



Résultats premier semestre 2016

- ? Premiers objectifs atteints suite à la reprise de BASE^(a) avec la mise en place de notre nouvelle organisation et le lancement de notre nouveau produit all-in convergent "WIGO" fin juin;
- ? La croissance des produits et de l'Adjusted EBITDA, recalculée sur la 'rebased' base⁽¹⁾, a atteint respectivement 4% et 2% au S1 2016, jusqu'à 1.178,6 millions € et 552,5 millions €, incluant BASE acquis au 11 février 2016;
- ? Nouvelle confirmation de nos prévisions pour l'exercice 2016, ainsi que de notre ambition de réaliser, sur les trois prochaines années, une croissance de 5 à 7% de l'Adjusted EBITDA^(b) grâce aux synergies issues de la reprise de BASE et à l'excellence opérationnelle.

L'information ci-jointe constitue de l'information réglementée au sens de l'arrêté royal du 14 novembre 2007 concernant les obligations des émetteurs des instruments financiers qui sont admises à la négociation sur un marché réglementé.

Bruxelles, 28 juillet 2016 – Telenet Group Holding SA ('Telenet' ou la 'Société') (Euronext Bruxelles: TNET) publie ses résultats abrégés consolidés (non audités) pour la période de six mois se terminant le 30 juin 2016. Les résultats sont conformes aux International Financial Reporting Standards tels qu'approuvés par l'Union européenne ('EU IFRS').

FAITS MARQUANTS

- Le gain net du nombre d'abonnés à nos services fixes avancés (internet haut débit, télévision premium et téléphonie fixe) a grimpé de 26% au 2e trimestre 2016 par rapport au trimestre précédent pour s'établir à 31.000, ceci sous l'effet des campagnes attractives et des promotions temporaires;
- Lancement réussi de notre premier produit all-in convergent "WIGO" fin juin 2016, se traduisant en presque 13.000 clients "WIGO" au 30 juin 2016 et par l'augmentation de notre taux de pénétration quad-play jusqu'à 22%;
- Sur le plan de la téléphonie mobile, le trimestre s'est avéré productif: nous avons gagné en flexibilité opérationnelle en prolongeant le contrat Full-MVNO avec Orange Belgique (anciennement Mobistar) afin de faciliter la transition vers le réseau de BASE et nous avons enregistré une augmentation nette du nombre d'abonnés à la téléphonie mobile avec abonnement postpayé de 27.700 unités;
- Les produits⁽²⁾ ont augmenté de 31% en S1 2016 par rapport au S1 2015 pour atteindre 1.178,6 millions €. Depuis le début de cette année, les produits (calculés sur la 'rebased' base) ont augmenté de 4% par rapport au S1 2015, grâce à la hausse des revenus (i) provenant de nos produits fixes avancés, en ce compris l'avantage des ajustements de prix à la mi-février 2016, (ii) générés par les services aux entreprises et (iii) liés à nos programmes 'Choose Your Device' lancés à la mi-2015. Les produits au T2 2016 ont augmenté de 38% par rapport au T2 2015 et de 3% (calculés sur la 'rebased' base) pour s'établir à 626,1 millions €;
- L'Adjusted EBITDA⁽³⁾ a augmenté de 15% au S1 2016 par rapport au S1 2015 et de 2% (calculé sur la 'rebased' base) pour atteindre 552,5 millions €. Tant pour le S1 2016 que pour le S1 2015, l'Adjusted EBITDA comprenait des bénéfices non récurrents de 6,0 millions € et 7,6 millions € respectivement, liés au règlement de certaines obligations opérationnelles conditionnelles. La croissance de notre Adjusted EBITDA au S1 2016 reflétait également une augmentation de 5,2 millions € des coûts d'intégration liée à la reprise de BASE ainsi que des coûts commerciaux plus élevés au niveau de BASE. L'Adjusted EBITDA au T2 2016 a augmenté de 18% par rapport au T2 2015 et de 1% (calculé sur la 'rebased' base) pour s'établir à 290,4 millions €;
- Les dépenses d'investissement à imputer⁽⁴⁾ s'élevaient à 303,5 millions € au S1 2016 et reflétaient (i) la prise en compte des droits de diffusion pour la compétition de football belge et britannique, (ii) la hausse des investissements liés au réseau dans le cadre de notre programme d'amélioration du réseau de câble à 1 GHz et (iii) les effets liés à la reprise de BASE. Abstraction faite des effets liés aux droits de diffusion de sport, les dépenses d'investissement à imputer représentaient environ 18% des produits;
- Le Free Cash Flow⁽⁵⁾ atteignait 128,4 millions € au T2 2016, une nette amélioration par rapport au Free Cash Flow négatif en T1 2016, résultant dans un Free Cash Flow de 59,3 million € au S1 2016;
- La perte nette au S1 2016, d'un montant de 19,6 millions €, était liée à une perte de 86,2 millions € sur les instruments financiers dérivés et une perte de 16,9 millions € lors du remboursement anticipé de dettes suite au remboursement volontaire de certaines Senior Secured Notes échéant en 2021;
- Nous confirmons à nouveau nos prévisions pour l'ensemble de l'année 2016. L'exécution de notre Vision 2020, y compris les synergies en lien avec la reprise de BASE, nous permettra de réaliser une croissance rentable, avec l'objectif d'atteindre une croissance annuelle composée de l'Adjusted EBITDA de 5 à 7% sur la période 2015-2018.

(a) BASE fait référence à Telenet Group BVBA (anciennement BASE Company NV), que la Société a acquis le 11 février 2016.

(b) Croissance annuelle composée sur la période 2015-2018.

Pour la période de six mois se terminant en	juin 2016	juin 2015	Variation %
CHIFFRES CLÉS FINANCIERS (en millions €, sauf montants par action)			
Produits ⁽²⁾	1.178,6	898,7	31 %
Résultat opérationnel	271,7	278,1	(2)%
Bénéfice (perte) net de la période	(19,6)	124,3	N.M.
Bénéfice (perte) ordinaire par action in €	(0,17)	1,07	N.M.
Bénéfice (perte) dilué par action en €	(0,17)	1,06	N.M.
Adjusted EBITDA ⁽³⁾	552,5	481,4	15 %
Marge Adjusted EBITDA	46,9%	53,6%	
Dépenses d'investissement à imputer ⁽⁴⁾	303,5	161,1	88 %
Dépenses d'investissement à imputer en tant que % des produits	25,8%	17,9%	
Free Cash Flow ⁽⁵⁾	59,3	145,1	(59)%
CHIFFRES CLÉS OPERATIONNELS			
Télévision câblée	2.037.000	2.063.800	(1)%
Télédistribution de base ⁽⁶⁾	308.900	369.900	(16)%
Télévision premium ⁽⁷⁾	1.728.100	1.693.900	2 %
Internet haut débit ⁽⁸⁾	1.586.700	1.543.400	3 %
Téléphonie fixe ⁽⁹⁾	1.246.500	1.187.500	5 %
Téléphonie mobile ⁽¹⁰⁾	3.007.900	953.700	215 %
Postpayé	2.025.800	953.700	112 %
Prépayé	982.100	—	—%
Clients triple play	1.122.400	1.058.700	6 %
Services par relation client ⁽¹¹⁾	2,25	2,20	2 %
ARPU par relation client (€ / mois) ^{(11) (12)}	53,0	50,2	6 %
N.M. - Not Meaningful (Non Significatif)			

John Porter, Chief Executive Officer de Telenet, commente comme suit les résultats publiés :

“Nous venons de vivre, chez Telenet, quelques mois particulièrement mouvementés. En février 2016, nous avons clôturé la reprise de l'opérateur mobile BASE, une opération qui nous assure l'accès à long terme à une infrastructure mobile et un contrôle total sur l'expérience client, que ce soit sur notre réseau HFC de référence ou sur notre réseau mobile. Juste avant l'été, nous avons finalisé notre nouvelle structure organisationnelle, basée sur le mode de gouvernance éprouvé de Telenet. La nouvelle organisation favorisera une attention constante pour nos clients tant câblés que mobiles, de sorte que nous puissions réaliser nos objectifs opérationnels et financiers pour l'année en cours et les années suivantes. Par ailleurs, nous mettons tout en œuvre pour réaliser, d'ici 2020, les synergies extrapolées de 220 millions € par an qui découlent de la reprise de BASE. Comme annoncé en avril 2016, nous avons transféré notre siège stratégique à Bruxelles dans le cadre de notre Vision 2020 en vue de devenir le fournisseur de référence en Belgique en matière de 'connected entertainment' convergent et de solutions pour professionnels. L'étape suivante consiste à restructurer et optimiser notre actuelle structure intragroupe au début du mois d'août 2016 dans le but de rendre la valeur future accessible dès la mise en place effective de la nouvelle structure. Au deuxième trimestre, nous avons prolongé notre contrat Full MVNO avec Orange Belgique jusqu'au 31 décembre 2018, ce qui nous offre une flexibilité accrue pour migrer nos clients en téléphonie mobile vers le réseau mobile de BASE. Le contrat ainsi prolongé ne nous empêche par pour autant de migrer des clients avant l'expiration de ce contrat. Je suis ravi de pouvoir annoncer que nous avons lancé récemment les 'friendly user trials' (FUT) concernant la migration réseau. Récemment, nous avons également pris des mesures afin d'améliorer notre réseau mobile, comme prévus dans nos plans d'investissement à moyen terme. Ceci sera un catalyseur important pour les synergies mentionnés ci-dessus.

Fin juin 2016, nous avons lancé avec succès le produit "WIGO", issu de la première collaboration commerciale entre l'équipe Telenet et l'ancienne équipe BASE. Proposé à un tarif de 100,0 € à 140,0 € par mois (TVA incluse), "WIGO" est le premier produit all-in convergent en Belgique, tant pour les familles que pour les entreprises. "WIGO" combine une connexion haut débit ultrarapide, un accès au WiFi, des appels illimités vers les numéros fixes et mobiles dans toute la Belgique et un volume déterminé de données mobiles qui peut être partagé entre les membres d'une famille ou les travailleurs d'une entreprise. Je suis très satisfait des premiers résultats : fin juin 2016, nous avons presque 13.000 abonnés "WIGO" après uniquement 9 jours ouvriers, si bien que la proportion d'abonnés quad play dans l'ensemble des abonnés au câble a grimpé à environ 22%, contre 20% un an auparavant.

Sur le plan de l'entertainment, nous avons tenu notre promesse d'offrir à nos clients "Play" et "Play More" des contenus locaux de grande qualité. En mai, "Chaussée d'amour", notre première série locale 'maison', a été diffusée sur notre plateforme sVOD. Au cours des deux premières semaines, la série a été téléchargée plus d'un demi-million de fois, ce qui en fait la série la plus regardée dans notre histoire. D'autre part, nous venons d'annoncer quelques améliorations supplémentaires au niveau de nos packs "Play Sports", qui ont fait l'objet l'été dernier d'une mise à jour réussie. Outre de nouveaux commentateurs et de nouveaux documentaires sportifs, nous avons rendu notre application disponible à la fois sur les réseaux GSM et WiFi.

Sur le plan opérationnel, nous avons connu un bon trimestre, avec une augmentation nette du nombre d'abonnés à nos services fixes avancés (internet haut débit, télévision premium et téléphonie fixe) de 26% d'un trimestre à l'autre, alors même que le deuxième trimestre est traditionnellement plus faible dans notre secteur. Le nombre d'abonnés triple play a progressé de 6% d'une année à l'autre et le revenu moyen par relation client a lui aussi augmenté de 6% d'une année à l'autre pour atteindre 53,0 € au S1 2016. En ce qui concerne nos services mobiles, nous avons engrangé de bons résultats en dépit d'une vive concurrence : nous avons gagné en net 27.700 abonnés avec abonnement postpayé grâce à notre offre "Family Deal", à "WIGO" et à une situation plus favorable chez BASE suite au succès des promotions sur les smartphones. Ces excellents résultats opérationnels ont débouché sur des résultats financiers solides pendant l'année en cours, avec une augmentation des produits et de l'Adjusted EBITDA - calculés sur la 'rebased' base - de 4% et 2% respectivement. Les produits générés par notre activité câble ont connu une hausse vers le milieu d'une fourchette de croissance à un chiffre, mais la croissance des produits totaux a souffert de la pression persistante sur nos activités mobiles, acquises récemment. La croissance de l'Adjusted EBITDA au premier semestre a été influencée négativement par des charges d'un montant de 5 millions € en rapport avec l'intégration de BASE, alors que sur la même période de l'an dernier, nous avons enregistré un profit non récurrent de 8 millions € (contre 6 € millions € au premier semestre de cette année) lié au règlement de certains engagements opérationnels conditionnels. Si nous faisons abstraction de ces facteurs pour les deux périodes, la croissance sous-jacente de l'Adjusted EBITDA est plus importante. Les dépenses d'investissement à imputer - hors comptabilisation des droits de diffusion pour la compétition belge et britannique de football - représentaient environ 18% des produits au premier semestre 2016 et comprenaient des dépenses plus élevées au deuxième trimestre comparativement au premier suite aux investissements ciblés dans notre réseau HFC dans le cadre de notre programme "Grote Netwerf". Enfin, notre Free Cash Flow au deuxième trimestre a fortement

augmenté après une piètre performance au premier trimestre, si bien que sur le premier semestre de cette année, le Free Cash Flow s'établit à 59 millions €.

Sur la base des chiffres du premier semestre de l'année, nous pouvons confirmer avec assurance nos prévisions pour l'ensemble de l'année 2016, telles qu'elles avaient été communiquées fin avril. Conformément à nos prévisions, nous nous attendons à un ralentissement de la croissance des produits et de l'Adjusted EBITDA au deuxième semestre de l'année par rapport au premier semestre 2016 en raison d'une législation défavorable et d'une forte concurrence. Nous continuons par ailleurs à investir dans nos activités afin d'offrir une expérience client hors du commun et de favoriser la croissance future. L'intégration de BASE se déroule comme prévu et avec la nouvelle organisation qui est à présent en place, nous pensons que tous les fondements sont présents pour réaliser nos prévisions à moyen terme, à savoir une croissance de 5 à 7 % ('rebased') de l'Adjusted EBITDA sur la période 2015-2018."

