



Kinopolis Group Business Update Q3 2015 Information réglementée - 16 novembre 2015

Troisième trimestre 2015¹

Au troisième trimestre, Kinopolis a poursuivi sur la lancée du premier semestre 2015, avec une hausse du nombre de visiteurs, une hausse des produits par visiteur dans tous les pays et une contribution positive des cinémas repris à l'évolution du chiffre d'affaires et de l'EBITDA au niveau du Groupe. De même, le résultat courant net s'affiche en hausse, au total comme par visiteur.

Ceci s'est traduit par :

- ★ Une **hausse du nombre de visiteurs** de 4,1 % à 4,9 millions, grâce à l'expansion et une croissance organique en Espagne. Jusqu'au troisième trimestre (YTD), la fréquentation a augmenté de 8,6 %, à 14,7 millions.
- ★ Une **augmentation plus forte des produits totaux** que celle des fréquentations, grâce à une **hausse des produits par visiteur**.
- ★ Une **augmentation de l'EBITDA² courant³**, au niveau du Groupe comme par visiteur, grâce à la hausse des produits totaux.
- ★ Une **augmentation du résultat courant net**, malgré la hausse des charges financières liées au préfinancement dans le cadre de l'expansion du Groupe et malgré l'augmentation des charges d'impôt.
- ★ Une **hausse de l'endettement financier net** par rapport au 30 juin 2015, en raison de la poursuite de l'expansion du Groupe.

Du 1^{er} juillet au 30 septembre 2015, le Groupe a reçu 4,9 millions de visiteurs, soit 4,1 % de plus qu'au cours de la même période de l'an dernier. Cette hausse résulte de l'ajout du cinéma repris à Bourgoin (France) au début de l'été et des cinémas Wolff (Pays-Bas) repris l'an dernier, comptabilisés pour la première fois pour un trimestre complet. En outre, une croissance organique a été notée au troisième trimestre en Belgique et en Espagne. En particulier, juillet a été un bon mois, grâce au succès de l'offre cinématographique internationale, avec notamment « Minions » et « Jurassic World », et malgré l'absence de succès locaux.

Le top 5 du troisième trimestre 2015 a réuni « Minions », « Inside Out », « Jurassic World », « Mission Impossible : Rogue Nation » et « Ted 2 ». Les films locaux qui ont connu le plus grand succès ont été « Les Profs 2 » en France, « Atrapa la Bandera » en Espagne et « Le Tout Nouveau Testament » en Belgique.

¹ Du 1^{er} juillet au 30 septembre. Le troisième trimestre 2015 est comparé au troisième trimestre 2014.

² L'EBITDA n'est pas un critère reconnu dans le cadre des normes IFRS. Kinopolis Group définit ce concept en ajoutant au résultat opérationnel les amortissements comptabilisés, les réductions de valeur et les provisions, moins les reprises et utilisations éventuelles de ces mêmes postes.

³ Après élimination des opérations non courantes.



Kinopolis Group Business Update Q3 2015 Information réglementée - 16 novembre 2015

Visiteurs (millions)	Bel- gique	France	Espagne	Pays-Bas	Suisse	Total
Nombre de cinémas *	11	8	5	8	1	33
Q3 2015	2,1	1,4	1,0	0,3	0,03	4,9
Q3 2014	2,1	1,4	0,9	0,3	0,03	4,7
2015 par rapp. à 2014	+0,1 %	-0,1 %	+16,5 %	+17,8 %	-3,6 %	+4,1 %

* Exploité par Kinopolis

Les **produits totaux** ont enregistré une hausse plus forte que celle des fréquentations, essentiellement grâce à la hausse des produits par visiteur dans tous les pays, tant en ce qui concerne la vente de tickets (Box Office, BO) que celle des boissons et des snacks (in-theatre sales, ITS). Les **produits Box Office** ont connu un pic en juillet, grâce au succès de Minions et de Jurassic World, et à la hausse des ventes de 3D. Les **in-theatre sales** ont augmenté suite à la part plus importante de *blockbusters* par rapport à la même période de l'an dernier. En Belgique aussi, les produits BO et ITS par visiteur ont augmenté, malgré le grand succès des BNP Fortis Film Days, qui ont eu une incidence négative sur la vente moyenne par visiteur en septembre.

