



Barcelona, 28 de noviembre de 2016

COMUNICACIÓN DE HECHO RELEVANTE AGILE CONTENT, S.A.

En virtud de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 sobre abuso de mercado y en el artículo 228 del texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y disposiciones concordantes, así como en la Circular 15/2016 del Mercado Alternativo Bursátil (MAB), ponemos en su conocimiento la siguiente información relativa a AGILE CONTENT S.A.:

Presentación corporativa para Inversores

Con motivo de las reuniones que AGILE tendrá con accionistas de la Compañía e inversores potenciales a lo largo de las próximas semanas, dentro del marco de la operación de ampliación de capital dineraria en el que la Compañía se encuentra inmersa, a continuación se adjunta la presentación corporativa que será utilizada en dichos encuentros.

Quedamos a su disposición para cuantas aclaraciones consideren oportunas



HERNÁN SCAPUSIO VINENT
CEO



Ampliación de capital

Noviembre 2016

AVISO LEGAL

Este documento es propiedad única de Agile Content S.A. y es de carácter privado y confidencial. Toda la información contenida en el documento presente está dirigida únicamente a su destinatario. Si no es el destinatario original de este mensaje y por este medio pudo acceder a esta información por favor devuelva esta información a Agile Content S.A. La distribución o copia de parte o de la totalidad de este documento y de la información contenida en el mismo está estrictamente prohibida. Esta comunicación tiene un propósito comunicativo y no debe considerarse una declaración oficial de Agile Content S.A. Toda la información aquí contenida está sujeta a alteraciones sin previo aviso.

LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Este documento (de ahora en adelante el “Cuaderno de presentación” o el “Cuaderno”) ha estado preparado por Agile Content S.A. (en adelante “Agile” o la “Compañía”) para mostrar el plan de negocio de la sociedad.

Este documento se está librando a un número limitado de entidades e inversores. Mediante la aceptación de éste, su receptor acuerda (i) que ni él ni sus agentes, representantes, consejeros o empleados copiarán, reproducirán y distribuirán este Cuaderno a terceros, ni en su totalidad ni en parte alguna, ni en ningún momento, sin contar con previo consentimiento escrito de Agile, (ii) que mantendrán confidencialidad permanente de toda la información contenida en el Cuaderno que no sea de dominio público, y (iii) que utilizarán este Cuaderno exclusivamente con el fin de evaluar la evolución y los resultados de Agile.

Este documento incluye estimaciones y proyecciones basadas en supuestos y juicios subjetivos sobre el desarrollo futuro de la compañía. Tanto en los estados financieros proyectados y la determinación de los criterios e hipótesis sobre los cuales están basados, como del detalle de la información pertinente que pudiera afectar a la ejecución de los mismos, son responsabilidad de la Dirección de la compañía.

Así mismo, atendido el carácter incierto que tiene cualquier información basada en expectativas futuras, más aún, en situaciones como las de la actual coyuntura económica y financiera, podrían producir diferencias entre los resultados proyectados y los reales, que podrían ser significativas.

El contenido de este documento es confidencial y debe ser utilizado exclusivamente para la finalidad descrita anteriormente.

- ✓ Resumen ejecutivo y oportunidad
- ✓ Resultados del 1er Semestre 2016
- ✓ Trayectoria de la compañía
- ✓ Estrategia de crecimiento y uso de los fondos
- ✓ Potencial de crecimiento y comparables
- ✓ Razones para invertir en Agile

Resumen ejecutivo

Agile Content en números

65% de
Crecimiento

- Cumplimiento del plan de negocio (1S.2016 vs 1S.2015: +65% facturación y +144% EBITDA)

>80% ventas
internacionales

- Equipo de >140 profesionales de software en 10 países
- Centros de I+D en Barcelona, Helsinki y Sao Paulo

1ª cotizada de
SW en España

- Cotizada (MAB) desde nov.2015. MarketCap 18,5M€
- 1ª fabricante de software cotizado en España

Top 10 global
en la categoría

- Clientes de primer nivel en TMT (Telco y Media)
- Única empresa europea en MQ EVCM de Gartner

