

Alchimie

Turn your content into gold subscription

Présentation investisseurs Octobre 2021



Agenda

01

La S-VOD thématique : 1^{er} relais de croissance du marché

02

Consolidation des actifs et meilleure connaissance de l'abonné

03

Orientations stratégiques et objectifs financiers

L'évolution du marché de la S-VOD confirme le potentiel de croissance d'Alchimie

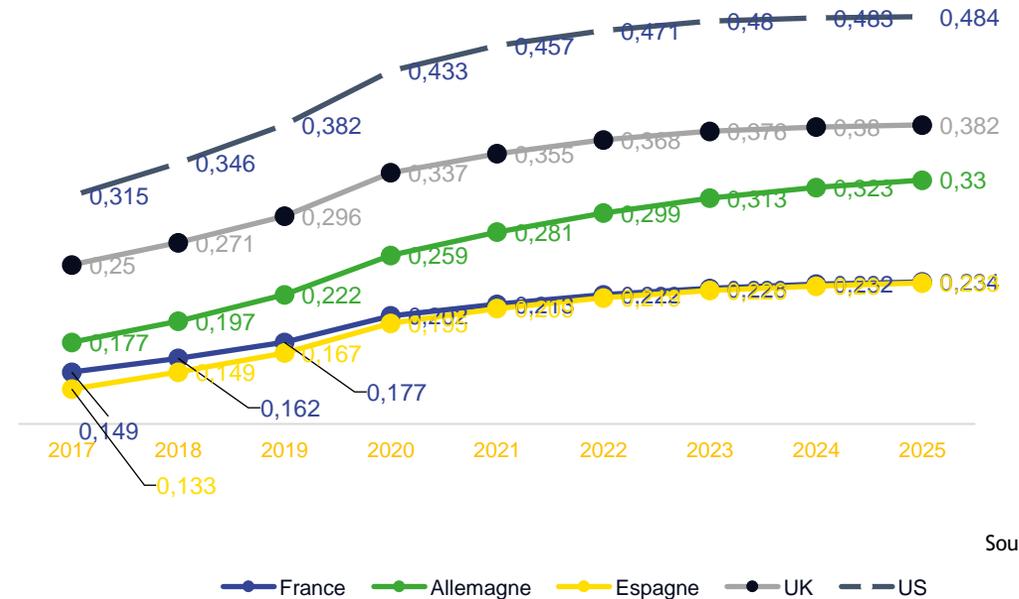
- **Relais de croissance via la multiplication des offres thématiques**
- **Augmentation du nombre d'offres souscrites en moyenne par consommateur (5 aux US*)**
- **Saturation des offres généralistes dans les zones matures (US, UK)**

Les Echos

Netflix anticipe une croissance limitée de ses abonnés

Après avoir connu un afflux massif de nouveaux abonnés l'an dernier du fait des confinements, Netflix fait face à un ralentissement de sa croissance d'abonnés. Le géant du streaming proposera bientôt des jeux vidéo sans coût supplémentaire.