1 Faits marquants sur le plan opérationnel

CHANGEMENTS IMPORTANTS DANS L'INFORMATION FINANCIÈRE

Free Cash Flow : Au 3e trimestre 2015, nous avons modifié notre définition du Free Cash Flow pour une meilleure concordance avec notre actionnaire majoritaire. Depuis le 1er juillet 2015, le Free Cash Flow est défini comme étant le flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles poursuivies de la Société, plus (i) les paiements en numéraire de dépenses de tiers directement liées aux acquisitions et désinvestissements réussis ou non et (ii) les coûts financés par un tiers, moins (i) les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles des activités opérationnelles poursuivies de la Société, (ii) les remboursements en capital sur les engagements liés au capital au titre du crédit fournisseurs, (iii) les remboursements en capital sur les contrats de location-financement (à l'exception des contrats liés au réseau qui ont été repris à la suite d'acquisitions) et (iv) les remboursements en capital sur les contrats de location supplémentaires liés aux réseaux suite à une acquisition, tels que repris, dans chaque cas, dans le tableau des flux de trésorerie consolidé de la Société. Cette modification n'a eu aucun impact sur le Free Cash Flow de la Société au cours des trimestres des années antérieures.

Revenu moyen par relation client ('ARPU') : Au 4e trimestre 2015, nous avons changé la manière de calculer le revenu moyen par relation client afin d'assurer une meilleure concordance avec notre actionnaire majoritaire, à savoir que les revenus issus des redevances de transport et de distribution ne sont plus repris, tandis que les revenus provenant de petites entreprises de 10 travailleurs ou moins sont désormais repris. Depuis le 4e trimestre 2015, le revenu moyen par relation client est calculé en divisant les revenus mensuels moyens provenant des abonnements (hors revenus de la téléphonie mobile, services aux entreprises, interconnexion, redevances de transport et distribution, vente de smartphones et frais d'installation) pour la période en question, par le nombre moyen de relations clients au début et à la fin de cette période. Nous avons aussi appliqué rétroactivement ces modifications aux trimestres des années précédentes.

Frais de mise en demeure et indemnités de transport et de distribution : Au 1er trimestre 2016, nous avons modifié la manière de présenter les frais de mise en demeure et les indemnités de transport et de distribution afin d'assurer une meilleure concordance avec notre actionnaire majoritaire. Depuis le 1er janvier 2016, les indemnités de transport et de distribution ne sont plus reprises comme produits mais déduites directement des charges directes, étant donné que nous considérons désormais les redevances de transport et de distribution facturées et nos achats de contenu distribuable comme une seule et même transaction. Par ailleurs, les frais de mise en demeure sont repris dans les produits depuis le 1er janvier 2016, étant donné qu'ils sont considérés comme un flux de revenus identifiable séparément, alors qu'auparavant, les frais de mise en demeure étaient repris dans les charges indirectes après déduction des frais y afférents. Les deux modifications précitées dans la présentation ont fait croître les produits du 1er semestre 2016 de 7,3 millions € (1er et 2e trimestres 2016 : respectivement 3,6 millions € et 3,7 millions €) et de l'exercice 2015 de 13,4 millions € (1er et 2e trimestres 2015 : respectivement 3,1 millions € et 3,5 millions €), mais n'ont eu aucun impact sur l'Adjusted EBITDA et les flux de trésorerie. Nous avons aussi appliqué rétroactivement ces modifications aux trimestres des années précédentes.

Charges selon leur nature : Au 1er trimestre 2016, nous avons modifié la manière de présenter les charges totales afin d'assurer une meilleure concordance avec notre rapportage interne. En conséquence, nous présentons désormais une information plus détaillée sur nos charges d'exploitation, alors qu'auparavant, l'essentiel de nos charges d'exploitation était présenté sous les 'Coûts de l'exploitation du réseau et des services'. Voir la section 5.1 à la page 22 pour plus d'information. La nouvelle présentation des charges n'a eu aucune influence sur l'Adjusted EBITDA et le résultat opérationnel. Nous avons aussi appliqué rétroactivement ces modifications aux trimestres des années précédentes.

1.1 Packs de produits

VUE D'ENSEMBLE ET PACKS

À la fin du 1er trimestre 2016, nous avons 2.161.300 clients uniques avec 4.870.200 services d'abonnement ('unités génératrices de revenus') dans notre territoire de vente comprenant 2.963.500 maisons raccordables en Flandre et dans certaines parties de Bruxelles. Au niveau des produits, nos unités génératrices de revenus se composaient de 2.037.000 abonnements à la télévision câblée, 1.586.700 abonnements à l'internet haut débit et 1.246.500 abonnements à la téléphonie fixe. Au 30 juin 2016, environ 85% de nos abonnés à la télévision câblée avaient opté pour notre plateforme de télévision premium, bénéficiant ainsi d'une expérience télévisuelle bien plus riche, avec notamment l'accès à une offre élargie de chaînes numériques, de chaînes HD et de chaînes de sport payantes, une énorme bibliothèque de films belges et étrangers et de programmes à la carte, à la fois sur une base transactionnelle et sous forme d'abonnement, et notre plate-forme 'over-the-top' ("OTT") "Yelo Play". Le 30 juin 2016, nous avons un total de 4.870.200 unités génératrices de revenus (hors téléphonie mobile), ce qui représente une augmentation de 75.500, ou 2%, par rapport au 30 juin 2015. À la fin du 2e trimestre 2016, notre 'ratio pack' était de 2,25 unités génératrices de revenus par relation client (2e trimestre 2015 : 2,20), avec 52% de clients abonnés à un produit triple play, 21% à un produit double play et 27% à un produit single play. Il reste donc une proportion de clients existants à convaincre de passer à un produit supérieur.

Avec le lancement de "WIGO", notre premier pack all-in convergent pour familles et entreprises, nous avons franchi un jalon important dans l'intégration commerciale de Telenet et BASE avec un seul et même abonnement combinant des services fixe et mobile. Chacun des trois packs "WIGO", dont le prix varie entre 100,0 € et 140,0 € (TVA 21% incluse), comprend une connexion haut débit ultrarapide, l'accès au WiFi, les appels illimités vers des numéros fixes et mobiles en Belgique et une quantité déterminée de données mobiles qui peut être partagée entre les membres d'une famille.

Alors que le deuxième trimestre est traditionnellement plus faible en termes de ventes en raison des effets saisonniers propres à notre secteur, nous avons enregistré un afflux net de 31.000 abonnés à nos services fixes avancés (télévision premium, internet haut débit et téléphonie fixe) au 2e trimestre 2016 (1er semestre 2016 : 55.600), soit 26% de plus qu'au trimestre précédent. Comparativement au 2e trimestre 2015, la croissance nette du nombre d'abonnés a progressé de 12% en dépit d'une vive concurrence. Nos packs triple play "Whop" et "Whoppa" ont continué à afficher de belles performances au 2e trimestre 2016 grâce à nos campagnes de marketing efficaces et à nos promotions ciblées. Au 2e trimestre 2016, le nombre d'abonnés triple play a connu une croissance nette de 13.400 pour atteindre un total de 1.122.400 (+6% en glissement annuel). Au 30 juin 2016, nous avons 3.007.900 clients actifs pour la téléphonie mobile, contre 953.700 un an plus tôt, parmi lesquels un peu plus de 2 millions de clients avec un abonnement postpayé. Cette forte augmentation est la conséquence de l'acquisition de BASE le 11 février 2016.

REVENU MOYEN PAR RELATION CLIENT

Le revenu moyen par relation client ('ARPU'), qui ne tient pas compte des revenus de la téléphonie mobile et de quelques autres catégories de revenus, était de 53,0 € au premier semestre de 2016, soit une hausse de 2,8 €, ou 6%, par rapport à la même période de l'année précédente. Par rapport au 2e trimestre 2015, le revenu moyen par relation client affiche une progression de 6% au 2e trimestre 2016, à 53,4 €. Cette augmentation du revenu moyen par client est attribuable (i) à la part croissante des clients abonnés à un pack de produits parmi l'ensemble de nos clients, (ii) à la part croissante des abonnés à la télévision premium qui souscrivent aux services de contenu premium "Play", "Play More" et "Play Sports" et (iii) à l'avantage de la hausse de prix sélective pour certains services fixes qui a pris effet en février 2016. Ces effets favorables ont été partiellement contrebalancés par une proportion croissante de remises pack et autre réductions.

1.2 Internet haut débit

Le 30 juin 2016, nous avons 1.586.700 abonnés à l'internet haut débit (+3% en glissement annuel), ce qui correspond à 53,5% des habitations qui peuvent être raccordées à notre réseau HFC de référence, contre 52,7% à la fin du 2e trimestre 2015. Alors que le deuxième trimestre est traditionnellement plus faible en termes de ventes en raison des effets saisonniers propres à notre secteur, nous avons enregistré au 2e trimestre 2016 un apport net de 9.400 abonnés à l'internet haut débit (1er trimestre 2016 : 16.200), soit une nette progression par rapport au trimestre précédent. Le taux d'attrition exprimé sur une base annuelle était de 6,9% pour le 2e trimestre 2016, ce qui représente une petite hausse par rapport aux 6,4% du 2e trimestre 2015, mais marque une nette amélioration de 140 points de base par rapport au 1er trimestre 2016. Cette amélioration par rapport au trimestre précédent est liée (i) à l'impact positif de nos visites proactives en clientèle ("Helemaal Mee Tournee"), (ii) à l'atténuation des effets consécutifs aux ajustements de prix de février 2016, et (iii) à l'efficacité de nos campagnes de marketing ciblées.

Nous offrons aujourd'hui des vitesses de téléchargement de 200 Mbps maximum pour nos clients particuliers "Whoppa" et de 240 Mbps maximum pour nos clients "Business Fibernet 240 Plus". La vitesse de téléchargement moyenne, qui était d'environ 43 Mbps avant le lancement de nos nouveaux packs triple play il y a trois ans, atteignait environ 115 Mbps fin juin 2016. Dans le cadre de notre programme de mise à niveau en vue du réseau de prochaine génération, pour lequel nous investissons 500,0 millions € sur une période de cinq ans, nous visons à étendre la capacité de notre réseau des 600 MHz actuels à 1 GHz. Ceci doit permettre d'atteindre dans le futur des vitesses de téléchargement d'au moins 1 Gbps. Les clients étant de plus en plus demandeurs d'une connexion ultrarapide et ininterrompue, à la maison mais aussi au travail et sur la route, le WiFi reste l'une des pierres angulaires de notre stratégie en matière de connectivité. Nous comptons actuellement près de 1,3 million de homespots WiFi et environ 2.000 hotspots WiFi dans des espaces publics. Grâce à notre collaboration avec VOO en Wallonie, les clients internet haut débit des deux câblo-opérateurs peuvent utiliser gratuitement les homespots WiFi sur le réseau des deux entreprises. En juin 2016, nous avons conclu un partenariat stratégique avec notre actionnaire majoritaire Liberty Global. Désormais, les clients Telenet peuvent aussi utiliser, dans d'autres pays européens, les hotspots WiFi proposés par d'autres réseaux de Liberty Global. Ceci inclut entre-autres l'Allemagne et les Pays-Bas.

1.3 Téléphonie fixe

Au 30 juin 2016, nous avons 1.246.500 abonnés à la téléphonie fixe (+5% en glissement annuel), ce qui correspond à 42,1% des maisons qui peuvent être raccordées à notre réseau, contre 40,6% au 30 juin 2015. Au 2e trimestre 2016, nous avons enregistré un solide afflux net de 12.300 abonnés à la téléphonie fixe (1er semestre 2016 : 25.500) grâce au succès prolongé rencontré par nos packs triple play "Whop" et "Whoppa" auprès des clients, nouveaux comme existants. Au 30 juin 2016, le nombre d'appareils enregistrés faisant usage de notre app VoIP innovante "Triing" étaient d'environ 95.200. Ce nombre a été temporairement influencé par la refonte complète de notre app, les clients - nouveaux comme existants - étant tenus de s'enregistrer pour pouvoir réutiliser l'app. Le taux d'attrition exprimé sur une base annuelle a baissé de 150 points de base en glissement trimestriel, pour s'établir à 7,7% au 2e trimestre 2016. C'est encore 70 points de base de plus par rapport à la même période de l'an dernier, ceci étant lié à une vive concurrence et à l'impact des ajustements de prix de février 2016, évoqué précédemment.

1.4 Téléphonie mobile

En février 2016, nous avons finalisé l'acquisition de BASE, un opérateur de téléphonie mobile en Belgique. De ce fait, nous comptons aujourd'hui un total de 3.007.900 abonnés actifs à la téléphonie mobile, dont 2.025.800 avec un abonnement postpayé. Les autres clients en téléphonie mobile sont des abonnés avec une carte prépayée sous la marque BASE et différents contrats par l'intermédiaire des revendeurs sous marque propre ('branded resellers'), dont JIM Mobile. Le nombre d'abonnés avec un abonnement postpayé a augmenté de 27.700 en chiffres nets au 2e trimestre 2016 (1er semestre 2016 : 49.300) malgré une concurrence féroce. L'augmentation nette était avant tout le résultat de (i) notre offre "Family Deal" attractive, (ii) des premiers effets de notre offre all-in-one convergente "WIGO", et (iii) de l'amélioration progressive des résultats de BASE grâce à des offres attrayantes pour les smartphones et des promotions. Si l'on inclut les abonnés à la téléphonie mobile avec carte prépayée, le nombre total d'abonnés à la téléphonie mobile a diminué de 8.700 au 2e trimestre 2016, ceci étant dû au fait que la croissance nette du nombre d'abonnés à la téléphonie mobile avec abonnement postpayé a été annulée par une perte nette de 36.400 abonnés avec carte prépayée.

Au 2e trimestre 2016, le revenu moyen par client pour la téléphonie mobile atteignait 21,5 €, interconnexion incluse. La diminution par rapport à la même période de l'année précédente de 2% résulte principalement (i) du remplacement d'anciens plans tarifaires en téléphonie mobile par nos nouveaux plans de téléphonie mobile et nos programmes 'Choose Your Device', (ii) de la pression persistante sur l'utilisation de SMS et la baisse des revenus hors pack, et (iii) une baisse des produits provenant de nos clients prépayés.

