



NOTORIOUS

P I C T U R E S

Digital Entertainment Company

Milano | Maggio 2022

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 2021	pag. 22
5. Strategia e prospettive future	Pag. 25

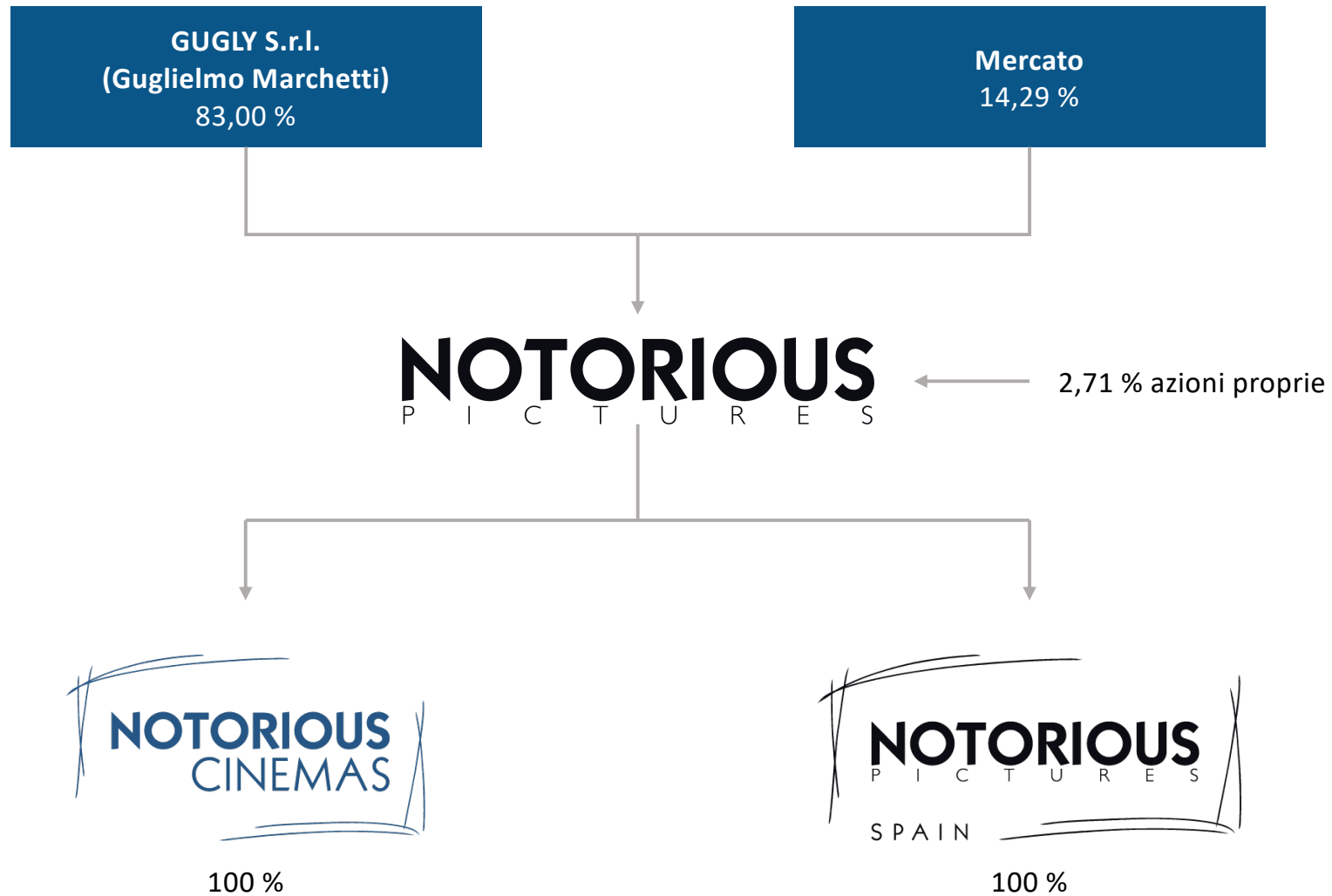
1. Overview del Gruppo

Il Gruppo Notorious Pictures

I fondamentali del Gruppo

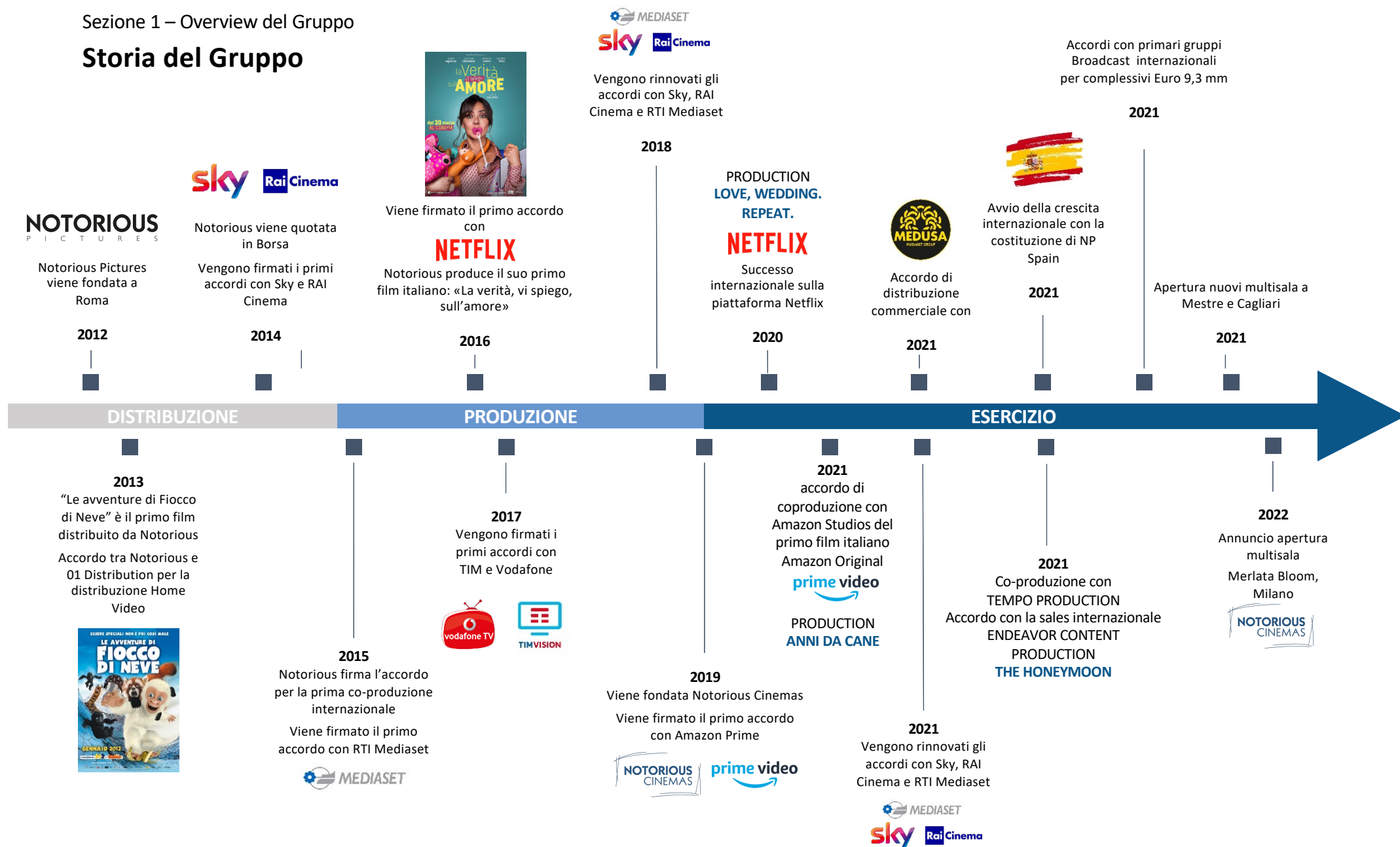
- Notorious Pictures fondata nel **2012** da **Guglielmo Marchetti, attuale Presidente e CEO**, con sede legale a Roma e uffici operativi a Roma e Milano, è un player leader nella produzione e distribuzione di contenuti multimediali e nella gestione di sale cinematografiche in Italia ed ha recentemente 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 8,9 milioni** a fronte di investimenti lordi per **Euro 50,8 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