Taux de pénétration S-VOD Par foyer



Source : Statista

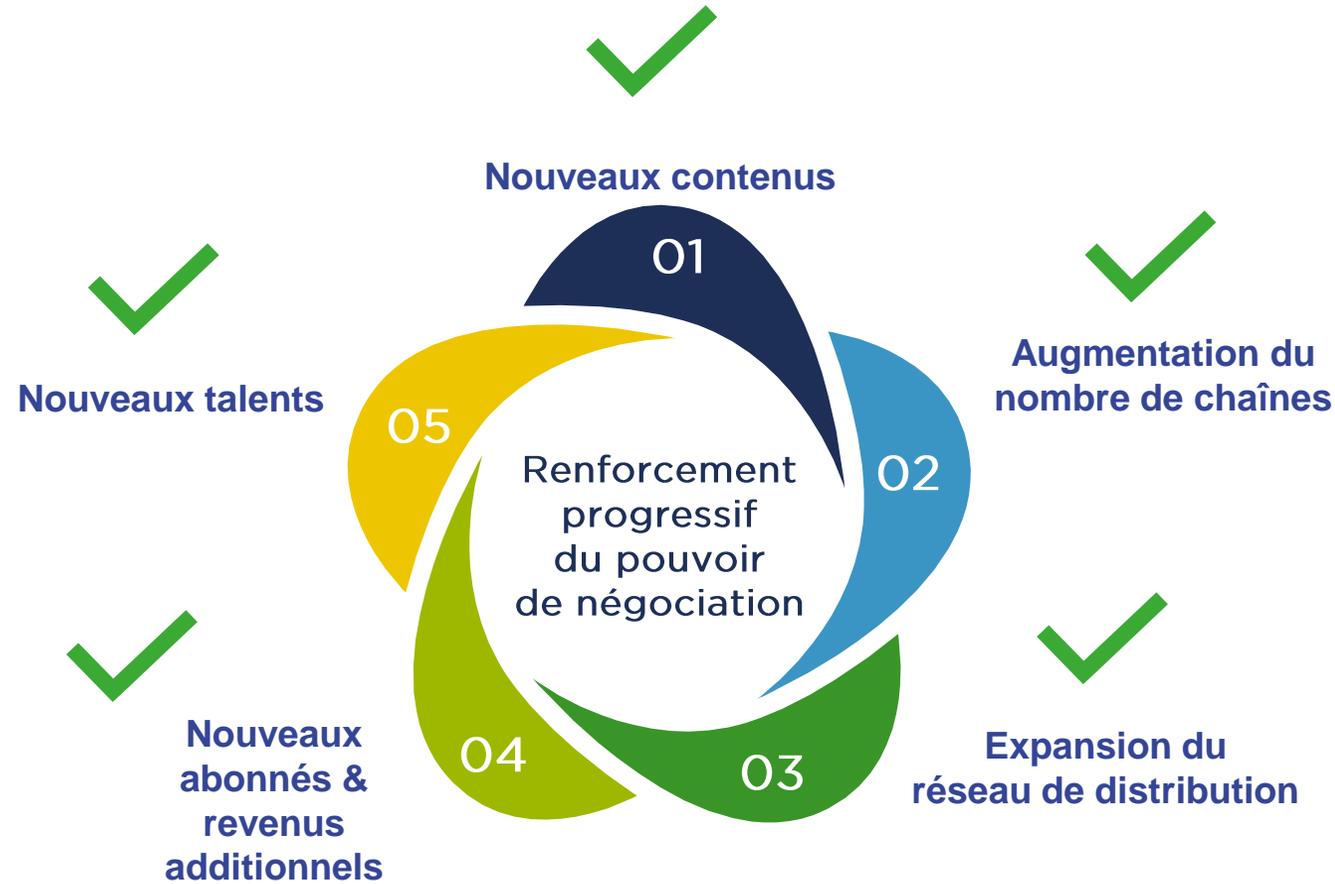
Un positionnement S-VOD équilibré et différenciant : Tech & Content

- Alchimie : un catalogue unique de contenus (70K heures)
- Alchimie offre des solutions de distribution et de marketing
- Alchimie permet aux partenaires de gérer leur contenu et de lancer leur chaîne en 4 jours



Confirmation du modèle vertueux de la plateforme et renforcement des fondamentaux

Premiumisation du catalogue et des ayants droits
Signatures d'accords de premier plan (All3, Phare Ouest, Planeta,...)

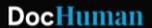


+124 chaînes à date

- Multi thématiques (Histoire, Science, Ecologie,...)
- Multi partenaires (Media, célébrités, association, influenceurs,...)
- Multi pays (US, UK, Espagne, France,...)