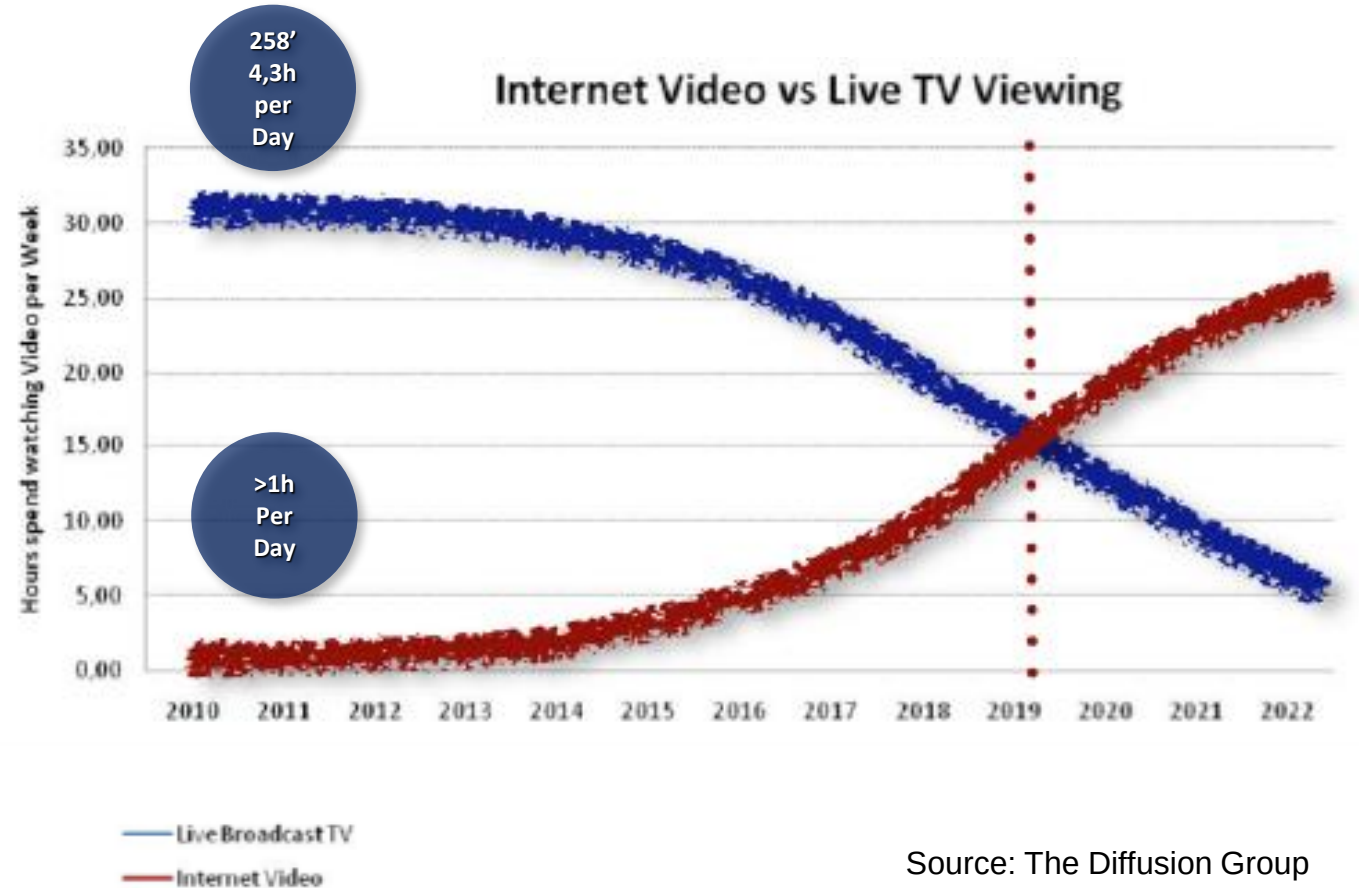
Oportunidad de inversión

4M€ Capital
increase

Aceleración del plan de negocio: expansión en mercados anglosajones, adquisición de empresa de AdTech con importantes sinergias en el futuro de la TV digital.

Evolución del consumo televisivo

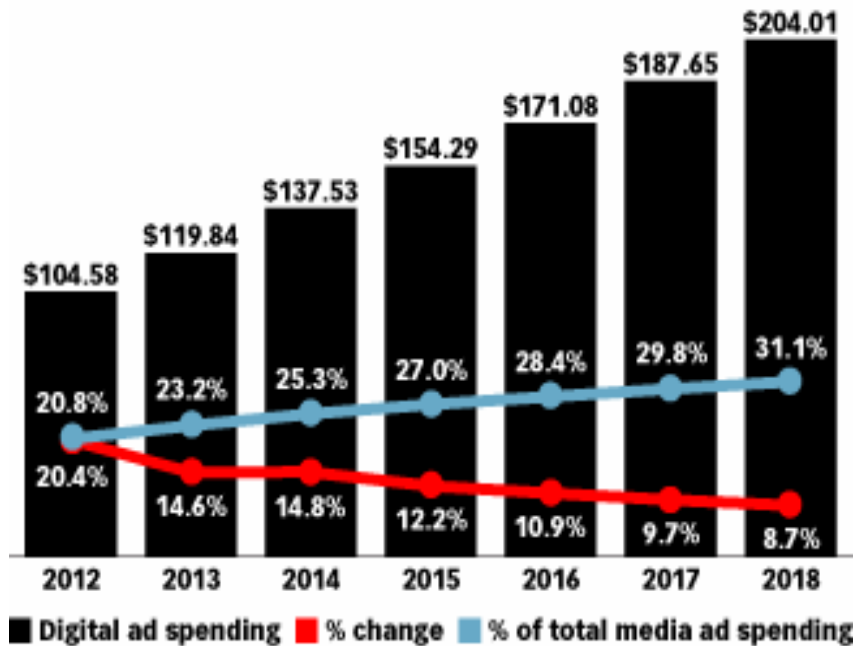
- Antes del final de la década, la televisión online superará a la televisión broadcast.
- **En 2017 la publicidad digital superará al gasto en publicidad televisiva.**
- Las capacidades de segmentación y personalización de la publicidad en TV determinan el mayor espacio de crecimiento en los próximos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



Source: The Diffusion Group

Eficiencia de la publicidad digital

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

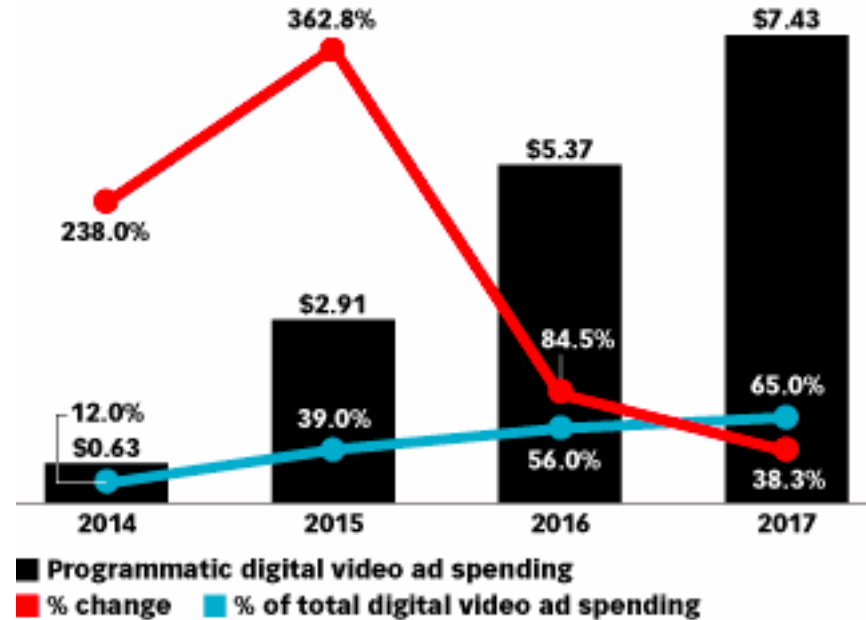


Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones and tablets, and includes all the various formats of advertising on those platforms; excludes SMS, MMS and P2P messaging-based advertising
Source: eMarketer, March 2014

170813

www.eMarketer.com

US Programmatic Digital Video Ad Spending, 2014-2017
billions, % change and % of total digital video ad spending



Note: digital video ads transacted via an API, including everything from publisher-erected APIs to more standardized RTB technology; includes advertising that appears on desktop/laptop computers, mobile phones, tablets and other internet-connected devices; includes pre-, mid-, post-roll in a video player environment
Source: eMarketer, Oct 2015

197095

www.eMarketer.com

La publicidad digital ofrece mayor eficiencia a los anunciantes y continúa creciendo de manera sostenida (es la principal fuente de ingresos de Google y Facebook).