Sezione 1 – Overview del Gruppo

Storia del Gruppo



2. Il mercato di riferimento

I nuovi protagonisti del settore Entertainment & Media

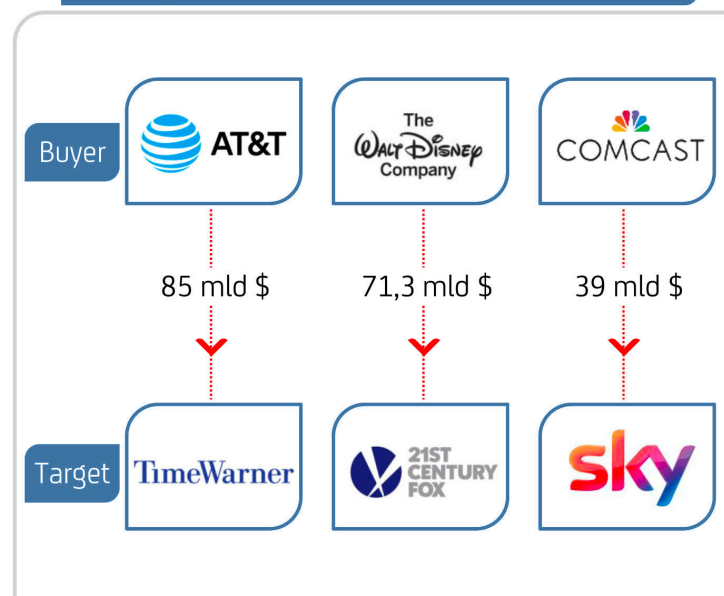
Streaming
Media
player

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



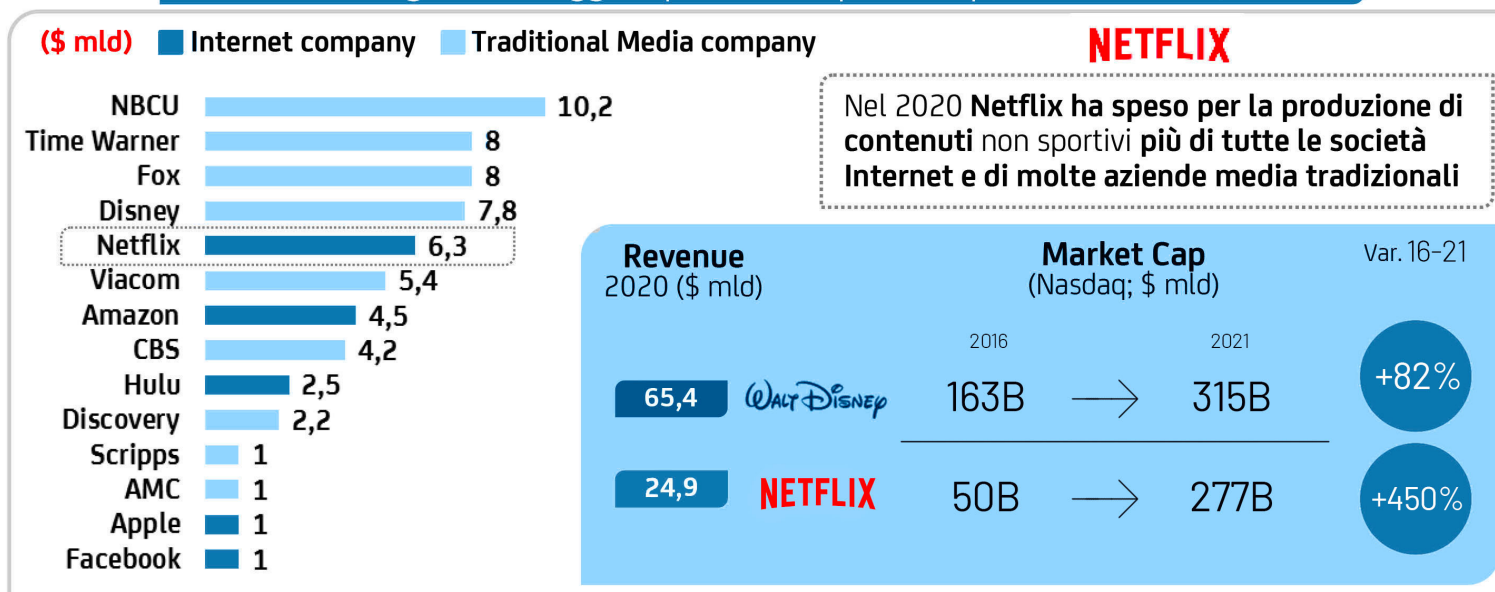
Principali categorie di operatori lungo la filiera

