



Communiqué de presse

Paris, 20 octobre 2021

SIGNATURE D'UN CONTRAT MASTER TOY QUI LANCE LA CAMPAGNE MERCHANDISING DE LA SERIE OGGY OGGY

Première ligne de jouets disponibles pour Noël 2022

Une étape majeure dans la stratégie de croissance de Xilam

Xilam Animation (Code ISIN : FR0004034072, Mnémo : XIL), société indépendante de production et de distribution de programmes d'animation, annonce une étape importante dans la mise en œuvre de son plan stratégique « Scale 2023 » avec la signature de la licence clé (Master Toy) qui lance la campagne merchandising de la série *Oggy Oggy*.

Série préscolaire Oggy Oggy : première opération de merchandising du groupe à fort potentiel prévue pour Noël 2022

Depuis plusieurs années, Xilam développe des marques fortes, propriétaires, favorisant une stratégie de déclinaison en produits dérivés avec notamment les séries à destination du public préscolaire. Produites en images 3D, elles permettent aux personnages et aux décors d'être reproduits à l'identique sous forme de jouets qui stimulent l'imagination et la créativité des enfants, en les faisant devenir acteurs de leur propre univers.

Xilam a choisi sa série *Oggy Oggy* qui présente des facteurs très favorables pour porter la réussite de ce premier lancement de merchandising :

- Elle constitue le Spin-off de la série mondialement connue *Oggy et les cafards* et dispose déjà d'une base de notoriété puissante.
- Produite avec un budget de production de près de 18 millions d'euros, elle offre à la fois une qualité visuelle exceptionnelle et la mise en scène de valeurs éducatives importantes pour favoriser la prescription parentale.
- Elle a fait l'objet d'une commande initiale très importante de 156 épisodes dont le volume garantira une forte exposition sur les chaînes et les plateformes.
- La série *Oggy Oggy* bénéficie d'une diffusion mondiale en cours de déploiement :
 - Août 2021 : lancement mondial sur Netflix avec 43 premiers épisodes. Mise en ligne de nouveaux épisodes tous les 4 mois jusqu'à la fin 2022.
 - Janvier 2022 : Lancement d'une chaîne YouTube avec différents formats courts pour élargir la notoriété. Cette chaîne bénéficiera du puissant écosystème digital de Xilam qui dispose d'une base de près de 50 millions d'abonnés dans le monde.
 - Septembre 2022 : Elargissement de l'audience avec le lancement de la série sur des chaînes Free TV leaders sur leurs marchés, dont notamment Super RTL (Allemagne), France TV (France), Discovery (Italie), etc.



Ces déploiements sur une audience mondiale et multi-canal constitueront un socle très solide pour établir la notoriété de *Oggy Oggy*, gage de succès pour le lancement de la première ligne de jouets pour Noël 2022.

Simba Dickie Group, partenaire mondialement reconnu

Xilam a choisi la société Simba pour l'accompagner sur cette première opération de merchandising. Simba apporte son expérience réussie de lancement de jouets pour les préscolaires (notamment *Masha et Michka* ainsi que *Sam le Pompier*), son exigence de qualité dans la conception / fabrication des jouets proposés et sa capacité de distribution internationale. Simba est également la maison mère de plusieurs marques mondialement reconnues dans le secteur du jouet et notamment : Smoby, Majorette et Corolle.

Xilam a signé un contrat de type Master Toy licence aux termes duquel Simba versera des royalties à Xilam sur les ventes réalisées. Simba s'engage à produire une ligne complète de jouets (figurines, véhicules, accessoires, etc.) pour les 3-6 ans, conformément à la charte graphique établie par Xilam. Simba assurera la commercialisation et le marketing, en particulier, aux derniers trimestres 2022 et 2023, avec des campagnes publicitaires sur les principales chaînes Free TV.

Un fort potentiel de création de valeur pour Xilam

Avec cette première opération de merchandising, Xilam anticipe un impact significatif et croissant sur ses revenus à partir de 2023 et une contribution simultanée à la rentabilité du groupe.