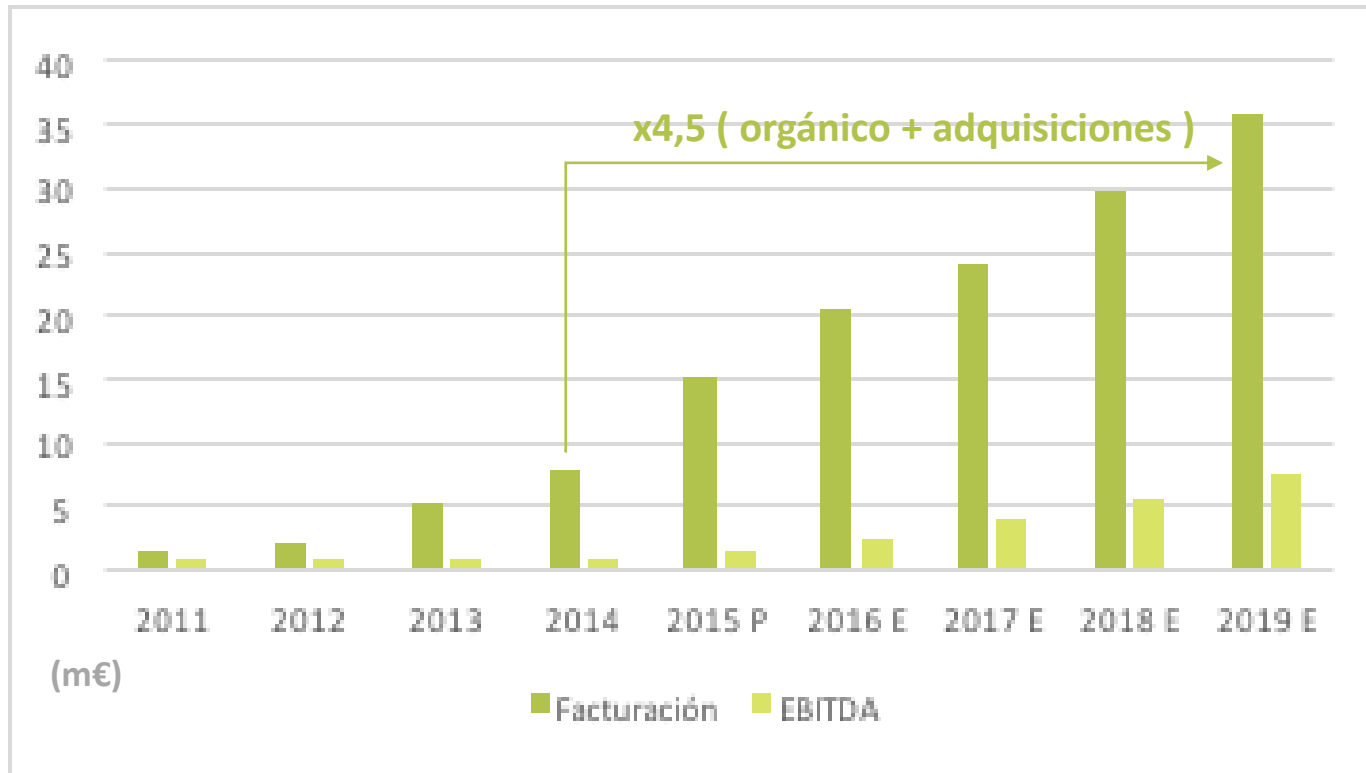
La publicidad en compra programática (como la automatización del trading) es el segmento que más crece, donde la tecnología más aporta.



La nueva Televisión

El consumo de televisión bajo demanda (cuando y desde donde el usuario quiere) es una realidad que con las capacidades de personalización de la publicidad (optimización para los anunciantes) masificará el consumo televisivo que hoy está restringido a la TV de pago. Agile Content cuenta con tecnología para potenciar esta transformación y captar valor de la mano de los medios de comunicación y operadoras de telecomunicaciones.

Alto crecimiento, lidera la consolidación del sector



Agile Content es un referente en los mercados hispanos y un top 10 mundial en el ámbito del video digital y el bigData. Clientes de referencia y analistas avalan su tecnología.

En 2017 Agile Content se consolidará en el top global del segmento del Addressable TV (el uso de la personalización y la segmentación publicitaria en la Televisión) y liderará la consolidación del sector que ofrece un alto potencial de crecimiento y revalorización.



RESULTADOS DEL 1ER SEMESTRE 2016

Resultados al 30.jun.2016

Resultados del 1er semestre de 2016:

- Crecimiento en la facturación proforma, +65% más que el 1er semestre del año anterior.
- Mayor inversión en I+D, pasando del 11 al 15% sobre facturación, duplica en términos absolutos para mejora de competitividad.
- Crecimiento del EBITDA proforma, +144% sobre el año anterior, pasa del 6 al 9% sobre ventas y crece hasta €0,8M en el 1S.
- €0,24M de impacto negativo de las diferencias de cambio, por la situación de los mercados.

Resultados 1S.16 proforma. Incluyen también 1Q de OTTN. No incluyen resultados de la participada Enreach (derechos sobre 26%)

AGILE GROUP Consolidado Proforma al 30.JUN.16 (En miles de €)	15.2015 Consolidado	15.2016 Consolidado Proforma	Variación 15.2016 proforma vs 1S.2015
Importe neto de la cifra de negocio	4.483	7.404	65%
Trabajos realizados para el activo	520	1.115	114%
Imputación de subvenciones de inmovilizado financiero	85	85	0%
Ingresos Totales	5.088	8.604	69%
Aprovisionamientos	- 3.532	- 3.364	-5%
Margen Bruto	1.556 31%	5.240 61%	237%
Gastos de personal	- 761	- 2.280	200%
Otros gastos de explotación	- 466	- 2.158	363%
EBITDA	329 6%	801 9%	144%
Amortización	- 843	- 1.289	53%
Deterioros y otros	- 87	- 5	-95%
Resultado de Explotación (EBIT)	- 601	- 492	-18%
Resultado Financiero	- 59	- 53	-12%
Diferencias de cambio	- 38	- 244	536%
Resultado Financiero	- 98	- 297	203%
Resultado Antes de Impuestos (EBT)	- 699	- 789	13%
Impuestos sobre beneficios	99	-	-100%
Resultado Consolidado del Ejercicio	- 600 -12%	- 789 -9%	32%