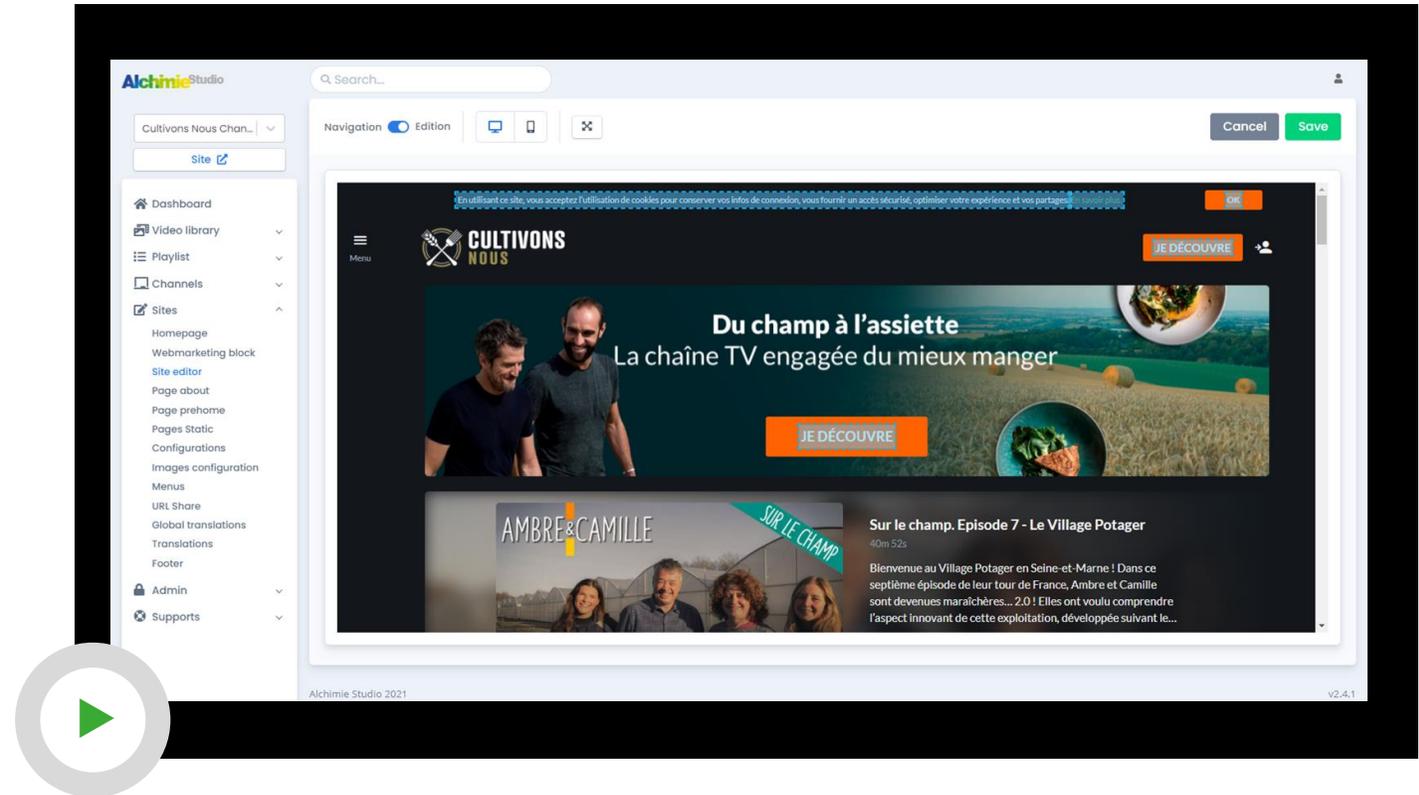
Progression de la distribution internationale indirecte au S2
(Orange, Movistar, Amazon)

Focus sur les flagships channels : Top 50 d'Alchimie

					
Arts & Passions	 				             
Crime & Justice		 			    
History & Personalities				 	  
Science & Future			 	   	     
Sustainability					 