1.5 Télévision

TELEVISION PREMIUM

Au 30 juin 2016, environ 85% de nos abonnés à la télévision câblée étaient abonnés à nos services de télévision premium, bénéficiant ainsi d'une expérience télévisuelle bien plus riche. Cela signifie qu'au 30 juin 2016, nous avons 1.728.100 abonnés à la télévision premium, ce qui représente un afflux net de 9.300 abonnés au 2e trimestre 2016 (1er semestre 2016 : 13.900). Au 30 juin 2016, environ 26% de nos abonnés à la télévision câblée utilisaient activement notre app "Yelo Play" qui leur permet de vivre, à la maison ou ailleurs via nos homespots et hotspots WiFi, une expérience unique sur le plan du contenu, ceci sur plusieurs appareils connectés. Au 30 juin 2016, nos formules d'abonnement vidéo à la demande (films et programmes à la carte) "Play" et "Play More" comptaient 331.500 abonnés, soit une progression de 50% par rapport à la même période de l'an dernier, résultat - entre autres - des promotions temporaires et du lancement de notre propre série télé locale "Chaussée d'Amour" à la mi-mai 2016. Dans les deux premières semaines qui ont suivi la première diffusion sur "Play" et "Play More", "Chaussée d'Amour" a été téléchargé plus d'un demi-million de fois, ce qui en fait le programme le plus téléchargé depuis le lancement de la vidéo à la demande ('VOD') chez Telenet.

"Play Sports" combine à la fois le foot national et étranger et d'autres disciplines importantes comme le golf, la Formule 1, le volley-ball, le basket-ball et le hockey. En outre, "Play Sports" offre la possibilité de regarder sans restriction les programmes manqués des 7 derniers jours et les abonnés peuvent, avec l'app "Play Sports" correspondante, regarder la télé où et quand ils le souhaitent sur toute une panoplie d'appareils et de systèmes, avec en bonus des statistiques mises à jour en temps réel et des résumés des rencontres. Au 1er trimestre 2016, nous avons prolongé pour trois saisons les droits de diffusion exclusifs pour la Premier League britannique et récemment encore, nous avons prolongé pour quatre saisons - jusqu'en 2019 - les droits de diffusion exclusifs pour la Formule 1. Au 30 juin 2016, il y avait 224.300 clients abonnés à notre chaîne de sport payante, ce qui représente une hausse de 10% sur un an. Comparativement au trimestre précédent, la clientèle de "Play Sports" a enregistré un léger recul à mesure que le saison régulier de quelques grandes compétitions de foot prenait fin. En Belgique, la nouvelle saison de football démarre le 29 juillet 2016. Nous sommes enthousiastes quant aux innovations introduites dans notre offre, notamment deux nouveaux présentateurs, des documentaires sportifs exclusifs et le fait que notre app "Play Sports" est désormais disponible sur tous les réseaux (réseau mobile comme WiFi). Vu l'extension des contenus et l'augmentation du coût des contenus, nous avons annoncé précédemment une augmentation de 1,95 € (TVA 21% incluse) du tarif mensuel de "Play Sports" pour tous les abonnés à partir du 24 juillet 2016.

TELEVISION CÂBLÉE

Par rapport au 31 mars 2016, le nombre total d'abonnés à la télédistribution de base et à la télévision premium a diminué de 4.100 unités (1er semestre 2016 : 17.800) pour s'établir à 2.037.000 au 30 juin 2016. Comparativement aux trimestres précédents, la perte nette organique au 2e trimestre 2016 affiche un redressement par rapport au 1er trimestre 2016, où le taux d'attrition avait été influencé négativement par l'impact des ajustements de prix en février 2016 et la forte concurrence. La perte organique susmentionnée n'englobe pas la migration vers nos services de télévision premium : elle représente les clients qui sont passés à une plateforme concurrente (p. ex. d'autres opérateurs de télévision numérique, OTT et satellite) ou qui ont résilié leur abonnement télé ou ont déménagé en dehors des zones couvertes par nos services. Vu le niveau historiquement élevé de pénétration de la télédistribution dans notre territoire, l'extension limitée du nombre de maisons raccordables et la forte concurrence sur le marché de la télévision, nous nous attendons à ce que les désabonnements à la télédistribution se poursuivent. Ceci sera toutefois compensé par la croissance persistante du nombre d'abonnés multiple play, lesquels génèrent un revenu moyen par client plus élevé que les clients avec un abonnement à la télédistribution de base.

2 Faits marquants sur le plan financier

2.1 Produits

Sur les six premiers mois de 2016, nous avons généré des produits de 1.178,6 millions €, ce qui représente une augmentation de 31% par rapport à la même période de l'année précédente quand nous avons réalisé des produits de 898,7 millions €. L'augmentation des produits doit être attribuée principalement à l'apport de BASE, dont nous avons fait l'acquisition le 11 février 2016. En neutralisant l'impact de cette acquisition sur les produits, nous obtenons une croissance des produits (calculé sur la 'rebased' base) de 4% sur les six premiers mois de 2016. L'activité de câblodistribution a enregistré au 1er semestre 2016 des produits en hausse vers le milieu d'une fourchette de croissance à un chiffre grâce (i) à l'augmentation de 4 % des produits provenant des abonnements au câble suite à la progression de 6 % du nombre d'abonnés triple play, à l'extension constante de notre offre récréative et à l'impact favorable des ajustements de prix en février 2016, partiellement annulé par la part croissante des remises liées aux packs, (ii) à l'augmentation des produits générés par les services aux entreprises et (iii) à l'augmentation des autres produits, grâce notamment à une hausse des ventes de smartphones autonomes par rapport à la même période de l'année précédente et à l'impact de nos programmes 'Choose Your Device' lancés à la mi-2015. Les bonnes performances persistantes de notre activité de câblodistribution ont été en partie annulées par la pression constante sur notre activité mobile récemment acquise, impacté par (i) une baisse des produits liés à l'utilisation de nos abonnés prépayés, (ii) une baisse des produits de roaming suite au nouveau règlementation de l'UE, et (iii) une baisse des produits d'interconnexion.

Au 2e trimestre 2016, les produits ont atteint 626,1 millions €, ce qui représente une hausse de 38% en glissement annuel sur la base des chiffres publiés, ceci grâce à l'impact de l'acquisition de BASE en février 2016. La croissance des produits calculée sur la 'rebased' base s'établit toutefois à 3%, contre 5 % au 1er trimestre 2016. Le ralentissement séquentiel attendu de la croissance recalculée des produits était dû principalement au fait que BASE a été intégrée dans la consolidation sur toute la durée du deuxième trimestre, alors qu'elle ne l'a été que six semaines au 1er trimestre 2016. Conformément à nos prévisions pour l'ensemble de l'année 2016, nous nous attendons à ce que la croissance recalculée des produits au 2e semestre 2016 soit inférieure aux 4 % du 1er semestre 2016 compte tenu de l'impact défavorable de la législation et d'une vive concurrence, mais aussi du fait qu'au 2e semestre 2015 déjà, les revenus étaient orientés à la hausse grâce à l'introduction de nos programmes 'Choose Your Device'.

TÉLÉVISION CÂBLÉE

Les produits de la télévision câblée se composent du montant mensuel que les abonnés à la télédistribution par câble de Telenet paient pour les chaînes qu'ils reçoivent dans l'offre de base, ainsi que des produits générés par nos abonnés à la télévision premium par câble. Ceux-ci comprennent entre autres (i) les montants récurrents pour la location des boîtiers numériques, (ii) les montants pour le contenu premium supplémentaire que nous offrons, ce qui inclut nos formules d'abonnement pour films et programmes à la carte "Play", "Play More" et "Play Sports", et (iii) les services transactionnels et à la demande. Pour le premier semestre 2016, les produits provenant de la télévision câblée ont atteint 284,0 millions € (2e trimestre 2016 : 142,8 millions €), contre 274,9 millions € sur la même période de l'année précédente. Cette progression de 3% est le résultat de l'augmentation des montants récurrents pour la location des boîtiers numériques et de la croissance de nos services d'abonnement premium à la carte, en partie contrebalancée par la diminution graduelle du nombre total d'abonnés à la télévision câblée et une légère baisse des revenus provenant des services transactionnels à la carte.

INTERNET HAUT DÉBIT

Les produits générés au cours du premier semestre 2016 par nos clients particuliers et petites entreprises avec un abonnement à l'internet haut débit ont atteint un total de 282,2 millions € (2e trimestre 2016 : 142,2 millions €), soit 4% de plus que sur la même période de l'an dernier, où les produits de l'internet haut débit ont atteint 270,6 millions €. Cette hausse des produits doit être attribuée à l'augmentation de 3% du nombre d'abonnés et à l'avantage de la hausse susmentionnée des prix en février 2016, laquelle a été en partie annulée par la proportion croissante de remises pack.

TÉLÉPHONIE FIXE

Les produits de la téléphonie fixe comprennent les revenus récurrents provenant des abonnements payés par nos abonnés à la téléphonie fixe ainsi que les revenus variables liés à la consommation, mais n'incluent pas les revenus d'interconnexion générés par ces clients, lesquels sont repris dans les autres produits. Pour le premier semestre 2016, les produits provenant de la téléphonie fixe ont atteint 121,3 millions € (2e trimestre 2016 : 61,6 millions €), soit 8% de plus que les 112,5 millions €

sur la même période de l'année précédente. Cette progression doit être attribuée à l'augmentation de 5% du nombre d'abonnés à la téléphonie fixe et à l'avantage de la hausse susmentionnée des prix en février 2016, laquelle a été en partie annulée par la proportion croissante de remises pack et la diminution des appels.

TÉLÉPHONIE MOBILE

Les produits de la téléphonie mobile englobent les revenus provenant des abonnements payés par nos abonnés à la téléphonie mobile ainsi que les revenus hors pack, mais ne comprennent pas les revenus d'interconnexion générés par ces clients, ni les produits issus de la vente de smartphones et de nos programmes 'Choose Your Device'. Pour le premier semestre 2016, les produits provenant de la téléphonie mobile ont atteint 257,4 millions € (2e trimestre 2016 : 150,8 millions €), soit 158,5 millions € de plus que sur la même période de l'année précédente. Cette augmentation considérable des produits de 160% en glissement annuel reflète l'acquisition de BASE le 11 février 2016. Si nous faisons abstraction de cet impact, les produits de la téléphonie mobile calculés sur la 'rebased' base ont augmenté de 1 %, la croissance persistante du nombre d'abonnés avec un abonnement postpayé ayant été en partie annulée par la baisse des produits hors pack et la diminution des produits d'interconnexion suite au recul de l'utilisation de SMS, et par l'impact de nos programmes 'Choose Your Device', ces produits étant présentés sous les 'autres produits'.

SERVICES AUX ENTREPRISES

Les produits enregistrés sous les services aux entreprises concernent (i) les revenus générés sur les produits non coaxiaux, en ce compris les lignes de fibre optique et les lignes DSL louées, (ii) nos services de porteuses, mais aussi les services à valeur ajoutée tels que l'hébergement et les services de gestion de la sécurité. Les produits générés par les clients professionnels sur l'ensemble des produits liés aux lignes coaxiales sont imputés à l'une des lignes de produits mentionnées plus haut et ne sont pas repris sous Telenet Business, notre division B2B. Pour le premier semestre 2016, les produits générés par Telenet Business ont atteint 60,6 millions € (2e trimestre 2016 : 29,8 millions €), soit une hausse de 9% (calculée sur la 'rebased' base) par rapport à la même période de l'année précédente. L'augmentation des produits provenant des services aux entreprises est liée principalement à la hausse (i) des produits issus des services de porteuses mobiles, (ii) des produits liés à la sécurité et (iii) des produits générés par les solutions de connectivité pour entreprises.

AUTRES PRODUITS

Les autres produits sont principalement constitués (i) des revenus d'interconnexion provenant de la téléphonie fixe comme mobile, (ii) des produits de la vente de smartphones, y compris les produits générés par nos programmes 'Choose Your Device', (iii) des frais d'activation et d'installation des produits et (iv) des produits de la vente de boîtiers numériques. Sur le premier semestre 2016, les autres produits ont atteint 173,1 millions € (2e trimestre 2016 : 98,9 millions €), ce qui représente une hausse de 7% (calculée sur la 'rebased' base) attribuable à l'augmentation des produits de la vente de smartphones autonomes par rapport à la même période de l'année précédente grâce, principalement, à l'impact de nos programmes 'Choose Your Device' lancés à la mi-2015.

2.2 Charges

Sur les six premiers mois de 2016, les charges totales ont atteint 906,9 millions €, soit une hausse de 46% par rapport aux 620,6 millions € sur la même période de l'année précédente. En faisant abstraction de l'impact de l'acquisition de BASE, nous obtenons une croissance des charges totales (calculées sur la 'rebased' base) de 7% sur les six premiers mois de 2016. Tant au 1er semestre 2016 qu'au 1er semestre 2015, les charges totales englobent des profits non récurrents de 6,0 millions € et 7,6 millions € respectivement liés d'une part à l'extension de notre contrat Full MVNO avec Orange Belgique, d'autre part au règlement final d'une obligation contractuelle en lien avec le service universel. Par ailleurs, les coûts d'intégration au 1er semestre 2016 étaient plus élevés de 5,2 millions € par rapport à la même période de l'an dernier suite à la reprise de BASE. Les charges d'exploitation totales représentaient environ 77% des produits d'exploitation au premier semestre de 2016. Sur les six premiers mois de 2016, le coût des services fournis représentait environ 57% des produits et les frais commerciaux, généraux et administratifs représentaient environ 20% des produits totaux.

Au 2e trimestre 2016, le total des charges a atteint 487,0 millions €, ce qui représente une hausse de 59% en glissement annuel suite à l'impact de l'acquisition de BASE. Les charges totales calculées sur la 'rebased' base ont augmenté de 6%. Tant au 2e trimestre 2016 qu'au 2e trimestre 2015, les charges totales englobaient les profits non récurrents susmentionnés de 6,0 millions € et 7,6 millions € respectivement.

COÛTS D'EXPLOITATION DU RÉSEAU

Les coûts d'exploitation du réseau ont atteint 64,9 millions € au premier semestre 2016 (2e trimestre 2016 : 37,4 millions €), contre 34,0 millions € au 1er semestre 2015 (+91% en glissement annuel), et reflétaient surtout l'impact de l'acquisition de BASE. Calculés sur la 'rebased' base, les coûts d'exploitation du réseau ont augmenté de 10% en glissement annuel suite à l'augmentation des frais d'entretien des équipements réseau et des frais d'électricité, une hausse due en partie à des changements dans la législation locale.

