



Comunicación de hecho relevante
AGILE CONTENT, S.A.
31 de mayo de 2016

De conformidad con lo previsto en la Circular 7/2016 del Mercado Alternativo Bursátil (en adelante "**MAB**"), por medio de la presente se pone en conocimiento la siguiente información relativa a AGILE CONTENT, S.A. (en adelante "**AGILE**").

AGILE participará en el Duodécimo Foro de Empresas de Mediana Capitalización, donde realizará el día 31 de mayo de 2016 una presentación ante inversores, en La Bolsa de Madrid, en el foro MedCap organizado por Bolsas y Mercados Españoles. Se adjunta a continuación la presentación en la que se recoge, entre otras cosas, la reciente operación corporativa de Over-The-Top Networks, comunicada mediante hecho relevante el 9 de mayo de 2016.

En Barcelona, a 31 de mayo de 2016

D. Hernán Scapusio Vinent
CEO y Presidente del Consejo de Administración
AGILE CONTENT, S.A.



Discovery Meetings

Madrid, 31.mayo.2016



CONTEXTO DE MERCADO Y PROPUESTA DE VALOR



Empatía digital

Agile permite conocer al usuario digital a través del contenido, para personalizar la experiencia de uso y contribuir a monetizar las audiencias

Contexto

El uso de los canales digitales para obtener información y entretenimiento impulsa una transformación en el consumo de contenidos. Las industrias relacionadas con los medios digitales, la publicidad y las telecomunicaciones necesitan nuevas tecnologías para impulsar sus negocios digitales.

Propuesta de valor

Agile permite conocer al usuario digital a través del contenido y el bigData, para ofrecer un ecosistema de suscripciones digitales y monetizar publicitariamente las audiencias.

Sectores de alto crecimiento

- Lo digital es clave en las industrias de contenidos, telecomunicaciones y publicidad.
- Está transformando la relación con el cliente en casi todos los sectores, sobretodo el sector financiero, el turismo o la educación, con más presupuesto digital.

Estamos sobre 4 olas que se superponen

1

Creciente consumo del contenido y video on-line

- Último informe de Cisco estima que el video supondrá un 84% del total del tráfico online en 2018

2

Convergencia entre Telecom y Televisión

- Internet pasará a la TV como principal fuente publicitaria global ya en 2017 y el segmento de la AdressableTV es uno de los de mayor potencial

3

Publicidad digital y automatización del marketing

- La publicidad en internet está acercándose a la de la TV. En 2013 el total la publicidad en internet supuso \$117.200M. El número aumentará a \$194.500M en 2018, un CAGR de 10,7%.

4

Incremento de los móviles y dispositivos inteligentes

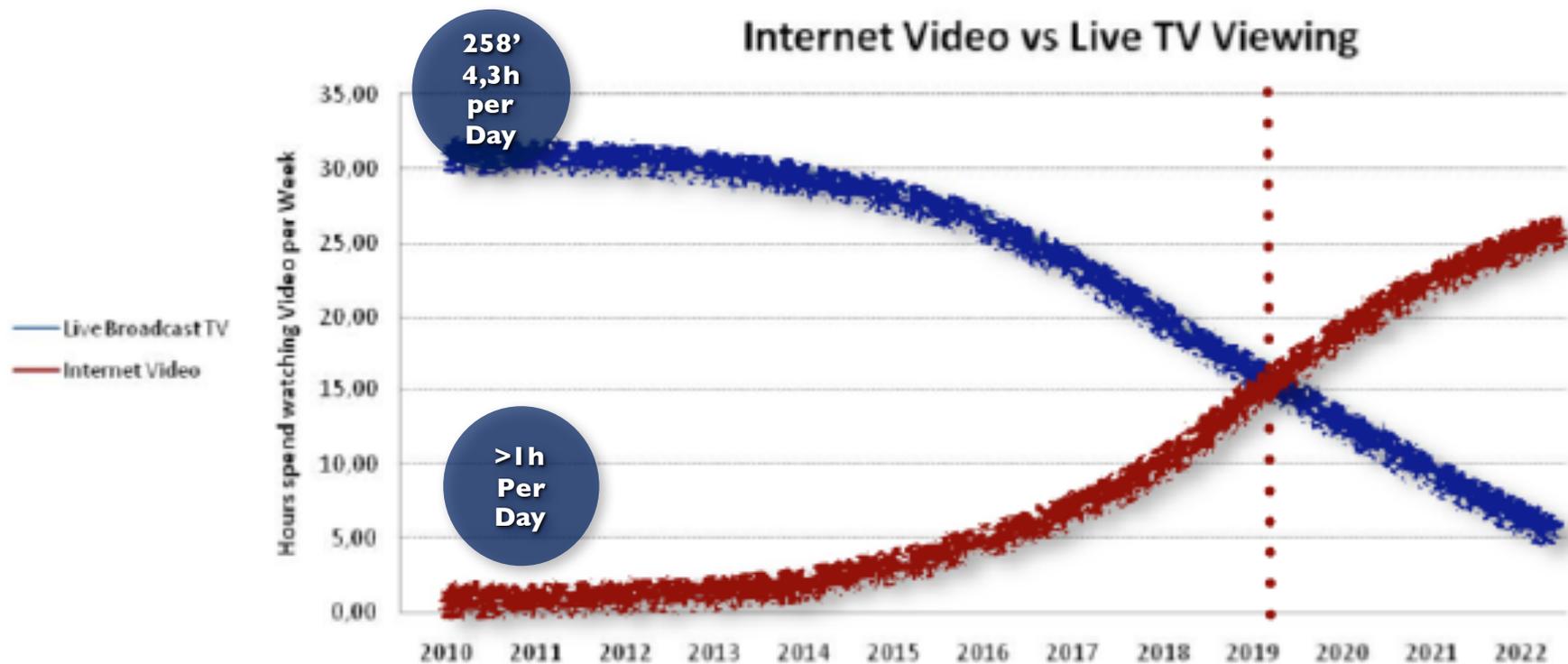
- 2014: 1,640 millones de usuarios de smartphones en el mundo.
- 2018: se alcanzarán los 2.560 millones de usuarios.



