



## Kinopolis Group

### Business Update Q3 2013

14 november 2013

#### Gereguleerd bericht

Highlights YTD Q3<sup>1</sup> en Q3 2013<sup>2</sup>, telkens ten opzichte van de overeenkomstige periode in 2012

- ★ Tot en met het derde kwartaal 2013 onthaalde Kinopolis 12,5 miljoen bezoekers of 8,8% minder dan vorig jaar.
- ★ In het derde kwartaal kwamen 4,2 miljoen bezoekers naar Kinopolis, 3,7% minder dan in het derde kwartaal van vorig jaar. De daling was voornamelijk het gevolg van de warme zomer in België en Frankrijk en de aanhoudende koopkrachtcrisis in Spanje.
- ★ De opbrengsten uit ticketverkoop evolueerden evenredig met het aantal bezoekers in het derde kwartaal.
- ★ In-theatre sales<sup>3</sup> (ITS) kenden in Q3, per bezoeker en in totaal, een toename dankzij het proactief productbeleid van de groep.
- ★ De totale opbrengsten van Brightfish namen ook dit kwartaal verder toe.
- ★ De business-to-business opbrengsten kwamen onder druk te staan in Q3 en YTD Q3 als gevolg van de economische crisis.
- ★ De real estate opbrengsten daalden YTD Q3 licht vanwege de lagere variabele huurinkomsten in Polen.
- ★ De courante<sup>4</sup> EBITDA<sup>5</sup> per bezoeker steeg YTD Q3 dankzij de hogere opbrengsten per bezoeker, de hogere opbrengsten van Brightfish en de verbetering van de operationele efficiëntie.
- ★ De netto financiële schuld daalde tegenover 30 juni 2013, ondanks de voortzetting van het inkoopprogramma eigen aandelen.

#### Toelichting

In het derde kwartaal (van 1 juli tot en met 30 september 2013) onthaalde Kinopolis Group 4,2 miljoen bezoekers, 3,7% minder dan in dezelfde periode vorig jaar. De hittegolf in België en Frankrijk in juli en begin augustus, de economische crisis in Spanje en de hieruit voortvloeiende gevolgen, zoals de overheidsmaatregel tot BTW-verhoging sinds september 2012 en het gebrek aan beloftevolle Spaanse filmproducties, hadden een negatieve invloed op de bezoekcijfers.

De top 5 van het derde kwartaal werd gevormd door 'Despicable Me 2', 'The Smurfs 2', 'Now You See Me', 'World War Z' en 'The Conjuring'. In de hitlijsten van lokale films behaalde 'Piet Piraat en het Zeemonster' de hoogste plaats in België, 'Paris à tout Prix' in Frankrijk en 'La gran familia española' in Spanje.

Van 1 januari tot en met 30 september onthaalde Kinopolis 12,5 miljoen bezoekers, 8,8% minder dan in dezelfde periode in 2012.

	België	Frankrijk	Spanje	Zwitserland	Totaal
Q3 2013 (miljoen)	2,07	1,29	0,79	0,03	4,18
Q3 2012 (miljoen)	2,01	1,35	0,94	0,04	4,34
2013 t.o.v. 2012	3,0%	-4,3%	-16,4%	-24,3%	-3,7%

De **box office-opbrengsten** evolueerden evenredig met de bezoekers in het derde kwartaal.

De **in-theatre sales (ITS)** namen toe in vergelijking met het derde kwartaal van vorig jaar. Het doorgedreven assortimentsbeheer van de selfservice shops zorgde niet alleen voor een hogere consumptie per bezoeker, maar ook voor een stijging in het aantal bezoekers dat de shops bezocht. Het hoger dan gemiddeld aandeel van Hollywood producties in het derde kwartaal ging gepaard met een hogere consumptie door de bezoekers, wat ook een positief effect had op de in-theatre sales per bezoeker.

De **business-to-business (B2B)** opbrengsten daalden in het derde trimester door minder publicitaire acties.

De **vastgoedinkomsten** daalden licht in het derde kwartaal door de lagere huurinkomsten in Polen die deels aan de ticketverkoop gekoppeld zijn.