COÛTS DIRECTS (PROGRAMMATION ET DROITS D'AUTEUR, INTERCONNEXION ET AUTRES)

Les coûts directs comprennent tous nos frais directs tels que (i) les frais d'interconnexion, (ii) les coûts liés à la vente et au subventionnement de smartphones et (iii) la programmation et les droits d'auteur. Au premier semestre 2016, les coûts directs ont atteint 291,8 millions € (2e trimestre 2016 : 154,9 millions €), ce qui représente une hausse de 41% en glissement annuel due notamment à l'acquisition de BASE. Calculés sur la 'rebased' base, les coûts directs ont augmenté de 2% sur les six premiers mois de 2016, ceci en tenant compte du profit non récurrent susmentionné de 6,0 millions € en lien avec la liquidation de notre contrat Full MVNO avec Orange Belgique au 2e trimestre 2016. En faisant abstraction de cet impact positif, l'augmentation des coûts directs est plus importante en raison de la hausse des coûts liés aux contenus (en lien avec notre stratégie 'connected entertainment') et des coûts liés à la vente de smartphones durant le trimestre, partiellement compensée par une baisse significative des coûts liés aux smartphones subsidiés comparativement au 1er semestre 2015.

FRAIS DE PERSONNEL

Les frais de personnel ont augmenté de 37,0 millions € pour s'établir à 124,1 millions € au 1er semestre 2016 (2e trimestre 2016 : 67,3 millions €) et reflètent l'acquisition de BASE, l'effet de l'indexation obligatoire des salaires depuis le début de 2016 et la croissance limitée de notre effectif conjoint.

COÛTS DES VENTES ET FRAIS DE MARKETING

Pour le premier semestre 2016, les coûts des ventes et frais de marketing ont atteint 47,4 millions € (2e trimestre 2016 : 23,8 millions €), contre 31,0 millions € sur la même période de l'année précédente. Calculés sur la 'rebased' base, les coûts des ventes et frais de marketing ont augmenté de 4,5 millions € en glissement annuel suite à notre campagne 'Vollenbak Voordeelen', aux dernières campagnes de marketing pour la téléphonie mobile chez BASE et aux différences de timing dans certaines de nos campagnes par rapport à l'an dernier.

SERVICES DU PERSONNEL ET SERVICES PROFESSIONNELS EXTERNALISÉS

Au premier semestre 2016, les coûts liés aux services du personnel et aux services professionnels externalisés ont atteint 26,0 millions € (2e trimestre 2016 : 12,9 millions €), contre 17,5 millions € au 1er semestre 2015. Les frais liés aux services du personnel et aux services professionnels externalisés (calculés sur la 'rebased' base) ont augmenté de 6,3 millions € en glissement annuel, comprenant entre autres 5,2 millions € de coûts supplémentaires liés à l'intégration de BASE.

AUTRES COÛTS INDIRECTS

Les autres coûts indirects ont atteint 71,9 millions € au cours du premier semestre 2016 (2e trimestre 2016 : 39,4 millions €), soit une augmentation de 79% comparativement à la même période de l'année précédente suite à la reprise de BASE. Par ailleurs, pour le premier semestre 2016 les autres coûts indirects englobaient un profit non récurrent de 7,6 millions € lié au service universel. Abstraction faite de cet impact, les autres coûts indirects (calculés sur la 'rebased' base) sont restés plus ou moins stables au premier semestre 2016 par rapport à la même période de l'an dernier. Au 1er semestre 2016, les autres coûts indirects représentaient environ 6% du total des produits.

AMORTISSEMENTS ET DÉPRÉCIATIONS, Y COMPRIS LES BÉNÉFICES SUR LA VENTE D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les amortissements et dépréciations, y compris les bénéfices sur la vente d'immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles, ont atteint 269,9 millions € sur les six premiers mois de 2016 (2e trimestre 2016: 142,4 millions €) et reflétaient principalement l'impact de l'acquisition de BASE et la hausse des coûts d'amortissement liés aux décodeurs et à l'IT.

2.3 Adjusted EBITDA et résultat d'exploitation

Sur les six premiers mois de 2016, l'Adjusted EBITDA s'est établi à 552,5 millions €, soit une hausse de 15% par rapport aux 481,4 millions € sur la même période de l'année précédente. L'Adjusted EBITDA au premier semestre 2016 englobait les effets de la consolidation de BASE depuis le 11 février 2016, comme indiqué ci-dessus. Si nous faisons abstraction de cet impact, la croissance de l'Adjusted EBITDA calculé sur la 'rebased' base s'établit à 2% au 1er semestre 2016. L'Adjusted EBITDA comprenait, tant au 1er semestre 2016 qu'au 1er semestre 2015, des profits non récurrents à concurrence de 6,0 millions € et 7,6 millions € respectivement, comme mentionné ci-dessus. La croissance de l'Adjusted EBITDA sur les six premiers mois de 2016 a été négativement impactée par des frais d'intégration supplémentaires de 5,2 millions € en rapport avec l'intégration de BASE et par des coûts commerciaux plus élevés au 2e trimestre 2016 afin d'inciter la croissance nette du nombre d'abonnés à la téléphonie mobile avec abonnement postpayé. En faisant abstraction des profits non récurrents au cours des deux périodes ainsi que des frais d'intégration susmentionnés, la croissance de l'Adjusted EBITDA calculé sur la 'rebased' base est plus élevée. Sur les six premiers mois de 2016, la marge d'Adjusted EBITDA s'élevait à 46,9%, contre 53,6% au premier semestre 2015 sur la base des chiffres publiés. Cette baisse résulte avant tout de la part croissante, dans notre mix total, des revenus à marge plus réduite provenant de la téléphonie mobile (y compris l'apport de BASE depuis la reprise) et du contenu premium, et de l'augmentation des coûts liés à l'intégration de BASE.

Au 2e trimestre 2016, nous avons généré un Adjusted EBITDA de 290,4 millions €, soit 18% de plus par rapport aux 246,4 millions € sur la même période de l'année précédente. En faisant abstraction des effets de l'acquisition de BASE, nous avons réalisé une croissance 'rebased' de 1% de l'Adjusted EBITDA, celle-ci ayant été influencée par les coûts d'intégration liés à l'acquisition de BASE et aux profits non récurrents susmentionnés tant au 2e trimestre 2016 qu'au 2e trimestre 2015. En excluant tous ces effets, la croissance de l'Adjusted EBITDA est plus importante. Au 2e trimestre 2016, la marge d'Adjusted EBITDA s'élevait à 46,4%, contre 54,5% au 2e trimestre 2015 sur la base des chiffres publiés. Conformément à nos prévisions pour l'ensemble de l'année 2016, nous nous attendons à ce que la croissance 'rebased' de l'Adjusted EBITDA au 2e semestre 2016 soit inférieure aux 2% du 1er semestre 2016 compte tenu d'une législation défavorable, d'une vive concurrence et d'une baisse de la croissance totale des revenus.

Tableau 1 : Rapprochement entre Adjusted EBITDA et bénéfice sur la période (non audité)

(en millions €)	Pour la période de trois mois se terminant au			Pour la période de six mois se terminant au		
	30 juin			30 juin		
	2016	2015	Variation %	2016	2015	Variation %
Adjusted EBITDA	290,4	246,4	18 %	552,5	481,4	15 %
Marge Adjusted EBITDA	46,4%	54,5%		46,9%	53,6%	
Rémunération en actions	(3,6)	(2,3)	57 %	(4,7)	(6,7)	(30)%
Charges d'exploitation liées aux acquisitions ou cessions	(5,3)	(3,1)	71 %	(6,4)	(4,1)	56 %
Gains (coûts) de restructuration	—	—	— %	0,2	0,5	(60)%
EBITDA	281,5	241,0	17 %	541,6	471,1	15 %
Amortissements et dépréciations	(142,4)	(94,3)	51 %	(269,9)	(193,0)	40 %
Résultat opérationnel	139,1	146,7	(5)%	271,7	278,1	(2)%
Charges financières nettes	(127,8)	(7,4)	N.M.	(246,7)	(78,6)	214 %
Quote-part dans le résultat des entités mises en équivalence	0,3	(1,1)	N.M.	(1,9)	(2,2)	(14)%
Impôts	(22,6)	(48,0)	(53)%	(42,7)	(73,0)	(42)%
Bénéfice (perte) de la période	(11,0)	90,2	N.M.	(19,6)	124,3	N.M.

N.M. - Not Meaningful (Non Significatif)

Le résultat d'exploitation a atteint 271,7 millions € au premier semestre 2016 (2e trimestre 2016 : 139,1 millions €), soit 6,4 millions € ou 2% de moins que les 278,1 millions € sur la même période de l'an dernier, ceci en raison de l'augmentation de 40% des coûts d'amortissement et de dépréciation.

2.4 Résultat net

PRODUITS FINANCIERS ET CHARGES FINANCIÈRES

Sur les six premiers mois de 2016, les charges financières nettes ont atteint 246,7 millions €, contre 78,6 millions € sur la même période de l'année précédente. Au 1er semestre 2015, nous avons enregistré un bénéfice non pécuniaire de 40,0 millions € sur nos produits dérivés, mais sur les six premiers mois de 2016, nous avons encouru une perte non pécuniaire de 86,2 millions €. Par ailleurs, nous avons également subi une perte de 16,9 millions € sur l'extinction anticipée de dettes après le remboursement en juin 2016 de certaines Senior Secured Notes échéant en 2021 pour un montant total de 700,0 millions €. Nos charges d'intérêts nettes, pertes de change et autres charges financières ont augmenté de 20%, passant de 119,5 millions € au 1er semestre 2015 à 143,9 millions € au 1er semestre 2016, sous l'effet d'un solde débiteur courant moyen plus élevé qu'au 1er semestre 2015.

Au 2e trimestre 2016, les charges financières nettes s'élevaient à 127,8 millions €, contre 7,4 millions € au 2e trimestre 2015. Comparativement à la même période de l'an dernier, lorsque nous avons enregistré un bénéfice non pécuniaire de 51,9 millions € sur nos dérivés, nous avons subi au 2e trimestre 2016 une perte non pécuniaire de 26,9 millions €. En outre, nos charges financières nettes au 2e trimestre 2016 ont été influencées par le remboursement susmentionné de nos Senior Secured Notes échéant en février 2021, ce qui a conduit à une perte de 16,9 millions € à l'extinction anticipée des dettes.

IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT

Les charges enregistrées au titre d'impôts sur le résultat s'élevaient à 42,7 millions € au 1er semestre 2016 (2e trimestre 2016 : 22,6 millions €), contre 73,0 millions € au 1er semestre 2015, soit une baisse de 42% en glissement annuel, ceci en raison d'une diminution des bénéfices avant impôts par rapport à la même période de l'an dernier.

RÉSULTAT NET

Sur les six premiers mois de 2016, nous avons enregistré une perte nette de 19,6 millions €, contre un bénéfice net de 124,3 millions € sur la même période de l'année précédente. Le résultat net a été influencé par une perte nette de 86,2 millions € sur nos instruments financiers dérivés et une perte de 16,9 millions € à l'extinction anticipée de dettes, contre un bénéfice de 40,0 millions € sur nos dérivés au 1er semestre 2015. Au 2e trimestre 2016, nous avons enregistré une perte nette de 11,0 millions €, contre un bénéfice net de 90,2 millions € au 2e trimestre 2015, sous l'effet de facteurs similaires à ceux évoqués ci-dessus.

2.5 Flux de trésorerie et liquidité

FLUX NET DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'EXPLOITATION

Sur les six premiers mois de 2016, nos activités d'exploitation ont généré un flux net de trésorerie de 285,0 millions €, contre 328,2 millions € sur la même période de l'année précédente. Comparativement au 1er semestre 2015, le flux net de trésorerie provenant des activités d'exploitation a diminué de 13% au 1er semestre 2016 suite à une sortie de trésorerie unique de 23,5 millions € au 1er trimestre 2016 dans le cadre d'une révision de contrat favorable et au paiement de 18,7 millions € au titre d'indemnités de réservation en lien avec l'acquisition de BASE au 1er trimestre 2016. D'autre part, le flux net de trésorerie provenant des activités d'exploitation a été influencé, au 1er semestre 2016, par (i) l'évolution négative de notre fonds de roulement suite à la consolidation de BASE, (ii) l'augmentation des charges d'intérêts pécuniaires suite à la hausse de l'endettement, et (iii) l'augmentation de 14,4 millions € des impôts en espèces payés par rapport à l'année précédente. Au 2e trimestre 2016, nous avons réalisé un flux net de trésorerie provenant des activités d'exploitation de 240,0 millions €, ce qui représente une nette amélioration par rapport au trimestre précédent dans la mesure où au 2e trimestre 2016, le flux net de trésorerie n'a pas été influencé par les facteurs susmentionnés.

FLUX NET DE TRÉSORERIE AFFECTÉ AUX ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT

Au 1er semestre 2016, le flux net de trésorerie affecté aux activités d'investissement s'élevait à 1.406,1 millions €, contre 236,3 millions € au 1er semestre 2015. Cette forte augmentation en glissement annuel trouve principalement son origine dans l'acquisition de BASE finalisée le 11 février 2016 pour un montant de 1.180,6 millions € après déduction des liquidités acquises. Le flux net de trésorerie affecté aux activités d'investissement comprenait des paiements en espèces pour nos dépenses d'investissement, dont un paiement en espèces pour les droits de diffusion pour la compétition belge de football couvrant la deuxième partie de l'actuelle saison 2015-2016. Voir la section 2.7 - Dépenses d'investissement pour des informations détaillées sur les dépenses d'investissement sous-jacentes à imputer.

FREE CASH FLOW

Au 1er semestre 2016, nous avons généré un Free Cash Flow de 59,3 millions €, contre 145,1 millions € au 1er semestre 2015. En comparaison avec le 1er trimestre 2016, lorsque notre Free Cash Flow avait été influencé négativement par (i) une sortie de trésorerie unique de 23,5 millions € après une révision de contrat favorable, (ii) le paiement de 18,7 millions € d'indemnités de réservation en lien avec l'acquisition de BASE, et (iii) l'évolution négative de notre fonds de roulement après l'acquisition de BASE, notre Free Cash Flow a fortement augmenté au 2e trimestre 2016 pour atteindre 128,4 millions € grâce à une solide croissance du flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation.