**Operamos en un mercado de alto crecimiento, que
compuesto promedia 25-35% CAGR para 2016-2020**

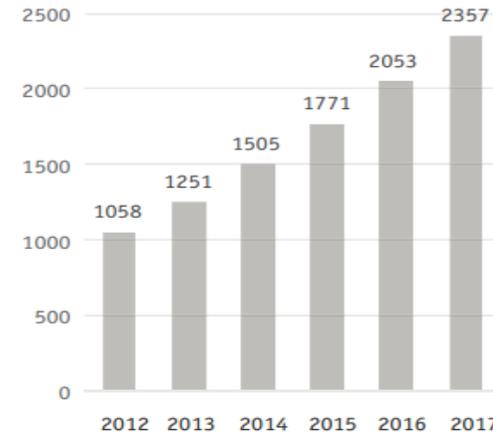
Evolución del consumo televisivo

- Antes del final de la década, la televisión online superará a la televisión broadcast.
- **En 2017 la publicidad digital superará al gasto en publicidad televisiva.**
- Las capacidades de segmentación y personalización de la publicidad en TV determinan el mayor espacio de crecimiento en los próximos años.



- El video bajo demanda en dispositivos móviles es un área clave en el crecimiento de los datos móviles. En Octubre de 2014 Youtube afirmó que un 50% de su tráfico global lo generaban los dispositivos móviles.
- Un Nuevo informe de Cisco, afirma que el video supondrá un 84% del total del tráfico online en 2018. El video IP supondrá un 79% del tráfico global en 2018, frente al 66% de 2013. El video en Ultra HD supondrá el 11% del tráfico de video IP en 2018.

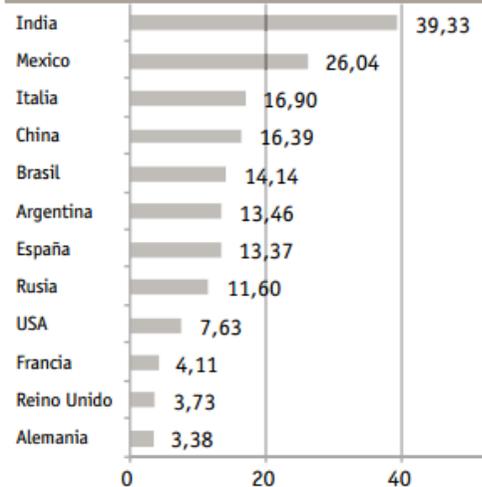
Estimación de Ventas Mundiales B2C E-Commerce 2012-2017 (Billones de Dólares)



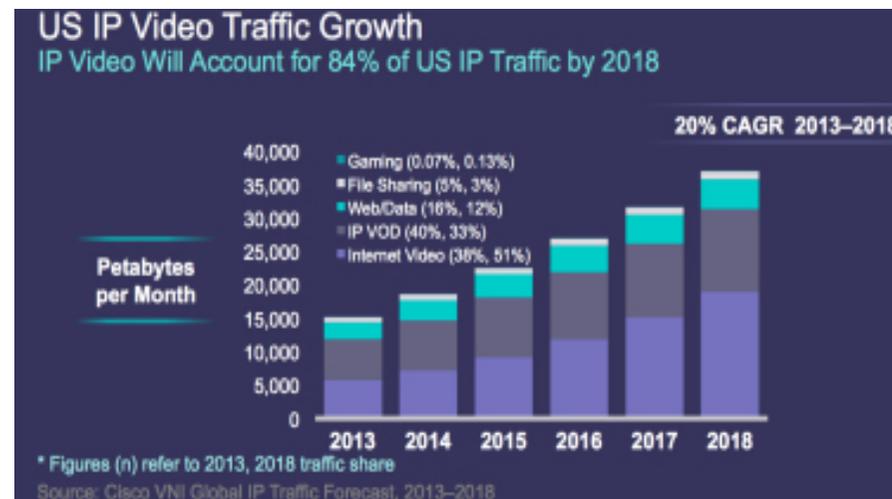
Fuente: eMarketer, Inc.