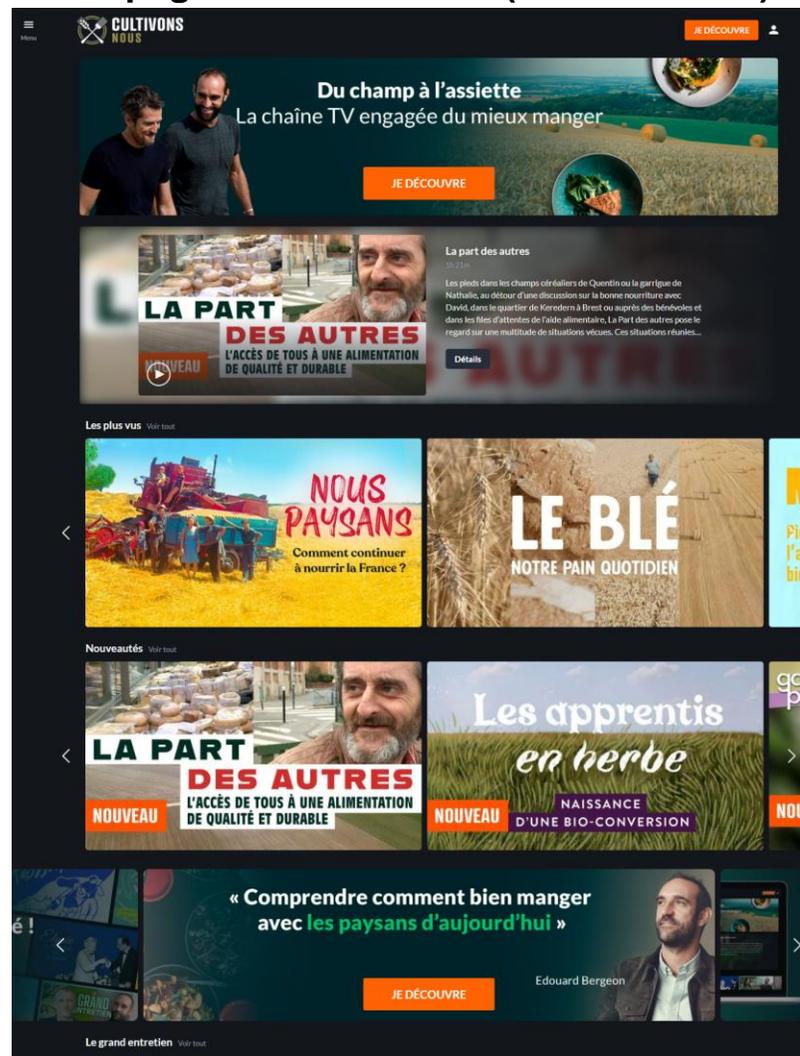
Alchimie Studio 2.0 : renforcement de l'outil au service du modèle

- **Gains de productivité**
 - Coûts de production divisés par 4
 - Temps de construction d'une chaîne réduit à 4j
 - Coût de maintien de seulement 0,5j/mois
- **Forte autonomie des partenaires**
 - Run 100% autonome
 - Interfaces simplifiées
 - Reporting Data complet
- **Premium Content Management System (home made CMS)**
 - Animation intuitive du site à l'aide d'une interface graphique
 - Animation éditoriale des pages, des playlists, ...