Les **produits business-to-business (B2B)** sont restés pratiquement inchangés au troisième trimestre par rapport à la même période de l'an dernier. L'augmentation des produits résultant de la vente de vouchers et de la visibilité dans les complexes a été négativement compensée par le recul des produits des événements et de la publicité à l'écran.

Les **produits immobiliers** ont augmenté au troisième trimestre 2015, grâce à la hausse des produits des concessions propres et à l'ajout des cinémas néerlandais, qui ont été comptabilisés pour la première fois pour un trimestre complet.

Les produits de **Kinopolis Film Distribution (KFD)** ont baissé en raison du petit nombre de sorties de films au troisième trimestre.

Brightfish a généré plus de produits au troisième trimestre, grâce à la hausse des partenariats et des événements, malgré une légère baisse des produits de la publicité à l'écran.

L'**EBITDA courant** a été plus élevé que durant la même période de l'an dernier. L'EBITDA courant par visiteur s'affiche en hausse, lui aussi, grâce à la hausse persistante des ventes par visiteur et malgré l'augmentation du nombre de complexes loués - avec un impact négatif sur l'EBITDA par visiteur - après la reprise des cinémas Wolff l'an dernier.

L'**endettement financier net** a progressé par rapport au 30 juin 2015 suite à la reprise du cinéma français Mégaroyal, l'acquisition du terrain pour le nouveau cinéma à Utrecht Jaarbeurs (Pays-Bas) et la construction du complexe à Dordrecht (Pays-Bas).



Kinopolis Group Business Update Q3 2015 Information réglementée - 16 novembre 2015

Événements importants depuis le 30 juin 2015

Feu vert pour la construction d'un mégaplex à Utrecht

Le 1er juillet 2015, Kinopolis a obtenu le feu vert pour la construction et l'exploitation d'un nouveau cinéma à Utrecht Jaarbeurs (Pays-Bas). Octroyé par la municipalité d'Utrecht, le permis a été confirmé par le Conseil d'État. Le mégaplex d'Utrecht comptera 14 salles et 3.300 sièges, ce qui en fera l'un des plus grands cinémas des Pays-Bas. A Utrecht Jaarbeurs, Kinopolis vise plus de 1,25 million de visiteurs par an.

Acquisition du cinéma français Mégaroyal

Début juillet 2015, Kinopolis a acquis le cinéma français Mégaroyal. Ce cinéma de 12 salles et d'environ 2.100 sièges est établi à Bourgoin-Jallieu, à 35 km à l'est de Lyon. Mégaroyal accueille actuellement quelque 600.000 visiteurs par an. Cette reprise permet à Kinopolis de renforcer encore sa position sur le marché français.

Reprise des activités luxembourgeoises, néerlandaises et françaises d'Utopolis

Après un accord de principe conclu début juillet, Kinopolis a clôturé le 9 novembre 2015 la reprise d'Utopolis (Utopia SA), à l'exclusion des sociétés belges. La reprise concerne 9 cinémas situés dans 3 pays, à savoir le Grand-Duché de Luxembourg, les Pays-Bas et la France. La reprise des quatre cinémas belges est encore sous réserve de l'approbation du Conseil de la Concurrence. Elle devrait se prononcer sur le dossier avant la fin de l'année.

Utopia SA compte trois cinémas au Grand-Duché de Luxembourg (dont deux à Luxembourg-ville et un à Esch-sur-Alzette), cinq aux Pays-Bas (Oss, Almere, Zoetermeer, Den Helder et Emmen), un en France (Longwy) et quatre en Belgique (Malines, Turnhout, Aarschot et Lommel). Ces derniers ne font pas encore partie de la transaction.

Tout comme Kinopolis, Utopia SA exploite essentiellement des multiplexes et détient la propriété immobilière de plusieurs d'entre eux. En 2014, Utopia SA a accueilli au Grand-Duché de Luxembourg, aux Pays-Bas et en France 2,3 millions de visiteurs et a réalisé un chiffre d'affaires de € 28,3 millions et un EBITDA de € 4,9 millions.