■ B2C E-Commerce

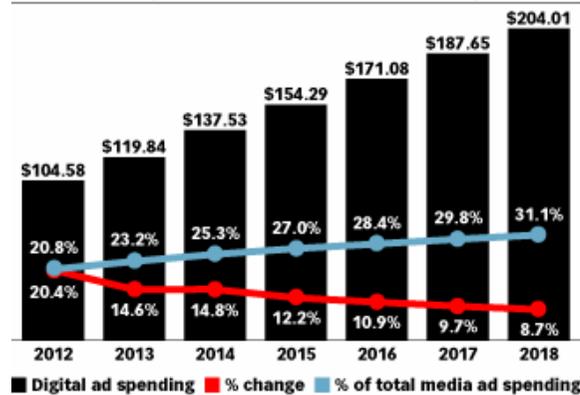
Países con mayor % crecimiento en compradores on-line (estimación 2014-16)



Fuente: EMarketer, Inc.



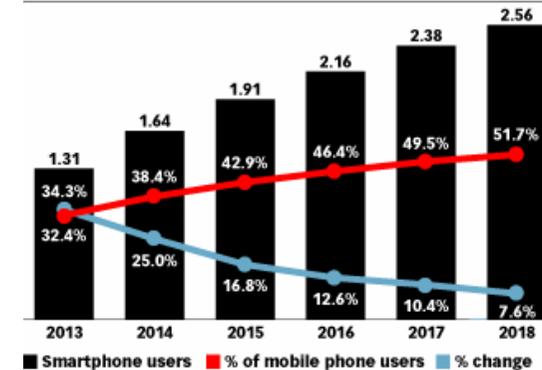
Digital Ad Spending Worldwide, 2012-2018
billions, % change and % of total media ad spending



Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones and tablets, and includes all the various formats of advertising on those platforms; excludes SMS, MMS and P2P messaging-based advertising
Source: eMarketer, March 2014
170813 www.eMarketer.com

En 2014, en el mundo, hay 1,640 millones de usuarios de smartphones. Se calcula que en 2018 esta cifra alcanzará los 2.560 millones

Smartphone Users and Penetration Worldwide, 2013-2018
billions, % of mobile phone users and % change



Note: individuals of any age who own at least one smartphone and use the smartphone(s) at least once per month
Source: eMarketer, Dec 2014
182903 www.eMarketer.com

Digital Buyer Penetration Worldwide, by Region, 2013-2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
North America	72.0%	73.6%	74.9%	76.3%	77.7%	78.8%
Western Europe	64.0%	65.2%	66.3%	76.3%	68.2%	69.0%
Asia-Pacific	42.1%	44.1%	46.8%	48.9%	50.4%	50.9%
Central & Eastern Europe	41.6%	43.4%	44.3%	44.4%	44.6%	44.6%
Middle East & Africa	31.3%	33.1%	34.0%	35.0%	36.0%	37.0%
Latin America	28.2%	29.9%	30.9%	31.8%	32.7%	33.7%
Worldwide	41.3%	42.7%	44.3%	45.4%	46.4%	47.3%

Note: ages 14+; internet users who have made at least one purchase via any digital channel during the calendar year, including online, mobile and tablet purchases
Source: eMarketer, July 2014
176049 www.eMarketer.com

Smartphone Users and Penetration Worldwide, 2012-2018

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Smartphone users (billions)	1.06	1.40	1.76	2.04	2.29	2.52	2.73
—% change		58.7%	32.3%	25.1%	16.3%	12.2%	10.2%
—% of mobile users		25.8%	31.9%	37.8%	41.8%	45.0%	47.7%
—% of population		15.2%	19.8%	24.5%	28.2%	31.3%	34.2%

Note: CAGR (2012-2018)=17.0%; individuals of any age who own at least one smartphone and use the smartphone(s) at least once per month
Source: eMarketer, June 2014
173599 www.eMarketer.com



Sectores de alto crecimiento: publicidad digital y smartphones

Propuesta de valor

PARA **MEDIOS** DE
COMUNICACIÓN

Ayudamos con tecnología a la eficiencia del negocio digital (agilidad y productividad) y a **monetizar audiencias**

PARA **OPERADORES** DE
TELECOMUNICACIONES

Contribuimos a generar ingresos complementarios a las telecomunicaciones con **servicios de valor añadido**

PARA GRANDES
MARCAS Y
ANUNCIANTES

Aportamos soluciones para una **mejor segmentación y personalización** del contenido de marca y publicidad digital. Contribuimos a una mayor eficiencia en la captación y en la **relación digital con clientes**





CLIENTES DE REFERENCIA Y CASOS DE ÉXITO

Hemos mantenido posición y ganado nuevos clientes



Contamos con clientes entre los principales grupos de comunicación de España, México y Brasil, operadoras telefónica pan-regionales líderes y empresas globales



... y con la reciente adquisición de Enreach, también incluye

enreach

Audience big-Data
management

SVENSKA DAGBLADET



ILTALEHTI.fi

s a n o m a

EGMONT
Kustannus



Kaupparehti

AFTONBLADET



SCHIBSTED
MEDIA GROUP

Además de sinergias ⁽¹⁾ que ya hemos empezado a conseguir en
Latinoamérica, con una demanda creciente:



El Confidencial



EXPANSIÓN



(1) En 2015 hemos constituido una Joint-Venture con sede en Miami para comercializar la tecnología de Enreach en Latinoamérica, como parte inicial del proceso de integración.

