



CRÉATEUR D'EMOTIONS

SCALE 2023

FÉVRIER 2020

REWARD ORIGINALITY

ACADEMY AWARD® NOMINEE
BEST ANIMATED FEATURE

3 WINNER
ANNIE AWARDS
BEST INDIE FEATURE
BEST WRITING BEST MUSIC

"THE BEST ANIMATED FILM OF THE YEAR."

Hollywood Reporter | IndieWire | Collider | The Austin Chronicle | Playlist | Daily Beast | GQ | Film

WINNER NEW YORK FILM CRITICS ASSOCIATION BEST ANIMATED FILM	WINNER LOS ANGELES FILM CRITICS ASSOCIATION BEST ANIMATED FILM
WINNER NEW YORK FILM CRITICS ONLINE BEST ANIMATED FILM	WINNER CHICAGO INDIE CRITICS AWARDS BEST ANIMATED FILM
WINNER FLORIDA FILM CRITICS CIRCLE BEST ANIMATED FILM	WINNER UTAH FILM CRITICS ASSOCIATION BEST ANIMATED FILM
WINNER MIDWEST FILM FESTIVAL CRITICS' WEEK GRAND PRIZE	WINNER ALLIANCE OF WOMEN FILM JOURNALISTS BEST ANIMATED FILM
WINNER AUSTIN FILM CRITICS ASSOCIATION BEST ANIMATED FILM	WINNER ANNIECY FILM FESTIVAL AUDIENCE AWARD
WINNER SAN FRANCISCO BAY AREA FILM CRITICS CIRCLE BEST ANIMATED FILM	WINNER ANNIECY FILM FESTIVAL CRISTAL AWARD
WINNER BOSTON SOCIETY OF FILM CRITICS BEST ANIMATED FILM	WINNER PALM SPRINGS INTERNATIONAL ANIMATION FESTIVAL BEST ANIMATED FEATURE
WINNER BLACK FILM CRITICS CIRCLE BEST ANIMATED FILM	WINNER SAN DIEGO FILM CRITICS SOCIETY BEST ANIMATED FILM

I LOST MY BODY

NETFLIXGUILDS.COM

AVERTISSEMENT

Ce document peut contenir des données financières estimatives, des informations sur des projets et transactions à venir et des résultats / performances anticipés. Ces données prospectives sont fournies à titre purement estimatif. Elles sont exposées aux risques et aux incertitudes du marché et peuvent varier sensiblement par rapport aux résultats réels qui sont publiés par la suite. Les données financières estimées ont été soumises au Conseil d'administration et n'ont pas fait l'objet d'une validation par le commissaires aux comptes titulaire. Des informations plus détaillées sur les risques éventuels susceptibles d'influer sur nos résultats financiers figurent dans le Rapport annuel 2018. Xilam Animation attire particulièrement l'attention des investisseurs sur les risques figurant au chapitre 2.8 de ce document. Hormis ses obligations réglementaires, Xilam Animation ne s'engage aucunement à leur mise à jour en fonction de nouvelles informations ou d'évolutions à venir.

NOTRE VISION, NOS VALEURS

Devenir des champions mondiaux de l'animation dans la création, la production et la distribution de programmes innovants qui défient le temps et l'espace

Créateur
d'émotions

TALENTS

AUDACE

INNOVATION

PROSPECTIF

GLOBAL

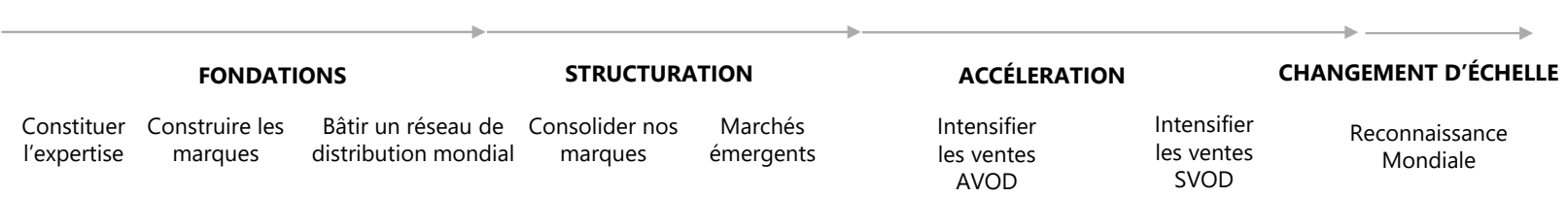
INCLUSIF

NOTRE MISSION

- ⊙ Proposer les meilleurs programmes d'animation au monde.
 - ⊙ Recruter et fidéliser les talents les plus créatifs.
- ⊙ Être un partenaire sur le long terme pour nos plateformes de distribution.
 - ⊙ Être une entreprise inclusive de référence.
- ⊙ Générer une croissance rentable et durable pour nos investisseurs.

UNE CROISSANCE ORGANIQUE ROBUSTE SUR PLUS DE 20 ANS

1999 2020



- ➔ Parmi le Top 10 mondial des studios d'animation⁽¹⁾
- ➔ 5 studios de production : Paris (2), Lyon, Angoulême, Ho Chi Minh
- ➔ 500 employées (400 artistes)
- ➔ +20 créations originales
- ➔ +2 200 épisodes produits
- ➔ 190 pays/+800M foyers
- ➔ +15 milliards de vues / +15M d'abonnés sur YouTube
- ➔ 1 nomination aux Oscars, meilleur film d'animation