FLUX DE TRÉSORERIE NET (UTILISÉ DANS) DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

Le flux de trésorerie net des activités de financement a atteint 860,0 millions € au 1er semestre 2016 par rapport à 49,1 millions € utilisé dans des activités de financement au 1er semestre 2015. Le flux de trésorerie net des activités de financement était principalement constitué, au 1er semestre 2016, du tirage d'un montant total de 1.217,0 millions € sur certaines facilités de crédit en février 2016 en lien avec l'acquisition de BASE et l'émission d'un nouvel emprunt à terme de 850,0 millions USD en mai 2016. Le produit net de ce nouvel emprunt à terme a été affecté, en juin 2016, au remboursement des 300,0 millions € de Senior Secured Fixed Rate Notes échéant en février 2021 et de 400,0 millions € de Senior Secured Floating Rate Notes échéant en juin 2021. Outre le remboursement susmentionné de 700,0 millions € de dettes, nous avons également payé au 2e trimestre 2016, à l'aide de nos excédents de trésorerie, 297,0 millions € de montants restant dus sous nos facilités de crédit permanentes. Par ailleurs, le flux de trésorerie net des activités de financement a été influencé, au 1er semestre 2016, par (i) une dépense de 40,0 millions € dans le cadre du Programme de rachat d'actions de 2016, (ii) une sortie de trésorerie unique de 9,9 millions € sous l'effet d'un call premium pour le remboursement volontaire des Senior Secured Notes et (iii) le paiement de 10,7 millions € pour la résiliation anticipée de certains contrats financiers dérivés en rapport avec les 400,0 millions € de Senior Secured Floating Rate Notes mentionnés plus haut. Le reste des flux nets de trésorerie utilisés dans des activités de financement était principalement constitué de remboursements de contrats de location-financement et d'autres paiements financiers.

Au 2e trimestre 2016, les flux nets de trésorerie utilisés dans des activités de financement s'élevaient à 319,0 millions €, contre 19,6 millions € au 2e trimestre 2015. Ceci reflète entre autres (i) l'émission d'un emprunt à terme de 850,0 millions USD en mai 2016, (ii) le remboursement consécutif des Senior Secured Notes susmentionnées pour un montant total de 700,0 millions €, y inclut le paiement en espèces du call premium susmentionné, (iii) le remboursement volontaire de 217,0 millions € de montants restant dus sous nos facilités de crédit permanentes, (iv) le paiement de 20,0 millions € dans le cadre du Programme de rachat d'actions de 2016 et (v) le paiement de 10,7 millions € pour la résiliation anticipée de certains dérivés comme indiqué plus haut. Le reste des flux nets de trésorerie utilisés dans des activités de financement était principalement constitué de remboursements de contrats de location-financement et d'autres paiements financiers.

2.6 Profil de dette, solde de trésorerie et ratio de dette nette

PROFIL DE DETTE

Au 30 juin 2016, la dette totale (y compris les intérêts courus) s'élevait à 4.760,1 millions €, dont (1) un montant en principal de 2.924,6 millions € est dû sous notre Facilité de crédit senior 2015 modifiée, (ii) 120,0 millions € sont à payer sous nos facilités de crédit permanentes en lien avec des montants prélevés pour le financement de l'acquisition de BASE en février 2016, et (iii) un montant en principal de 1.230,0 millions € se rattache aux Senior Secured Notes qui arrivent à échéance entre 2022 et 2027. Au 30 juin 2016, notre dette totale comprenait également un montant de 31,1 millions € pour la part restante du spectre 3G mobile, en ce compris les intérêts courus. Le reste représente principalement les obligations au titre des contrats de location-financement liés à la reprise d'Interkabel.

En février 2016, nous avons prélevé trois facilités de crédit dans le cadre de la Facilité de crédit senior 2015 modifiée pour le financement de l'acquisition de BASE pour un montant total de 1.217,0 millions €, ce qui inclut (i) 800,0 millions € sous l'Emprunt à terme AA avec une échéance au 30 juin 2023 et une marge de 3,50% au-delà de l'Euribor, (ii) 217,0 millions € sous la Facilité de crédit permanente X avec une échéance au 30 septembre 2020 et une marge de 2,75% au-delà de l'Euribor, et (iii) 200,0 millions € sous la Facilité de crédit permanente Z avec une échéance au 30 juin 2018 et une marge de 2,25% au-delà de l'Euribor.

En avril et mai 2016, nous avons remboursé respectivement 130,0 millions € et 87,0 millions € sous la Facilité de crédit permanente X, remboursant ainsi entièrement les montants prélevés en février 2016. Et en juin 2016, nous avons procédé au remboursement et à l'annulation de 80,0 millions € sous la Facilité de crédit permanente Z, ce qui laissait un solde restant de 120,0 millions €. Nous avons l'intention d'utiliser nos liquidités et équivalents de trésorerie excédentaires pour rembourser dans un futur proche les montants restants sous nos facilités de crédit permanentes.

En mai 2016, nous avons émis avec succès un emprunt à terme de 850,0 millions USD ('Facilité AD') avec échéance au 30 juin 2024. La Facilité AD a une marge de 3,50% au-delà du LIBOR (avec un minimum de 75 points de base) et a été émise à 99,5% de la valeur nominale. Nous avons prélevé l'Emprunt à terme AD le 14 juin 2016 et nous avons alors procédé à différentes transactions de swap de taux d'intérêt 'cross-currency' afin de couvrir à la fois notre exposition aux taux de change sous-jacents et notre exposition au taux d'intérêt variable. Le 15 juin 2016, nous avons utilisé le produit net de ces transactions pour rembourser anticipativement les facilités de crédit suivantes sous la Facilité de crédit senior existante : (i) Facilité O, dont le financier était Telenet Finance III Luxembourg S.C.A. ('TFL III') et (ii) Facilité P, dont le financier était Telenet Finance IV Luxembourg S.C.A. ('TFL IV'). TFL III et TFL IV ont, à leur tour, utilisé le produit du remboursement anticipé de la Facilité O et de la Facilité P pour rembourser respectivement les 300,0 millions € de Senior Secured Notes échéant en 2021 et les 400,0 millions € de Senior Secured Notes échéant en 2021. En conséquence, nous n'avons pas de dettes échéant avant 2022, à l'exception des facilités de crédit permanentes à court terme que nous rembourserons avant la fin de l'année, comme indiqué précédemment.

SYNTHÈSE DES DETTES ET PLANS DE PAIEMENT

Le tableau ci-dessous donne un aperçu de nos instruments de dette et de nos plans de paiement au 30 juin 2016.

Tableau 2 : Synthèse des dettes au 30 juin 2016

	Facilité totale au	Montant prélevé	Montant disponible	Échéance	Taux d'intérêt	Paiement des intérêts dus
	30 juin 2016					
	(en millions €)					
2015 Amended Senior Credit Facility						
Term Loan W	474,1	474,1	—	30 juin 2022	Flottant EURIBOR 3 mois (0% seuil) + 3,25%	Trimestriel (jan., avril, juillet et oct.)
Term Loan Y	882,9	882,9	—	30 juin 2023	Flottant EURIBOR 3 mois (0% seuil) + 3,50%	Trimestriel (jan., avril, juillet et oct.)
Term Loan AA	800,0	800,0	—	30 juin 2023	Flottant EURIBOR 3 mois (0% seuil) + 3,50%	Trimestriel (jan., avril, juillet et oct.)
Term Loan AD	767,6	767,6	—	30 juin 2024	Flottant LIBOR 3 mois (0% seuil) + 3,50%	Trimestriel (mars, juin, sep. et dec.)
Revolving Credit Facility (Facility X)	381,0	—	381,0	30 septembre 2020	Flottant EURIBOR 1 mois (0% seuil) + 2,75%	Pas applicable
Revolving Credit Facility (Facility Z)	120,0	120,0	—	30 juin 2018	Flottant EURIBOR 1 mois (0% seuil) + 2,25%	Hebdomadaire
Senior Secured Fixed Rate Notes						
€450 million Senior Secured Notes due 2022	450,0	450,0	—	15 août 2022	Fixe 6,25%	Bi-annuel (février et août)
€250 million Senior Secured Notes due 2024	250,0	250,0	—	15 août 2024	Fixe 6,75%	Bi-annuel (février et août)
€530 million Senior Secured Notes due 2027	530,0	530,0	—	15 juillet 2027	Fixe 4,875%	Bi-annuel (janvier et juillet)
Montant total nominal	4.655,6	4.274,6	381,0			

SOLDE DE TRÉSORERIE ET DISPONIBILITÉ DES MOYENS

Au 30 juin 2016, nous détenions pour 16,2 millions € de valeurs disponibles et équivalents de caisse, contre 277,3 millions € au 31 décembre 2015. Afin de limiter autant que possible le risque de contrepartie, nous plaçons nos équivalents de caisse auprès d'institutions financières européennes et américaines avec une haute solvabilité. La forte diminution de notre solde de trésorerie par rapport au 31 décembre 2015 résulte principalement du remboursement volontaire des montants restants sous nos facilités de crédit permanentes pour un total de 297,0 millions €, comme indiqué plus haut. Par ailleurs, nous avons utilisé 137,6 millions € de trésorerie nette pour l'acquisition de BASE, ce qui inclut le règlement en espèces d'indemnités de réservation liées au financement et des frais de transaction y afférents résultant de l'émission

de certaines facilités de crédit en avril 2015, contrebalancé par 141,3 millions € de moyens de trésorerie acquis. Nous avons aussi payé 92,0 millions € d'impôts en espèces sur les six premiers mois de l'année et nous avons utilisé 40,0 millions € de liquidités nettes pour le rachat d'actions propres dans le cadre de notre Programme de rachat d'actions de 2015, tandis que nous avons payé 23,5 millions € à un contrepartie à la suite d'une révision de contrat en 2015. Au 30 juin 2016, nous avons accès à 381,0 millions € d'engagements disponibles sous la Facilité de crédit permanente X, moyennant le respect des conventions mentionnées ci-dessous.

RATIO DE DETTE NETTE

Au 30 juin 2016, le solde restant de notre Facilité de crédit senior 2015 modifiée et le solde de trésorerie restant se traduisaient par un ratio de dette nette (à savoir le rapport entre notre dette nette totale et le Consolidated Adjusted EBITDA) de 3,9 x, contre 3,4 x au 31 décembre 2015. L'augmentation du ratio de dette nette par rapport à fin 2015 doit être attribuée avant tout à l'acquisition de BASE en février 2016. Notre ratio de dette nette actuel est largement inférieur à la convention de 6,0 x et au test de disponibilité de 5,0 x. Nous renvoyons à la note de bas de page 27 pour plus de détails sur la définition de notre ratio de dette nette.

2.7 Dépenses d'investissement

Les dépenses d'investissement à imputer s'élevaient à 303,5 € au premier semestre 2016, ce qui correspond à environ 26% des produits d'exploitation, contre environ 18% au premier semestre 2015, et comprenaient 34,9 millions € de dépenses d'investissement à imputer pour BASE. Les dépenses d'investissement à imputer pour les six premiers mois de 2016 et de 2015 reflétaient la comptabilisation des droits de diffusion pour la Jupiler Pro League, respectivement pour la saison 2016-2017 et 2015-2016. Au 1er semestre 2016, les dépenses d'investissement à imputer reflétaient aussi la prolongation des droits de diffusion exclusifs pour les rencontres de la Premier League britannique pour les trois saisons suivantes à partir de la saison 2016-2017. Conformément aux IFRS-UE, ces droits de diffusion sont portés à l'actif en tant qu'immobilisations incorporelles et sont amortis à mesure que les saisons de football avancent. Sans ces droits de diffusion, les dépenses d'investissement à imputer correspondraient à environ 18% des produits au 1er semestre 2016 et environ 15% sur la même période de l'an dernier.

Les dépenses d'investissement liées aux boîtiers décodeurs ont augmenté de 12,4 millions €, passant de 3,2 millions € au 1er semestre 2015 à 15,6 millions € au 1er semestre 2016 suite à la croissance sous-jacente du nombre d'abonnés à la télévision Premium et aux effets de stock. Au 1er semestre 2016, les dépenses d'investissement liées aux boîtiers décodeurs représentaient environ 8% du total des dépenses d'investissement à imputer, en dehors des droits de diffusion des rencontres de football mentionnés ci-dessus.

Au 1er semestre 2016, les dépenses d'investissement totales pour les installations chez le client s'élevaient à 36,8 millions €, soit environ 18% du total des dépenses d'investissement à imputer, en dehors des droits de diffusion des rencontres de football mentionnés ci-dessus. L'augmentation des dépenses d'investissement pour les installations chez le client de 25% en glissement annuel reflétait la croissance nette persistante du nombre d'abonnés à nos services avancés (internet haut débit, télévision Premium et téléphonie fixe) et incluait la hausse des coûts en rapport avec nos visites proactives en clientèle.

Les dépenses d'investissement à imputer pour l'extension et la mise à niveau du réseau ont atteint 82,1 millions € au 1er semestre 2016 et représentaient environ 40% du total des dépenses d'investissement à imputer, à l'exclusion des droits de diffusion du football mentionnés plus haut. L'augmentation de 74% par rapport à la même période de l'année précédente reflétait les effets de l'acquisition de BASE et résultait en outre des investissements accrus dans notre réseau HFC dans le cadre du 'Grote Netwerf', notre programme d'investissements dans le réseau d'une durée de cinq et doté d'un budget de 500,0 millions €, ainsi que des dépenses marginales pour le réseau de BASE après l'acquisition.

Le reste des dépenses d'investissement à imputer comprend les réparations et remplacements d'équipements réseau, les frais pour l'achat de contenu sportif et les investissements récurrents dans la plateforme IT et les systèmes IT. Ces dépenses sont passées de 81,3 millions € au 1er semestre 2015 à 169,0 millions € au 1er semestre 2016, une hausse liée à la comptabilisation des droits de diffusion du football mentionnés ci-dessus.