Evolución de x24 veces el tráfico en 18 meses desde el lanzamiento



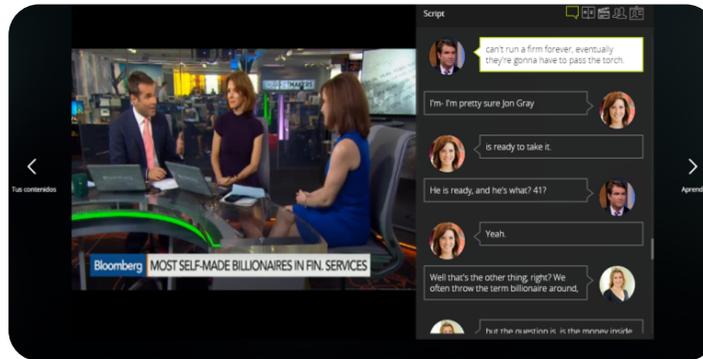
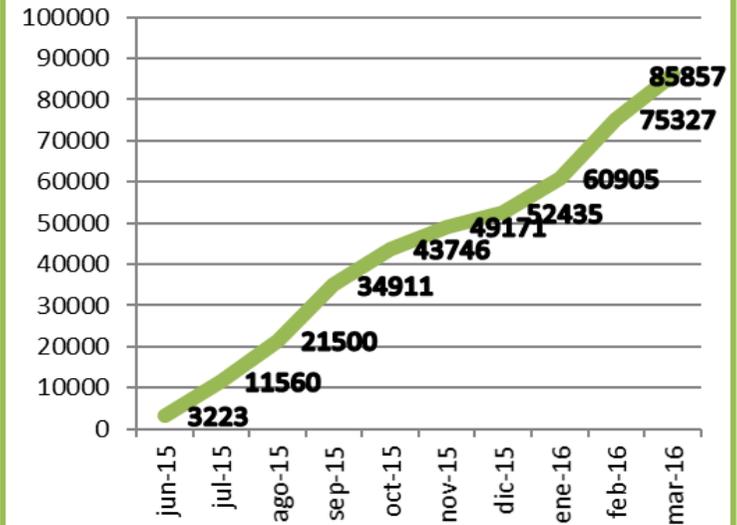


Caso de éxito: CLARO CHILE

(grupo TELMEX)

- En los primeros 9 meses se alcanzaron >85.000 usuarios activos de suscripción al servicio de pago, manteniendo tasas de crecimiento mensual de >15% en el último trimestre, con cobrabilidades por encima de la media
- Cubre una necesidad ampliamente extendida que conecta con los intereses del usuario móvil: con 3% de tasa media de conversión de las acciones comerciales, el servicio alcanzó en los 9 primeros meses >2,5% de la base de usuarios móviles activos

Evolución de usuarios activos de Agile English en Claro Chile



En partnership con

**Bloomberg
Business**

Acuerdos con diferentes canales *premium* y operadoras en Latinoamérica para lanzamientos en 2016





Caso de éxito: EL COMERCIO

(grupo de medios líder en Perú)

- Líder en Perú en prensa, televisión y otros negocios con mayor porcentaje de publicidad tradicional pero menor cuota digital, por la entrada de los grandes players de internet
- Aportamos una unificación de los sistemas de gestión y segmentación de audiencias, perfiles de mayor valor publicitario, tecnologías predictivas por comportamiento de usuarios, hábitos de consumo y el contenido que leen.
- Hemos contribuido a enriquecer la capacidad competitiva, para ofrecer una mejor segmentación publicitaria, datos que permiten optimizar la publicidad de los anunciantes para llegar al público más específico, con mejoras del 15 al 25% sobre los rendimientos de las campañas.

Tecnología ENREACH



Con la **adquisición de OTT Networks** sumamos clientes relevantes, incluyendo operadores de Telecomunicaciones de referencia y generaríamos sinergias en el ámbito de la publicidad segmentada en TV –uno de los espacios más prometedores en la publicidad digital





Caso de éxito: JJOO Londres 2012

(plataforma de video global para TERRA)

Tecnología OTTN

- Un total de 62M de usuarios de internet en Latinoamérica han visto los canales OTT de TERRA TV (36 canales lineales simultáneos cubriendo todos los juegos olímpicos, con más de 5.000 nuevos videos bajo demanda por día)
- 122M de sesiones de video, con más de 16M de personas viendo video por móvil, por encima de las expectativas (como referencia en Beijing, 4 años atrás, apenas 1.5M de conexiones móviles)



Pico máximo: 7 de Agosto

Más de 2 millones de sesiones de video por hora en el partido Brazil vs South Korea (en horario de trabajo en Brasil).



Caso de éxito: TELEFÓNICA

(plataforma de video global para LATINOAMÉRICA)

- El proyecto GVP (Global video Platform) se lanzó como plataforma común de video para el grupo Telefónica, desplegándose en los principales mercados de Latinoamérica, alcanzando >1M de suscriptores
- Con la recientemente adquirida GVT (1.5M de suscriptores adicionales de TV de pago) se sumará un volumen relevante en la principal economía regional con el lanzamiento de servicios multi-pantalla.