Cumplimiento del Plan de negocio

El plan de negocio se está ejecutando según la estrategia prevista con un cumplimiento de los objetivos. Entre 2011 y 2015 con un crecimiento orgánico centrado en los mercados hispanos, Agile Content incrementó la facturación en un 50% anual de media. Con la salida al MAB y una internacionalización más amplia, el crecimiento se combina con las adquisiciones, con las que se contempla superar los 20M€ en facturación proforma 2016 y un EBITDA de >2.3M€ (pendiente de ejecutar las sinergias en 2017).

	consolidado proforma					
(000 €)	2011	2012	2013	2014	2015 (1)	2016 (2)
Facturación	1.643	2.152	5.463	7.942	15.078	20.440
Crecimiento anual		31%	154%	45%	90%	36%
EBITDA	886	915	825	725	1.501	2.321

(1) En 2015 se incluye consolidado proforma con OTTN (2) En 2016 se incluye también ADman

Las sinergias operativas, contemplando la optimización de filiales y estructuras, prevén un ahorro de 360k€ a ejecutar en 2017



TRAYECTORIA DE LA COMPAÑÍA

Cientes de referencia

Nos hemos especializado en empresas del sector TMT (Telecom & Media), que representa el 15% del PIB, donde contamos con tecnología diferencial

Televisiones y Radios (25%)

Grupos de Media (30%)

Operadores de Telecomunicaciones (45%)



Televisió de Catalunya



AMAZON SAT

EGMONT

Kustannus



EL UNIVERSAL



GRUPO ZETA



SCHIBSTED
MEDIA GROUP



EL UNIVERSAL
EL GRAN DIARIO DE MÉXICO



El Comercio



TELMEX®



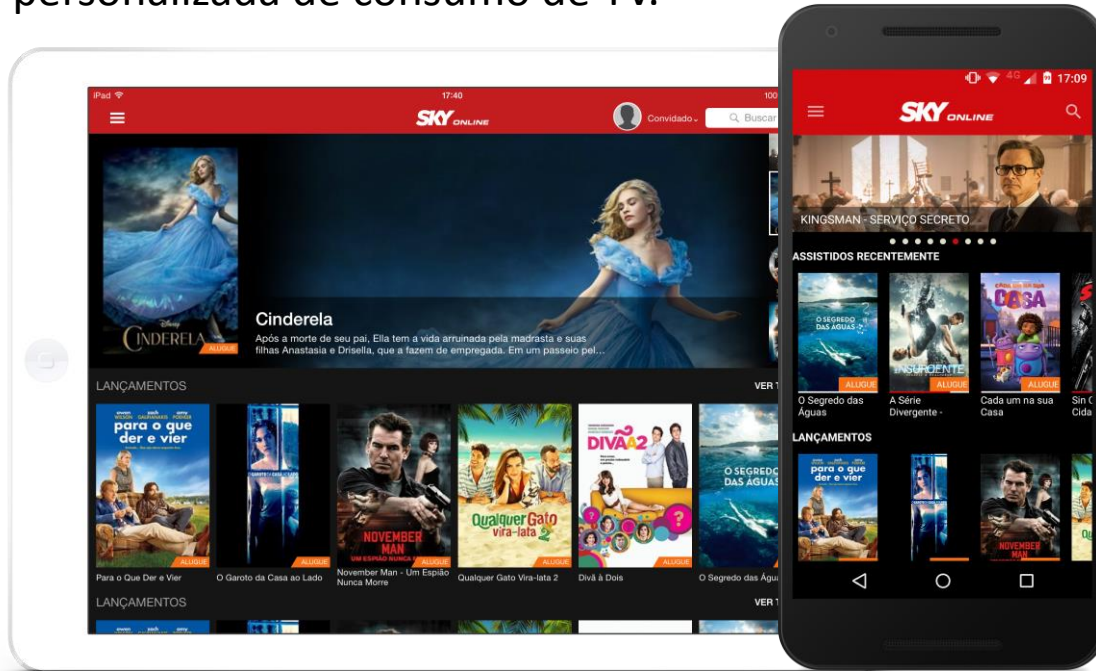
GRUPO
POSITIVO



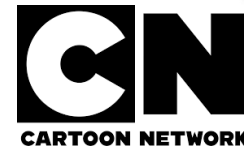
NET



Operamos los servicios de OTT, portales de payTV y sistemas de atención al cliente de SKY en Latinoamérica, dando servicio a más de 5 millones de abonados, ofreciendo conexión multiplataforma y una experiencia personalizada de consumo de TV.



Casos de éxito



Bloomberg Business

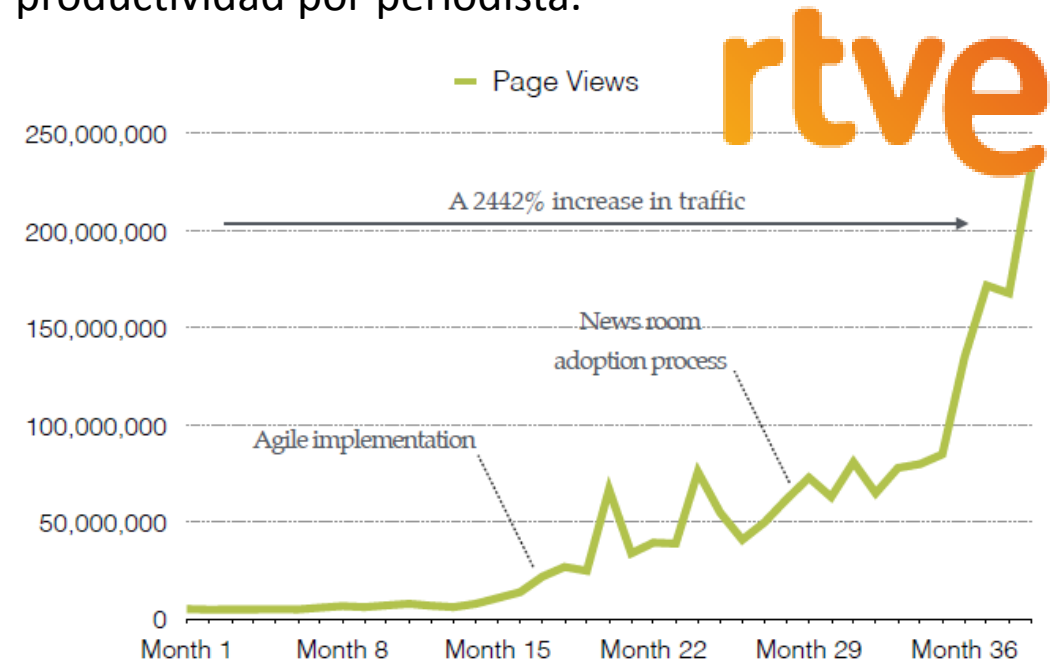
Hemos alcanzado más de 100.000 usuarios de pago en el primer año, con Claro (grupo Telmex) en un mercado piloto como Chile, con un producto para practicar inglés con Bloomberg. Acabamos de lanzar un segundo producto con Cartoon Network y durante el 2S.2016 estamos lanzando en 4 mercados más, con crecimientos mensuales superiores al 10%.