Cela implique qu'environ 66% des dépenses d'investissement à imputer pour le 1er semestre 2016 étaient évolutives et liées à la croissance du nombre d'abonnés, exclus les droits de diffusion du football mentionnés ci-avant. Nous veillerons attentivement à ce que nos dépenses d'investissement se traduisent par une augmentation additionnelle des revenus.

Les dépenses d'investissement à imputer s'élevaient à 115,1 millions € au 2e trimestre 2016, contre 71,5 millions € au 2e trimestre 2015, et reflétaient l'acquisition de BASE le 11 février 2016. Nos dépenses d'investissement au 2e trimestre 2016 représentaient environ 18% des produits, contre 17% environ au 1er trimestre 2016 (à l'exclusion des droits de diffusion du football mentionnés ci-avant). Si nous faisons abstraction de la comptabilisation des droits de diffusion du football, les dépenses d'investissement à imputer ont augmenté de 21% en glissement trimestriel suite à l'augmentation des investissements liés au réseau, en ce compris les mises à niveau ciblées du réseau mobile de BASE.

3 Perspectives et informations complémentaires

3.1 Perspectives

2016 sera une année cruciale dans l'histoire de notre entreprise : nous devons continuer à stimuler la croissance tout en assurant la bonne intégration de BASE et en posant les bases d'une croissance saine et rentable dans le futur. Parallèlement à la publication de nos résultats pour le 1er trimestre 2016 et à notre 'Capital Markets Day' fin avril 2016, nous avons présenté notre Vision 2020. Dans le cadre de notre Vision 2020, nous avons l'ambition d'être le fournisseur de référence en matière de 'connected entertainment' convergent et de solutions pour professionnels en Belgique.

Notre plan stratégique repose sur quatre piliers.

- Premièrement, nous voulons proposer à nos clients particuliers une offre convergente de divertissements connectés, que ce soit à la maison ou ailleurs via nos réseaux fixes, WiFi et mobiles, avec l'objectif de leur offrir une expérience client hors du commun.
- Deuxièmement, nous visons à étendre notre part de marché dans le marché professionnel avec une focalisation marquée sur tous les segments, notamment les petites et moyennes entreprises (PME), les petites entreprises de 10 travailleurs maximum (SOHO) et les grandes entreprises. En combinant des solutions fiables de connectivité ultrarapide, des services à valeur ajoutée et une approche orientée client, nous cherchons à mettre à profit le potentiel inexploité du marché B2B.
- Troisièmement, nous continuons à investir dans notre réseau HFC de référence afin de porter la capacité de fréquence à 1 GHz, ce qui permettra d'atteindre des vitesses de téléchargement de 1 Gbps ou plus. Dans le même temps, nous allons accélérer nos investissements dans le réseau mobile de BASE, ce qui inclut des mises à niveau/extensions du nombre de points de raccordement et une augmentation des raccordements à la fibre optique. Avec notre réseau intégré, nous serons mieux armés pour saisir les opportunités de croissance dans un monde en convergence.
- Quatrièmement, nous allons veiller à une intégration souple de BASE, et nous constatons avec plaisir que nous sommes en avance sur notre programme. Nous avons l'intention d'accroître les investissements dans le réseau mobile de BASE et de nous assurer ainsi une croissance rentable pour le futur. C'est pourquoi nous confirmons les coûts d'intégration totaux de 300,0 millions € (incluant 250,0 millions € d'investissements liés au réseau) tels qu'ils ont été communiqués lors de notre 'Capital Markets Day' fin avril 2016. Ceci nous permettra de réaliser chaque année, d'ici 2020, 220,0 € millions € de synergies extrapolées, dont environ 70% de synergies liées au MVNO.

Notre plan stratégique se traduira, selon nos attentes, par une croissance organique saine de l'Adjusted EBITDA (calculé sur la 'rebased' base) dans les années à venir, l'objectif étant d'atteindre une croissance de 5 à 7% sur la période 2015-2018. La croissance de l'Adjusted EBITDA calculé sur la 'rebased' base sera soutenue par (i) la croissance rentable de nos services de connectivité fixe et mobile, (ii) notre focalisation permanente sur une parfaite maîtrise des coûts et sur le levier opérationnel et (iii) les avantages précités en termes de synergie résultant de la reprise de BASE. Environ 70% des synergies envisagées étant liées au MVNO, elles ne commenceront à se manifester qu'à l'expiration de l'actuel contrat MVNO, après quoi elles contribueront à accélérer la croissance de l'Adjusted EBITDA.

Cette année, les chiffres de croissance calculés sur la 'rebased' base seront influencés par (i) la consolidation de l'activité de téléphonie mobile en recul de BASE, (ii) la concurrence croissante et le renforcement de la réglementation et (iii) les coûts liés à l'intégration de BASE. Après avoir réalisé, au 1er semestre 2016, une hausse des revenus et une croissance de l'Adjusted EBITDA de 4% et 2% respectivement (calculés sur la 'rebased' base), nous confirmons nos prévisions pour l'ensemble de l'année 2016 telles qu'elles avaient été présentées le 28 avril 2016 et telles qu'elles figurent dans le tableau ci-dessous.

Tableau 3: Prévisions pour l'exercice 2016

	Prévisions 2016
Croissance des produits (rebased)	Jusqu'à 2%
Croissance de l'Adjusted EBITDA (rebased)	Stable
Dépenses d'investissement à imputer, en tant que % des produits	Aux alentours de 23% ⁽¹⁾
Free Cash Flow	175.0 à 200.0 millions € ⁽²⁾

(1) Y exclus la comptabilisation des droits de diffusion pour le football belge et le UK Premier League.

(2) En supposant que le paiement de l'impôt dû sur l'exercice 2015 ne se produira pas avant le début de 2017.

3.2 Rémunération des actionnaires

Pour 2016, le Conseil d'administration a approuvé un programme de rachat d'actions de 50,0 millions € (le 'Programme de rachat d'actions 2016') qui prend effet le 15 février 2016. Dans le cadre de ce programme, Telenet peut, sur une période de six mois, racheter un maximum de 1.100.000 actions propres pour un maximum de 50,0 millions €. Ces rachats d'actions propres se feront conformément aux conditions qui avaient été approuvées le 30 avril 2014 par l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de la Société. Au 30 juin 2016, un total de 912.415 actions propres avaient été rachetées pour un montant total de 40,0 millions €.

Le Conseil d'administration s'engage toujours à offrir une valeur attrayante et durable pour l'actionnaire, conforme au rapport entre notre dette nette totale et le Consolidated Annualized EBITDA à long terme. Cette méthode garantit un équilibre optimal entre croissance, rendement pour l'actionnaire et accès attractif aux marchés des capitaux. Telenet veut réaliser cet objectif par le biais d'acquisitions et/ou investissements potentiellement créateurs de valeur afin de stimuler la croissance future de l'entreprise et le retour de fonds vers l'actionnaire en s'appuyant sur un solide flux de trésorerie disponible et une optimisation constante de la structure financière.

3.3 Événements survenus après la date du bilan

Il ne s'est produit, après le 30 juin 2016, aucun événement significatif nécessitant une modification de l'information financière ou une mention dans le présent communiqué de presse.

3.4 Procédures de l'auditeur indépendant

Le commissaire aux comptes, KPMG Bedrijfsrevisoren - Réviseurs d'Entreprises SCRL, représentée par Filip De Bock, a confirmé que ses travaux de révision, qui ont été considérablement terminés, n'ont pas révélé d'éléments significatifs nécessitant un ajustement de l'information financière consolidée et abrégée intermédiaire inclus dans ce communiqué de presse en date du et pour les six mois terminés au 30 juin 2016.

4 Telenet Group Holding NV – Statistiques d'exploitation consolidés

Pour la période de trois mois se terminant en	juin 2016	juin 2015	Variation %
Services d'abonnement			
Maisons raccordables - Réseau Combiné ⁽¹³⁾	2.963.500	2.926.000	1 %
Télévision câblée			
Télédistribution de base (6)	308.900	369.900	(16) %
Télévision premium ⁽⁷⁾	1.728.100	1.693.900	2 %
Total télévision câblée	2.037.000	2.063.800	(1) %
Internet haut débit			
Internet haut débit résidentiel	1.444.800	1.478.500	(2) %
Internet haut débit professionnel	141.900	64.900	119 %
Total internet haut débit ⁽⁸⁾	1.586.700	1.543.400	3 %
Téléphonie fixe			
Téléphonie fixe résidentiel	1.182.000	1.147.400	3 %
Téléphonie fixe professionnel	64.500	40.100	61 %
Total téléphonie fixe ⁽⁹⁾	1.246.500	1.187.500	5 %
Total services d'abonnement (exclus téléphonie mobile) ⁽¹⁴⁾	4.870.200	4.794.700	2 %
Taux d'attrition ⁽¹⁵⁾			
Télévision câblée	7.0%	6,6%	
Internet haut débit	6.9%	6,4%	
Téléphonie fixe	7.7%	7,0%	
Relation client			
Clients triple play	1.122.400	1.058.700	6 %
Total relations client ⁽¹¹⁾	2.161.300	2.181.400	(1) %
Services par relation client ⁽¹¹⁾	2,25	2,20	2 %
ARPU par relation client (€ / mois) ⁽¹¹⁾⁽¹²⁾	53,4	50,6	6 %

Au cours de 2015, nous avons reclassé 85.000 abonnés résidentiels à l'internet haut débit aux abonnés professionnels à l'internet haut débit. Nous avons également reclassé 44.700 abonnés résidentiels de téléphonie fixe aux abonnés professionnels à la téléphonie fixe. Nous n'avons pas appliqué ces ajustements de reclassement rétroactivement aux trimestres précédents.

Pour la période de trois mois se terminant en	juin 2016	juin 2015	Variation %
Services mobiles			
Téléphonie mobile			
Postpayé	2.025.800	953.700	112 %
Prepayé	982.100	—	— %
Téléphonie mobile	3.007.900	953.700	215 %

N.M. - Not Meaningful (Non Significatif)

5 Telenet Group Holding NV – États financiers consolidés et abrégés intermédiaires (IFRS UE)

5.1 État de résultat global consolidé et abrégé intermédiaire (IFRS UE, non audité)

(en millions €, sauf actions et montants par action)

	Pour la période de trois mois se terminant au			Pour la période de six mois se terminant au		
	30 juin			30 juin		
	2016	2015	Variation %	2016	2015	Variation %
Résultat de la période						
Produits	626,1	452,2	38%	1.178,6	898,7	31%
Charges						
Coût des services fournis	(350,5)	(243,7)	44%	(667,2)	(498,6)	34%
Bénéfice brut	275,6	208,5	32%	511,4	400,1	28%
Coûts commerciaux et administratifs	(136,5)	(61,8)	121%	(239,7)	(122,0)	96%
Bénéfice opérationnel	139,1	146,7	(5%)	271,7	278,1	(2%)
Produits financiers	—	52,6	(100%)	0,3	40,9	(99%)
Produit d'intérêt et de change nets	—	0,7	(100%)	0,3	0,9	(67%)
Bénéfice net sur instruments financiers dérivés	—	51,9	(100%)	—	40,0	(100%)
Charges financières	(127,8)	(60,0)	113%	(247,0)	(119,5)	107%
Charge d'intérêt, pertes de change et autres charges financières nettes	(84,0)	(60,0)	40%	(143,9)	(119,5)	20%
Perte nette sur instruments financiers dérivés	(26,9)	—	—%	(86,2)	—	—%
Perte sur remboursement anticipé de la dette	(16,9)	—	—%	(16,9)	—	—%
Charges financières nettes	(127,8)	(7,4)	N.M.	(246,7)	(78,6)	214%
Quote-part dans le résultat des entités mises en équivalence	0,3	(1,1)	(127%)	(1,9)	(2,2)	(14%)
Bénéfice avant impôts	11,6	138,2	(92%)	23,1	197,3	(88%)
Charges d'impôts	(22,6)	(48,0)	(53%)	(42,7)	(73,0)	(42%)
Résultat net de la période	(11,0)	90,2	N.M.	(19,6)	124,3	N.M.
Résultat net comptabilisé directement en capitaux propres						
Éléments qui ne seront pas recyclés dans l'état consolidé du résultat						
Reévaluation de passifs/(actifs) provenant de plans de pension à prestations définies	—	—	—%	—	—	—%
Impôts différés	—	—	—%	—	—	—%
Résultat net comptabilisé directement en capitaux propres	—	—	—%	—	—	—%
Résultat global de la période	(11,0)	90,2	N.M.	(19,6)	124,3	N.M.
Résultat imputable aux :	(11,0)	90,2	N.M.	(19,6)	124,3	N.M.
Propriétaires de la Société	(11,0)	90,2	N.M.	(19,5)	124,3	N.M.
Intérêts minoritaires	—	—	—%	(0,1)	—	—%
Résultat global de la période, imputable aux :	(11,0)	90,2	N.M.	(19,6)	124,3	N.M.
Propriétaires de la Société	(11,0)	90,2	N.M.	(19,5)	124,3	N.M.
Intérêts minoritaires	—	—	—%	(0,1)	—	—%