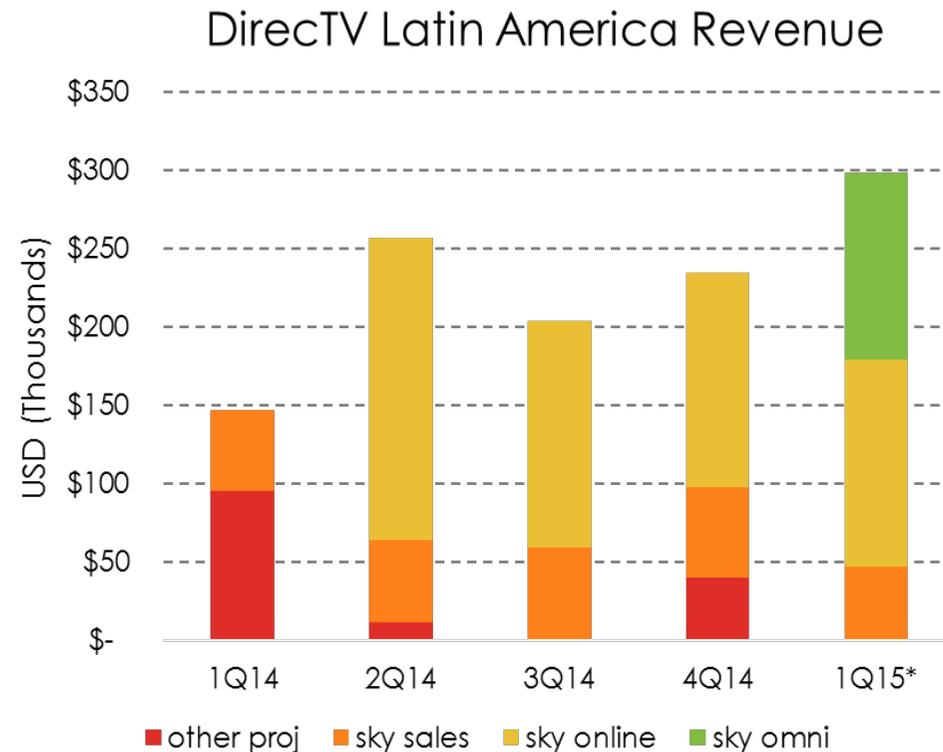
Tecnología OTTN





Caso de éxito: DIREC TV/SKY (plataforma para LATINOAMÉRICA)

- DirecTV Latin America started using our platform & services in smaller projects (Xbox apps & others) in late 2013, and expanded through 2014
- In Mid 2014, we secured a major win being selected the new platform for OTT Projects (Sky Online)
- In Dec 2014, we provide a secured a second win when all Sky Brazil web properties migrated to our software and services.



- Sky Online contract include per-user fees when number of users reach >500K subscribers



TRAYECTORIA CORPORATIVA Y OPERACIONES REALIZADAS

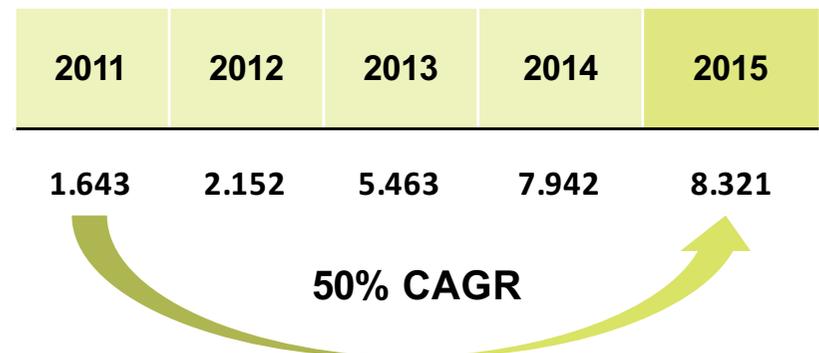
Año 2015

- Ampliación de capital y estructura 100 accionistas (jul.16)
- Salida al mercado como primera empresa de software que cotiza en España (nov.16)
- Adquisición del 100% de la filial de BR, fusión CTV y reorganización de activos
- Participación en Enreach (empresa finlandesa): JV en Miami + inversión en HQ
- Estabilidad del valor en un contexto de mercado inestable



Track Record (2011-15)