Interface multi-devices valorisant les contenus et favorisant l'engagement

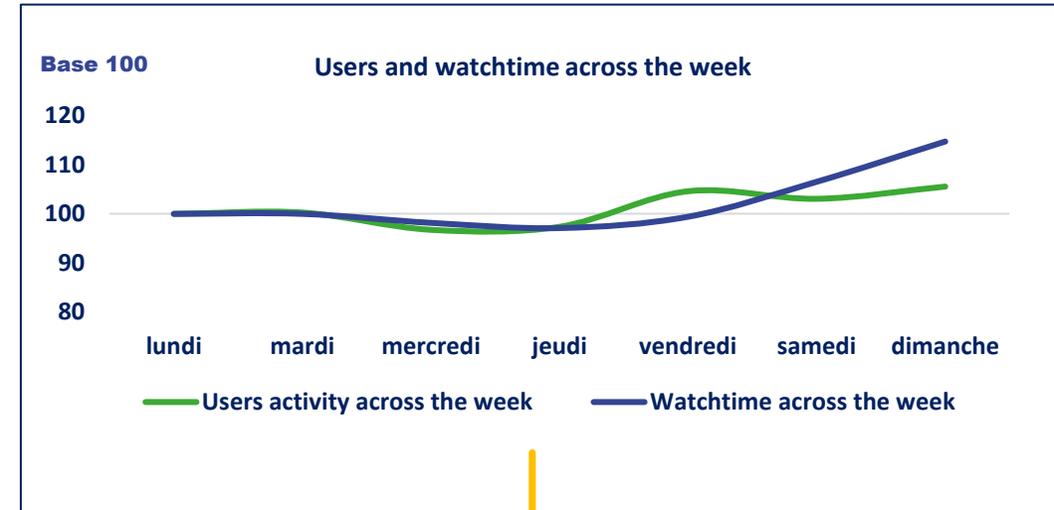
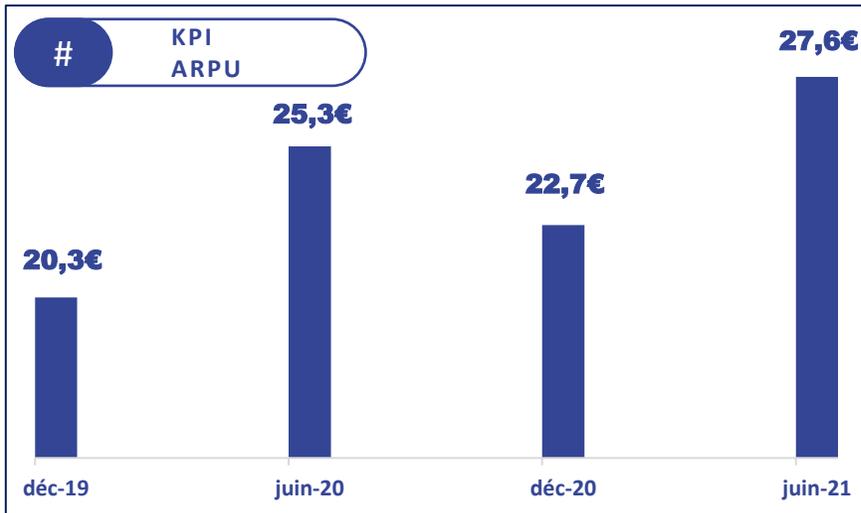
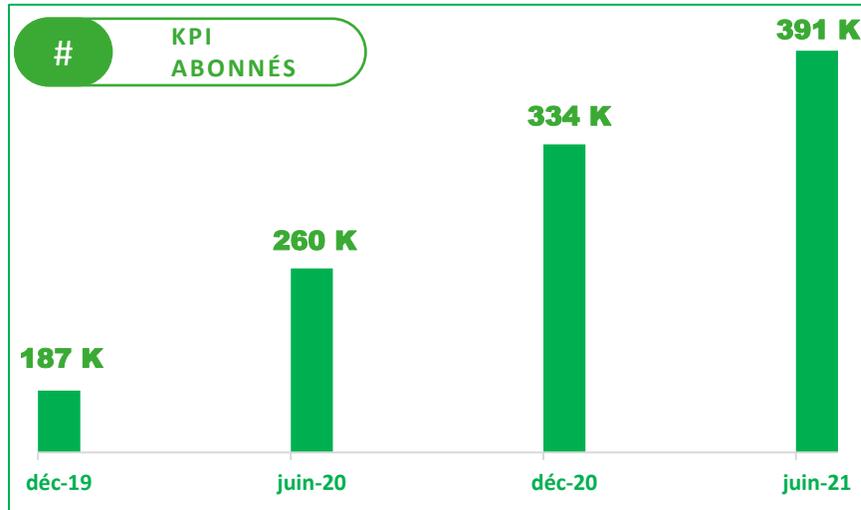
Home page Cultivons Nous (Web & Mobile)



Montée en gamme du produit (Premiumisation de l'UX)

- Outils basés sur la data pour améliorer l'UX
- Landing page multi screen
 - Présentation de l'offre
 - Argument de réassurance
 - Multi CTA
- Home Page plus performante que le marché
 - Argument de réassurance marketing sur HP
 - Vidéo à la une avec descriptif
 - Mobile friendly
- Process de paiement simple et fluide
 - Parcours en 3 étapes [création de compte / choix de l'offre / paiement]
 - Parcours mobile sans scrolling

Connaissance approfondie de l'abonné



Principaux enseignements

- Part moyenne mensuelle des abonnés actifs par chaîne : **40%**
- Consommation moyenne mensuelle par abonné : **115 min soit entre 2 et 3 contenus et jusqu'à 4h pour certaines chaînes**
- Taux de visionnage en entier des programmes : **67% pour une durée moyenne des contenus de 47 min**
- Temps de consommation des nouveaux documentaires : **80% du visionnage total en 2 semaines**

Affirmation des orientations stratégiques pour dynamiser la croissance

**Focus sur des
thématiques
éditoriales fortes**

Faire émerger des chaînes
leaders avec des
partenaires engagés et
une ligne éditoriale claire
pour stimuler la « *creative
economy* » par mimétisme

