



Parques Reunidos Servicios Centrales, S.A. (“**Parques Reunidos**” o la “**Sociedad**”) en cumplimiento de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 sobre abuso de mercado y en el 228 del Texto Refundido la Ley del Mercado de Valores aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, mediante el presente escrito comunica el siguiente

HECHO RELEVANTE

Parques Reunidos, por medio del presente hecho relevante, pone a disposición del Mercado la nota informativa adjunta sobre la evolución del negocio de la Sociedad (*current trading update*). En tiempo y forma se remitirá la información pública periódica.

Lo que se remite como hecho relevante y a los efectos oportunos.

En Madrid, a 5 de octubre de 2017

Parques Reunidos Servicios Centrales, S.A.

PARQUES REUNIDOS – TRADING UPDATE

Datos destacados de 2017

A través de esta nota Parques Reunidos informa de la evolución del negocio, incluyendo el resultado de los meses de verano.

El resultado anual del grupo, pese a los fuertes resultados de la temporada baja, se ha visto afectado durante el verano por:

- Unas condiciones climatológicas adversas, en particular en Europa Central¹ y en Estados Unidos.
- La recuperación Marineland está exigiendo más tiempo del previsto inicialmente. Esto se debe a unas condiciones más restrictivas para conseguir permisos de construcción.
- Por último, el huracán Irma ha afectado al Miami Seaquarium, nuestro parque de Florida, mientras que el huracán Harvey se convirtió en una violenta tormenta en la zona del Nordeste durante el puente de Labor Day, lo que también ha afectado negativamente a nuestros parques en esa región.

Como consecuencia de todo esto, el buen resultado que se había conseguido durante los primeros nueve meses del año (alcanzando un crecimiento en los ingresos comparables² y en el EBITDA de +4% y +64%, respectivamente) se ha visto contrarrestado y esperamos terminar el año con una ligera caída en ingresos y con el EBITDA experimentando un descenso de un solo dígito en el rango alto respecto al año anterior.

La empresa sigue trabajando para cumplir con su estrategia de crecimiento y se centra sobre todo en acciones estratégicas que continúen diversificando su actividad (buscando nuevas fuentes de ingresos y nuevas ubicaciones) y que la protejan de factores externos (a través de nuevas oportunidades en espacios interiores). Recientemente (i) hemos alcanzado un acuerdo para abrir nuestro primer centro de ocio interior en un edificio emblemático, en Times Square (Nueva York) tematizado con Lionsgate y (ii) hemos firmado un acuerdo con Discovery Communications para desarrollar centros de ocio de interior tematizados.

Rendimiento de Actividad por Región

España:

España sigue presentando buenos resultados, alcanzando un crecimiento comparable del EBITDA de un dígito simple en el rango medio, en una región que, durante los últimos 5 años, ha superado las expectativas de rendimiento de forma consistente y que ha llegado a alcanzar un crecimiento medio compuesto del EBITDA de doble dígito en el período 2013-17. Los puntos a destacar en este periodo son los siguientes:

- 1) El negocio se ha visto impulsado por el crecimiento de los abonos anuales; los atractivos eventos de fuera de temporada, entre los que hay que destacar el de Halloween; la exitosa incorporación de la realidad virtual en nuestros parques, incluyendo la 1ª montaña rusa con

¹ Europa Central incluye Alemania, Países Bajos, Bélgica y Reino Unido.

² Las cifras comparables/like-for-like representan el rendimiento del negocio asumiendo el mismo perímetro de consolidación y el mismo tipo de cambio.

realidad virtual de España (Batman Escape: Arkham Asylum en el Parque Warner) y el favorable panorama macroeconómico y de consumo.

- 2) Este sólido rendimiento se ha visto afectado parcialmente por unas condiciones climatológicas adversas durante la temporada de verano que han hecho mella, sobre todo, en nuestra cartera de parques acuáticos.
- 3) Hemos previsto dos nuevos proyectos de inversión importantes para la siguiente temporada, que no pudieron abrir en 2017 y que impulsarán el crecimiento de 2018:
 - a. La ampliación de la zona de Nickelodeon del Parque de Atracciones de Madrid, que incorporará nuevas marcas, tendrá un mayor aforo, una atracción acuática y zonas especialmente diseñadas para niños.
 - b. La ampliación de la zona de Warner Beach gracias a una inversión de 8 millones de euros con el fin de alargar las visitas, de ampliar el área de captación y de mejorar la oferta del Parque Warner.

Resto de Europa (excluyendo Marineland):

La cartera de parques en el resto de Europa, excluyendo Marineland, ha dado buenos resultados. Los ingresos comparables crecen a una tasa de dígito simple en el rango bajo y el EBITDA incrementándose ligeramente. Los puntos a destacar para este periodo son los siguientes:

- 1) El rendimiento de negocio ha sido bueno, impulsado por un mayor alcance de los bonos anuales, por eventos de fuera de temporada exitosos (como Halloween y Navidad) y por unas ganancias sólidas producidas por las nuevas atracciones que se han lanzado, incluyendo la montaña rusa de Star Trek en Movie Park (Alemania) y la montaña rusa de realidad virtual Mater Thai en Mirabilandia (Italia).
- 2) La región también se ha beneficiado de nuestra estrategia para las inversiones de expansión. La ampliación de 8 millones de euros de las instalaciones de alojamiento en Slagharen (Países Bajos) ha fomentado las visitas al parque, superando todas las expectativas a pesar del clima lluvioso de este verano.
- 3) Las condiciones climatológicas durante el cuarto trimestre han afectado a la región y, más específicamente, a los parques del centro de Europa. Los días de lluvia en esta región aumentaron en los meses de julio y agosto en un 11%, o lo que son 19 días operativos³ en comparación al año anterior, causando una pérdida de ingresos que ha contrarrestado parcialmente el crecimiento que se había alcanzado durante el resto de la temporada.