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, 2017¹



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

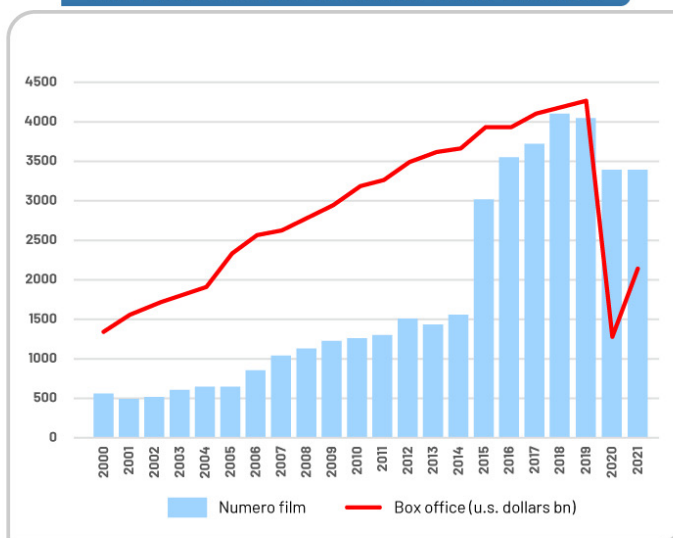
Nel 2022 le nove maggiori società del settore media e technology prevedono di spendere oltre \$ 140 bn per l'acquisto di contenuti (fonte dati Wells Fargo forniti a Variety Intelligence Platform)

Esplosione della domanda di contenuti audiovisivi

Platea
Globale

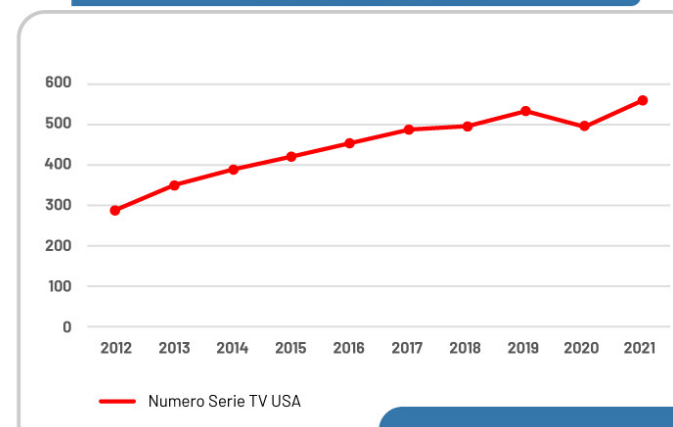
La domanda c'è: vorace appetito di intrattenimento Platea globale "divoratrice" di film e serie TV