**Concentration sur les
bassins linguistiques à
fort potentiel
(Anglais et Espagnol)**

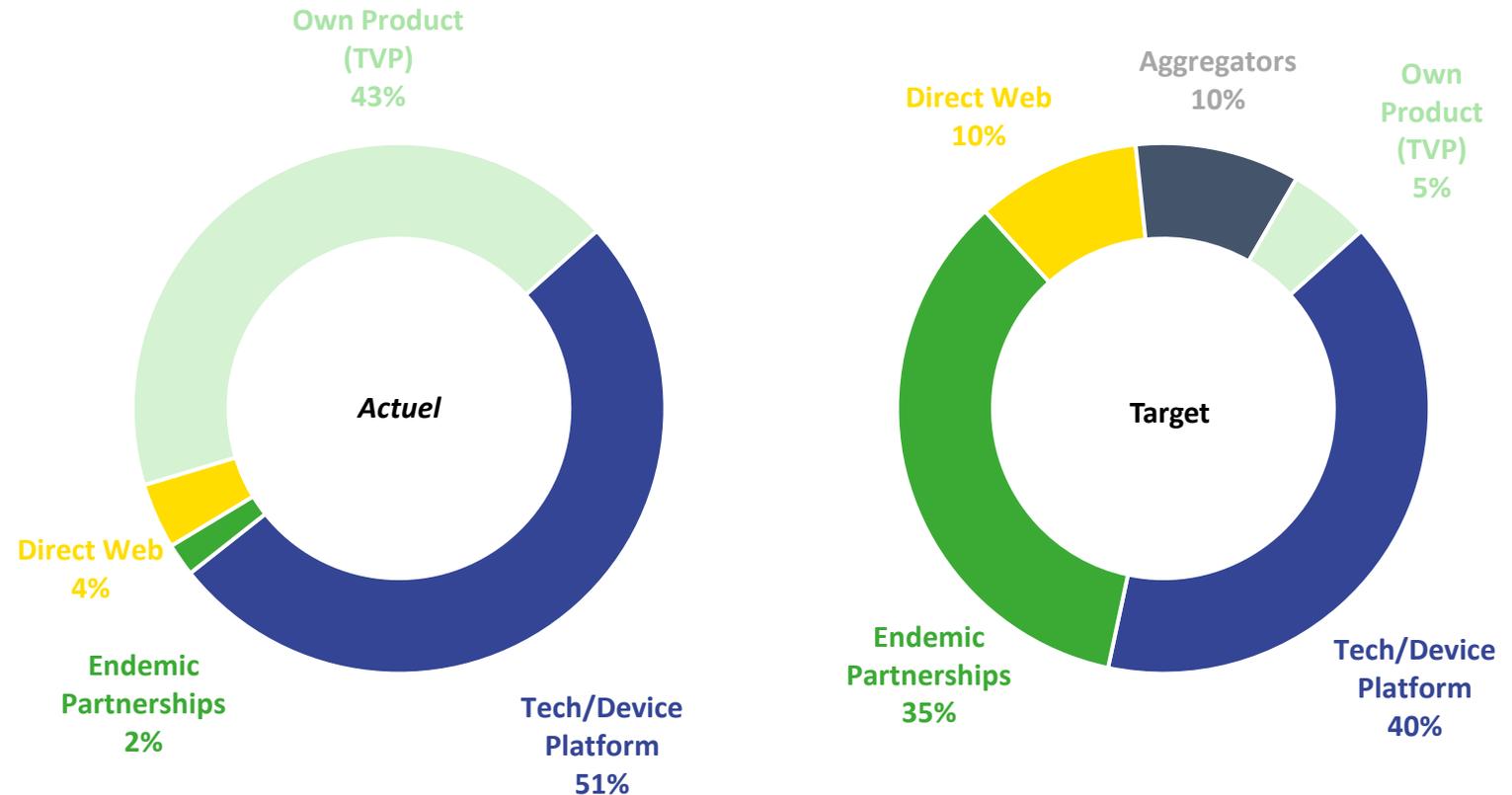
**Evolution du mix de
distribution avec les
partenariats pour les
chaînes à impact**