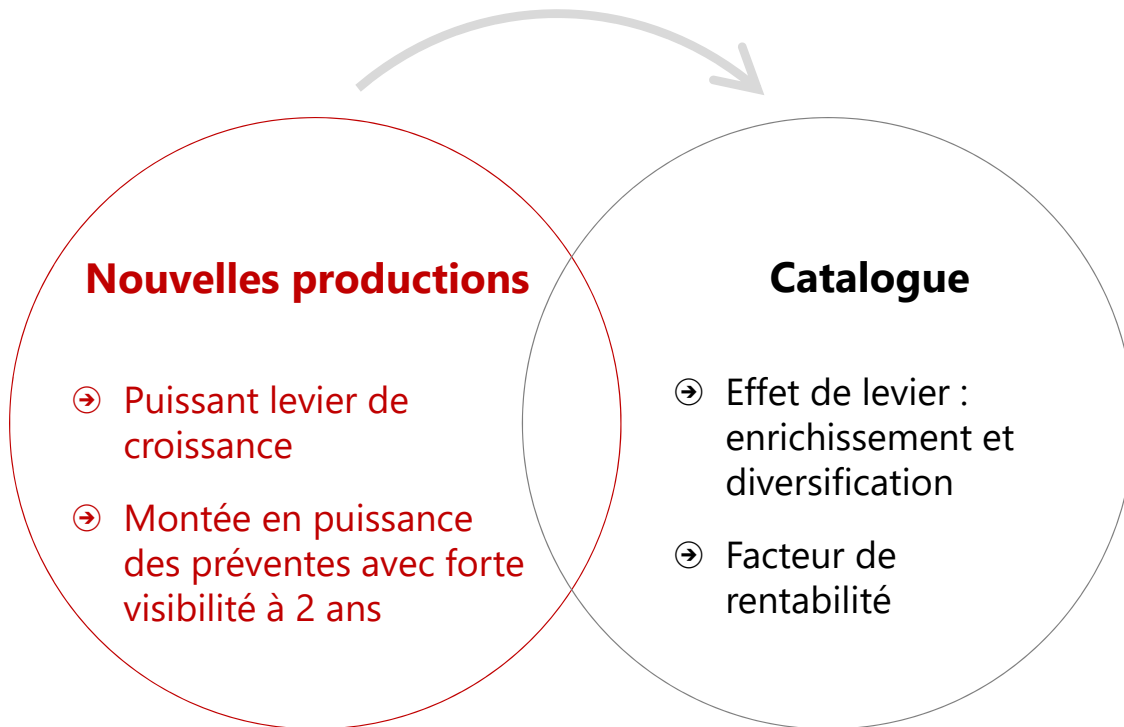
Row 1: Character icons (e.g., Les Asphodèles, Les Simpson, etc.)

Row 2: Partner logos (Gulli, France.tv, Super RTL, Fox Networks, Mediaset, Itw, Nickelodeon, Disney, Cartoon Network, YouTube, Amazon, Netflix, Disney+, CBS All Access, Oscars, NBC Universal)

A l'aube d'une nouvelle ère de croissance

(1) Lauréats Kidscreen 2019 Hot50: <http://kidscreen.com/hot50/2019/>

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PERFORMANT



NOUVELLES PRODUCTIONS = CATALOGUE DE DEMAIN

Construire un actif à long terme

- ➔ Production continue de contenu original premium
- ➔ Création d'un catalogue de marques propriétaires de grande qualité

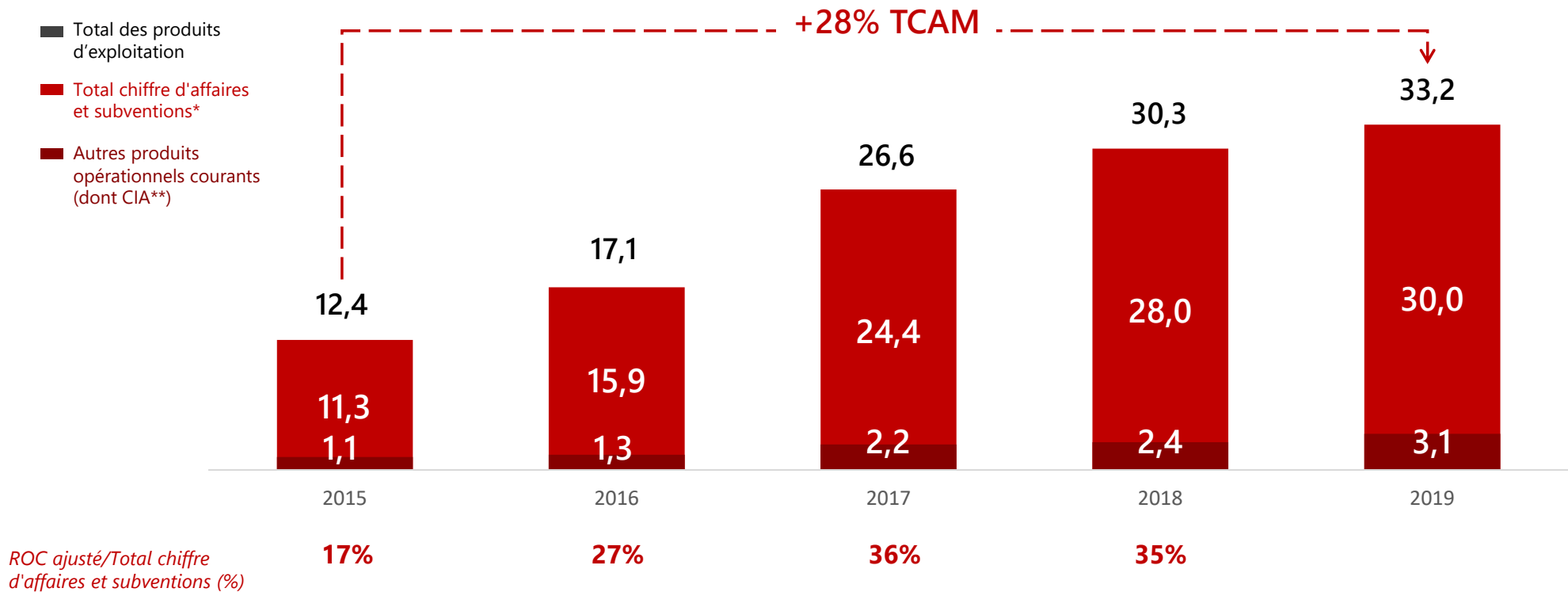
Un modèle aux cycles longs

- ➔ Cycle de production sur 5 ans : développement (3 ans) + production (2 ans)
- ➔ Cycle de vente : 10 ans à >25 ans
- ➔ Cycles longs = forte barrière à l'entrée

