



Kinopolis Group

Business Update troisième trimestre 2013

14 novembre 2013

Information réglementée

Principaux faits T3 YTD¹ et T3 2013², chaque fois par rapport à la période correspondante de 2012

- ★ Jusqu'au troisième trimestre 2013, Kinopolis a accueilli 12,5 millions de visiteurs, une baisse de 8,8 % par rapport à l'an dernier.
- ★ Au cours du troisième trimestre, 4,2 millions de visiteurs sont venus à Kinopolis, soit 3,7 % de moins qu'au troisième trimestre de l'an dernier. Cette baisse résulte essentiellement de l'été chaud en Belgique et en France et de la persistance de la crise du pouvoir d'achat en Espagne.
- ★ Les produits de la billetterie ont évolué en parallèle avec le nombre de visiteurs au troisième trimestre.
- ★ Les in-theatre sales³ (ITS), par visiteur et au total, ont enregistré une hausse au T3, grâce à la politique pro-active du groupe en matière d'offre de produits.
- ★ Les produits totaux de Brightfish ont continué à augmenter ce trimestre.
- ★ Les produits business-to-business se sont trouvés sous pression au T3 et T3 YTD en raison de la crise économique.
- ★ Les produits immobiliers ont subi un léger recul T3 YTD, suite à la baisse des revenus locatifs variables en Pologne.
- ★ L'EBITDA⁴ courant⁵ par visiteur a augmenté au T3 YTD grâce à la hausse des produits par visiteur, la hausse des produits de Brightfish et l'amélioration de l'efficacité opérationnelle.
- ★ La dette financière nette a baissé par rapport au 30 juin 2013, malgré la poursuite du programme de rachat d'actions propres.

Commentaire

Au troisième trimestre (1er juillet - 30 septembre 2013), Kinopolis a accueilli 4,2 millions de visiteurs, une baisse de 3,7 % par rapport à la même période de l'an dernier. La canicule qui a frappé la Belgique et la France en juillet et début août, la crise économique en Espagne et ses conséquences, dont la hausse de la TVA décidée par le gouvernement depuis septembre 2012 et l'absence de productions cinématographiques espagnoles prometteuses, ont eu un impact négatif sur le nombre de visiteurs.

Le top 5 du troisième trimestre a été formé par 'Moi, Moche et Méchant 2', 'Les Schtroumpfs 2', 'Insaisissables', 'World War Z' et 'Les dossiers Warren'. Pour les films locaux les mieux classés, la première place est revenue à 'Piet Piraat en het Zeemonster' en Belgique, 'Paris à tout Prix' en France et 'La gran familia española' en Espagne.

Du 1er janvier au 30 septembre, Kinopolis a accueilli 12,5 millions de visiteurs, une baisse de 8,8 % par rapport à la même période de 2012.

	Belgique	France	Espagne	Suisse	Total
T3 2013 (en millions)	2,07	1,29	0,79	0,03	4,18
T3 2012 (en millions)	2,01	1,35	0,94	0,04	4,34
2013 par rapp. à 2012	3,0 %	-4,3 %	-16,4 %	-24,3 %	-3,7 %

Les **produits du box office** ont évolué dans une mesure égale à la fréquentation au troisième trimestre.

Les **in-theatre sales** (ITS) par visiteur ont progressé par rapport au troisième trimestre de l'an dernier. La gestion pointue de l'assortiment des boutiques self-service s'est traduite non seulement par une hausse de la consommation par visiteur, mais aussi par une croissance relative de la fréquentation des boutiques. La part supérieure à la moyenne des productions hollywoodiennes au troisième trimestre s'est accompagnée par une hausse de la consommation par les visiteurs, ce qui a aussi eu un effet positif sur les in-theatre sales par visiteur.

Les produits **business-to-business** (B2B) ont reculé au troisième trimestre en raison d'un nombre plus limité d'actions publicitaires.

Les **produits immobiliers** ont légèrement diminué au troisième trimestre suite à la baisse des revenus locatifs en Pologne, partiellement liée à la billetterie.

Les produits de **Kinopolis Film Distribution** (KFD) au troisième trimestre ont baissé par rapport au troisième trimestre 2012, où KFD a sorti le succès 'The Expendables 2'. Lors du trimestre précédent, les principales sorties de KFD ont été 'Piet Piraat en het Zeemonster', 'Tu es le prochain' et 'Riddick'.

Brightfish a généré au troisième trimestre des produits plus élevés en publicité sur écran, aussi grâce au succès et à l'efficacité de la publicité numérique en salle.

L'**EBITDA courant** et l'**EBITDA courant par visiteur** sont en hausse au troisième trimestre par rapport à la même période de l'an dernier. L'**EBITDA courant par visiteur YTD** progresse, lui aussi, grâce à la hausse des produits par visiteur, à la hausse des produits de la publicité sur écran de Brightfish, à la maîtrise des coûts soutenue et à l'amélioration de l'efficacité opérationnelle.

La **dette financière nette** a baissé par rapport au 30 juin 2012, malgré la poursuite du programme d'achat d'actions propres.

Événements importants depuis le 30 juin 2013

Actualisation - achat d'actions propres

Un nouveau programme d'achat d'actions propres (dans le cadre du mandat pour l'achat de 1.171.301 actions propres en vue de leur destruction) a été lancé en 2013. Au 31 octobre 2013, 267.353 actions ont déjà été rachetées pour € 27,8 millions. À l'heure actuelle, Kinopolis Group possède 565.238 des 5.856.508 actions en circulation. 297.885 de ces actions sont destinées à couvrir les options sur actions à distribuer dans le cadre du plan d'options sur actions et 267.353 sont vouées à la destruction. Il y avait 5.291.270 actions donnant droit à un dividende au 31 octobre 2013. L'achat d'actions propres s'inscrit dans le cadre de l'optimisation de la structure du capital de Kinopolis Group et de la création de valeur pour les actionnaires.