Importante revalorización accionistas iniciales



Reconocimiento analistas

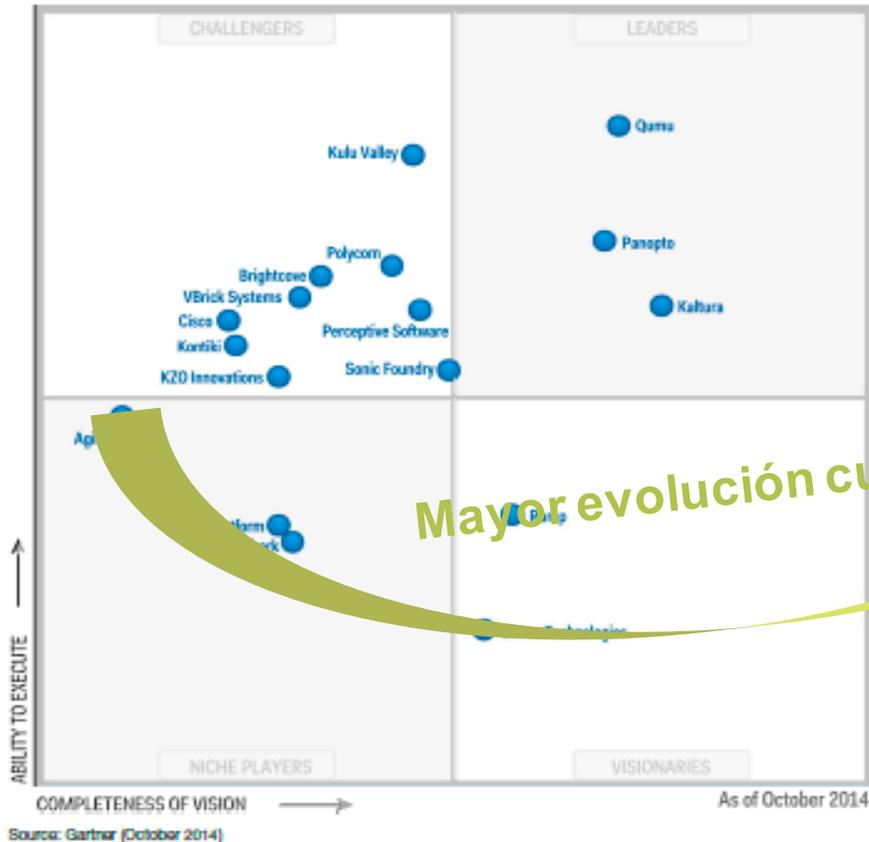
Enterprise Video Content Management



Magic Quadrant

2014

Figure 1. Magic Quadrant for Enterprise Video Content Management



Mayor evolución cualitativa

Magic Quadrant

Figure 1. Magic Quadrant for Enterprise Video Content Management

2015



Agile Content es uno de los top 15 players a nivel mundial en la gestión de Video Content Management (top 5 en sus mercados)



Única empresa Europea en report de GARTNER (1)

(1) Gartner es el principal analista internacional para empresas de tecnología, cuyos informes Magic Quadrants cualifican a los principales fabricantes de software mundiales.
 (2) Alexa, parte del grupo Amazon, es una de las principales mediciones analíticas digitales

2016: Adquisición del negocio OTT Networks



Adquisición del 100% del negocio de OTT Networks (US, BR, SP), de \$7,5 mm revenues y \$0,9 mm EBITDA, sin deuda, a un coste de \$7,93 mm + variables (18%) en función de resultado 2016

Incorporación de socio estratégico, grupo Salinas (TV Azteca,...) y fundadores, implicados en el accionariado y en el proyecto a largo plazo, que ocuparán roles progresivamente globales.

Consolidación en el mercado del video digital con clientes Telecom como Telefónica, Sky/DirecTV, Net, con un negocio sólido, con contratos estables y generación de caja recurrente.

Sinergias comerciales –en particular en el ámbito del AddressableTV- y operativas (0,4mm €), con la optimización de la producción de todo el portfolio, compartiendo la estructura de software factory

2016: Adquisición del negocio OTT Networks

El crecimiento del consumo de video bajo demanda y la TV personalizada están modificando el contexto publicitario, la combinación tecnológica de AGILE y OTTN permitirá ofrecer en TV, las soluciones de optimización y segmentación publicitaria que ya están siendo exitosas en internet. Los servicios de TV de pago representan una gran oportunidad de negocio, con un **mercado potencial de 17 billones de \$ en 2017** según el informe Global Entertainment and Media Outlook 2013-2017 de PWC.

La valoración de OTTN supone un múltiplo EV/EBITDA, si considerara la parte de precio contingente, de 8,8x; un OFCF, definido como EBITDA menos inversiones recurrentes, de 5,5x.

Se espera que las sinergias, considerando estrictamente las relativas a los costes, cuenten con *run-rate* anualizado de 0,4 millones de euros anuales con unos costes de integración poco significativos.

\$0,9 mm
Ebitda

EV/EBITDA
8,8x

\$1,44 mm
OCF

EV/OFCF
5,5x

Sinergias operativas 0,4 mm €



2016: Adquisición del negocio OTT Networks

La estructura de la operación está variabilizada y estructurada temporalmente de la siguiente manera, contemplando una ampliación de capital de aprox. 2.5 mm € en la próxima Junta General de Accionistas ⁽¹⁾, como compensación de crédito.