(en millions €, sauf actions et montants par action)	Pour la période de trois mois se terminant au			Pour la période de six mois se terminant au		
	30 juin			30 juin		
	2016	2015	Variation %	2016	2015	Variation %
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires	115.948.265	116.442.320		116.184.949	116.593.880	
Bénéfice (perte) ordinaire par action en €	(0,09)	0,77		(0,17)	1,07	
Bénéfice (perte) dilué par action en €	(0,09)	0,77		(0,17)	1,06	
Produits par nature						
Produits des abonnements:						
Télévision câblée	142,8	137,6	4%	284,0	274,9	3%
Internet haut débit	142,2	135,4	5%	282,2	270,6	4%
Téléphonie fixe	61,6	56,2	10%	121,3	112,5	8%
Produits des abonnements liés au câble	346,6	329,2	5%	687,5	658,0	4%
Téléphonie mobile	150,8	51,0	196%	257,4	98,9	160%
Total des produits des abonnements	497,4	380,2	31%	944,9	756,9	25%
Services aux entreprises	29,8	30,0	(1%)	60,6	58,4	4%
Autres	98,9	42,0	135%	173,1	83,4	108%
Total des produits	626,1	452,2	38%	1.178,6	898,7	31%
Charges par nature						
Coûts d'exploitation du réseau	(37,4)	(17,0)	120%	(64,9)	(34,0)	91%
Coûts directs (programmation et droits d'auteur, interconnexion et autres)	(154,9)	(101,0)	53%	(291,8)	(207,5)	41%
Frais de personnel	(67,3)	(43,6)	54%	(124,1)	(87,1)	42%
Coûts des ventes et frais de marketing	(23,8)	(17,5)	36%	(47,4)	(31,0)	53%
Coûts liés aux services du personnel et aux services professionnels externalisés	(12,9)	(9,8)	32%	(26,0)	(17,5)	49%
Autres coûts indirects	(39,4)	(16,9)	133%	(71,9)	(40,2)	79%
Gains (coûts) de restructuration	—	—	—%	0,2	0,5	(60%)
Charges d'exploitation liées aux acquisitions ou cessions	(5,3)	(3,1)	71%	(6,4)	(4,1)	56%
Rémunérations à base d'actions des administrateurs et des travailleurs	(3,6)	(2,3)	57%	(4,7)	(6,7)	(30%)
Amortissements et dépréciations	(92,6)	(66,6)	39%	(173,2)	(134,0)	29%
Amortissements	(39,5)	(17,6)	124%	(71,7)	(34,7)	107%
Amortissements sur droits de diffusion	(10,8)	(10,2)	6%	(25,9)	(24,8)	4%
Résultat de la vente d'immobilisations corporelles et autres actifs incorporels	0,5	0,1	400%	0,9	0,5	80%
Total des charges	(487,0)	(305,5)	59%	(906,9)	(620,6)	46%

N.M. - Not Meaningful (Non Significatif)

5.2 Flux de trésorerie consolidé et abrégé intermédiaire (IFRS UE, non audité)

(en millions €)	Pour la période de trois mois se terminant au			Pour la période de six mois se terminant au		
	30 juin	30 juin		30 juin	30 juin	
	2016	2015	Variation %	2016	2015	Variation %
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles						
Bénéfice (perte) de la période	(11,0)	90,2	N.M.	(19,6)	124,3	N.M.
Amortissements, pertes de valeur et restructurations	142,4	94,3	51%	269,9	192,5	40%
Variation des fonds de roulement et autres	2,9	(4,1)	N.M.	(38,0)	33,0	N.M.
Impôts sur le résultat	22,6	48,0	(53%)	42,7	73,0	(42%)
Charges d'intérêt, pertes de change et autres charges financières nettes	84,0	59,3	42%	143,6	118,6	21%
Perte nette (gain net) sur instruments financiers dérivés	26,9	(51,9)	(152%)	86,2	(40,0)	N.M.
Perte sur le remboursement anticipé de la dette	16,9	—	—%	16,9	—	—%
Intérêts pécuniaires payés et dérivés	(39,7)	(44,5)	(11%)	(124,7)	(95,6)	30%
Impôts payés	(5,0)	—	—%	(92,0)	(77,6)	19%
Flux net de trésorerie générés par les activités opérationnelles	240,0	191,3	25%	285,0	328,2	(13%)
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement						
Acquisition d'immobilisations corporelles	(53,4)	(48,8)	9%	(121,2)	(117,1)	4%
Acquisition d'actifs incorporels	(59,7)	(20,2)	196%	(105,2)	(61,3)	72%
Acquisition des autres investissements	(1,8)	—	—%	(1,8)	—	—%
Acquisition de et prêts aux entités mises en équivalence	(0,5)	(0,6)	(17%)	(0,5)	(59,8)	(99%)
Acquisition de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise	—	—	—%	(1.180,6)	—	—%
Produits de la vente d'immobilisations corporelles et autres actifs incorporels	0,6	0,8	(25%)	3,2	1,9	68%
Acquisition de droits de diffusion pour revente	(0,1)	—	—%	(0,2)	—	—%
Produits de la vente de droits de diffusion pour revente	0,1	—	—%	0,2	—	—%
Flux net de trésorerie utilisés pour les activités d'investissement	(114,8)	(68,8)	67%	(1.406,1)	(236,3)	495%
Flux de trésorerie liés aux activités de financement						
Remboursement de prêts et emprunts	(997,0)	—	—%	(997,0)	—	—%
Produits de la levée de prêts et emprunts	739,6	—	—%	1.956,6	—	—%
Rachat d'actions propres	(20,0)	(15,0)	33%	(40,0)	(40,0)	—%
Vente d'actions propres	—	1,5	(100%)	—	1,5	(100%)
Paiement pour cessation anticipée de contrats des instruments financiers dérivés	(10,7)	—	—%	(10,7)	—	—%
Paiement pour cessation anticipée de prêts et emprunts	(9,9)	—	—%	(9,9)	—	—%
Paiement de frais de transaction lors de l'émission d'emprunts	(13,8)	—	—%	(27,8)	—	—%
Autres (y inclus engagements de leasing)	(7,2)	(6,1)	18%	(11,2)	(10,6)	6%
Flux net de trésorerie générés par (utilisés pour) les activités de financement	(319,0)	(19,6)	N.M.	860,0	(49,1)	N.M.
Augmentation (diminution) nette de trésorerie et équivalents de						
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de la période	210,0	129,0	63%	277,3	189,1	47%
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la fin de la période	16,2	231,9	(93%)	16,2	231,9	(93%)
Augmentation (diminution) nette de trésorerie et équivalents	(193,8)	102,9	N.M.	(261,1)	42,8	N.M.

(en millions €)	Pour la période de trois mois se terminant au			Pour la période de six mois se terminant au		
	30 juin			30 juin		
	2016	2015	Variation %	2016	2015	Variation %
Free Cash Flow						
Flux net de trésorerie générés par les activités opérationnelles	240,0	191,3	25%	285,0	328,2	(13%)
Charges d'exploitation liées aux acquisition ou cessions	5,6	1,8	N.M.	8,5	1,9	347%
Acquisition d'immobilisations corporelles	(53,4)	(48,8)	9%	(121,2)	(117,1)	4%
Acquisition d'actifs incorporels	(59,7)	(20,2)	196%	(105,2)	(61,3)	72%
Amortissements en capital sur les obligations de location-financement (hors contrats de location liés au réseau)	(0,5)	(0,4)	25%	(0,9)	(0,9)	—%
Amortissements en capital sur les dotations aux contrats de location liés au réseau après acquisition	(3,6)	(3,2)	13%	(6,9)	(5,7)	21%
Free Cash Flow	128,4	120,5	7%	59,3	145,1	(59%)

N.M. - Not Meaningful (Non Significatif)

5.3 Bilan consolidé et abrégé intermédiaire (IFRS UE, non audité)

(en millions €)	30 juin 2016	31 décembre 2015	Variation
Actif			
Actifs non courants :			
Immobilisations corporelles	1.991,6	1.411,9	579,7
Goodwill	1.558,0	1.241,8	316,2
Autres immobilisations incorporelles	771,2	241,1	530,1
Actifs d'impôt différé	141,8	108,5	33,3
Participations dans et prêts aux entités mises en équivalence	56,4	57,7	(1,3)
Autres investissements	1,8	—	1,8
Instruments financiers dérivés	0,9	7,6	(6,7)
Créances commerciales	6,2	4,7	1,5
Autres actifs	11,7	13,2	(1,5)
Total des actifs non courants	4.539,6	3.086,5	1.453,1
Actifs courants :			
Stocks	23,6	19,3	4,3
Créances commerciales	205,6	145,9	59,7
Autres actifs courants	129,2	68,6	60,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	16,2	277,3	(261,1)
Instruments financiers dérivés	6,6	0,9	5,7
Total des actifs courants	381,2	512,0	(130,8)
Total des actifs	4.920,8	3.598,5	1.322,3
Capitaux propres et passifs			
Capitaux propres :			
Capital social	12,8	12,8	—
Primes d'émission et autres réserves	965,4	1.001,3	(35,9)
Perte reportée	(2.244,4)	(2.224,9)	(19,5)
Réévaluations	(9,3)	(9,3)	—
Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société	(1.275,5)	(1.220,1)	(55,4)
Intérêts minoritaires	16,5	16,7	(0,2)
Total des capitaux propres	(1.259,0)	(1.203,4)	(55,6)
Passifs non courants :			
Emprunts et dettes financiers	4.543,1	3.683,3	859,8
Instruments financiers dérivés	124,4	57,8	66,6
Produits différés	1,3	0,6	0,7
Passifs d'impôt différé	185,8	124,5	61,3
Autres dettes	110,3	59,1	51,2
Total des passifs non courants	4.964,9	3.925,3	1.039,6
Passifs courants :			
Emprunts et autres passifs financiers	217,0	110,6	106,4
Dettes fournisseurs	182,7	133,5	49,2
Charges à imputer et autres passifs courants	507,0	350,2	156,8
Produits différés	104,3	73,6	30,7
Instruments financiers dérivés	10,9	6,2	4,7
Passif d'impôt courant	193,0	202,5	(9,5)
Total des passifs courants	1.214,9	876,6	338,3
Total des passifs	6.179,8	4.801,9	1.377,9
Total des capitaux propres et des passifs	4.920,8	3.598,5	1.322,3

- (1) Pour calculer les chiffres de **croissance 'rebased'** sur une base comparable pour la période de trois et de six mois se terminant le 30 juin 2016, nous avons adapté nos produits et l'Adjusted EBITDA pour la période de trois et de six mois se terminant le 30 juin 2016 en reprenant les produits et l'Adjusted EBITDA de BASE avant l'acquisition dans nos montants 'rebased' pour la période de trois et de six mois se terminant le 30 juin 2015 dans la même proportion que les produits et l'Adjusted EBITDA repris dans nos résultats pour la période de trois et de six mois se terminant le 30 juin 2016 (BASE est entièrement consolidée depuis le 11 février 2016). Nous n'adaptions pas les périodes antérieures à l'acquisition pour éliminer les postes uniques ou pour appliquer rétroactivement d'éventuels changements dans les estimations après l'acquisition. Étant donné que nous ne détenions pas et n'exploitions pas les activités reprises au cours des périodes antérieures à l'acquisition, il est impossible de garantir que nous avons identifié tous les ajustements qui sont nécessaires pour présenter les produits et l'Adjusted EBITDA de ces entités sur une base qui soit comparable aux montants correspondants après l'acquisition tels qu'ils sont repris dans nos résultats historiques ou que les états financiers antérieurs à l'acquisition sur lesquels nous nous sommes basés ne contiennent pas d'erreurs non relevées. Par ailleurs, les chiffres de croissance 'rebased' ne sont pas nécessairement indicatifs des produits et de l'Adjusted EBITDA que nous aurions réalisés si ces transactions s'étaient déroulées aux dates prises en compte pour le calcul de nos montants 'rebased', ni des produits et de l'Adjusted EBITDA que nous réaliserons dans le futur. Les chiffres de croissance 'rebased' sont présentés en tant que base pour l'évaluation des chiffres de croissance sur une base comparable, et non en tant que critère pour nos résultats financiers pro forma.
- (2) Dans les contrats '**Choose Your Device**', qui incluent des contrats séparés pour le smartphone et le temps de connexion ('airtime'), Telenet reprend en principe, à la livraison du smartphone, le prix de vente dans les 'Autres produits', que le smartphone ait déjà été payé ou qu'il soit payé à tempérament. Les revenus liés au temps de connexion sont repris dans les produits provenant des abonnements de téléphonie mobile. Avant le lancement du programme 'Choose Your Device' en juillet 2015, les smartphones étaient généralement proposés aux clients sur une base subsidiée. En conséquence, les revenus provenant du smartphone étaient uniquement comptabilisés en aval pour le montant perçu lors de la vente, et les montants mensuels reçus tant pour le smartphone que pour le temps de connexion étaient repris sur la durée du contrat dans les produits provenant des abonnements de téléphonie mobile. Les frais de smartphone liés au programme 'Choose Your Device' sont passés en charge au moment de la vente.
- (3) **L'EBITDA** est défini comme étant le bénéfice avant les charges financières nettes, la part dans le résultat des participations consolidées par mise en équivalence, les impôts sur le résultat, les amortissements sur immobilisations corporelles et incorporelles et les dépréciations. **L'Adjusted EBITDA** est défini comme étant l'EBITDA avant les rémunérations à base d'actions et les coûts de restructuration et avant les charges et produits opérationnels liés à des acquisitions ou des désinvestissements, réussis ou non. Les charges ou produits opérationnels liés à des acquisitions ou des désinvestissements comprennent (i) les bénéfices et pertes sur la cession d'actifs immobilisés, (ii) les frais de due diligence, coûts juridiques, frais de conseil et autres frais de tiers qui se rapportent directement aux efforts de la Société en vue d'acquiescer ou de céder un intérêt de contrôle dans des entreprises et (iii) les autres éléments en rapport avec l'acquisition, comme les gains et les pertes sur le règlement d'une contrepartie conditionnelle. L'Adjusted EBITDA est utilisé par la direction en tant que critère supplémentaire pour les performances sous-jacentes de la Société et ne peut être utilisé en remplacement des critères IFRS-UE qui donnent une indication des performances de la Société, mais doit être utilisé en association avec le critère IFRS-UE le plus directement comparable. Le Tableau 1 à la page 12 établit la correspondance entre ce critère et le critère IFRS-UE le plus directement comparable.
- (4) Nous entendons par '**dépenses d'investissement à imputer**' les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles, y compris les investissements dans le cadre de contrats de location-financement et autres contrats de financement, tels qu'ils sont présentés sur une base d'imputation dans l'état consolidé de la position financière de la Société.
- (5) Il faut entendre par '**Free Cash Flow**' le flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles poursuivies de la Société, plus (i) les paiements en numéraire de dépenses de tiers directement liées aux acquisitions et désinvestissements réussis ou non et (ii) les coûts financés par un tiers, moins (i) les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles des activités opérationnelles poursuivies de la Société, (ii) les remboursements en capital sur les engagements liés au capital au titre du crédit fournisseurs, (iii) les remboursements en capital sur les contrats de location-financement (à l'exception des contrats liés au réseau qui ont été repris à la suite d'acquisitions) et (iv) les remboursements en capital sur les contrats de location supplémentaires liés aux réseaux suite à une acquisition, tels que repris, dans chaque cas, dans le tableau des flux de trésorerie consolidé de la Société. Le flux de trésorerie disponible est utilisé par la direction en tant que critère supplémentaire pour la capacité de la Société de rembourser ses dettes et de financer de nouvelles opportunités d'investissement et ne peut être utilisé en remplacement des critères IFRS-UE qui donnent une indication des performances de la Société, mais doit être utilisé en association avec le critère IFRS-UE le plus directement comparable.
- (6) Un **abonné à la télédistribution de base** est une habitation, une unité d'habitation dans un immeuble comptant plusieurs unités d'habitation ou une unité dans un immeuble commercial qui, via un signal vidéo analogique ou numérique sur le Réseau Combiné, reçoit le service vidéo de Telenet sans abonnement à un service mensuel récurrent nécessitant l'usage d'une technologie d'encryptage. La technologie d'encryptage comprend les smart cards et autres technologies intégrées ou virtuelles utilisées par Telenet pour fournir son offre de services améliorée. Telenet compte les unités génératrices de revenus sur la base du nombre d'immeubles. Un abonné avec plusieurs raccordements dans un même immeuble est donc comptabilisé comme une seule unité génératrice de revenus. Un abonné avec deux maisons qui a, pour chacune de ces maisons, un abonnement au service de télévision câblée de Telenet, est comptabilisé comme deux unités génératrices de revenus.
- (7) Un **abonné à la télévision Premium** est une habitation, une unité d'habitation dans un immeuble comptant plusieurs unités d'habitation ou une unité dans un immeuble commercial qui, via un signal vidéo numérique sur le Réseau Combiné, reçoit le service de télévision câblée de Telenet sur la base d'un abonnement à un service mensuel récurrent nécessitant l'usage d'une technologie d'encryptage. Les abonnés à la télévision Premium sont comptés sur la base du nombre d'immeubles. Ainsi, un abonné qui dispose d'un ou plusieurs boîtiers décodeurs et qui reçoit le service de télévision câblée de Telenet dans un seul et même immeuble est en principe compté comme un seul abonné. Un abonné à la télévision Premium n'est pas compté parmi les abonnés à la télédistribution de base. À mesure que des clients Telenet passent de l'offre de base à l'offre Premium de télévision par câble, Telenet fait état d'une diminution du nombre d'abonnés à l'offre de base équivalente à l'augmentation du nombre d'abonnés à l'offre Premium.
- (8) Un **abonné internet** est une habitation, une unité d'habitation dans un immeuble comptant plusieurs unités d'habitation ou une unité dans un immeuble commercial qui reçoit des services internet sur le Réseau Combiné.