La reprise d'Utopolis s'inscrit dans la stratégie d'expansion du Groupe Kinopolis, qui renforce ainsi sa position en France et aux Pays-Bas et, avec le Luxembourg, ajoute un nouveau marché géographique à son portefeuille.

Début de la construction de Kinopolis Breda

Le 21 octobre 2015 le coup d'envoi de la construction de Kinopolis Breda (Pays-Bas) a été donné avec le battage du premier pieu. Kinopolis Breda comptera 10 salles et 1.727 sièges et fera partie de la zone événementielle « Breepark ». L'inauguration de Kinopolis Breda est prévue pour l'été 2016.

eSports au Cinéma

Fin juillet, Kinopolis a lancé « eSports at the Cinema » en France et en Belgique, pour tirer parti de l'un des sports à la croissance la plus rapide au monde, le *gaming*. Pour cela, Kinopolis a engagé une collaboration exclusive avec BY Experience et ESL pour montrer sur grand écran divers événements *eSports* internationaux transmis par satellite. En plus d'amener au cinéma divers événements de *gaming*, « eSports at the Cinema » fournit également un contenu spécialement conçu pour le cinéma, grâce auquel les fans peuvent découvrir en exclusivité le monde des eSports.



Kinopolis Group Business Update Q3 2015 Information réglementée - 16 novembre 2015

« Le Labyrinthe : la Terre Brûlée » en Barco Escape

Depuis fin septembre, les visiteurs de Kinopolis Anvers et Courtrai peuvent découvrir « Le Labyrinthe : la Terre Brûlée » en Barco Escape. Le film est projeté par trois projecteurs sur trois écrans : l'écran classique au milieu de la salle, complété par deux écrans sur les côtés. On obtient ainsi une énorme image panoramique, qui procure une expérience cinématographique sans équivalent. Kinopolis Anvers et Courtrai sont les deux seuls cinémas d'Europe à être équipés de Barco Escape.

Programmation

Les succès du moment sont le nouveau James Bond « Spectre », « Hotel Transylvania 2 » (Hotel Transylvanie 2), « The Martian » (Seul sur Mars) et « The Walk » (Rêver Plus Haut). Les grands films à venir pour le quatrième trimestre sont notamment « Bridge of Spies » (Le Pont des espions), « The Good Dinosaur » (Le Voyage d'Arlo), « In the Heart of the Sea » (Au cœur de l'océan), « The Hunger Games: Mockingjay - Part 2 » (The Hunger Games: La Révolte, partie 2) et « Star Wars: Episode VII - The Force Awakens » (La Guerre des étoiles : Episode VII - Le Réveil de la Force). L'offre cinématographique locale est prometteuse, elle aussi, avec en plus de « FC De Kampioenen 2: Jubilee General », « Wat Mannen Willen » et « Safety First » en Flandre, « Les Nouvelles Aventures d'Aladin », « Babysitting 2 » et « Belle et Sébastien: l'Aventure continue » en France, « Regressión » et « Ocho Apellidos Catalanes » en Espagne et « Ja, ik wil! » et « Mannenharten 2 » aux Pays-Bas. Le programme alternatif comprend des représentations d'opéra et de ballet, complétées par des expositions d'art (« Exhibition on Screen ») et des concerts.

Calendrier financier

Jeudi 18 février 2016
Mercredi 11 mai 2016
Mercredi 11 mai 2016

Résultats annuels 2015
Business update premier trimestre 2016
Assemblée générale

Contact

Kinopolis Press Office
+32 (0)9 241 00 16
pressoffice@kinopolis.com

Kinopolis Investor Relations
+32 (0)9 241 00 22
investor-relations@kinopolis.com

À propos de Kinopolis

Né en 1997 de la fusion de deux groupes cinématographiques familiaux, Kinopolis Group est coté en bourse depuis 1998. Kinopolis propose un concept de cinéma innovant, qui fait valeur de référence dans le secteur. Kinopolis Group possède 35 cinémas en Belgique, aux Pays-Bas, en France, en Espagne, en Suisse et en Pologne. Au-delà de son activité cinématographique, le Groupe est également actif dans la distribution de films, l'organisation d'événements, la publicité à l'écran et la gestion immobilière. 2.100 collaborateurs s'attachent à ce que des millions de visiteurs passent un moment cinématographique inoubliable.