



POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

***Cineplex lance sa campagne « Beau temps-mauvais temps » pour que les Canadiens continuent de s’amuser, qu’importe la météo***

Le temps nous a inspiré des activités surprenantes et réjouissantes dans tout le Canada cet été

Toronto (Ontario), (TSX : CGX), le 25 juillet 2016 – Que ce soit des alertes à la chaleur ou des orages, les Canadiens adorent parler du temps qu’il fait. Selon un nouveau sondage publié par Cineplex Divertissement, durant l’été, presque trois quarts (72 %) des Canadiens surveillent la météo au moins une fois par jour, et 62 % avouent parler du temps au moins une fois par jour.

Mais que se passe-t-il lorsque le mauvais temps gâche nos projets d’été? Soixante-trois pour cent (63 %) des Canadiens disent qu’ils restent à la maison et seulement un quart (24 %) disent qu’ils ont prévu une autre activité à l’intérieur s’il fait trop chaud ou s’il pleut. Cet été, Cineplex Divertissement aide les Canadiens à oublier le temps grâce à une nouvelle campagne baptisée : « Beau temps-mauvais temps ». Cette campagne offre une série d’activités surprenantes et réjouissantes, à pratiquer par tous les temps, pour que les Canadiens partout au pays se fassent plaisir et ne manquent pas de divertissement.

« L’an dernier, nous avons lancé notre nouvelle plateforme de marque appelée “ Voyez plus grand ” dit Pat Marshall, vice-présidente, Communications et relations avec les investisseurs, Cineplex Divertissement. Dans la logique de notre engagement, notre campagne “ Beau temps-mauvais temps ” est la preuve que l’on peut se divertir intelligemment, quel que soit le temps. »

Nous venons de lancer le programme « Beau temps-mauvais temps » à Wasaga Beach, à Montréal, à Vancouver et à Halifax, où nous avons surpris la foule des plages et des piscines en distribuant des serviettes gratuites représentant des billets de cinéma donnant droit à un film gratuit. Quand les gens en avaient assez du soleil, ils pouvaient faire une petite pause et aller voir un film au cinéma Cineplex le plus proche. Nous avons fait une vidéo de ce moment de surprise que vous pouvez voir ici :

<https://www.youtube.com/watch?v=uT3bjyRdCnI>.

Autres résultats du sondage :

- Quarante-deux pour cent (42 %) des Canadiens disent qu'ils annulent leurs projets si une de leurs activités estivales est gâchée par le temps.
- Trente pour cent (30 %) des Canadiens n'ont pas prévu de plan de secours si une de leurs activités estivales est gâchée par le temps.
- Les Britanno-Colombiens sont les plus susceptibles de profiter du plein air lorsqu'il fait trop chaud ou que trop humide dehors (30 %), tandis que les Ontariens sont ceux qui restent probablement le plus à la maison (69 %).
- Les Canadiens des provinces des Prairies sont les plus susceptibles de parler du temps au moins une fois par jour (41 %).
- Les Québécois sont beaucoup plus susceptibles que les Britanno-Colombiens d'annuler leurs projets et de les reporter à un autre jour si une activité estivale est gâchée par le temps (41 %).
- Les Québécois sont moins portés à prévoir un plan de secours si une activité estivale est gâchée par le temps (76 %).

Les Canadiens sont invités à s'exprimer et à échanger sur les médias sociaux au moyen des mots-dièse #WeatherOrNot et #BeauTempsMauvaisTemps, ainsi que sur Facebook ([Facebook.com/Cineplex](https://www.facebook.com/Cineplex)), Twitter ([@CineplexMovies](https://twitter.com/CineplexMovies)), Snapchat ([@CineplexMovies](https://www.snapchat.com/add/CineplexMovies)) ou Instagram ([@CineplexMovies](https://www.instagram.com/CineplexMovies)).

#### **Au sujet des résultats du sondage :**

Du 8 au 11 juillet 2016, un sondage en ligne a été effectué auprès de 1500 Canadiens adultes choisis au hasard parmi les membres du forum Angus Reid. La marge d'erreur, qui évalue la variabilité de l'échantillonnage, est de +/- 2,5 %, 19 fois sur 20. Les résultats ont été pondérés statistiquement en fonction des données du recensement sur la scolarité, l'âge, le genre et la région (et dans la langue du Québec) afin d'assurer un échantillon représentatif de toute la population du Canada. Les chiffres ont été arrondis, ce qui peut créer des écarts d'un total à l'autre.

#### **À propos de Cineplex**

Cineplex inc. [« Cineplex »] est l'une des plus importantes entreprises de divertissement au Canada et exploite l'un des réseaux de cinéma les plus modernes et les plus numérisés au monde. Cineplex mène de nombreuses activités dans divers secteurs, notamment, dans les domaines de l'exploitation de salles de cinéma, des services alimentaires, des jeux, de la programmation complémentaire (Les Événements Cineplex) et des applications intégrées à différents dispositifs électroniques ainsi qu'au sein de Cineplex Média, de Cineplex Média numérique et de la Boutique Cineplex. Cineplex est également partenaire en coentreprise de SCÈNE, le plus important programme de récompenses axé sur le divertissement au Canada.

Cineplex, dont le siège social est situé à Toronto, au Canada, exploite 162 cinémas totalisant 1 659 écrans à l'échelle du pays, et accueille environ 77 millions d'invités annuellement dans les cinémas des marques reconnues

suivantes : Cinémas Cineplex, Cineplex Odeon, Cinémas Cineplex VIP, Cinémas Galaxy, Cinémas SilverCity et les cinémas Banque Scotia. Cineplex possède et exploite également les marques UltraAVX™, Poptopia et Restoplex. Les actions de Cineplex sont négociées à la Bourse de Toronto (TSX) sous le symbole « CGX ». Vous pouvez obtenir plus de renseignements en visitant le site [Cineplex.com](http://Cineplex.com).

- 30 -

**Pour obtenir plus de renseignements sur le sondage, des points de données régionales ou pour organiser un entretien, veuillez communiquer avec :**

Personne-ressource pour les médias :

Sarah Van Lange

directrice, Communications

[Sarah.VanLange@Cineplex.com](mailto:Sarah.VanLange@Cineplex.com), 647 287-9582

Personne-ressource pour les investisseurs :

Pat Marshall,

vice-présidente, Communications et relations avec les investisseurs

[Pat.Marshall@Cineplex.com](mailto:Pat.Marshall@Cineplex.com), 416 323-6648