Cinema: Box Office revenue a livello mondiale



Fonte: boxofficemojo.it

Nuove serie TV USA



Fonte: ricerca annuale FX/hollywoodreporter.com

Il 71% delle serie 2018 risultavano prodotte dalla sola Netflix

Cinema: Box Office revenue a livello mondiale

- **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 del cinema a livello globale (ad esclusione del periodo Covid) 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.

Esplosione della domanda di contenuti audiovisivi

Platea
Globale

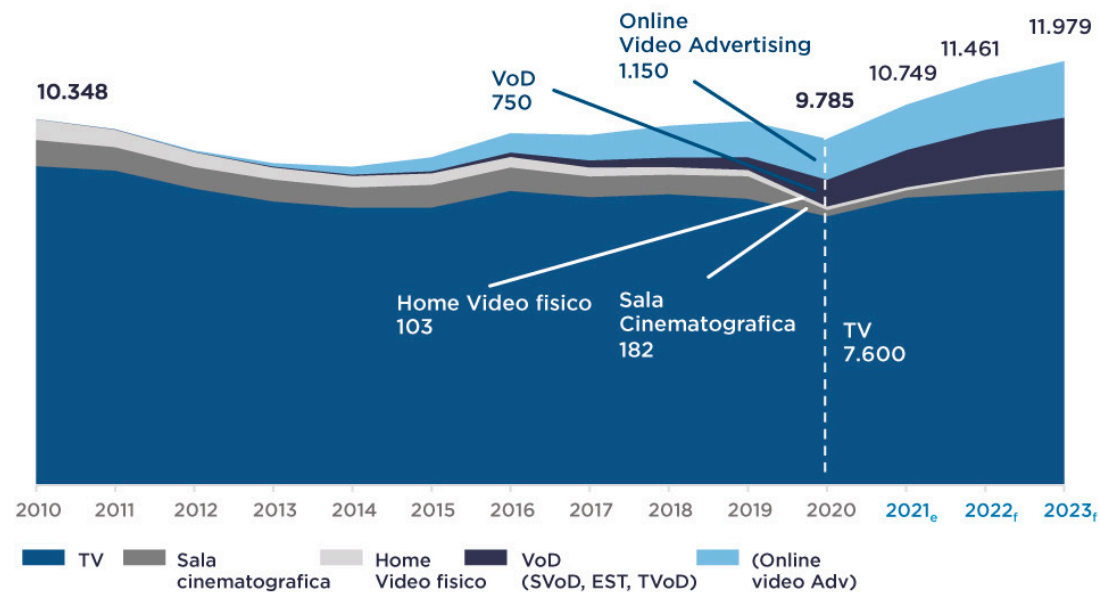
In un mondo di supercompetitor quale spazio per i player più piccoli?
Posizionarsi come fornitori di contenuti locali di qualità

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 della 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 2021

Il più versatile	Miglior offerta serie TV	Miglior offerta cinema	Miglior Pay per view	Il più economico	Il più completo
 canale streaming di Sky		 canale streaming di Mediaset	 LIVE YOUR MOVIE		
• 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 2021** 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 Infinity) 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, recentemente recepita anche in Italia, 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»