Cash
\$5,0 mm

- \$3,5 mm pago inicial ⁽²⁾
- \$1,5 mm a +12 meses

Stocks
\$2,93 mm

- Según usd/€ y evolución de la acción
- Aprox. 9-10% Salinas + 3-4% 2 fundadores

Variable (stocks)
hasta \$1,77 mm

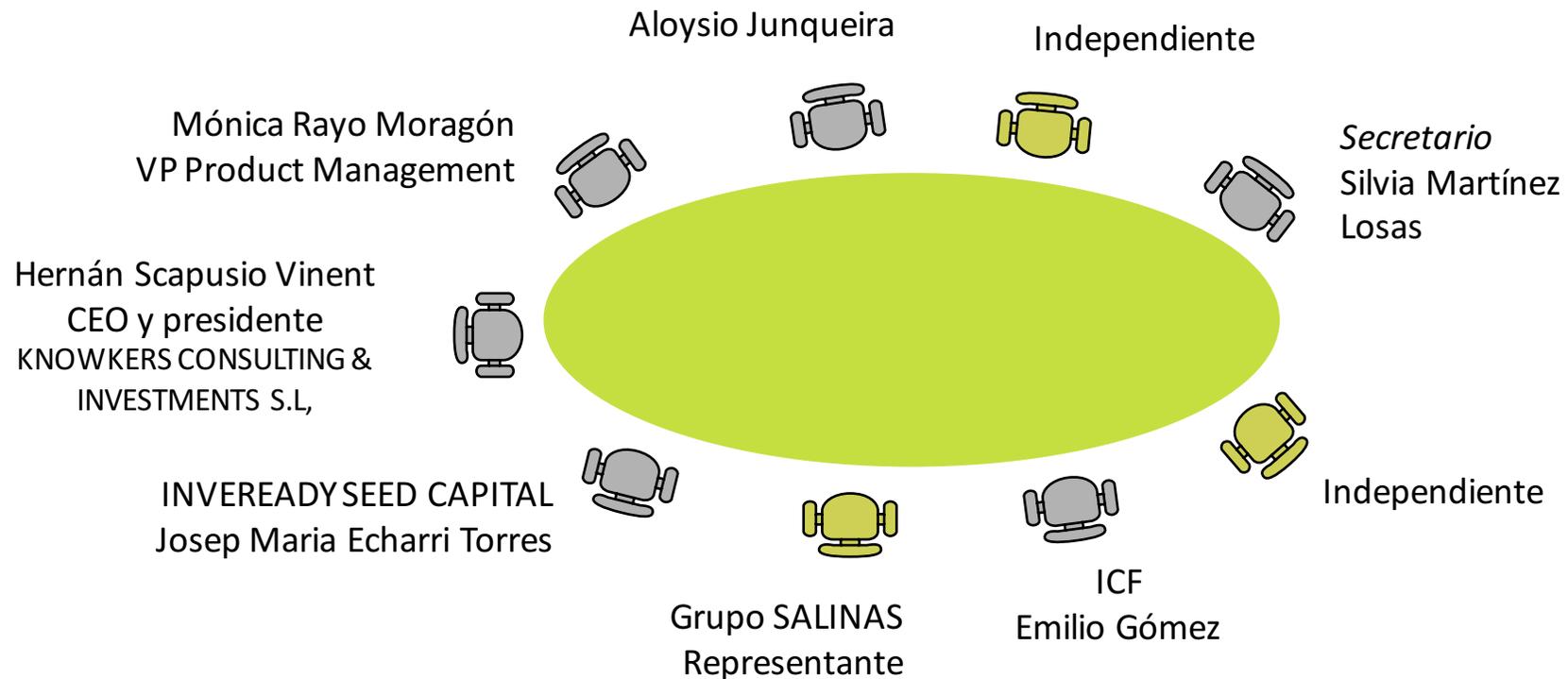
- Según EBITDA 2016 \$0,5-1.2 mm
- Canje +12 meses (may.17)

(1) Se convocará antes de fin de mayo, para realizarla antes de fin de junio.

(2) Previsto 10.junio. El vendedor reestructurará antes las 3 sociedades (US, BR y SP)