Operamos el proyecto de Global Video Platform de Telefónica, como proveedor de tecnología OTT, como parte de la estrategia de TV de pago del grupo. Con más de 2 millones de videos concurrentes, soporta una escalabilidad robusta para sus operaciones en múltiples países, con un negocio de creciente importancia en su cuenta de resultados.



Casos de éxito

Hemos ayudado a Radio y Televisión Española a reformar su presencia digital, proporcionando la tecnología para la gestión y distribución de contenidos en los canales digitales. En los primeros 18 meses desde la implantación la audiencia digital creció x24, con una mejora sustancial de la productividad por periodista.



Presencia internacional

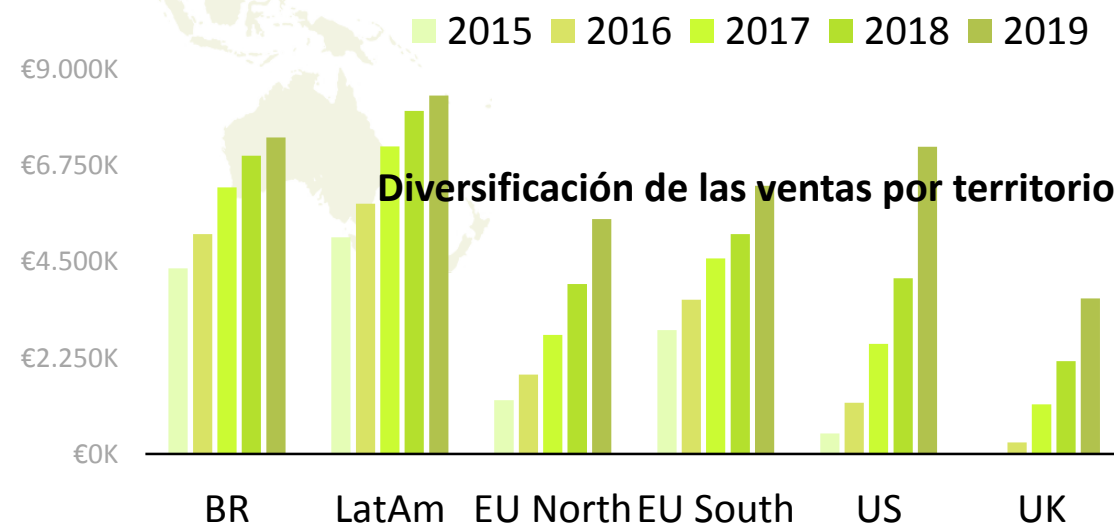
La compañía, con sede en España, tiene 3 centros de I+D (Barcelona, Helsinki y Sao Paulo), con presencia en 10 países y negocio en más de 15.



Las ventas internacionales representan >70%.

Evolución alcance sobre el mercado global

Agile 2015 (Latam+España)	12%
Con Enreach (Nordics)	15%
Con OTTN estimado en 2018	50-60%



Trayectoria de la compañía

Reconocimiento de analistas

Magic Quadrant

Figure 1. Magic Quadrant for Enterprise Video Content Management

2014



Gartner®

Agile Content es uno de los top 15 players a nivel mundial en la gestión de Video Content Management (top 10 en el report de 2016 que será publicado en breve)