Le Master Toy licence est la première étape usuelle d'une campagne de merchandising plus globale. Elle envoie un puissant signal à toutes les autres catégories de licences (publishing, textile, etc.) qui bénéficieront notamment des campagnes publicitaires TV réalisées pour les jouets.

Il est trop tôt pour quantifier précisément cette nouvelle source de revenus, du moins tant que la première ligne de jouets n'aura pas été lancée sur le marché. Cette nouvelle expertise BtoC apporte cependant un levier puissant compte tenu de la forte capacité créative du groupe. D'autres séries à fort potentiel de merchandising seront d'ailleurs lancées sur le marché dans un proche avenir.

Marc du Pontavice, Président Directeur Général de Xilam déclare « *Nous sommes particulièrement heureux d'annoncer ce contrat de licence merchandising. Il marque une étape importante dans notre stratégie 360° pour placer Xilam et ses marques, au-delà de l'expérience vidéo, dans une approche plus globale du divertissement offert aux enfants. Ce premier succès éclatant récompense les efforts réalisés ces derniers années par les équipes du groupe, et notamment celles de la distribution.* »

Le merchandising : un modèle de rentabilité récurrente

Le merchandising constitue pour Xilam un nouveau modèle de revenus BtoC, complémentaire de celui BtoB que le groupe réalise aujourd'hui avec les chaînes traditionnelles et les plateformes digitales. Il renforcera de façon significative la part récurrente des revenus et notamment ceux du catalogue. Fondés sur le principe des royalties, ces derniers ne nécessiteront aucun investissement de la part de Xilam et n'entraîneront aucune charge supplémentaire, générant ainsi à la fois une trésorerie immédiate et une progression de sa rentabilité. A moyen terme, ces revenus de merchandising pourraient représenter une part significative du total des revenus.



Rappelons que le merchandising est l'un des 4 piliers de la stratégie de Xilam qui s'appuie sur la croissance organique de ses contenus d'animation destinés à un public familial, l'élargissement de la production au segment adulte, le développement des productions non-proprétaires à forte marge et l'accélération des relais de croissance BtoC dont le merchandising fait partie.

À propos de Xilam

Acteur majeur de l'animation, Xilam est un studio intégré fondé en 1999 qui crée, produit et distribue des programmes originaux dans plus de 190 pays pour les enfants et les adultes, diffusés à la télévision et sur les plateformes de streaming SVOD (Netflix, Disney+, Amazon, NBC Universal, ...) et AVOD (YouTube, Facebook, ...). Avec une créativité et une capacité d'innovation mondialement reconnues, une expertise éditoriale et commerciale à la pointe de son industrie, Xilam se positionne comme un acteur incontournable dans un marché en forte croissance. Xilam construit chaque année de véritables succès et capitalise sur de puissantes marques historiques (*Oggy et les cafards*, *Zig & Sharko*, *Chicky...*) et nouvelles (*Oggy Oggy* en préscolaire, *Mr. Magoo*, *Trico* ...), qui assoient et élargissent un important catalogue constitué de plus de 2 700 épisodes et 3 longs métrages dont *J'ai Perdu Mon Corps* nommé aux Oscars. Xilam dispose d'une expertise unique en 3D. Xilam emploie plus de 500 personnes, dont 400 artistes, répartis sur ses studios à Paris, Lyon, Angoulême et Hô-Chi-Minh au Vietnam. Xilam est cotée sur Euronext Paris Compartiment B - Éligibilité PEA - SRD long.

Contacts

Marc du Pontavice - Président et Directeur général

Arnaud Duault - Directeur financier

Tél. +33 (0)1 40 18 72 00

Agence Image Sept

xilam@image7.fr

Karine Allouis (Relations médias) - Tél. +33 (0)1 53 70 74 81

Laurent Poinot (Relations investisseurs) - Tél. +33 (0)1 53 70 74 77

