

**OL GROUPE : DOUBLEMENT DES PRODUITS DES ACTIVITÉS : 153 M€  
(76,2 M€ AU 31 MARS 2015)****DÉMARRAGE DE L'EXPLOITATION DU PARC OL EN JANVIER 2016 :  
SOCLE DU NOUVEAU BUSINESS MODEL DU GROUPE****Lyon, le 13 mai 2016**

L'évènement majeur du 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice 2015/2016 aura été l'achèvement anticipé de la construction du « Parc Olympique Lyonnais », qui s'est concrétisé par son inauguration le 9 janvier 2016, lors du match de Ligue 1 OL/Troyes, suivi d'un DJ set de Will.i.am, auxquels ont assisté plus de 55 000 spectateurs. OL Groupe est désormais le seul club en France à disposer d'un stade 100% privé, de 59 186 places, ultra-moderne, modulaire et connecté, au sein d'un parc multifonctionnel ouvert 365 jours par an.

La mise en exploitation du Parc OL marque également le début d'une nouvelle dynamique économique déjà perceptible dans les performances enregistrées au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice 2015/2016 au niveau des revenus de billetterie, de partenariats et des produits de la marque qui progressent significativement. De janvier à mars 2016, l'affluence moyenne au Parc OL en Championnat de France de Ligue 1 s'est établie à 45 369 spectateurs, représentant une progression de 23% à matchs équivalents par rapport à Gerland lors de la saison précédente, avec des records d'affluences enregistrés sur la période lors des matchs contre Troyes (55 168 spectateurs), OM (56 506 spectateurs) et PSG (56 662 spectateurs).

Au 31 mars 2016, le total des produits des activités s'établit ainsi à 153,0 M€ en progression de 101% (soit +76,8 M€) par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice précédent. Les produits des activités hors joueurs progressent fortement et s'élèvent à 121,9 M€ contre 72,3 M€ au 31 mars 2015 (+49,5 M€, +68%). De même, les produits de cessions des contrats joueurs s'inscrivent à 31,1 M€ contre 3,9 M€ l'an dernier (+27,2 M€).

A la date du présent communiqué, l'équipe professionnelle masculine de l'Olympique Lyonnais occupe la 2<sup>ème</sup> place du Championnat de France de Ligue 1 après sa victoire contre l'AS Monaco lors de la 37<sup>ème</sup> journée, et possède désormais trois points d'avance sur ce dernier, avec un différentiel de goal average positif de 22 buts, un match restant à jouer dans le Championnat (pour l'OL, le samedi 14 mai 2016 à Reims). La conservation de cette deuxième place à l'issue de cette dernière journée conduirait l'Olympique Lyonnais à une qualification directe pour la phase de poule de la Ligue des Champions de la saison 2016/2017.

L'équipe féminine de l'Olympique Lyonnais continue d'accumuler les succès, en devenant pour la dixième fois consécutive, Championne de France, après sa victoire à Soyaux le 8 mai 2016, à une journée de la fin du Championnat. Par ailleurs, après avoir vaincu le PSG à domicile en demi-finale aller de l'UEFA Women's Champions League devant 22 000

spectateurs, l'équipe s'est qualifiée le 2 mai, pour la finale de cette compétition qu'elle disputera le 26 mai contre Wolfsburg. Elle disputera également la finale de la Coupe de France le 15 mai prochain contre Montpellier.

## 1/ Doublement des produits des activités : +101% (153,0 M€)

Produits des activités (1<sup>er</sup> juillet 2015 au 31 mars 2016)

En M€	31/03/2016*	31/03/2015	Var. M€	Var. %
Billetterie	<b>21,3</b>	<b>8,1</b>	<b>+13,2</b>	<b>+163%</b>
<i>dont Championnat</i>	18,1	7,6	+10,5	
<i>dont Europe</i>	2,6	0,2	+2,4	
<i>dont autres matchs</i>	0,5	0,3	+0,2	
Partenariats - Publicité	<b>18,9</b>	<b>17,6</b>	<b>+1,3</b>	<b>+8%</b>
Droits TV et marketing	<b>68,8</b>	<b>34,6</b>	<b>+34,2</b>	<b>+99%</b>
<i>dont LFP-FFF</i>	31,6	32,6	-1,0	
<i>dont UEFA</i>	37,2	2,0	+35,2	
Produits de la marque	<b>12,9</b>	<b>12,1</b>	<b>+0,8</b>	<b>+7%</b>
<b>Produits des activités hors contrats joueurs</b>	<b>121,9</b>	<b>72,3</b>	<b>+49,5</b>	<b>+68%</b>
Produits de cessions des contrats joueurs	<b>31,1</b>	<b>3,9</b>	<b>+27,2</b>	
<b>Total des produits des activités</b>	<b>153,0</b>	<b>76,2</b>	<b>+76,8</b>	<b>+101%</b>

\*chiffres provisoires, estimés et non audités.