Mejor evolución

Magic Quadrant

Figure 1. Magic Quadrant for Enterprise Video Content Management

2015

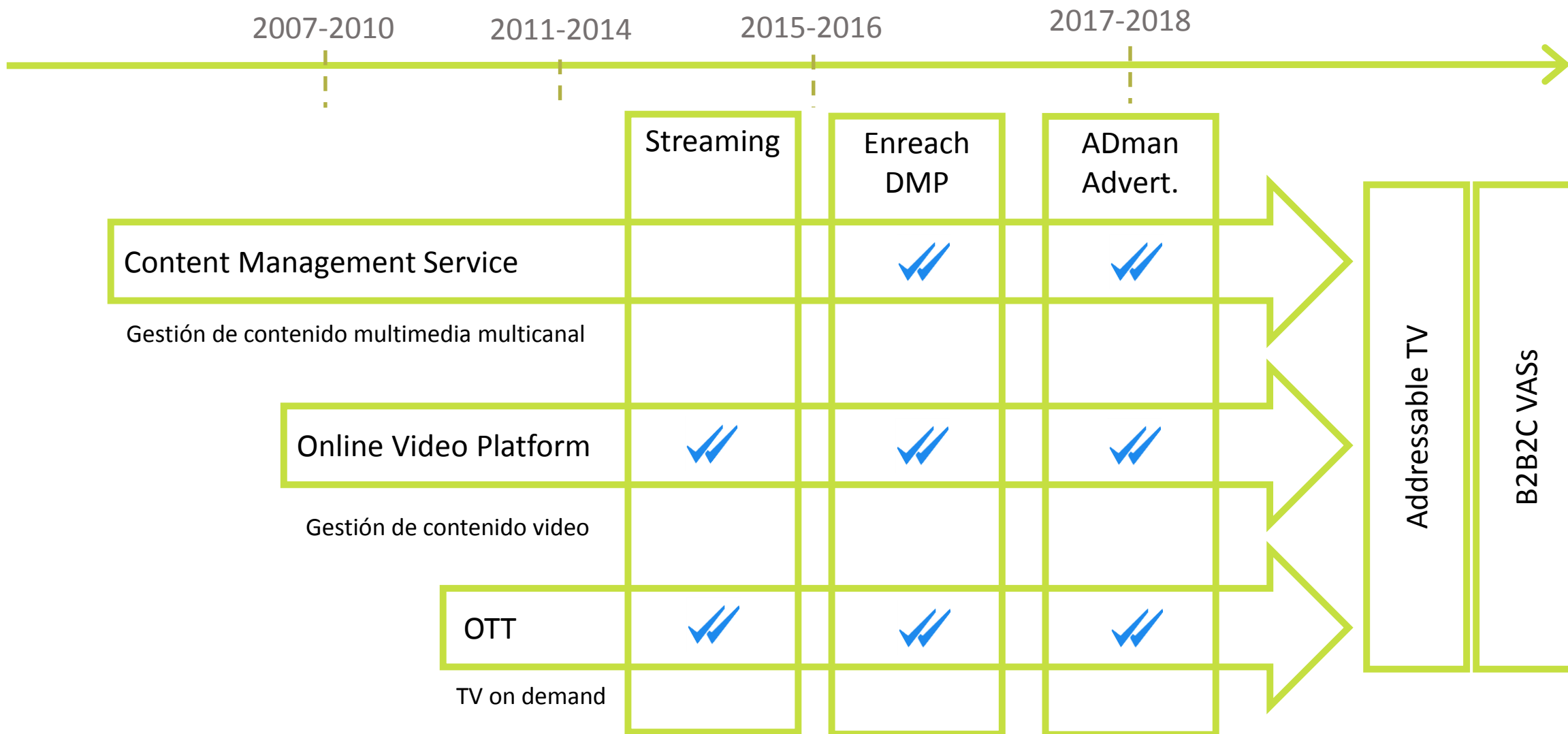


Única empresa Europea en el cuadrante (1)

Trayectoria de la compañía

(1) Gartner es el principal analista internacional para empresas de tecnología, cuyos informes Magic Quadrants cualifican a los principales fabricantes de software mundiales.





Modelo de negocio y generación de valor

Agile Content como proveedor tecnológico da soluciones para operar negocios digitales basados en contenido, soportando de manera agregada:

- > 10M de hogares con TV de pago (clientes Telecom)
- > 80M de usuarios únicos, >200 portales (clientes de Media)

Capta valor por 15M € de más de 40 clientes en la parte alta del mercado, que generan >1bn USD de manera agregada con sus negocios digitales. Es un sector en crecimiento (previsión CAGR 2016-2020 combinados de >20%).

Complementariamente desarrolló líneas de negocio B2B2C (de la mano de Telecom y Media, haciendo negocio con sus clientes) como partners tecnológicos en modelos de revenue sharing, que permiten mayor rentabilidad y escalabilidad, captando mayor porción del negocio.

Modelo B2B

Venta de licencias (+ upgrades)	Alquiler recurrente en la nube (cloud)
Rango 150k a 600k /año	Rango entre 3k y 25k /mes
Margen bruto 40 al 60%	

Modelo B2B2C

Servicios de valor añadido	Rev Share publicitario
1 a 4 usd / ARPU mes	0,25 a 1,00 usd CPM
Escalabilidad, margen hasta 80%	

Crecimiento sostenido

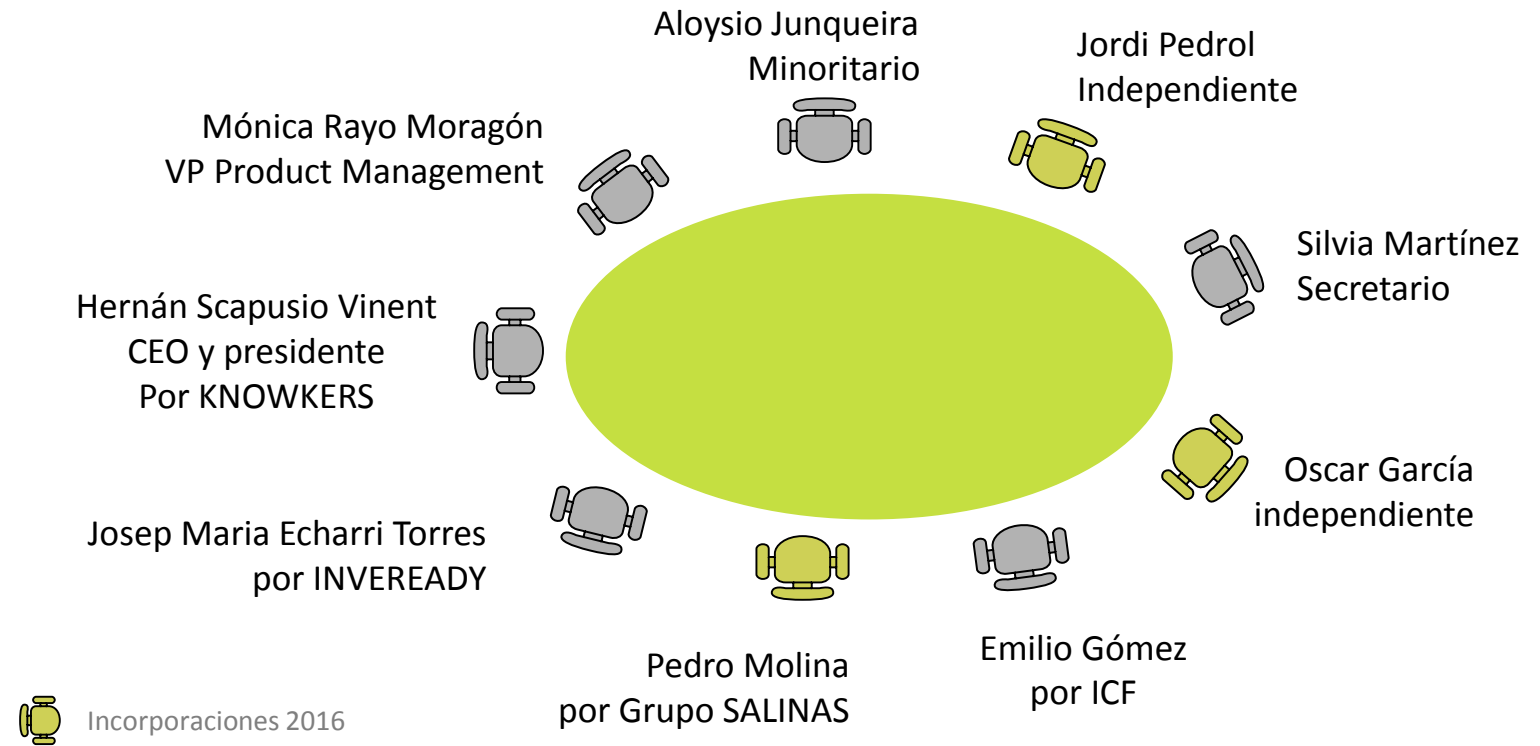
- Agile Content ha crecido a un ritmo de 50% CAGR entre el 2011 y el 2015, pasando de operar en España a los principales mercados Hispanos, con >80% de ingresos internacionales
- En paralelo a este crecimiento, en el plan 2016-2019 la empresa plantea una combinación con adquisiciones para ser un agente líder en la consolidación del sector.



