investir

COGEFI
REVUE DE PRESSE

VALEURS MOYENNES

MÉDIAS-PUBLICITÉ

Xilam De très lucratives séries animées pour enfants

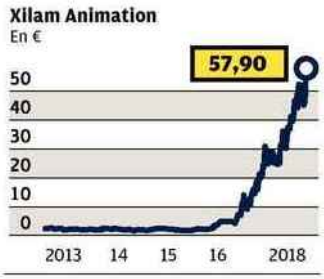
Ce producteur de séries animées pour enfants exploite trois marques phares (*Oggy et les cafards*, *Zig & Sharko*, *Paprika*). Il produit lui-même avec quatre studios, à Paris, à Lyon, à Angoulême et à Hô Chi Minh-Ville (anciennement Saigon). Le modèle économique n'est pas risqué comme celui du cinéma, car les préventes couvrent les coûts de production (à 125 % en 2017).

DEMANDE CROISSANTE

Surtout, la sociéte bénéficie pleinement de la multiplication des plateformes de distribution numérique, qui complètent la clientèle des télévisions (dont les trois réseaux mondiaux Nickelodeon, Disney et Cartoon Network). Xilam édite ainsi 23 chaînes sur YouTube Kids (dont le contenu filtré plaît aux annonceurs), qui lui reverse 55 % des revenus publicitaires. L'arrivée de plateformes par abonnement comme Amazon Prime offre un nouveau débouché. Il résulte de cette demande croissante une forte hausse des prix.

En 2017, le chiffre d'affaires des nouvelles productions a grimpé de 42 %, à 15,3 millions d'euros, pour un volume porté de 51 à 63 demi-heures. Le prix de la demi-heure a ainsi bondi de 15 %, à 243.000 €. Cette année, l'effet volume va encore jouer, avec 70 demi-heures livrées.

L'effet sur les revenus du catalogue va s'amplifier, alors qu'ils ont déjà progressé de 77 % l'an dernier, à 9 millions (8,44 millions net). Ce sont pas moins de 195 demi-heures qui vont entrer en catalogue ces trois prochaines années (après 117 sur la période 2015-2017) et 300 les trois années suivantes. Selon le président-fondateur de Xilam, Marc du Pontavice, « *le catalogue vaut sûrement beaucoup plus de sept fois le revenu net* », soit déjà 59 millions sur la base des chiffres 2017. Or il est amorti avec prudence au bilan, où il est inscrit pour 20,9 millions. Le potentiel est également élevé dans les pays émergents. Xilam est en Chine depuis deux ans, mais c'est, pour l'heure, l'Inde qui est la plus prometteuse Ce pays, où la présence remonte à 2008, est devenu le troisième débouché à l'export. Comme l'explique Babichanth Kulasingham, analyste chez Midcap Partners, les tarifs sur YouTube en Inde sont de 30 à 50 cents pour 1.000 vues, contre 5 centimes il y a cinq ans, et ils commencent à converger avec ceux pratiqués aux Etats-Unis (de 3 à 4 $). — **J.-L. C.**



NOTRE CONSEIL

ACHETER : nous nous étions positionnés à 2,15 €, puis à 6,20 €, avant de nous alléger partiellement à 13,90 €, bien trop tôt. Le titre se paie 22,8 fois le bénéfice net 2019 estimé (+ 35 %, à 10,5 millions d'euros), ce qui se justifie par d'impressionnantes perspectives.
Objectif : 68 € (XIL).
Prochain rendez-vous : le 7 juin, assemblée générale.

CRITÈRES D'INVESTISSEMENT

COMPORTEMENT DE L'ACTION

PERFORMANCE DU TITRE

COURS AU 12-4-18 :	57,90 €
VARIATION 52 SEMAINES :	220,42 %
2018 :	49,03 %

LIQUIDITÉ

VOL. QUOT. MOYEN ECHANGÉ :	15.202
EXTRÊMES 52 S. :	58,30 € / 16,02 €

PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE

ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ

ÉVOL. MOYENNE DEPUIS 3 ANS :	7 %
ÉVOL. 2017 :	53 %

BNPA

ÉVOL. MOYENNE DEPUIS 3 ANS :	46 %
ÉVOL. 2017 :	86 %

CONFIANCE DANS LA SOCIÉTÉ

SOLIDITÉ DU BILAN

DETTE NETTE / FONDS PROPRES :	76 %
DERNIER ACTIF NET / ACTION :	5,17 €

PART DU CAPITAL DÉTENUE PAR

LE PRÉSIDENT, MARC DU PONTAVICE :	40 %

AUTRES ACTIONNAIRES

AMUNDI :	9,6 %
COGEFI	4,6 %

INTÉRÊT BOURSIER

RENDEMENT ESTIMÉ

DIVIDENDE 2017 ESTIMÉ :	0
RDT 2016 : NUL	RDT 2017 : NUL

VALORISATION ESTIMÉE

PER 2017 :	43,4 FOIS
PER 2018 :	33,1 FOIS

PEA-PME

Tous droits réservés à l'éditeur