Afin de mieux appréhender la performance comparable du Groupe suite à l'ouverture du nouveau stade, les informations d'activité au titre des troisièmes trimestres 15/16 et 14/15 font ressortir pour la période un total des produits des activités qui s'établit à 45,2 M€ sur l'exercice en cours, contre 23,7 M€ en N-1, soit une progression de +21,5 M€.

Produits des activités du 3<sup>ème</sup> trimestre (1<sup>er</sup> janvier 2016 au 31 mars 2016)

En M€	3 <sup>ème</sup> trimestre 2015/2016*	3 <sup>ème</sup> trimestre 2014/2015	Var. M€	% Var
Billetterie	<b>13,7</b>	<b>3,1</b>	<b>10,6</b>	<b>346%</b>
Partenariats - Publicité	<b>7,8</b>	<b>5,1</b>	<b>2,7</b>	<b>54%</b>
Droits TV et marketing	<b>14,2</b>	<b>11,7</b>	<b>2,5</b>	<b>21%</b>
Produits de la marque	<b>4,5</b>	<b>3,8</b>	<b>0,7</b>	<b>17%</b>
<b>Produits des activités hors contrats joueurs</b>	<b>40,2</b>	<b>23,7</b>	<b>16,5</b>	<b>70%</b>
Produits de cessions des contrats joueurs	<b>5,0</b>	<b>0,0</b>	<b>5,0</b>	
<b>Total des produits des activités</b>	<b>45,2</b>	<b>23,7</b>	<b>21,5</b>	<b>91%</b>

\*chiffres provisoires, estimés et non audités.

*Il est à noter que jusqu'au 31 décembre 2015, les produits de partenariats étaient comptabilisés nets des frais et des commissions versées à la régie commerciale Lagardère Sports.*

*Depuis janvier 2016, en vertu de l'application des nouvelles modalités contractuelles s'appliquant à compter de l'entrée au Parc OL, ils sont enregistrés en brut dans les revenus, les frais et commissions étant comptabilisés en charges externes.*

## Produits des activités hors contrats joueurs

- Les recettes de billetterie enregistrent une progression de +13,2 M€ (+163%) et s'établissent à 21,3 M€ contre 8,1 M€ au 31 mars 2015. Cette progression s'explique par la conjugaison de plusieurs effets favorables :
  - La mise en exploitation du Parc OL, inauguré le 9 janvier 2016, a généré une forte hausse de cette ligne de revenus, avec 7 matchs de Ligue 1 joués dans la nouvelle enceinte sur le 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice. Cette augmentation est liée d'une part à un effet « volume » (59 186 places au Parc OL contre 40 450 à Gerland), et d'autre part à un effet « prix » grâce à une augmentation du nombre de places VIP (6 000 places contre 1 800 à Gerland). Ainsi, sur le seul 3<sup>ème</sup> trimestre 2015/2016, les recettes de billetterie s'élèvent à 13,7 M€, en hausse de +10,6 M€ par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice dernier.
  - L'affluence cumulée sur les 7 premiers matchs de Ligue 1 joués au Parc OL s'établit à 317 584 spectateurs contre 259 086 à matchs équivalents au stade de Gerland, ce qui représente une augmentation de +23%.
  - Par ailleurs, les recettes de billetterie liées aux compétitions européennes représentent 2,6 M€ au 31 mars 2016 en lien avec la participation en phase de groupe de Champions League, contre 0,2 M€ au 31 mars 2015.

Il est à noter que, sur le 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice, le revenu moyen matchday en Championnat, incluant la billetterie Grand Public et VIP (y compris prestations) ainsi que les revenus de merchandising jour de match, est estimé à 2,1 M€ contre 1,1 M€ à match équivalent au stade de Gerland, soit une progression de +97%.

- Les produits de partenariats et publicité s'établissent à 18,9 M€ et progressent de +1,3 M€ (+8%). Ils intègrent différents signing fees représentant un total de 1,0 M€ au 31 mars 2016 contre 3,0 M€ l'an dernier (catering Grand Stade). Hors signing fees, les produits de partenariats et publicité sont en hausse de +23%.
- Les droits TV et marketing enregistrent un doublement des revenus et s'élèvent à 68,8 M€ contre 34,6 M€ au 31 mars 2015 (+34,2 M€, soit +99%). Au niveau domestique (LFP, FFF), ils subissent l'impact négatif du classement provisoire en Championnat de France au 31 mars 2016 (4<sup>ème</sup> vs 2<sup>ème</sup> au 31 mars 2015) et s'élèvent à 31,6 M€ contre 32,6 M€ en N-1. Au niveau international (UEFA), ils atteignent 37,2 M€ (+35,2 M€ par rapport au 31 mars 2015), en lien avec la participation à la phase de groupe de la Champions League cette saison.