Marineland:

La recuperación de Marineland está llevando más tiempo de lo esperado. La puesta en marcha del plan se ha visto afectada por otro plan contra inundaciones aprobado por las autoridades locales. Este plan revisa los permisos de construcción existentes y es más restrictivo en cuanto a otorgar otros nuevos. Por ello, no hemos podido ejecutar nuestras inversiones de expansión en el parque al ritmo previsto.

³ Un día operativo es un día en el que un parque en concreto de nuestra cartera prevé abrir al público (pej: 10 parques que abren un día natural suponen 10 días operativos)

Confiamos en el potencial que puede ofrecer el parque en el futuro y en nuestra habilidad de recuperar los niveles de rentabilidad que teníamos anteriormente.

- 1) Durante el verano vimos indicadores positivos, como los ingresos creciendo a doble dígito bajo desde el 15 de julio, lo que nos anima a ser optimistas sobre el futuro del parque.
- 2) Durante esta temporada hemos llevado a cabo ciertas acciones para mejorar la imagen del parque, el servicio al cliente y la relación calidad-precio de los servicios que ofrecemos. Para ello hemos reducido los precios intencionadamente, hemos aumentado la estructura de costes y por eso penalizado el comportamiento anual del EBITDA.
- 3) La empresa presta mucha atención a este parque en particular. Tenemos un plan estratégico preparado para reposicionar los activos, cambiar la estrategia de marketing y recuperar visitantes. Hemos designado a un nuevo equipo gestor con amplia experiencia para ejecutar este plan.
- 4) Creemos en el potencial de recuperación de Marineland, pero será preciso un tiempo adicional para alcanzar los resultados que esperamos.

Estados Unidos:

La actividad en Estados Unidos se ha visto gravemente afectada por el clima adverso durante todo el verano a pesar de los altos niveles de ventas anticipadas que se alcanzaron durante la temporada baja (+10% de crecimiento interanual).

- 1) Estados Unidos ha sufrido el verano más lluvioso de los últimos años. Ha habido un 15% más de días lluviosos que en el año anterior, que equivalen a 112 días operativos, de los cuales casi la mitad fueron en fin de semana. Además, eventos como el huracán Irma han afectado a una parte de nuestro parque en Miami, y el huracán Harvey, que ha evolucionado finalmente en una violenta tormenta en el Nordeste del país durante el puente de Labor Day, han afectado al final de la temporada alta.
- 2) Bajo estas circunstancias el número de visitantes ha disminuido en el 6% o 360 mil personas, hasta los 5,7 millones, lo que se sitúa significativamente por debajo de nuestra media de 5 años de 6.1 millones. El descenso de ingresos se sitúa en una tasa de un dígito simple medio, beneficiándose de un aumento moderado de los ingresos per cápita. Para terminar, prevemos que el EBITDA descienda a doble dígito en el rango medio. La caída de ingresos impactará directamente en el EBITDA después de dos años sin incrementarse los costes, pese a la inflación de costes.
- 3) Hemos implementado acciones atractivas que no han dado todo su fruto esta temporada, pero que consideramos con potencial de crecimiento para la siguiente temporada. Estas medidas incluyen la exitosa campaña para seguir aumentando las ventas de bonos de temporada y las ventas anticipadas, mejoras en marketing, en la oferta de servicios dentro de los parques y en las inversiones de expansión. Esto incluye la primera montaña rusa con realidad virtual de la región (SkyRocket en Kennywood), una montaña rusa invertida en Dutch Wonderland, y la montaña rusa Phobia Phear en Lake Compounce.

Oficinas Centrales

Las cifras de las oficinas centrales están en línea con lo esperado. El crecimiento de los ingresos por servicios de gestión se ha visto contrarrestado por el aumento de costes corporativos relacionados con la salida a bolsa de la compañía.

Repaso de la estrategia

La empresa avanza hacia la puesta en marcha de su plan estratégico y de su estrategia de crecimiento. Nuestras iniciativas de crecimiento están centradas en asegurar un crecimiento visible y sólido para la compañía. En esta línea, hemos alcanzado varios hitos importantes recientemente que nos ayudarán no sólo a crecer, sino también a proteger nuestro modelo de negocio de factores externos:

- 1) El 20 de septiembre anunciamos la futura apertura de nuestro primer centro de ocio interior en un edificio emblemático, en Times Square, en Nueva York. La inversión del proyecto alcanza un total de unos 25 millones de euros y será el primer centro de ocio interior que abriremos en Estados Unidos y el primer centro tematizado por Lionsgate y operado por Parques Reunidos. Se prevé que este centro abra a finales de 2019.
- 2) El 3 de octubre anunciamos un nuevo acuerdo estratégico con Discovery Communications para desarrollar centros de ocio tematizados con temas tales como ciencia, naturaleza y el espacio. Discovery cuenta con más de 3 billones de espectadores a través de canales como Eurosports o Animal Planet. Este acuerdo nos permitirá seguir desarrollando nuestra estrategia de expansión en centros de ocio interior, ofreciendo nuevos conceptos de entretenimiento enfocados en la familia, en la aventura y en crear experiencias educativas.

Parques Reunidos continúa ejecutando su plan estratégico. Durante el último mes hemos identificado varias oportunidades que llevaremos a cabo de forma disciplinada y que incluyen nuevos proyectos de expansión, contratos de gestión adicionales, más oportunidades de desarrollar centros de ocio interior y posibles adquisiciones. Este plan nos ayudará a i) ampliar nuestra presencia en el sector, ii) diversificar nuestras fuentes de ingresos y iii) proteger nuestro modelo de negocio de factores externos.

Madrid, 5 de octubre 2017