Evolution du mix de distribution

Apprentissage

- Sélection des partenaires de distribution selon leur influence marketing
- La signature de partenariats avec des acteurs tech est incontournable
- Toutes les chaînes ont besoin d'avoir une communication régulière sur les réseaux
- Nécessité de fournir aux partenaires des actifs premium pour la programmation

Distribution



Chaîne de valeur new development (1/2)

Stand Alone Offer* (Direct)

Stand-Alone Direct par l'intermédiaire de l'audience des partenaires

- Partage de revenu avec le partenaire 50% - 50% Alchimie



Mix France
+
International
pour les
sociétés de
gestion
collective
inclus dans le
content pool

Stand Alone Offer (Indirect Endemic Partners)

Stand-Alone Indirect, par l'intermédiaire de partenaires :

- Partage de revenu avec le partenaire 30% - 70% Alchimie
- Pack : 1,5 euros / mois pendant 6 mois
- Alchimie supporte le coût du réseau de vente (commerciaux)



Assiette de partage de revenus : sur la base du revenu net
(Content Pool & Commission Fees)

* Vente d'une chaîne seule

Chaîne de valeur new development (2/2)

Stand Alone Offer (Indirect Home Made Channel)

Stand-Alone Indirect, par l'intermédiaire de plateformes type Amazon, Roku, etc :

- Pas de partage de revenu car full propriétaire
- Alchimie supporte le coût du réseau de distribution

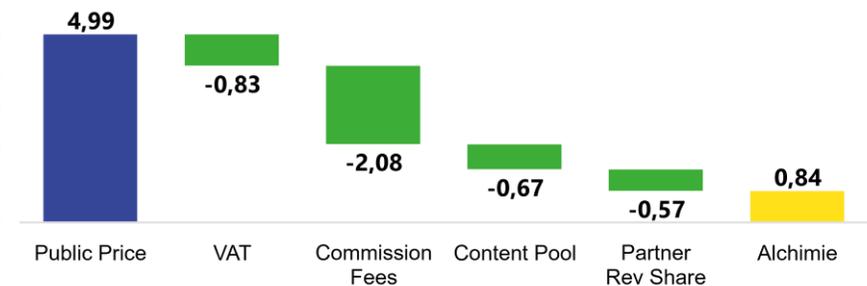


**Marge unitaire
mensuelle,
Alchimie
blended :
0,86 €
par abonné et
par mois**

Stand Alone Offer (Indirect Platforms)

Stand-Alone Indirect, par l'intermédiaire de plateformes type Amazon, Roku, etc :

- Partage de revenu avec le partenaire 40% - 60% Alchimie
- Alchimie supporte le coût du réseau de distribution