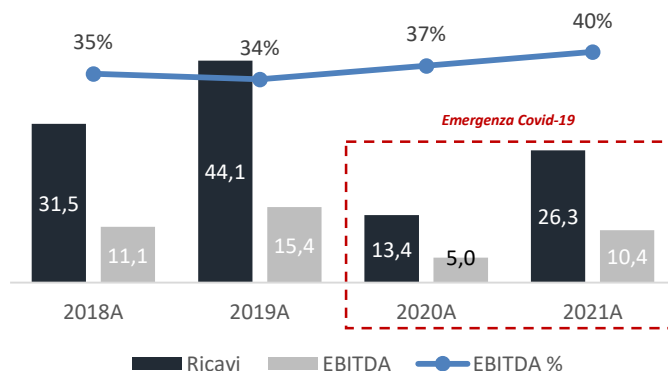
3. Principali aree di attività del Gruppo

Principali aree di attività

Overview del Gruppo

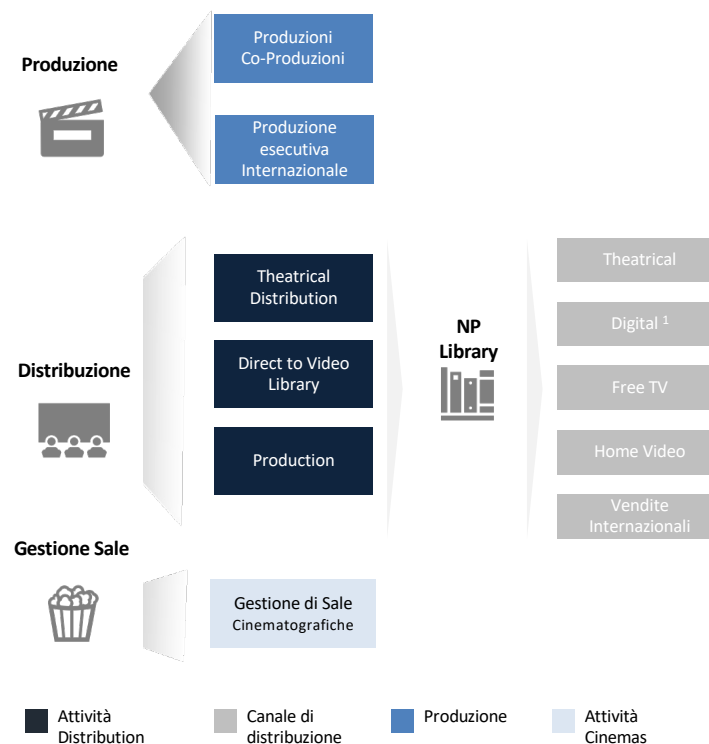
- Il Gruppo Notorious Pictures, fondato nel 2012 dall'attuale Presidente e AD Guglielmo Marchetti, è un player leader nella produzione e distribuzione di contenuti multimediali in Italia e nella gestione di sale cinematografiche ed ha recentemente avviato l'attività di distribuzione in Spagna.
- Il Gruppo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

Key Financials Consolidati¹ (dati in Euro MLN)



Note:
(1) 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.

Aree di attività del Gruppo

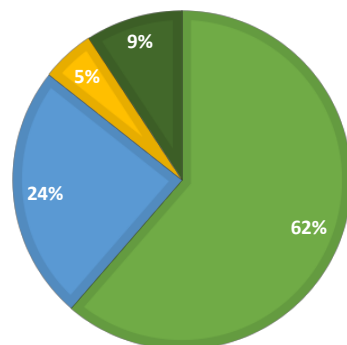


Peso delle diverse aree di attività sui ricavi

Aree di attività

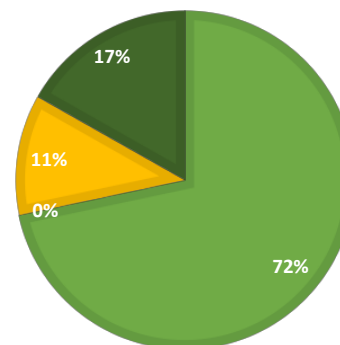
RIPARTIZIONE RICAVI 2019

■ Ricavi distribuzione ■ Ricavi produzione ■ Ricavi gestione esercizio ■ Altri proventi