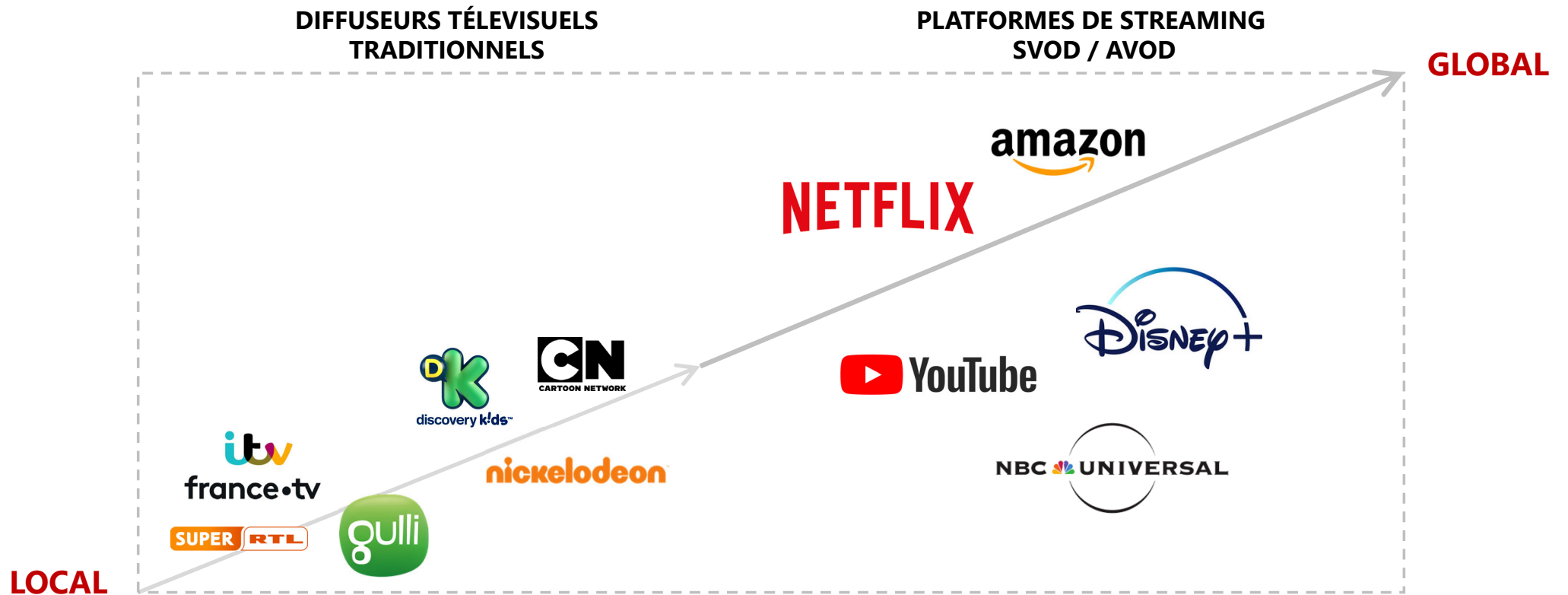
Un acteur entièrement intégré

- ➔ Création : peu de redevances aux tiers
- ➔ Production : coûts maîtrisés / rétention de marge
- ➔ Distribution : faibles commissions de vente

UN HISTORIQUE DE CROISSANCE SOUTENUE ET RENTABLE



GLOBALISATION DE NOS SOURCES DE REVENUS



Adapter le modèle économique pour capter le fort potentiel du marché

CHANGEMENT DE PARADIGME DE
L'INDUSTRIE DE L'ANIMATION :

DISTRIBUTION GLOBALISÉE,
PRODUCTION GLOBALISÉE



TENDANCES DE FOND DU MARCHÉ DE L'ANIMATION

TENDANCES

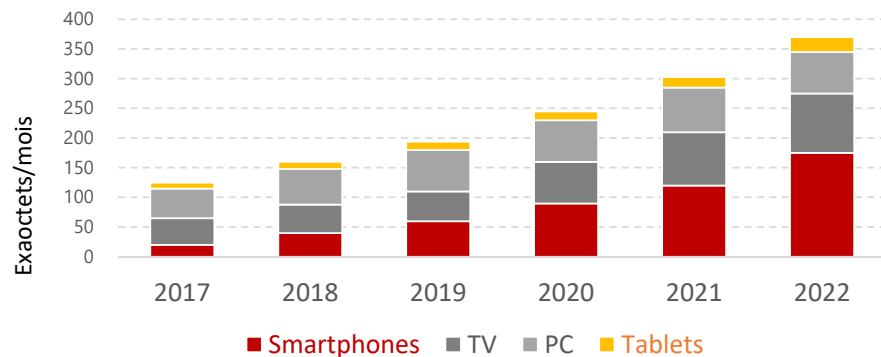
- ➔ Le marché de la vidéo à la demande est incrémental
- ➔ La vidéo à la demande : accélérateur de la globalisation
- ➔ La distribution de contenu : puissant levier d'activités (Amazon, Apple, Disney, Comcast)
- ➔ L'animation : un puissant facteur de rétention des abonnés (anti churn)