De opbrengsten van **Kinopolis Film Distribution (KFD)** in het derde kwartaal daalden tegenover het derde kwartaal van 2012 toen KFD het succesvolle 'The Expendables 2' uitbracht. In het voorbije kwartaal waren de belangrijkste releases van KFD 'Piet Piraat en het Zeemonster', 'You're Next' en 'Riddick'.

**Brightfish** genereerde in het derde kwartaal hogere schermreclameopbrengsten, mede dankzij het succes en de effectiviteit van digitale bioscoopreclame.

De **courante EBITDA** en de courante EBITDA per bezoeker waren hoger in het derde kwartaal tegenover dezelfde periode vorig jaar. Ook YTD komt de courante EBITDA per bezoeker hoger uit dankzij de gestegen opbrengsten per bezoeker, de hogere opbrengsten uit schermreclame van Brightfish, verdere kostenbeheersing en toegenomen operationele efficiëntie.

De **netto financiële schuld** nam af tegenover 30 juni 2012 ondanks de inkoop van eigen aandelen.

## Belangrijke gebeurtenissen sinds 30 juni 2013

### Update inkoop eigen aandelen

Een nieuw inkoopprogramma (binnen de volmacht tot inkoop van maximaal 1.171.301 eigen aandelen met het oog op vernietiging) werd in 2013 opgestart. Er werden op 31 oktober 2013 al 267.353 aandelen ingekocht voor € 27,8 miljoen. Er zijn momenteel 5.856.508 aandelen in omloop waarvan Kinopolis Group er 565.238 in eigen bezit heeft. Daarvan worden er 297.885 aandelen aangehouden ter indekking van aandelenopties, uit te geven in het kader van het aandelenoptieplan en 267.353 met het oog op de vernietiging ervan. Het aantal dividendgerechtigde aandelen op 31 oktober 2013 bedroeg 5.291.270 aandelen. De inkoop van eigen aandelen kadert in de optimalisatie van de kapitaalstructuur van Kinopolis Group en de verhoging van waardecreatie voor de aandeelhouders.

### Kinopolis en het Tentoonstellingspark van Brussel (TPB) komen tot minnelijke regeling

Na de uitspraak in de rechtszaak betreffende Kinopolis Brussel, kwamen Kinopolis en TPB recentelijk tot een minnelijke regeling. De continuïteit van de uitbating van Kinopolis Brussel op de Heizelvlakte wordt niet langer betwist en de organisatie van niet filmgerelateerde B2B-activiteiten in de bioscoop wordt hervat.

### Mobile ticketing en zetelreservatie

Kinopolis lanceerde recentelijk mobile ticketing in alle landen. Zo kunnen klanten met hun smartphone of tablet Kinopolis-tickets aankopen en zonder print naar de film gaan. De ontwikkelingen in de mobiele betaalmarkt worden op de voet gevolgd. Om het online betaalverkeer nog verder te faciliteren, lanceerde Kinopolis inmiddels Paypal.

Het systeem van zetelnummering en -reservatie werd de afgelopen maanden succesvol uitgebreid naar de Franse bioscopen. De ervaring in België en Spanje leert dat dit systeem niet enkel bijdraagt tot klantenbeleving, maar ook een stimulans vormt voor online aankopen.

### **Alternatieve content**

Cultuurliefhebbers ontdekken Kinopolis steeds meer als nieuw kanaal om opera, ballet, theater en concerten al dan niet live te beleven. Naast operavertoningen winnen ook concertvoorstellingen aan belang. Sinds het begin van dit jaar deden concertliefhebbers Kinopolis aan voor concerten als Metallica, Robbie Williams en Bruce Springsteen.

### **Family Card**

In België, Spanje en Frankrijk werd de 'Family Card' met succes ingevoerd. Hiermee kunnen alle leden van een familie aan kindertarief naar een familiefilm en krijgen ze daarbovenop 10% korting in de selfservice shops.

