



Published: 07:00 CEST 27-08-2015 /GlobeNewswire /Source: Kinepolis Group / : KIN /ISIN: BE0974274061

Kinepolis realiseerde met 11% meer bezoekers 13% meer omzet en 13% meer courante winst

Gereguleerde informatie

27 augustus 2015, 07u00

- * De verdere implementatie van de strategische pijlers resulteerde in een toename van de omzet en de operationele efficiëntie per bezoeker in alle complexen.
- * De integratie van de overgenomen bioscopen verloopt succesvol: deze droegen bij tot de omzet- en EBITDA-ontwikkeling op Groepsniveau.
- * Door de emissie van een lange-termijn obligatielening ter financiering van de geplande expansieprojecten, lagen de financiële lasten aanzienlijk hoger.
- * Dit resulteerde voor het eerste semester 2015 in:

- Een stijging van het aantal bezoekers met 11% ten opzichte van vorig jaar, tot 9,8 miljoen, dankzij de expansie.
- Een toename van de totale opbrengsten met 13,1%, tot € 130,2 miljoen, dankzij de stijging van de bezoekcijfers, een toegenomen verkoop per bezoeker en meer inkomsten uit de business-to-business (B2B) en vastgoedactiviteiten.
- Een stijging van de courante EBITDA (REBITDA) met 16%, tot € 35,8 miljoen, en van de REBITDA per bezoeker met 4,6%, door de verder toegenomen operationele efficiëntie en verkoop per bezoeker.
- Een stijging van de courante winst met 13,1% tot € 15,1 miljoen.
- Een toename van de netto financiële kosten met € 1,5 miljoen.

Het aantal bezoekers steeg in het eerste semester met 11%, in essentie dankzij de in 2014 verworven bioscopen in Spanje en Nederland. Het eerste halfjaar werd gekenmerkt door een zwak lokaal filmaanbod ten opzichte van 2014, maar zag dit gecompenseerd door een sterk internationaal aanbod, met onder meer 'Fifty Shades of Grey', 'Fast & Furious 7', 'Jurassic World' en 'Avengers: Age of Ultron'. België en Frankrijk ontvingen over het hele semester iets minder bezoekers dan vorig jaar, maar de daling bleef beperkt rekening houdend met de bijzonder sterke lokale content in 2014 met onder meer 'FC De Kampioenen' in België en 'Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu' in Frankrijk. Spanje realiseerde, naast een groei door expansie, ook een organische groei in het eerste semester. Ook Nederland zette een sterke eerste jaarhelft neer.

De totale opbrengsten kenden met 13,1% een sterkere stijging dan de bezoekersaantallen, onder meer dankzij een toegenomen verkoop per bezoeker in alle landen. De Box Office (BO)-opbrengsten per bezoeker stegen, mede door nieuwe premium aanbiedingen zoals Laser Ultra en Cosy Seating. De in-theatre sales (ITS)-opbrengsten stegen door een groter commercieel filmaanbod en minder lokale content in Frankrijk en België ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Ook de gewijzigde landenmix had met de toevoeging van Nederland, met een hoger dan gemiddelde consumptie per bezoeker, een positieve invloed op de globale gemiddelde verkoop per bezoeker.

De B2B-opbrengsten droegen bij aan de omzetstijging dankzij een toegenomen verkoop van bioscoopcheques aan bedrijven en meer events, ondanks een daling van de opbrengsten uit schermreclame.

De opbrengsten uit vastgoed stegen met bijna een kwart door de expansie, de toevoeging van de huurinkomsten van het gebouw in 'Le Toison d'Or' en meer inkomsten uit eigen concessies.

De opbrengsten uit filmdistributie (Kinopolis Film Distribution, KFD) gingen in het eerste semester 2015 achteruit omwille van minder lokale filmreleases en het effect van 'The Wolf of Wall Street' vorig jaar.

Eddy Duquenne, CEO Kinopolis Group, over het eerste semester: "We hebben een zeer goed eerste semester achter de rug: de integratie van de overgenomen bioscopen verloopt succesvol en de commerciële en operationele efficiëntie van de bestaande activiteiten nemen verder toe. De expansie van de Groep blijft een prioriteit. We hebben meerdere nieuwbouwprojecten op stapel staan en we verwachten de overname van Utopia SA in het tweede semester te kunnen afronden."

Halfjaarlijks financieel verslag 2015 in bijlage.

[Halfjaarlijks financieel verslag 2015](#)