CONSÉQUENCES

- ➔ Investissements massifs en animation
- ➔ Demande croissante pour un contenu premium et un catalogue profond
- ➔ Concentration vers des leaders en capacité de produire un contenu premium

L'ESSOR DE LA MOBILITÉ FAVORISE LE STREAMING

BANDE PASSANTE PAR TYPE D'ÉQUIPEMENT

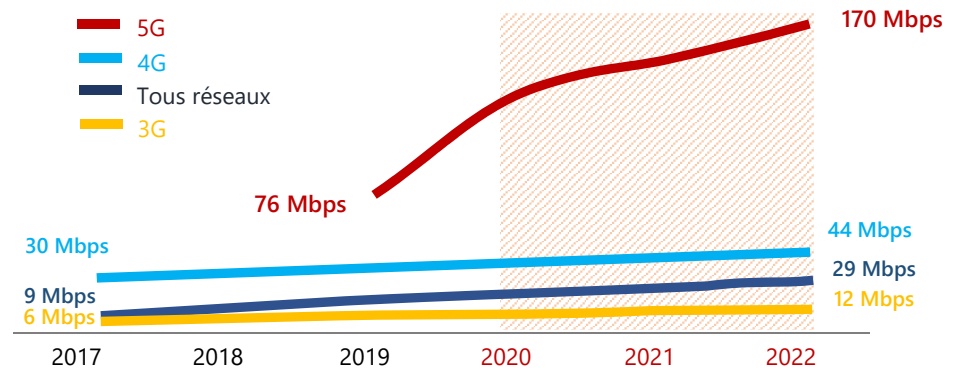


Cisco VNI global IP traffic forecast, 2017-2022

Le streaming a représenté 20% de la consommation télévisuelle aux États-Unis en 2019.

Sondage Nielsen

VITESSE DE CONNEXION MOBILE PAR TECHNOLOGIE



Cisco VNI global, 2019, Ookla Speedtest.net

« Le nombre d'abonnés ne sera plus l'instrument de différenciation entre acteurs de la guerre du streaming. Le temps passé sera la véritable mesure. »

Reed Hastings, New York Times, DealBook Conference, Nov19

HAUSSE CROISSANTE DES INVESTISSEMENTS EN PROGRAMMES D'ANIMATION

60% des foyers
abonnés à Netflix
regardent des
programmes
d'animation

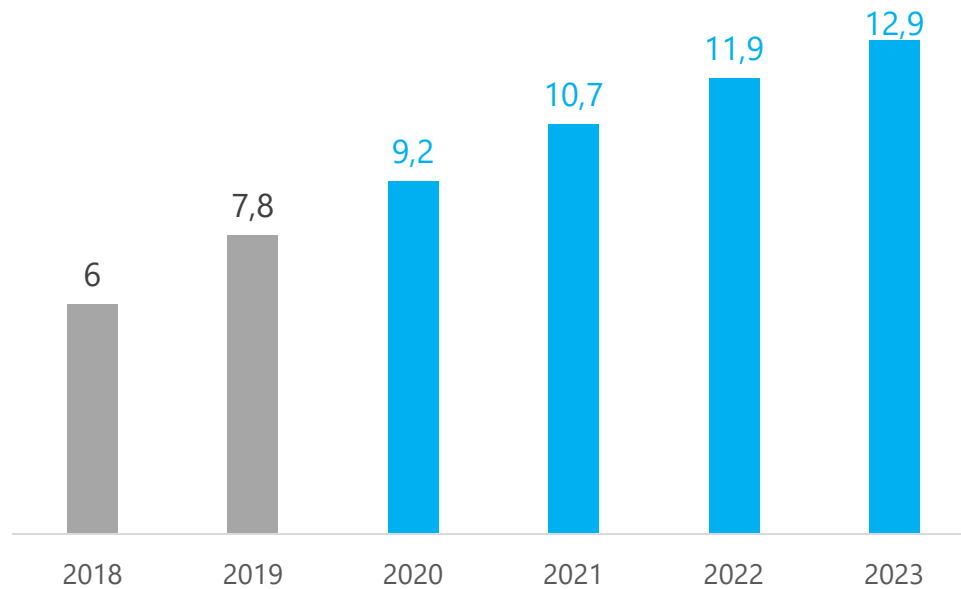
Le volume du marché de
l'animation en streaming était
de \$2.9 mds en 2018, avec une
croissance annuelle +8%.

<https://www.prnewswire.com/news-releases/global-animation-vfx-games-markets-2018-2020-total-value-of-global-animation-industry-is-projected-to-reach-us-270-billion-300773718.html>

Accélération de la demande globale en programmes d'animation :
prime aux acteurs capables de produire du contenu premium

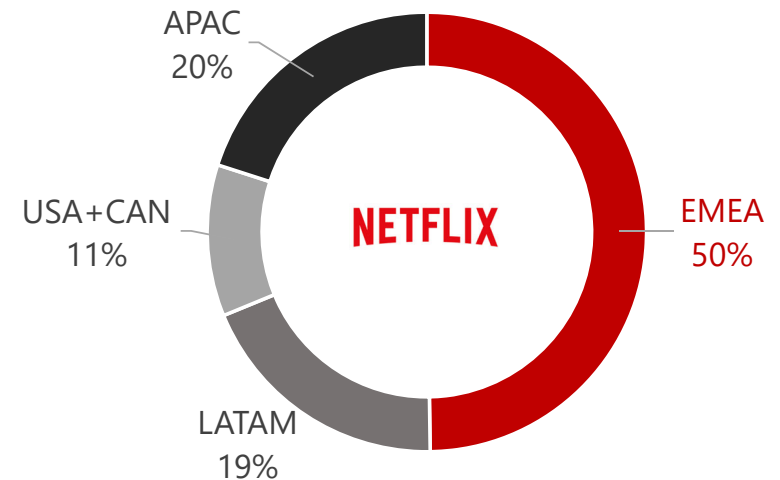
L'EUROPE, CIBLE STRATÉGIQUE DES PLATEFORMES DE STREAMING

Revenus d'abonnements à la vidéo en ligne en Europe
2018-2023 (Mds\$)



Données recueillies le 19 février
Sources : données industrielles; estimations Kagan
Kagan, un groupe de recherche média au sein de l'offre S&P Global Market Intelligence.
©2019 S&P Global Market Intelligence de TMT.

