln**.
- Il **patrimonio netto consolidato raggiunge e € 25,7 mln** confermando la solidità patrimoniale del Gruppo.

5. Strategia e prospettive future

Nuove idee, nuove energie

Evoluzione del business nel H1 2021

- I trend emersi in accelerazione nel mercato confermano la **validità delle scelte di fondo operate da Notorious Pictures**
- Il mercato conferma la **forte crescita della domanda di contenuti** da parte di *broadcasters* e *OTT*
- Rafforzamento dei **rapporti con i maggiori players** mondiali
- Concreti segnali di **ritorno del pubblico nelle sale** cinematografiche
- **Consolidamento del mercato italiano della distribuzione**: accordo Notorious Pictures/Medusa Film
- Conferma del **supporto pubblico**, sia di natura straordinaria che strutturale, per il settore
- Avvio della **strategia di internazionalizzazione** (Notorious Pictures Spain) per replicare in altri mercati il percorso di crescita vissuto in Italia e diversificare le fonti di ricavo
- L'attento **controllo dei costi** consente di mantenere **elevati livelli di marginalità**
- **Solidità patrimoniale**

Content Provider

Verso il futuro

- Graduale **ritorno dei livelli di box office pre-Covid** a partire dal 2022 e 2023
- Ritorno ad un regolare flusso annuo di **produzioni/co-produzioni**
- Distribuzione di un numero di films **in Italia in linea con i precedenti esercizi**; in **Spagna progressiva crescita dei films distribuiti nel 2022 e 2023**
- Opportunità derivanti dalla **strategia di internazionalizzazione in più paesi europei**
- **Valore della library** e capacità di **intermediazione di contenuti DTT**
- Ripresa del trend di **sviluppo del progetto Notorious Cinemas Experience**
- **Approccio più flessibile** nella definizione dei rapporti con i proprietari di sale cinematografiche
- Prosegue il lavoro per il lancio delle **prime serie TV ideate da Notorious Pictures**

Partners

Intermonte

DLA PIPER

BANCA FINNAT

EURONEXT
GROWTH MILAN

Deloitte.

Grazie

Notorious Pictures S.p.A.

Sede Legale
Largo Brindisi, 2 | 00182 Roma
Tel. +39 0683 600 710 | Fax +39 0683 600 711

Sede Amministrativa
Via della Signora, 2/A | 20122 Milano
Tel +39 0236 58 810 | Fax +39 0236 58 811