



Kinepolis ontving in het eerste semester 14,6% meer bezoekers en realiseerde 13,9% meer omzet en 10,4% meer REBITDA

Gereguleerd bericht

25 augustus 2016, 07u00

Het aantal bezoekers steeg in het eerste semester, in hoofdzaak dankzij de toevoeging van overgenomen en nieuwe bioscopen in Nederland, Frankrijk en Luxemburg. De impact van de expansie buiten beschouwing gelaten, bleef het aantal bezoekers nagenoeg stabiel.

De verdere implementatie van de strategische pijlers en productinnovatie resulteerden in een verdere toename van de verkoop per bezoeker in alle landen en in een verder doorgedreven operationele efficiëntie.

De resultaten van het eerste semester werden daarnaast geïmpacteerd door de recente overname van Utopolis (november 2015) en de bioscoop in Rouen (januari 2016), waarvoor de integratie zich in een opstartfase bevindt, evenals door de in februari geopende, nieuwe bioscoop in Dordrecht.

Kerncijfers eerste semester 2016:

- Het aantal bezoekers steeg met 14,6% tot 11,2 miljoen, in hoofdzaak door de expansie en in Spanje door de herstellende economie.
- De opbrengsten uit de verkoop van tickets, dranken en snacks namen toe met 15,9% en stegen zodoende sterker dan het bezoekcijfer. De totale opbrengsten stegen met 13,9% tot € 148,3 miljoen.
- De courante EBITDA (REBITDA) steeg met 10,4%, tot € 39,6 miljoen.
- De netto courante winst daalde met 7,3% tot € 14,0 miljoen door meer afschrijvingen en een sterke stijging van de belastingvoet na het besluit van de Europese Commissie omtrent de Belgische fiscale rulings met betrekking tot overwinst (EPR).
- De vrije kasstroom steeg met 4,2% tot € 9,8 miljoen.
- De netto financiële schuld nam toe met € 51,6 miljoen tot € 213,6 miljoen, met name door de expansie.

Een sterk eerste kwartaal, met onder meer 'Star Wars Episode VII: The Force Awakens', 'Deadpool' en 'The Revenant', werd gevolgd door een eerder zwak tweede kwartaal, gekenmerkt door een minder succesvol lokaal en internationaal filmaanbod, zeker in vergelijking met de topfilms 'The Fast and Furious 7' en 'Jurassic World' in dezelfde periode het jaar voordien. Ook de impact van het Europees kampioenschap voetbal speelde een rol in de mindere resultaten van het tweede kwartaal. Frankrijk, België en Spanje plukten in het eerste kwartaal de vruchten van een succesvol lokaal aanbod, met respectievelijk 'Les Tuche 2', 'Safety First' en 'Palmeras en la Nieve'. In Spanje droeg ook het herstellend consumentenvertrouwen bij aan de stijging van het bezoekcijfer over het hele semester.

De bezoekersgerelateerde opbrengsten (uit de verkoop van tickets, dranken en snacks) stegen met 15,9% ten opzichte van dezelfde periode het jaar voordien. De Box Office (BO)-opbrengsten per bezoeker stegen onder meer dankzij een groter 3D-aanbod en prijsaanpassingen in de gerenoveerde complexen. De opbrengsten uit de verkoop van dranken en snacks (In-theatre sales, ITS) stegen eveneens, behalve in Nederland, waar de overname van Utopolis de gemiddelde ITS-omzet drukte.

De inkomsten uit B2B en vastgoed namen toe, maar stegen minder sterk dan de gemiddelde omzetsijging. De inkomsten van Brightfish gingen als enige achteruit, als gevolg van minder evenementen met partners en de verdere daling van inkomsten uit nationale schermreclame.

De filmdistributie-activiteit (Kinopolis Film Distribution, KFD) zette een ijzersterk eerste semester neer, met dank aan de lokale succesfilms 'Safety First' en 'Achter de Wolken', en minder filmreleases in de eerste helft van 2015.

Eddy Duquenne, CEO Kinopolis Group, over het eerste semester: "We hebben een solide prestatie neergezet in het eerste semester, mede door succesvolle productinnovatie en een verder toegenomen operationele efficiëntie. Als management zullen we de komende periode focussen op een succesvolle integratie van de verworven Utopolis-bioscopen en de desinvestering van de Belgische Utopolis-complexen. De opstart van de nieuwe bioscopen verloopt volgens plan."

Halfjaarlijks financieel verslag in bijlage.

[Halfjaarlijks financieel verslag](#)