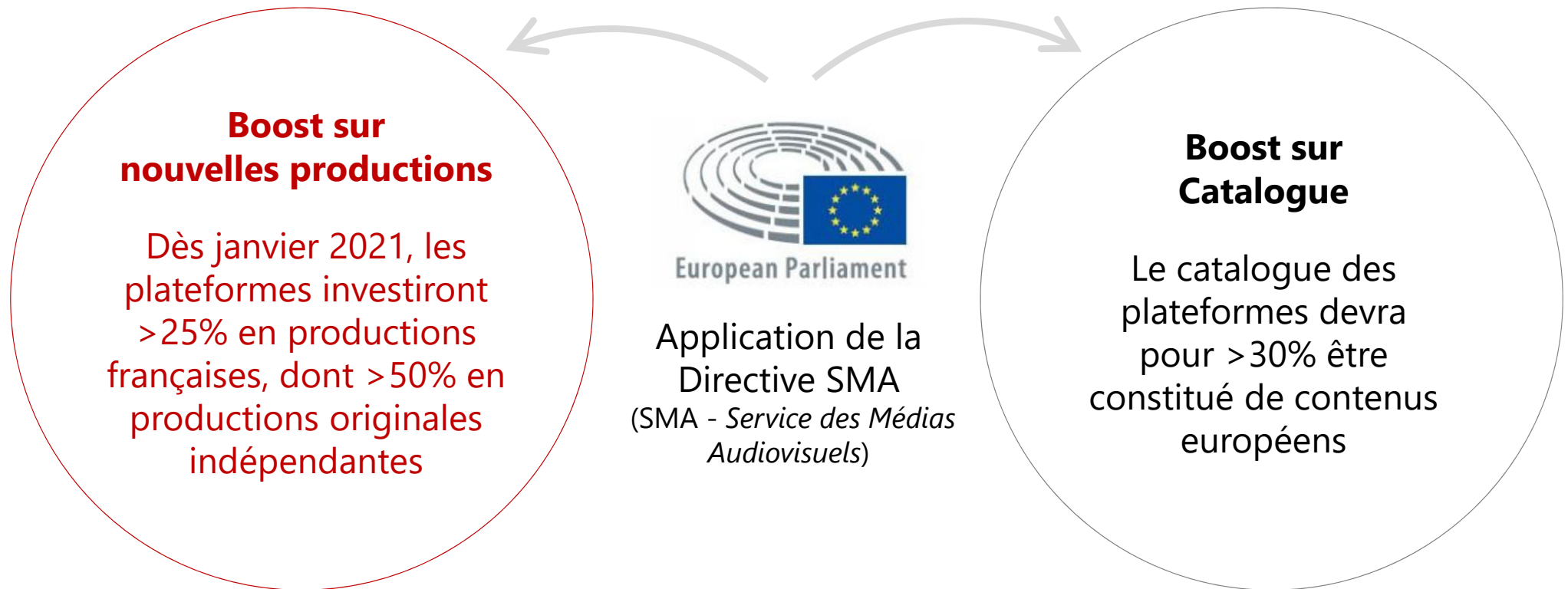
Netflix: part du gain d'abonnés par région en 2019 (%)



Sources : Netflix

Priorité actuelle pour les plateformes : mener la course en Europe

LA DIRECTIVE SMA, NOUVEAU LEVIER DE CROISSANCE

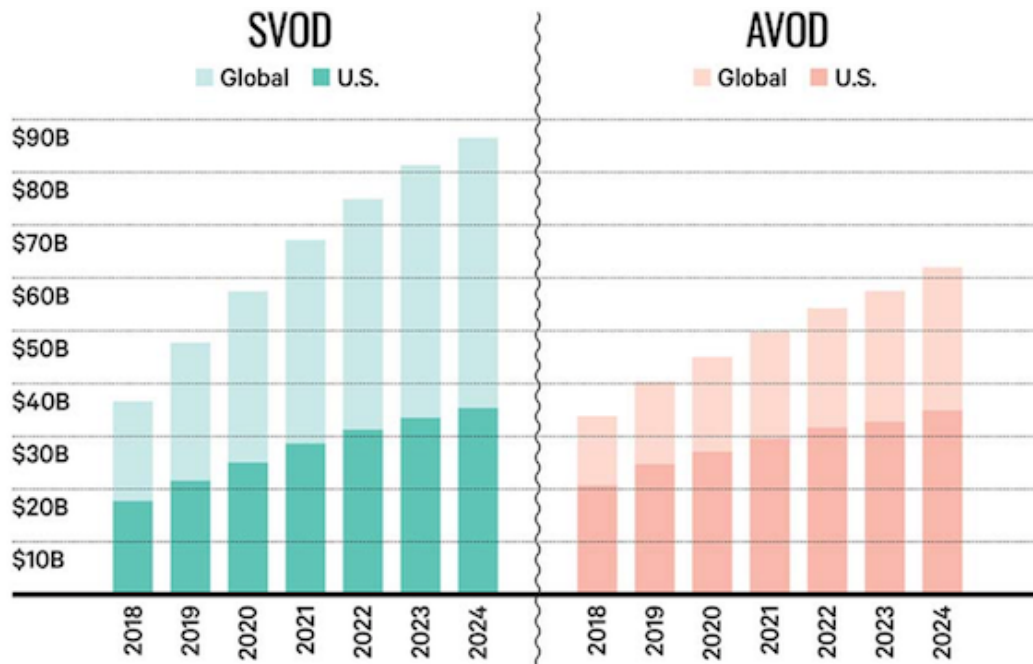


Un potentiel incrémental significatif

AVOD: UNE SOURCE DE REVENUS COMPLÉMENTAIRES EN FORTE CROISSANCE

SVOD vs. AVOD

Le streaming par abonnement est toujours dominant mais le streaming par la publicité est en plein essor