Accionariado y gobierno

Knowkers	34,90%
UUX (Grupo Salinas Founders)	14,05%
Inveready	13,80%
ICF	5,11%
Fides	5,00%
Minoritarios	27,14%

El accionariado cuenta con un núcleo estable de accionistas entre los que se encuentran los fundadores (Knowkers), INVEREADY (VC de referencia en Mas Móvil y varias cotizadas), UUX (Grupo Salinas), ICF (Institut Català de Finances) y Fides Capital.



Con la adquisición de OTT Networks, se ha incorporado al accionariado el grupo SALINAS, una de las principales fortunas de México y dueño de empresas como TV Azteca, Banco Azteca o Elektra



Consejo de Administración



Hernán Scapusio Vinent, CEO y co-fundador de Agile Content, lidera el crecimiento orgánico e inorgánico de la compañía, con una fuerte expansión internacional, situándola como player de referencia de grandes compañías en los territorios en los que opera.



Mónica Rayo Moragón, VP Product Management y co-fundadora. Ex Oracle, tiene una extensa trayectoria en la dirección técnica de proyectos digitales para grandes medios y marcas: RTVE, TV3, Telecinco, Vocento, Grupo Zeta, CaixaBank, Grupo RBS, Grupo Estadão, etc.



Pedro Molina es Director y Consejero de las empresas del Grupo Salinas en Europa (y en algunos otros países) desde 2008. También se ha desempeñado como Controlador Financiero del Holding TV AZTECA, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE, entre otros cargos directivos en diferentes empresas.



Aloysio Junqueira (minoritario), actualmente Founder & CEO de Intelektto, e inversor de la empresa Bisoux, ambas localizadas en Brasil. Ejecutivo con amplia experiencia en el sector servicios de IT y Telecomunicaciones, con larga trayectoria internacional.



Josep Maria Echarri, Founder & CEO de INVEREADY. Actualmente también es Senior VicePresident de MasMovil Ibercom. Previamente ha desempeñado cargos como CFO de Oryzon, y Entrepreneurship Manager en el CIDEM (Generalitat de Catalunya)



Emilio Gómez Jané, Director de Capital MAB del Institut Català de Finances (ICF). Ha trabajado como Director Asociado en Highgrowth Partners, y como Director de Operaciones en Barcelona Ventures. También ha sido docente en diferentes MBAs de la Universidad de Barcelona y la Universidad Pompeu Fabra.



Oscar Tomás García Chillón (independiente). Estudió en el IESE y LaSalle, actualmente CTO en Application Management de NTT Europe y fue fundador de ATLAS IT, con amplia experiencia en el negocio de las Telecomunicaciones y los entornos Cloud.



Jordi Pedrol Ruiz (independiente). Con estudios en Carnegie Mellon University y la UAB, y experiencia en Palo Alto, ha trabajado como CFO de diferentes Start-ups y empresas de tecnología (Inspirit, Spamina, Tempos21, eDreams), colaborando con Wayra para Telefónica.

ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO Y DESTINO DE LOS FONDOS DE LA AMPLIACIÓN

Crecimiento orgánico (37,5%)

- Consolidación de México y Centro América
- Penetración en US desde Texas y Miami
- Desarrollo de canal a través de grandes integradores
- Afianzamiento en Europa (oportunidades de crecer en el mid-market Telecom)

Adquisiciones (62,5%)

- Para robustecer las soluciones de monetización y bigData, Agile Content planea adquirir una empresa de publicidad programática especializada en video digital
- Se han analizado diferentes operaciones y se mantienen alternativas dentro de los criterios y valoraciones establecidas, que contribuirían al plan estratégico
- Se ha avanzado con la principal opción y se cuenta con un acuerdo vinculante

Adquisición de ADman media

El 12.SEP se ha hecho público el acuerdo para la adquisición de ADman, en periodo de exclusividad, condicionada a la ampliación de capital y al resultado 2016 y due dilligence.

http://www.bolsasymercados.es/mab/documentos/HechosRelev/2016/09/05102_HRelev_20160912.pdf



ADMAN, creada en 2009, es una compañía AdTech, especializada en publicidad en video, con fuerte presencia en el mercado hispanoamericano y sur de Europa. ADMAN maximiza los ingresos de publicidad de los medios de comunicación y a su vez ayuda a los anunciantes a conseguir el máximo rendimiento de sus campañas. Sus soluciones de publicidad impactan a más de 180 millones de usuarios únicos al mes, suponiendo más del 70% de alcance (reach digital) en los mercados en los que opera.

Adquisición de ADman media

La operación contempla un precio base de 4.1M€ con una valoración estimada en x5,8 EBITDA + un variable en función de resultados 2017-19. Los siguientes earn-outs, condicionados al cumplimiento de EBITDA y otras variables financieras, dan un payback total de 4,5 años, además de sinergias.

- Due dilligence sobre el ejercicio 2016 cerrado para materializar el cierre en 1Q.17
- Pago inicial (cash): 2.5M€ (2M con la ampliación de capital y 0,5M parte del excedente previsto de working capital, contra deuda pública ya contraída por ADman)
- Pago inicial en acciones: 1.6M (previsión 2Q.17).
- Earn outs (mix cash y stock en proporción equivalente a lo anterior), en función de resultados de EBITDA 2017-18-19
- Sinergias en LatAm, Europa y el US Hispanic, complementariedad en la oferta de valor y optimizaciones operativas

Crecimiento y consolidación del negocio

Tal como planteamos en el plan de negocio, contemplamos una creación de valor con un crecimiento sostenido, fruto de la expansión geográfica y un papel en la consolidación del sector. La optimización del negocio gracias a la dimensión y a las sinergias entre las diferentes adquisiciones, irán consolidando la generación de caja de las operaciones.