### **Green Star-programma**

In het kader van het duurzaamheidsproject van Kinopolis, Green Star genaamd, zijn in alle Belgische bioscopen AED-toestellen (Automatische Externe Defibrillatoren) geïnstalleerd. Met behulp van een AED kan men de noodzakelijke elektrische schokken toedienen bij hartstilstand.

Eveneens in het kader van Green Star maakt Kinopolis werk van een afvalsorteersysteem dat tegen het einde van dit jaar in België in voege zal treden.

### **Real estate**

Kinopolis breidde haar gebouw te Lomme (Frankrijk) recentelijk uit met bijna 1000 m<sup>2</sup>. Deze oppervlakte wordt door Kinopolis verhuurd aan klimmuuruitbater Altissimo die er begin juli een nieuwe klimmuur opende.

Eind dit jaar starten de renovatiewerken aan de winkelgalerij van Kinopolis Leuven.

### **The Magic Forest by Kinopolis (Madrid)**

In februari 2014 lanceert Kinopolis 'The Magic Forest' binnen de muren van Kinopolis Madrid. 'The Magic Forest' wordt een kinderspeelbos van maar liefst 1000 m<sup>2</sup>. Tot 350 kinderen kunnen er een magische speelervaring genieten, al dan gecombineerd met een film. Ouders of begeleiders kunnen ondertussen naar de film of nemen plaats in de 'Magic Forest Lounge' met 300 zitplaatsen, waar ze kunnen genieten van een hapje en een drankje. 'The Magic Forest' leent zich ook perfect tot de organisatie van verjaardagsfeestjes met animatie.

### **Ola Happiness Station by Kinopolis (Antwerpen)**

In haar Antwerpse vestiging opende Kinopolis medio oktober een softijsshop onder de naam 'Ola Happiness station' waar klanten naar keuze hun softijs en gevarieerde toppings kunnen 'swirlen'.

De bovenstaande projecten kaderen in de uitvoering van de derde strategische pijler, waarbij Kinopolis haar vastgoedportefeuille optimaal wil aanwenden.

### **Line-up**

'Thor', 'Gravity' en 'Turbo' prijken aan de filmtop van dit moment. Aankomende toppers in het vierde kwartaal 2013 zijn onder meer 'The Hobbit: The Desolation of Smaug', 'Hunger Games: Catching Fire', 'Frozen', 'The Counselor', 'Escape Plan' en 'Walking with Dinosaurs'. Ook diverse lokale films zoals de Vlaamse films 'Het Vonnis', 'FC De Kampioenen' en 'Marina', de Franse film 'Casse Tête Chinois', 'L'extravagant Voyage du Jeune et Prodigeux Spivet' en '9 mois ferme' en de

Spaanse films 'Séptimo', '¿Quién mató a Bambi?' en 'Tres bodas de más' verrijken de affiche. Live opera en ballet worden aangevuld door concerten zoals 'Keane' (live), 'Muse' en 'Roberto Alagna'.

### Financiële kalender

Donderdag 20 februari 2014  
Donderdag 15 mei 2014  
Vrijdag 16 mei 2014

Jaarresultaten 2013  
Business update eerste kwartaal 2014  
Jaarlijkse algemene vergadering

### Contact

Kinepolis Press Office  
Tel: +32 9 241 00 16  
E-mail: [pressoffice@kinepolis.com](mailto:pressoffice@kinepolis.com)

Kinepolis Investor Relations  
Tel: +32 9 241 00 22  
E-mail: [investor-relations@kinepolis.com](mailto:investor-relations@kinepolis.com)

---

<sup>1</sup> Van 1 januari tot en met 30 september

<sup>2</sup> Derde kwartaal 2013, i.e. van 1 juli tot en met 30 september

<sup>3</sup> Opbrengsten uit de verkoop van drank, snacks en merchandising

<sup>4</sup> Na eliminatie van niet-courante verrichtingen

<sup>5</sup> Onder IFRS is EBITDA geen erkend gegeven. Kinepolis Group definieert het begrip door bij het bedrijfsresultaat de geboekte afschrijvingen, waardeverminderingen en provisies op te tellen en er eventuele terugnames of gebruiken van dezelfde rubrieken van af te trekken.