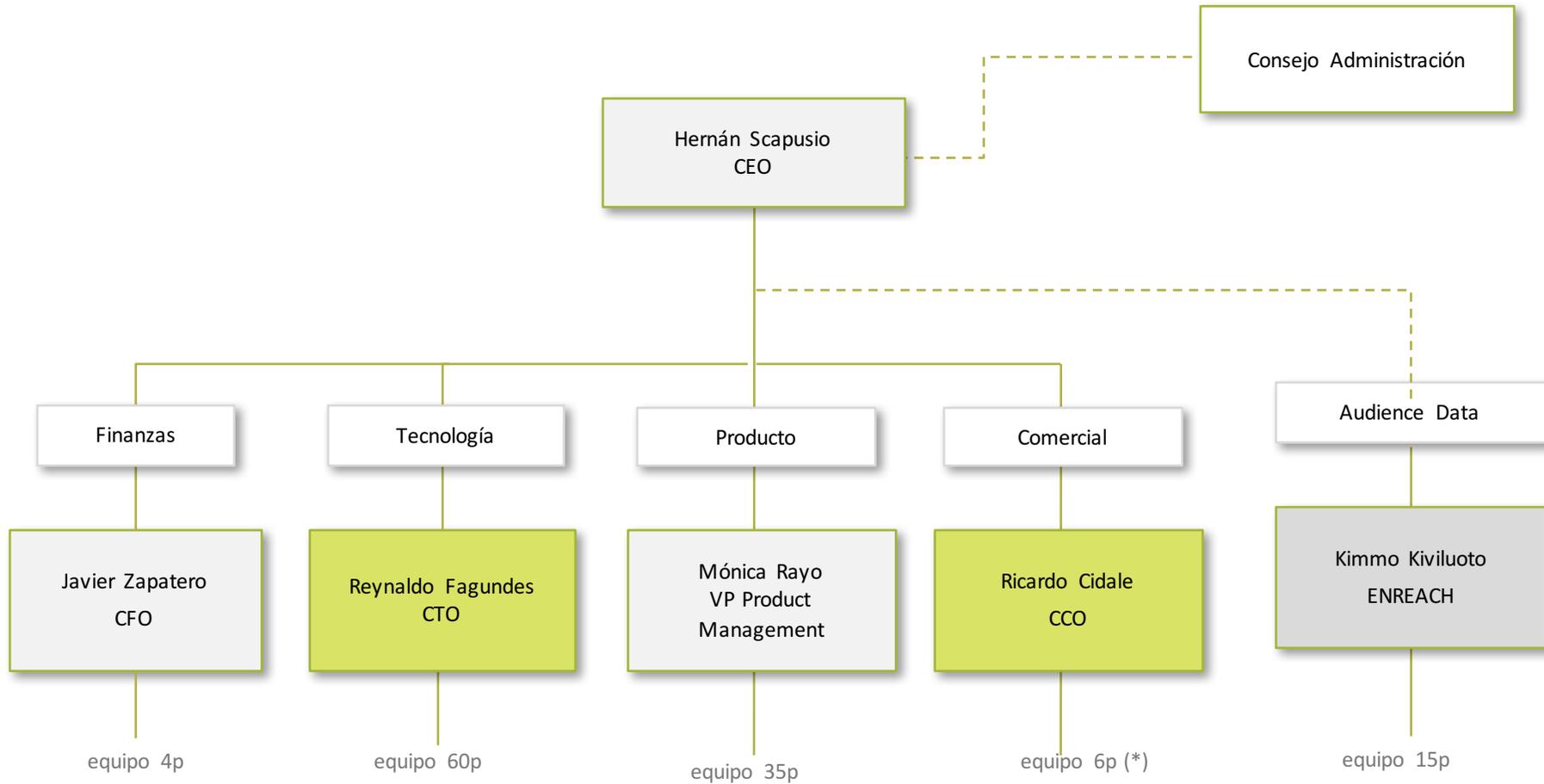
Evolución del Gobierno Corporativo

El Gobierno de la compañía lleva desde el 2010 con una presencia que equilibra los diferentes grupos de interés, representando a fundadores, fondos de inversión y accionistas minoritarios. Se contempla la incorporación nuevos consejeros independientes en el Comité de Auditoría.



 Propuestas al próximo JGA

Organización



Founders OTTN

Se incorporarán progresivamente al management global integrado

Empresa participada

Presencial internacional

La compañía, con sede central en Barcelona y 3 centros de I+D, tiene presencia en 8 países



Alcance de mercado global

Agile 2015 (Latam+España)

Aprox. 12%

Con Enreach (Nordics):

Aprox. 15%

Con OTTN estimado en 2018

50-60%



POTENCIAL DE CRECIMIENTO

Potencial de crecimiento

Contemplamos diferentes palancas de crecimiento:

- Sector que crece a doble dígito, con cambios de fondo en el consumo y transformaciones industriales que requieren la tecnología como pieza fundamental
- Estamos pasando de un alcance regional (hispano, con el 12-15%) a un mercado más amplio (con capacidad de llegada al 50-60% del mercado)
- El modelo de negocio, en el que contribuimos a la monetización digital, tiene escalabilidad y velocidad
- Tenemos un papel activo en la concentración del sector, como un agente relevante en nuestro segmento

Comparables

En relación con empresas de nuestro segmento (video, bigData), vemos comparables que definen el momentum del sector (en la tabla operaciones recientes de adquisición o IPOs al Nasdaq)

Company	Country	Type	Acquisition	Revenue	xRev	Acquirer	Year
Ooyala	USA	OVP	\$360	\$65	5,5	Telsra	2014
Blukai	USA	DMP	\$400	\$64	6,3	Oracle	2014
Exelate	Israel	DMP			5,6	Nielsen	2015
Adap.TV	USA	AdTech	\$405		3,5	Aol	2013
Qumu	USA	OVP	\$53		3,9	Rimage	2011
Cxense	Norgay	DMP	\$65	\$17	3,9	IPO	2014
Tremor	USA	AdTech	\$396	\$126	3,5	IPO	2013
					4,6	Promedio	

El mercado del Addressable TV (con capacidades basadas en el video digital y el bigData) crecerá progresivamente impulsando la concentración entre los segmentos de tecnologías de video y publicidad (AdTech)



Resumen

- ✓ Sector en crecimiento, con potencial contrastado
- ✓ Track record y experiencia internacional
- ✓ Trayectoria de M&As y operaciones estratégicas
- ✓ Potencial de revalorización y opciones complementarias de liquidez



HQ Europa

**Diagonal 449 7º/8º - 08036 Barcelona
Phone: +34 93 802 38 00**

HQ America

**Avenida Brigadeiro Faria Lima,1993
CJ 43 - 01452-909 São Paulo – SP
Phone: +55 (11) 3094 3670**

**Commercial representation in Madrid,
Buenos Aires, Santiago de Chile, Mexico DF
and Bogota.**

info@agilecontent.com