**Assiette de partage de revenus : sur la base du revenu net
(Content Pool & Commission Fees)**

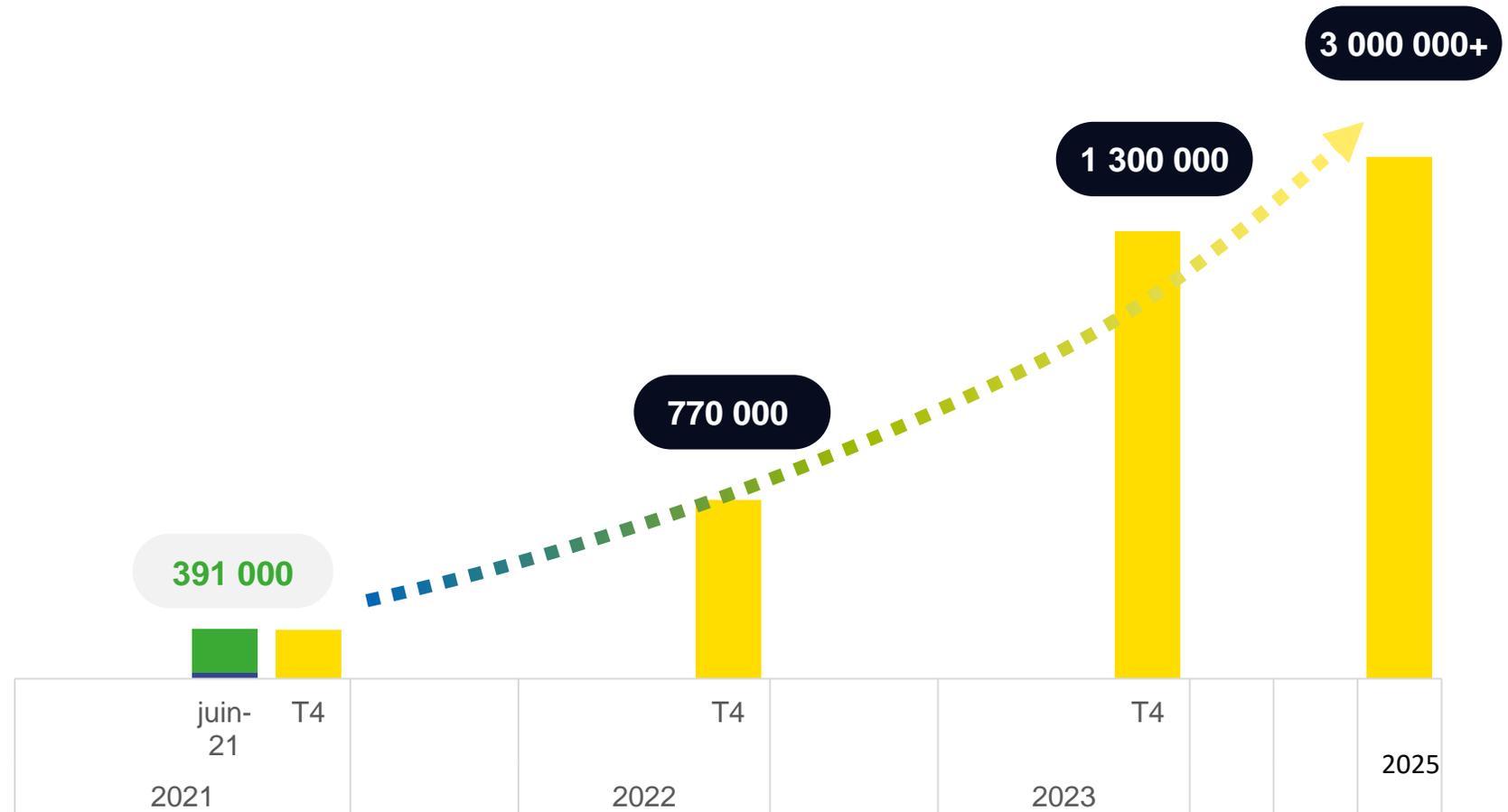
P&L S1 2021

- **Croissance** : +14% vs. S1 2020
- **Coûts des ventes** : +24% lié à l'évolution du mix distribution
- **Résultat opérationnel** :
-5,7 M€ vs. -4,7 M€ au 30 juin 2020
 - Frais technologiques et de développement : +24% en lien avec le développement des nouvelles fonctionnalités de la plateforme
 - Frais de marketing et vente : +11%
 - Frais généraux et administratifs : +7%

IFRS En K€	30.06.2021	30.06.2020	Var.
Chiffre d'affaires*	15 621	13 668	+14,3%
Coût des ventes	-8 009	-6 458	+24,0%
Marge brute	7 613	7 211	+5,6%
% de marge brute du CA	49%	53%	-4 pts
Frais technologiques et développement	-2 368	-1 913	+23,8%
Frais de marketing et vente	-8 293	-7 460	+11,2%
Frais généraux et administratifs	-2 665	-2 498	+6,7%
Résultat opérationnel	-5 713	-4 660	-22,6%
Résultat financier	-211	-183	-15,3%
Résultat net des activités poursuivies	-5 936	-4 689	-26,6%
<i>Résultat net des activités non poursuivies</i>	-	105	ns
Résultat net consolidé	-5 936	-4 584	-29,5%
Trésorerie	8 515	4 007	+112,5%

Révision des objectifs de croissance du nombre d'abonnés et de chaînes

- 391 000 abonnés en juin 2021
- 2023 : près de 1,3 million d'abonnés et atteinte du seuil de rentabilité opérationnel
- 30 000 abonnés en moyenne par chaînes leaders
- Objectif de lancement de chaînes abaissé à 160 fin 2022 pour privilégier les chaînes à fort potentiel



Près de 125 personnes au service du projet

Organigramme opérationnel