- (9) Un **abonné à la téléphonie fixe** est une habitation, une unité d'habitation dans un immeuble comptant plusieurs unités d'habitation ou une unité dans un immeuble commercial qui reçoit des services de téléphonie fixe sur le Réseau Combiné. Les abonnés à la téléphonie fixe n'incluent aucun abonné à la téléphonie mobile.
- (10) Le nombre d'**abonnés à la téléphonie mobile** représente le nombre de cartes SIM actives qui sont en usage, et non le nombre de services fournis. Si par exemple un abonné à la téléphonie mobile dispose à la fois d'un plan data et d'un plan vocal pour un smartphone, cette personne est considérée comme un seul abonné à la téléphonie mobile. Un abonné avec un plan vocal et un plan data pour un smartphone et un plan data pour un ordinateur portable (via un dongle) est cependant compté comme deux abonnés à la téléphonie mobile. Après 90 jours d'inactivité, les clients qui ne paient aucun montant mensuel récurrent ne sont plus repris dans le nombre des abonnés à la téléphonie mobile.
- (11) **Une relation client** est un client qui reçoit au moins un des services télé, internet ou téléphonie fixe de Telenet et que Telenet compte comme une unité génératrice de revenus, quelle que soit la quantité de services auxquels il est abonné. Les relations clients sont en principe comptées sur la base du nombre d'immeubles. Si une personne reçoit des services Telenet dans deux immeubles (p. ex. dans sa maison principale et dans une résidence de vacances), cette personne est en principe comptée comme deux relations clients. Telenet ne compte pas comme relations clients les clients qui utilisent uniquement les services de téléphonie mobile de Telenet.
- (12) **Le revenu moyen par relation client** fait référence aux revenus mensuels moyens provenant des abonnements par relation client moyenne et est calculé en divisant les revenus mensuels moyens provenant des abonnements (hors revenus de la téléphonie mobile, services aux entreprises, interconnexion, redevances de transport et distribution, vente de smartphones et frais d'installation) pour la période en question, par le nombre moyen de relations clients au début et à la fin de la période.
- (13) **Les maisons raccordables** sont les habitations, unités d'habitation dans un immeuble comptant plusieurs unités d'habitation ou unités dans un immeuble commercial qui peuvent, sans extension matérielle de la centrale de distribution, être raccordées au Réseau Combiné. Le nombre de maisons raccordables est basé sur les données du recensement, lesquelles peuvent changer en fonction des révisions de ces données ou sur la base de nouveaux résultats de recensement.
- (14) **Une unité génératrice de revenus** est un abonné individuel à la télédistribution de base, un abonné individuel à la télévision Premium, un abonné internet individuel ou un abonné individuel à la téléphonie fixe. Une habitation, une unité d'habitation dans un immeuble comptant plusieurs unités d'habitation ou une unité dans un immeuble commercial peut inclure une ou plusieurs unités génératrices de revenus. Si par exemple un client particulier est abonné à l'offre Premium de télévision par câble de Telenet, au service de téléphonie fixe et à l'internet haut débit, ce client représente trois unités génératrices de revenus. Le nombre total d'unités génératrices de revenus est la somme du nombre d'abonnés à la télédistribution de base, à la télévision Premium, à l'internet et à la téléphonie fixe. Le nombre d'unités génératrices de revenus est compté, d'une manière générale, sur la base du nombre d'immeubles, de sorte que pour un service déterminé, un immeuble déterminé ne soit pas compté comme étant plus d'une unité génératrice de revenus. Si une personne reçoit des services Telenet dans deux immeubles (p. ex. dans sa maison principale et dans une résidence de vacances), cette personne est par contre comptée comme deux unités génératrices de revenus pour le service en question. Chaque service câble, internet ou téléphonie fixe inclus dans un pack de produits est compté comme une unité génératrice de revenus, quelle que soit la nature de la remise pack ou de la promotion éventuelle. Les abonnés non payants sont comptés comme des abonnés pendant la période au cours de laquelle ils reçoivent un service gratuit par le biais d'une promotion. Certains de ces abonnés renoncent au terme de cette période gratuite. Les services qui sont offerts gratuitement de manière prolongée (p. ex. aux VIP ou aux travailleurs) ne sont, en principe, pas comptés comme unités génératrices de revenus. Les abonnements aux services de téléphonie mobile ne sont pas repris dans le nombre d'unités génératrices de revenus communiqué à l'extérieur.
- (15) **Le taux d'attrition** représente le pourcentage de clients qui résilient leur abonnement. La moyenne mobile annuelle est calculée en divisant le nombre de désabonnements au cours des 12 derniers mois par le nombre moyen de relations clients. Pour le calcul du taux d'attrition, on considère qu'il y a eu désabonnement dès lors que le client ne reçoit plus aucun service de la part de Telenet et doit restituer le matériel de Telenet. Le passage partiel vers un produit inférieur, ce qui est généralement appliqué pour encourager les clients à payer une facture en souffrance afin d'éviter qu'il soit mis fin à tous les services, n'est pas considéré comme un désabonnement dans le calcul du taux d'attrition de Telenet. De même, les clients qui déménagent à l'intérieur de la zone câblée de Telenet et les clients qui passent à des services supérieurs ou inférieurs ne sont pas considérés comme des désabonnements dans le calcul du taux d'attrition.
- (16) Le calcul du **revenu moyen par abonné à la téléphonie mobile** ne prenant pas en compte les revenus d'interconnexion, concerne le revenu mensuel moyen provenant de la téléphonie mobile par abonné actif à la téléphonie mobile et est obtenu en divisant les revenus mensuels moyens provenant de la téléphonie mobile (hors frais d'activation, produits de la vente de smartphones et frais de mise en demeure) pour une période déterminée par le nombre moyen d'abonnés actifs à la téléphonie mobile au début et à la fin de la période. Pour le calcul du revenu moyen par abonné à la téléphonie mobile prenant en compte les revenus d'interconnexion, on ajoute au numérateur, dans le calcul ci-dessus, le montant des revenus d'interconnexion au cours de la période.
- (17) **Le ratio de dette nette** est calculé selon la définition de la Facilité de Crédit Senior 2015 modifiée, c.-à-d. en divisant la dette nette totale, à l'exclusion (i) des prêts d'actionnaires subordonnés, (ii) des éléments d'endettement activés sous les indemnités de clientèle et d'annuités, (iii) de tout contrat de location-financement conclu le 1er août 2007 ou avant cette date, et (iv) de toute dette dans le cadre de la location du réseau conclue avec les intercommunales pures jusqu'à un montant maximum de 195,0 millions €, par le Consolidated Annualized EBITDA des deux derniers trimestres.

Conférence téléphonique pour investisseurs et analystes – Telenet donnera, le 28 juillet 2016 à 15:00 h (heures de Bruxelles), une conférence téléphonique sur les résultats financiers pour investisseurs institutionnels et analystes. Vous trouverez les détails et les liens du webcast sur : <http://investors.telenet.be>.

Contacts

Relations avec les investisseurs:	Rob Goyens	rob.goyens@telenetgroup.be	Téléphone: +32 15 333 054
	Thomas Deschepper	thomas.deschepper@telenetgroup.be	Téléphone: +32 15 366 645
Relations presse et médias:	Stefan Coenjaerts	stefan.coenjaerts@telenetgroup.be	Téléphone: +32 15 335 006

À propos de Telenet – Telenet est un fournisseur de premier plan de services médias et télécoms. Telenet se spécialise dans la fourniture de la télévision par câble, de l'Internet à grande vitesse et de services de téléphonie fixe et mobile, principalement à destination de clients particuliers en Flandre et à Bruxelles. Sous la marque Telenet Business, Telenet fournit en outre des services à des clients professionnels partout en Belgique. Telenet est coté sur Euronext Brussels sous le symbole TNET et est repris dans l'indice BEL 20.

Informations complémentaires – Des informations complémentaires concernant Telenet et ses produits peuvent être obtenues sur son site web <http://www.telenet.be>. D'autres informations relatives aux données opérationnelles et financières figurant dans le présent document peuvent être téléchargées dans la partie du site destinée aux investisseurs. Le rapport annuel consolidé 2015 de Telenet ainsi que les états financiers consolidés résumés non audités et des présentations liées aux résultats financiers de la période de six mois se terminant le 30 juin 2016 sont disponibles dans la partie du site de Telenet destinée aux investisseurs (<http://investors.telenet.be>).

Déclaration de 'Safe Harbor' en vertu du 'Private Securities Litigation Reform Act' américain de 1995 – Certaines déclarations incluses dans le présent document constituent des 'forward-looking statements' (déclarations prospectives) au titre du Private Securities Litigation Reform Act américain de 1995. Des mots ou expressions tels que « croire », « s'attendre », « devoir », « avoir l'intention de », « projeter », « faire dans le futur », « estimer », « position », « stratégie » et expressions similaires identifient ces déclarations prospectives relatives à nos perspectives financières et opérationnelles, nos prévisions de croissance, nos lancements de stratégie, de produits ou de réseaux, et l'impact attendu de l'acquisition de BASE sur nos activités et performances financières conjointes et sont sujets à certains risques connus et inconnus, incertitudes et autres facteurs qui peuvent avoir pour effet que nos résultats, performances, accomplissements ou résultats sectoriels réels soient significativement différents des résultats envisagés, projetés, prévus, estimés ou contenus dans les budgets, que ceux-ci soient implicites ou explicites. Ces facteurs comprennent de possibles développements préjudiciables affectant nos liquidités ou résultats opérationnels ; des événements préjudiciables de nature concurrentielle, économique ou réglementaire ; des paiements substantiels au titre de notre dette et autres obligations contractuelles ; notre aptitude à financer et exécuter notre plan d'affaires ; notre aptitude à générer des liquidités en suffisance afin de procéder aux paiements au titre de notre dette ; les fluctuations des taux d'intérêts et des devises ; l'impact de nouvelles opportunités commerciales nécessitant des investissements préalables significatifs ; notre aptitude à attirer de nouveaux clients et à retenir les clients existants et à accroître notre pénétration globale du marché ; notre aptitude à concurrencer d'autres sociétés de communications ou de distribution de contenu ; notre aptitude à garder les contrats qui sont indispensables à nos opérations ; notre aptitude à répondre adéquatement aux avancées technologiques ; notre aptitude à développer et maintenir des sauvegardes de nos systèmes critiques ; notre aptitude à poursuivre le développement de réseaux, placer des installations, obtenir et conserver les agréments et accords gouvernementaux requis et financer la construction et le développement dans les temps prévus, à un coût raisonnable et à des conditions satisfaisantes ; notre capacité d'influencer ou de répondre de façon efficace à de nouvelles lois ou réglementations ; notre aptitude à procéder à des investissements créateurs de valeur et notre aptitude à maintenir ou augmenter les distributions aux actionnaires dans le futur. Nous ne sommes aucunement tenus d'actualiser les déclarations prospectives contenues dans ce communiqué aux fins de refléter les résultats réels, les modifications aux postulats ou les changements au niveau des facteurs qui influencent ces déclarations.

Information financière – Les états financiers consolidés de Telenet Group Holding de et pour l'exercice se terminant le 31 décembre 2015 ont été établis, sauf indication contraire, conformément aux IFRS-UE et peuvent être consultés sur le site internet de la Société.

Critères non-GAAP – 'Adjusted EBITDA' et 'Free Cash Flow' sont des critères non-GAAP au sens de la 'Regulation G' de la Securities and Exchange Commission américaine. Pour les définitions et les rapprochements y afférents, nous renvoyons à la partie 'Investor Relations' sur le site internet de Liberty Global plc (<http://www.libertyglobal.com/>). Liberty Global plc est l'actionnaire de contrôle de la Société.

Ce document a été autorisé à la publication le 28 juillet 2016 à 7.00 h, heure de Bruxelles.