Revenus SVOD et AVOD: x2 d'ici 5 ans

AVOD: un levier significatif pour le catalogue

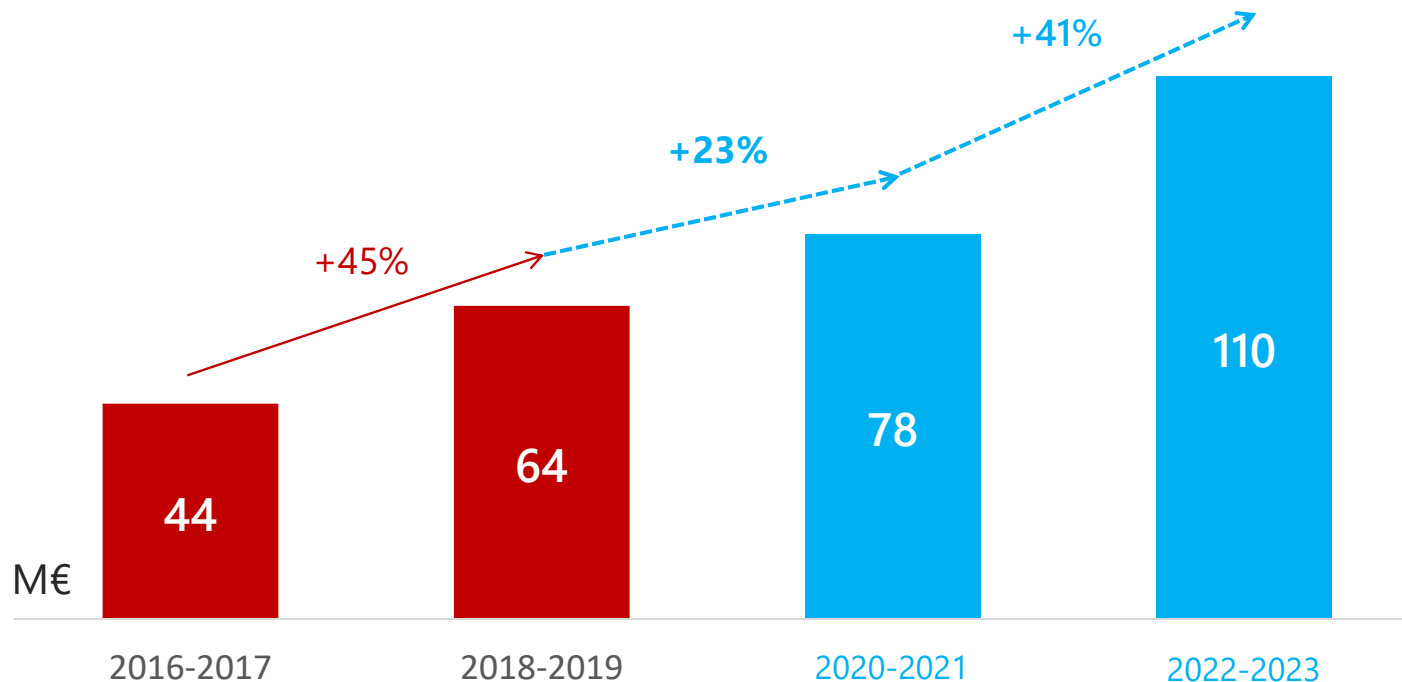


SCALE 2023

ADRESSER 100% DU POTENTIEL
D'UN MARCHÉ EN PLEINE
DISRUPTION



NOUVEAUX OBJECTIFS DE REVENUS CUMULÉS 2020/21 & 2022/23



2012 à 2023 :
12 ans de forte croissance

➔ 2012-2015: 51 M€

➔ 2016-2019: 108 M€

➔ 2020-2023: 188 M€

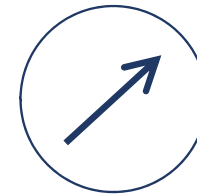
Une croissance organique fortement rentable

DOUBLE LEVIER DE CROISSANCE



VOLUME

Hausse de la demande en programmes de qualité
Consolidation du marché



VALEUR

Xilam : une expertise unique
Globalisation des ventes (profondeur du marché)
Guerre du streaming (concurrence)
Marché adulte à fort potentiel

Déséquilibre structurel : offre insuffisante vs. demande croissante du marché

STRATÉGIE DE CROISSANCE

PILIERS DE LA STRATÉGIE

- 1 POURSUIVRE LA CROISSANCE SUR LE CŒUR DE MÉTIER
« KIDS & FAMILY »
- 2 ÉLARGIR LES PRODUCTIONS AU SEGMENT ADULTE
- 3 DÉVELOPPER LES PRODUCTIONS NON-PROPRIÉTAIRES À
FORTE MARGE
- 4 ACCÉLÉRER SUR LES RELAIS DE CROISSANCE B2C

LEVIERS

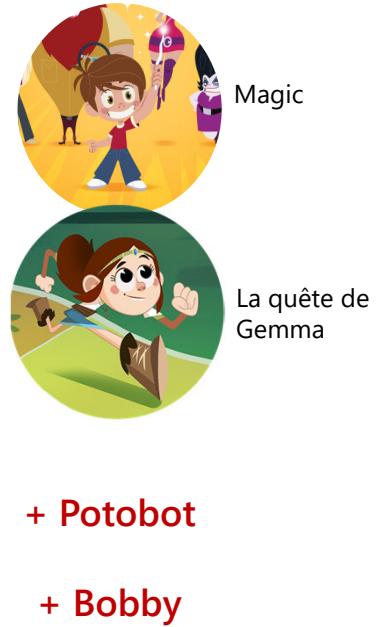
- 1 TALENTS
- 2 CAPACITÉ DE PRODUCTION
- 3 MARKETING
- 4 M&A