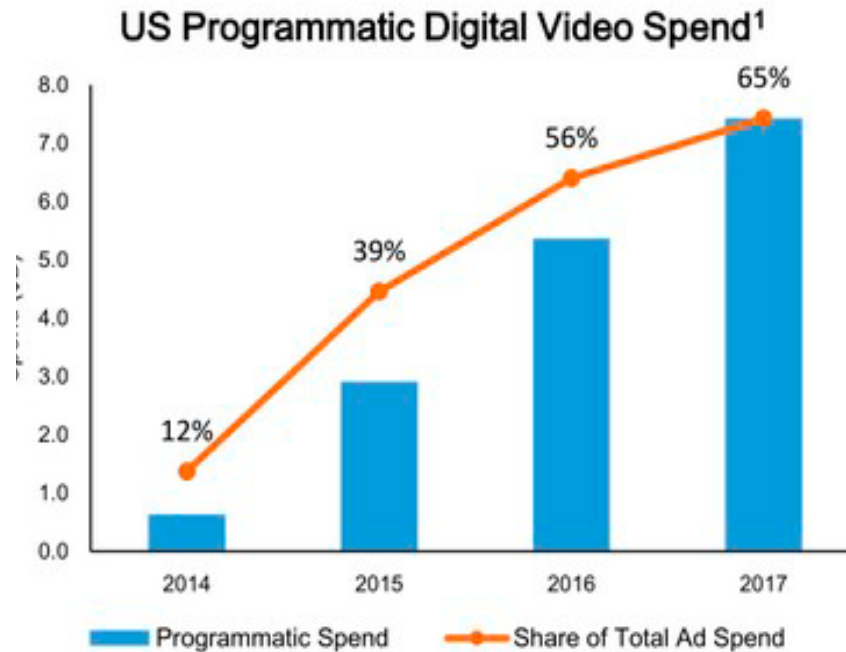
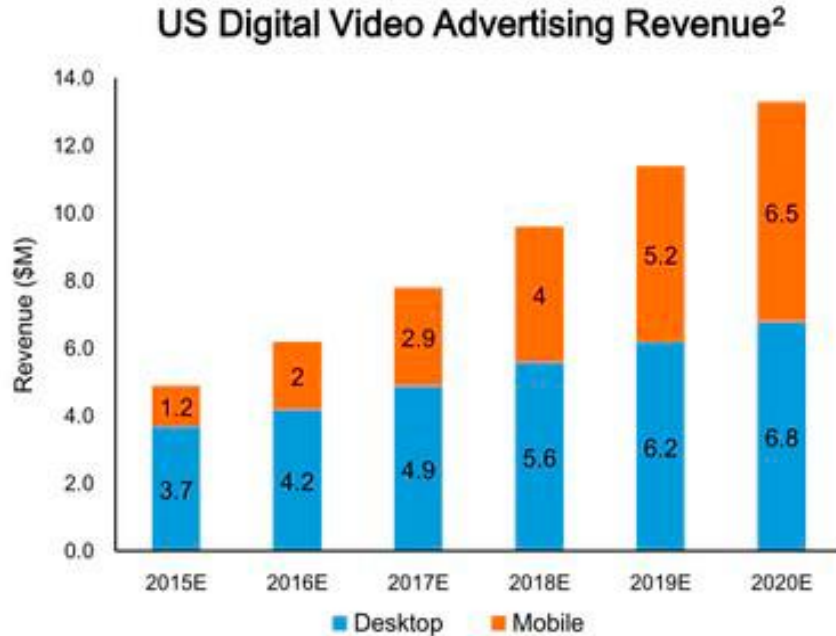
Plan de negocio 2017-2019 (consolidado proforma)

	2017	2018	2019
Ingresos totales	26.388	32.052	38.170
crecimiento	14%	23%	21%
EBITDA	3.951	5.596	7.506
crecimiento	67%	42%	34%

Evolución prevista de las líneas de negocio	2016	2019
Advertisement & BigData (DSP/DMP)	40%	42%
Video Platforms (CMS/OVP/OTT)	56%	36%
Value Added Media (VAS & B2B2C)	4%	22%

Se priorizan las líneas más rentables y el uso de tecnologías en modelos de negocio más escalables, como partners tecnológicos más que como proveedores (con un uso de tecnologías OTT y OVP en modelo B2B2C, como value added media)

Evolución de la publicidad en video



La compra programática de video digital alcanzó \$2.910 millones en 2015, llegando al 39% del total del gasto en video digital, marcando el patrón que sigue Europa con 1 año de diferencia.

La eficiencia de la compra programática (como la automatización en el trading) permite optimizaciones en el mercado publicitario y en el video digital como segmento de mayor crecimiento dada la convergencia entre Telecomunicaciones y TV. En el 2017 eMarketer pronostica que será el 65% del total alcanzando \$7.430 millones en 2017 (60% CAGR).

POTENCIAL DE CRECIMIENTO Y COMPARABLES DE MERCADO

Agile Content tiene un alto potencial de revalorización como referente europeo en el sector y opciones mayores si consolida una presencia relevante en US.

	Actual (1)	Post Ampl (2)
MarketCap	18,5	25,1
xRev	1,2	1,2
xEBITDA	12,3	10,8

(1) sobre proforma 2015 con OTTN

(2) sobre proforma 2016 con ADman, ampliación 4m y pago stocks 1,6m

(3) Comparables equivalentes, sin deuda

Potencial de crecimiento

Comparables

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
UStream	USA	OVP	\$130	\$34	3,9	IBM	2016
Cxense	Norway	DMP	\$65	\$17	3,9	IPO	2014
Tremor	USA	AdTech	\$396	\$126	3,5	IPO	2013
Clearleap	USA	OTT	\$210			IBM	2016
Unruly	UK	AdTech	\$176	\$46	3,9	News Corp	2015

Elaboración propia, múltiples fuentes (CrunchBase, PixBook, SW index, etc.)

El mercado del Addressable TV (con capacidades basadas en el video digital y bigData) crecerá progresivamente impulsando la concentración entre los segmentos de tecnologías de video y publicidad (AdTech) y ofrece un alto potencial de salida (IPO Nasdaq o adquisición).

Razones para invertir en AGILE

- ✓ PI y Tecnología propia, referente validado por clientes y analistas
- ✓ Trayectoria internacional con crecimiento orgánico y M&A
- ✓ Momento de mercado y sector consolidado con alto crecimiento
- ✓ Posición clave en la consolidación del sector