- Les produits de la marque progressent de +7% et s'établissent à 12,9 M€ contre 12,1 M€ en N-1. A périmètre constant, hors la filiale M2A sortie du périmètre au 30 juin dernier, la croissance sur 9 mois représente +31% avec notamment une forte augmentation des produits de merchandising (+36%). Sur le seul 3<sup>ème</sup> trimestre 2015/2016 (hors M2A), les produits de la marque sont en progression de +44% et intègrent notamment les premiers revenus des conventions et séminaires commercialisés au sein du Parc OL. A date, près d'une centaine de conventions et de séminaires B to B ont été organisés au sein du Parc OL depuis son ouverture (dont environ 50% sur le premier trimestre), soient plus de 16 000 personnes accueillies pour des évènements B to B.

### Produits de cessions des contrats joueurs

Les produits de cessions des contrats joueurs sont également en forte progression et s'établissent à 31,1 M€ contre 3,9 M€ au 31 mars 2015. Ils correspondent aux cessions des contrats des joueurs Benzia, Njie, Yattara, Zeffane et Beauvue pour un total de 21,7 M€, ainsi qu'à des incentives pour un montant total de 9,4 M€, dont un revenu de 8,7 M€ lié à la clause d'intéressement sur le transfert de Martial.

## 2/ Résultats sportifs au 13 mai 2016

- **Équipe masculine :**
  - Championnat de France : 2<sup>ème</sup> place
  - UEFA Champions League : Phase de Groupe – 4<sup>ème</sup> de la poule H (élimination)
  - Coupe de la Ligue : 1/4 de finale, défaite contre le PSG
  - Coupe de France : 1/8 de finale, défaite contre le PSG
- **Équipe féminine :**
  - Championnat de France : Championne de France depuis le 8 mai 2016
  - UEFA Women's Champions League : qualification pour la finale contre Wolfsburg le 26 mai 2016
  - Coupe de France : qualification pour la finale contre Montpellier le 15 mai 2016

## 3/ Développement du nouveau modèle économique en lien avec l'ouverture du Parc OL

A compter de mi-mai 2016, plusieurs événements phares vont se tenir au sein du Parc OL avec notamment les deux finales de Coupes d'Europe de rugby les 13 et 14 mai, 6 matchs de l'Euro 2016 de football en juin et juillet, le concert de Rihanna le 19 juillet, ainsi qu'un match de la ligue Magnus de hockey sur glace en décembre 2016.

A date, une affluence totale de plus de 514 352 spectateurs a été enregistrée depuis l'ouverture du Parc OL, dont 5 matchs de Ligue 1 à plus de 55 000 spectateurs. L'affluence moyenne en Ligue 1 s'établit à 48 057 spectateurs, en progression de 31% à matchs équivalents par rapport au stade de Gerland. Les consommations de catering connaissent



OL GROUPE

également une forte progression, en phase avec les objectifs observés dans les plus grands stades européens.

De nombreux séminaires et conventions sont encore programmés au sein du Parc OL d'ici le début de l'Euro 2016, et la commercialisation des hospitalités, des visites du stade ainsi que du « fan wall » (4 389 plaques vendues au 30 avril) se poursuivent avec succès.

Parallèlement à la progression des revenus liés à la mise en service du nouveau stade, le Groupe anticipe également une hausse sensible des frais d'organisation de matchs consécutive à l'augmentation de la capacité de l'enceinte et ainsi que de nouvelles charges directes liées à la mise en exploitation de l'infrastructure.

D'ici 3 à 5 ans, le Parc OL devrait permettre à OL Groupe de générer environ 70 M€ de recettes additionnelles chaque année, remplaçant le Groupe dans le Top 20 des clubs européens en termes de revenus.

Par ailleurs, les travaux de construction du nouveau centre d'entraînement professionnel à Décines et de la nouvelle Academy OL située à Meyzieu, lancés respectivement en juin et septembre 2015, se poursuivent conformément au calendrier établi avec une livraison attendue au cours de l'été 2016.

**Prochain communiqué** : Chiffre d'affaires annuel 2015/2016 publié le 25 juillet 2016 après Bourse.

OL Groupe

Tel : +33 4 81 07 55 00  
Fax : +33 4 26 29 67 18

Email:  
dirfin@olympiquelyonnais.com  
www.olweb.fr

Euronext Paris - compartiment C

Indices : CAC Small - CAC Mid & Small - CAC All-  
Tradable - CAC All-Share – CAC Consumer Services  
– CAC Travel & Leisure  
Code ISIN : FR0010428771  
Reuters : OLG.PA  
Bloomberg : OLG FP  
ICB : 5755 Services de loisirs