1 POURSUIVRE LA CROISSANCE SUR LE CŒUR DE MÉTIER « KIDS & FAMILY »

SLAPSTICK



AVENTURE / COMEDIE



FORMATS COURTS



PRESCOLAIRE



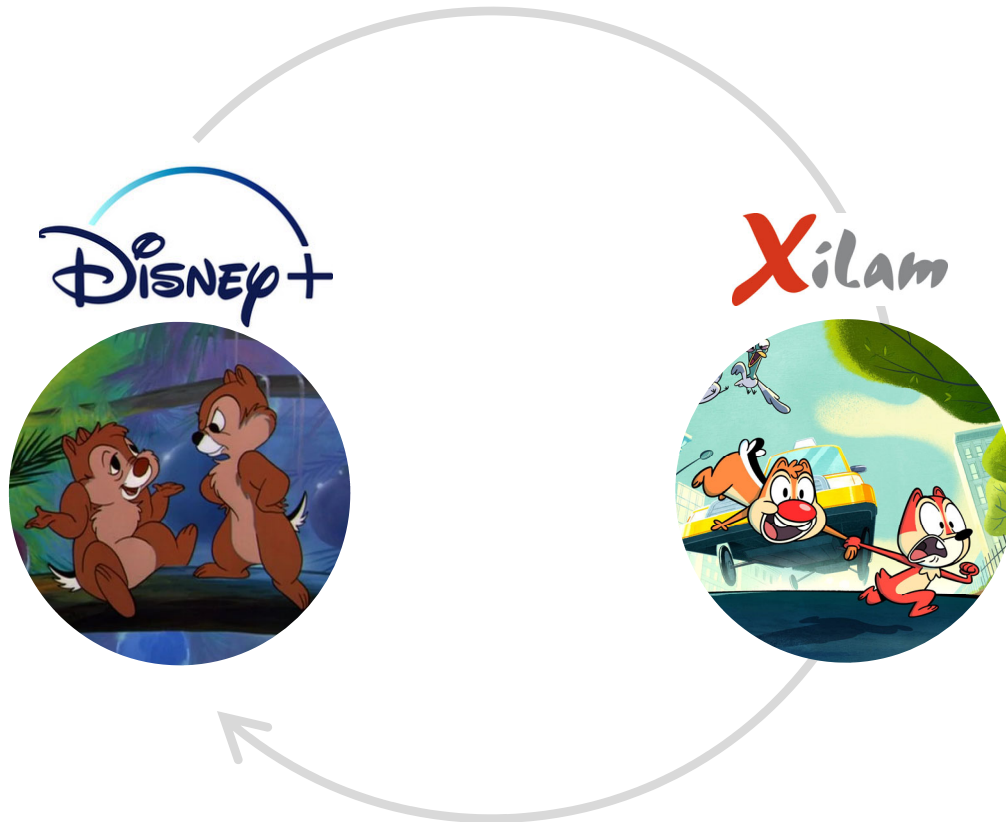
2 ÉLARGIR LES PRODUCTIONS AU SEGMENT ADULTE



DEMANDE NOUVELLE DES 15-35 ANS :
UN MARCHÉ MONDIAL INEXPLOITÉ

- ➔ Réputation mondiale grâce à *J'ai perdu mon corps*
- ➔ Budgets de production plus élevés qu'en « kids »
- ➔ Modèle de préfinancement inchangé (aucun revenu « salles »)
- ➔ 2 films + 4 séries en développement
- ➔ Livraison de mini-séries dès 2022
- ➔ Livraison de films dès 2023

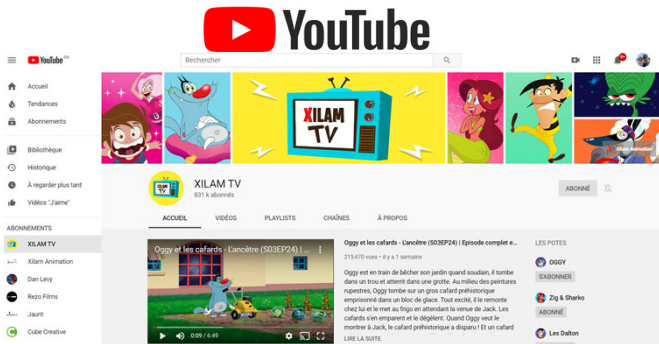
3 DÉVELOPPER LES PRODUCTIONS NON-PROPRIÉTAIRES



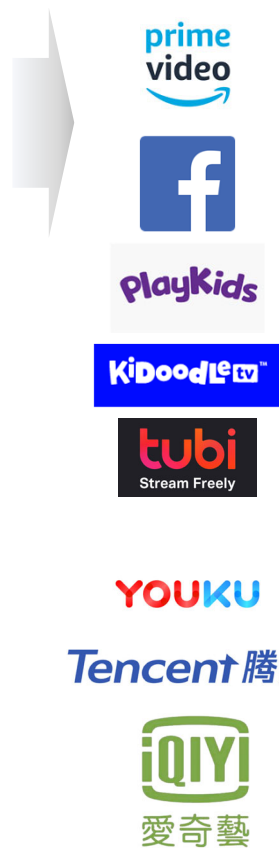
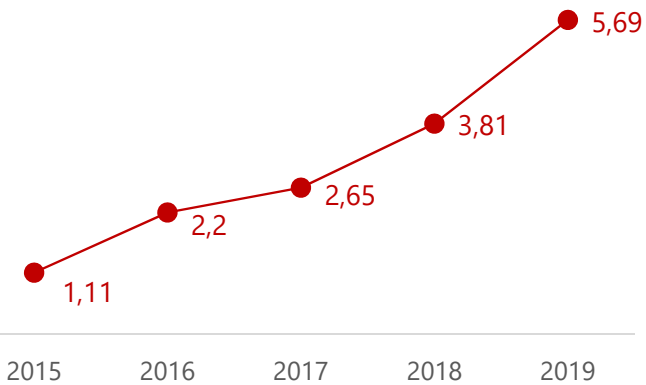
- ③ Développer des services en capitalisant sur l'expertise en création et production
- ③ Capitaliser sur l'expertise en images de synthèse (Cube)