Kinopolis et le Parc des Expositions de Bruxelles (PEB) concluent un accord à l'amiable

Suite à la décision dans le procès lié à Kinopolis Bruxelles, Kinopolis et le PEB ont récemment conclu un accord à l'amiable. La continuité de l'exploitation de Kinopolis Bruxelles sur le plateau du Heysel n'est plus contestée et l'organisation des activités B2B non cinématographiques sera repris dans le complexe.

Ticketing mobile et réservation de sièges

Kinopolis a récemment lancé le ticketing mobile dans tous les pays. C'est ainsi que les clients peuvent acheter des tickets Kinopolis sur leur smartphone ou leur tablette et se rendre au cinéma sans imprimer. Kinopolis suit de très près les évolutions du marché du paiement mobile. Pour faciliter davantage les flux de paiement en ligne, Kinopolis vient de lancer Paypal.

Ces derniers mois, le système de numérotage et de réservation des sièges a été étendu avec succès aux cinémas français. L'expérience acquise en Belgique et en Espagne montre qu'en plus de contribuer à l'expérience du client, le système s'avère également un stimulant des achats en ligne.

Contenu alternatif

Les amateurs de culture sont de plus en plus nombreux à découvrir en Kinopolis un nouveau canal pour participer, en direct ou non, aux spectacles d'opéra, ballet, théâtre et concerts. En plus des représentations d'opéra, les concerts gagnent également en importance. Depuis le début de l'an, les amateurs du genre se sont rendus à Kinopolis pour des concerts de Metallica, Robbie Williams et Bruce Springsteen.

Family Card

La 'Family Card' a été instaurée avec succès en Belgique, en Espagne et en France. Elle permet à tous les membres d'une famille d'assister à un film de famille au tarif enfant et d'obtenir, en plus, une réduction de 10 % dans les boutiques self-service.

Programme Green Star

Dans le cadre du projet de durabilité de Kinopolis, appelé Green Star, tous les cinémas belges ont été équipés d'appareils DAE (défibrillateurs automatiques externes). Ces appareils permettent de délivrer les chocs électriques nécessaires en cas d'arrêt cardiaque.

Dans le cadre de Green Star toujours, Kinopolis travaille à un système de tri des déchets qui entrera en service en Belgique fin de l'année.

Real estate

Kinopolis a agrandi son bâtiment à Lomme (France) de près de 1.000 m². Kinopolis a loué la construction attenante à l'exploitant de murs d'escalade Altissimo qui y a inauguré un nouveau mur d'escalade début juillet.

Les travaux de rénovation de la galerie commerçante de Kinopolis Louvain débiteront fin de cette année.

The Magic Forest by Kinopolis (Madrid)

En février 2014, Kinopolis inaugurera 'The Magic Forest' dans les murs de Kinopolis Madrid. 'The Magic Forest' est un bois ludique de quelque 1.000 m². Jusqu'à 350 enfants peuvent y jouer dans un cadre magique, combiné avec un film ou pas. Les parents ou accompagnants peuvent aller voir un film entretemps ou prendre place dans le 'Magic Forest Lounge' - 300 places assises - où ils peuvent boire un verre et manger un morceau. 'The Magic Forest' se prête idéalement à l'organisation de fêtes d'anniversaire avec animation.

Ola Happiness Station by Kinopolis (Anvers)

À la mi-octobre, Kinopolis a inauguré dans son implantation anversoise une boutique de soft-ice sous le nom 'Ola Happiness station', où les clients peuvent se faire au choix leurs glaces et nappages à l'italienne.

Les projets ci-dessus s'inscrivent dans le cadre du troisième pilier stratégique, dans lequel Kinopolis entend rentabiliser de manière optimale son portefeuille immobilier.

Programmation

'Thor', 'Gravity' et 'Turbo' sont actuellement les têtes d'affiche. Parmi les autres succès à venir en 2013, on trouve entre autres 'Le Hobbit : la Désolation de Smog', 'Hunger Games : l'Embrasement', 'Frozen', 'Cartel', 'Évasion' et 'Sur la terre des dinosaures'. Par ailleurs, différents films locaux comme les films flamands 'Het Vonnis', 'FC De Kampioenen' et 'Marina', les films français 'Casse-

tête Chinois', 'L'extravagant Voyage du Jeune et Prodigeux Spivet' et '9 mois ferme' ainsi que les films espagnols 'Séptimo', '¿Quién mató a Bambi?' et 'Tres bodas de más' enrichissent l'affiche. Opéra live et ballet sont complétés par des concerts comme 'Keane' (live), 'Muse' et 'Roberto Alagna'.

Calendrier financier

Jeudi 20 février 2014
Jeudi 15 mai 2014
Vendredi 16 mai 2014

Résultats annuels 2013
Business update premier trimestre 2014
Assemblée générale annuelle

Contact

Kinopolis Press Office
Tél. : +32 9 241 00 16
E-mail : pressoffice@kinopolis.com

Kinopolis Investor Relations
Tél. : +32 9 241 00 22
E-mail : investor-relations@kinopolis.com

¹ Du 1er janvier au 30 septembre.

² Troisième trimestre 2013, à savoir du 1er juillet au 30 septembre

³ Produits de la vente de boissons, snacks et merchandising

⁴ L'EBITDA n'est pas un critère reconnu dans le cadre des normes IFRS. Kinopolis Group définit le terme comme la somme du résultat d'exploitation, des amortissements pratiqués, des réductions de valeur et des provisions, somme de laquelle on soustrait les reprises ou utilisations de ces mêmes rubriques.

⁵ Après élimination des opérations non courantes