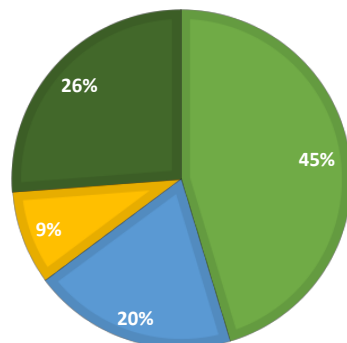
RIPARTIZIONE RICAVI 2020

■ Ricavi distribuzione ■ Ricavi produzione ■ Ricavi gestione esercizio ■ Altri proventi



RIPARTIZIONE RICAVI 2021

■ Ricavi distribuzione ■ Ricavi produzione ■ Ricavi gestione esercizio ■ Altri proventi



- Nel 2021 gli **Altri Proventi** si compongono per Euro 6,1 milioni (su un totale di Euro 6,9 milioni) di contributi di natura pubblica. Questi a loro volta sono ascrivibili alle attività di **Produzione per Euro 2,4 mil**, alle attività di **Distribuzione per Euro 1,7 mil** e a **contributi straordinari Covid per Euro 1,8 mil**.
- Superato lo stallo del 2020 legato alla pandemia, nel 2021 il peso dell'area **Produzione torna a crescere sui ricavi totali**.
- Sebbene nell'ultimo esercizio la società abbia portato al cinema solo 12 nuovi film, la **Distribuzione rimane la prima area di business confermando l'importanza acquisita dai canali diversi dalla sola Distribuzione Theatrical**.

Produzione

Principali linee strategiche



Area strategica e sempre più centrale nel Gruppo



Capacità di scouting e sviluppo soggetti attraverso un processo strutturato



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. William Morrison Entertainment, CAA)

Distribuzione

Principali linee strategiche



Distribuzione sempre più alimentata da film di propria produzione



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 (Notorious Pictures Spain) per replicare il percorso di successo di NP in Italia, aumentare la capacità negoziale vs. produttori e diversificare le fonti di ricavo.



Crescita esponenziale della domanda di contenuti da parte di streamers e broadcasters



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; confermate 2 nuove aperture nel 2022



I nuovi trend di mercato rafforzano la validità del modello «Notorious Cinemas Experience».



Importanza della capacità di offrire un'esperienza complessiva di *entertainment*.



La recrudescenza della pandemia nel Q4 2021 ha rallentato la ripresa delle presenze nelle sale cinematografiche.



Riconferma dell'obiettivo di 20 multisale e 5 milioni di spettatori annui.



A seguito del Covid, opportunità di affitti delle sale più contenuti e flessibili.



Maggiore disponibilità dei *landlords* di accollarsi parte delle *capex*.

4. Risultati economico-patrimoniali 2021

Conto Economico Consolidato al 31.12.2021

Conto economico

Conto Economico (in € '000)	2019	2020	2021
Ricavi distribuzione	27.064	9.633	11.902
Ricavi produzione	10.719		5.120
Ricavi gestione esercizio	2.263	1.551	2.348
Altri proventi	4.069	2.257	6.881
Ricavi	44.117	13.441	26.251
<i>Var. %</i>	<i>40%</i>	<i>-70%</i>	<i>95%</i>
Costi Totali	(28.705)	(8.406)	(15.877)
EBITDA	15.412	5.035	10.374
<i>Margin %</i>	<i>35%</i>	<i>37%</i>	<i>40%</i>
Risultato Operativo (EBIT)	6.625	(3.000)	3.384
<i>Margin %</i>	<i>15%</i>	<i>-22%</i>	<i>13%</i>
Risultato Netto	5.223	(2.127)	3.558