- ③ **Marges élevées + cash flow**
- ③ **Avancer la comptabilisation des revenus**

4 ACCÉLÉRER SUR LES RELAIS DE CROISSANCE B2C : AVOD ET MERCHANDISING



Évolution de la fréquentation (en mds de vues)



① RECRUTER ET FIDELISER DES TALENTS BRILLIANTS ET CRÉATIFS

- ➔ La visibilité mondiale du contenu de Xilam renforce l'image de marque de la société auprès des talents
- ➔ Concentration sur la recherche de talents et sur l'innovation au travers de partenariats avec les meilleures écoles d'animation
- ➔ Système de mentorat / partage des compétences, des connaissances et des technologies
- ➔ Gestion de la carrière des talents au sein de Xilam
- ➔ *Xilam Challenge* : appel à propositions 2x/an pour identifier les nouveaux développements / talents
- ➔ *Best place to work* : culture inclusive et fort engagement écologique

➔ Capacité démontrée à identifier et encourager des talents d'exception

M Le MAG • OSCARS

Jérémy Clapin, un Français dans la course à l'Oscar du meilleur film d'animation

Le cinéaste parisien espère remporter l'Oscar du meilleur film d'animation, le 9 février, pour « J'ai perdu mon corps ». Son ovni, soutenu par Netflix, pourrait séduire des jurés lassés des habituels blockbusters pour enfants.

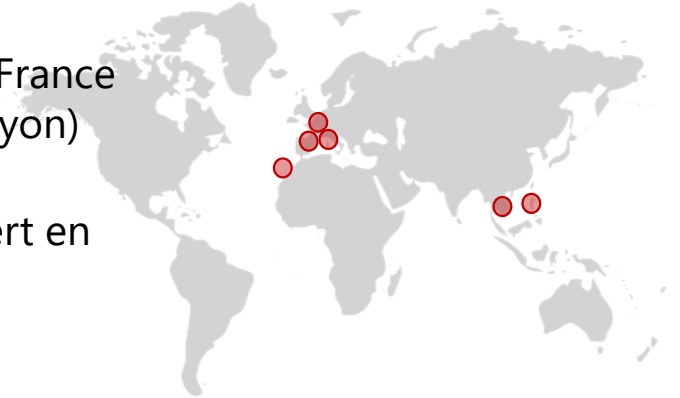


Jérémy Clapin, ici le 24 janvier, fait campagne à Los Angeles pour l'Oscar du meilleur film d'animation pour son film « J'ai perdu mon corps ». NOUA UNU POUR M LE MAGAZINE DU MONDE

② DIMENSIONNER LA PRODUCTION POUR ABSORBER LA CROISSANCE FUTURE

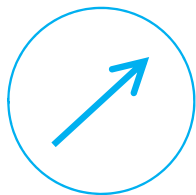


- ➔ Organisation fluides des interactions entre les studios
- ➔ Décentralisation en France (Paris, Angoulême, Lyon)
- ➔ Cube Creative : expert en 3D/CGI
- ➔ Pôle asiatique en production 2D : Armada (studio interne) et Toon City (partenaire)



Prêts pour répondre à l'explosion de la demande mondiale

3 MARKETING : AMÉLIORER LA VISIBILITÉ DE LA MARQUE



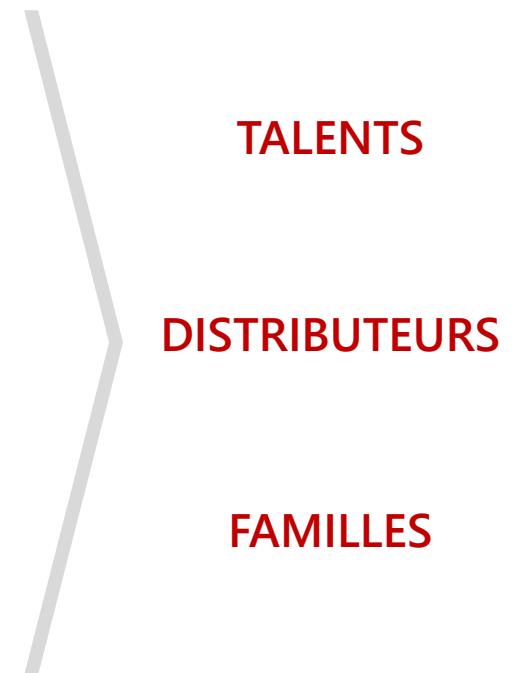
B TO B

Créativité, fiabilité, rentabilité



B TO C

Image de marque



④ CROISSANCE EXTERNE

RECHERCHE

Studios

Talents

Expertises complémentaires

APPORTE

Marques fortes

Expertise éditoriale

Puissance de distribution

Management

Trésorerie

Permettre aux cibles de révéler tout leur potentiel de production propriétaire
Élever leur rentabilité au niveau de celle de Xilam

VERS UNE NOUVELLE ÈRE DE CROISSANCE RENTABLE

2016-2019

✓ Promesses tenues

2020-2023

➔ Forte visibilité