- I ricavi **crescono del 95% vs. 2020** e rappresentano il 60% dei ricavi 2019 pre-Covid. La crescita riguarda tutte le aree di business.
- In particolare i ricavi dell'area **Produzione: Euro 5,1 mil vs. zero nel 2020**, grazie anche ai ricavi da produzioni esecutive, ai quali devono aggiungersi Euro 2,4 mil di contributi alla Produzione contabilizzati tra gli Altri Proventi.
- I ricavi della **Distribuzione crescono del 24% vs. 2020** grazie particolarmente alle vendite Free TV e Pay TV.
- Gli **Altri Proventi (Euro 6,9 mil vs. Euro 2,3 mil nel 2020)** accolgono tutti i contributi pubblici (per Euro 6,1 mil) sia di natura ordinaria (Euro 4,3 mil) che legati all'emergenza Covid (Euro 1,8 mil).
- **L'EBITDA di Euro 10,4 mil cresce del 106% vs. 2020** ed è pari al **40% dei ricavi**, grazie al contributo determinante della Produzione, attività con marginalità tipiche più elevate, e grazie anche all'impatto dei contributi pubblici, particolarmente nell'area dell'Esercizio Cinematografico.
- **Ammortamenti per Euro 7,0 mil** confermano la politica estremamente prudente della società.
- Il **risultato netto di Euro 3,6 mil** incorpora un contributo positivo di Euro 0,5 mil dalla voce Imposte per effetto della contabilizzazione di redditi esenti (tax credits).

Stato Patrimoniale Consolidato al 31.12.2021

Stato patrimoniale

Stato Patrimoniale (in € '000)	2019	2020	2021
Immobilizzazioni	28.801	26.762	32.847
Capitale Circolante Netto	14.880	12.900	13.202
Fondi	(2.602)	(2.162)	(1.264)
Capitale Investito Netto	41.079	37.500	44.785
Posizione Finanziaria Netta	14.269	12.891	16.618
Totale Patrimonio netto	26.810	24.609	28.167
Fonti di Finanziamento	41.079	37.500	44.785

- Con la ripresa dell'attività ed in particolare della Produzione le **immobilizzazioni** crescono vs. 31/12/20 di Euro 6,1 mil e comprendono il **valore della Library per Euro 8,9 mil e immobilizzazioni in corso** (principalmente produzione «The Honeymoon») per Euro 10,7 mil.
- Il **valore d'uso dei cespiti utilizzati** (principalmente sale cinematografiche condotte da Notorious Cinemas) **si incrementa di circa Euro 0,7 mil**, con l'aumento legato alle aperture di nuove sale in larga parte controbilanciato dagli ammortamenti.
- Il **capitale circolante netto** rimane sostanzialmente in linea con il valore al 31/12/20 ed è pari ad Euro 13,2 mil.
- La **PFN (indebitamento finanziario netto)** è pari ad **€ 16,6 mil** in aumento di Euro 3,7 mil vs 31/12/20 ed Euro 3,6 mil vs. 30/6/21. La **PFN, al netto dell'effetto IFRS 16, ammonta ad € 3,4 mln** vs. Euro 1,5 mil al 30/6/21. L'aumento della PFN riflette l'aumento dell'attività, principalmente nell'area Produzione.
- Il **patrimonio netto consolidato raggiunge e € 25,7 mil** confermando la solidità patrimoniale del Gruppo.

5. Strategia e prospettive future

Nuove idee, nuove energie

Evoluzione del business nel 2021



I trend emersi nel mercato confermano un'accelerazione del cambiamento e 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



Consolidamento del mercato italiano della distribuzione



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



Crescita esponenziale di **produzioni/co-produzioni internazionali**



Opportunità derivanti dal lavoro di sviluppo delle **prime serie TV ideate da Notorious Pictures**



Graduale **ritorno dei livelli di box office pre-Covid** a partire dal 2022 e 2023



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/DTS**



Ripresa del trend di **sviluppo del progetto Notorious Cinemas Experience**



Approccio più flessibile nella definizione dei rapporti con i proprietari di sale cinematografiche

Partners



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