

**PRODUITS DES ACTIVITÉS : 218,1 M€ (+111% PAR RAPPORT À N-1)****PARC OL : FORT DÉVELOPPEMENT DE REVENUS RÉCURRENTS****QUALIFICATION DIRECTE POUR LA CHAMPIONS LEAGUE
2016/2017****Lyon, le 25 juillet 2016**

Au 30 juin 2016, le total des produits des activités enregistre son plus haut niveau d'activité depuis la création d'OL Groupe et s'élève à 218,1 M€ contre 103,5 M€ au 30 juin 2015, soit une progression de 114,6 M€ (+111%). Il est à noter que toutes les activités contribuent à cette forte hausse avec notamment des progressions significatives de la billetterie (+16,6 M€), des droits TV et marketing (+37,4 M€) ainsi que des produits de cessions des contrats joueurs (+50,9 M€). Hors trading joueurs le total des produits d'activités s'établit à 160,0 M€ ce qui constitue également le plus haut niveau historique et représente une progression de +63,7 M€, soit +66% par rapport à l'exercice précédent.

1/ Forte croissance des produits des activités : +111%

En M€ (du 1 ^{er} juillet au 30 juin)	30/06/2016*	30/06/2015	Var. M€	Var. %
Billetterie	27,7	11,1	+16,6	+150%
<i>dont Championnat</i>	24,4	10,6	+13,8	
<i>dont Europe</i>	2,8	0,2	+2,6	
<i>dont autres matchs</i>	0,5	0,3	+0,2	
Partenariats - Publicité	26,9	22,4	+4,5	+20%
Droits TV et marketing	83,1	45,7	+37,4	+82%
<i>dont LFP-FFF</i>	43,6	43,7	-0,1	
<i>dont UEFA</i>	39,5	2,0	+37,5	
Produits de la marque	22,3	17,1	+5,2	+30%
<i>dont produits dérivés</i>	9,0	10,0	-1,0	
<i>dont Events</i>	5,7	0,0	+5,7	
<i>dont produits images, voyages et divers</i>	7,6	7,1	+0,5	
Produits des activités hors contrats joueurs	160,0	96,3	+63,7	+66%
Produits de cessions des contrats joueurs	58,1	7,2	+50,9	+707%
Total des produits des activités	218,1	103,5	+114,6	+111%

*chiffres provisoires, estimés et non audités.

Le tableau d'évolution du chiffre d'affaires du 2^{ème} semestre 2015/2016 par rapport au 2^{ème} semestre de l'exercice 2014/2015 permet de mieux appréhender la performance comparable du Groupe suite à l'ouverture du nouveau stade le 9 janvier 2016.

En M€ (S2)	2 ^{ème} semestre 2015/2016*	2 ^{ème} semestre 2014/2015	Var. M€	% Var
Billetterie	20,1	6,1	+14,0	+230%
Partenariats - Publicité	15,8	9,9	+5,9	+60%
Droits TV et marketing	28,5	22,8	+5,7	+25%
Produits de la marque	13,9	8,9	+5,0	+56%
Produits des activités hors contrats joueurs	78,3	47,7	+30,6	+64%
Produits de cessions des contrats joueurs	32,0	3,3	+28,7	+870%
Total des produits des activités	110,3	51,0	+59,3	+116%

*chiffres provisoires, estimés et non audités.

L'exercice 2015/2016 est marqué principalement par la participation du club en Champions League et la mise en exploitation du Parc OL depuis le 9 janvier 2016. A l'instar des grands clubs européens, l'Olympique Lyonnais dispose désormais d'un stade 100% privé, de 59 186 places (40 450 places à Gerland), multifonctionnel, ultra-moderne, modulaire et connecté, ouvert 365 jours par an et socle d'une nouvelle dynamique de développement.

Sur le plan sportif, l'équipe professionnelle masculine de l'Olympique Lyonnais a réalisé sur la saison 2015/2016 une excellente performance avec, pour la deuxième saison consécutive, une 2^{ème} place du Championnat, synonyme de qualification directe pour la phase de groupe de la Champions League pour la saison 2016/2017.

L'équipe professionnelle féminine a poursuivi son parcours exemplaire avec un triplé : victoire en Champions League, 1^{ère} place en Championnat (10^{ème} titre consécutif) et victoire en Coupe de France (5^{ème} titre consécutif) confirmant ainsi son leadership tant au niveau national qu'européen.

Forte hausse des recettes de billetterie en relation avec la participation à la Champions League et la mise en exploitation du Parc OL sur S2

(N : 27,7 M€, +150% vs N-1)

Les recettes de billetterie liées au Championnat et autres matchs s'élèvent à 24,9 M€ au 30 juin 2016, contre 10,9 M€ au 30 juin 2015, en progression de +14,0 M€, soit +128%, bénéficiant directement des affluences record enregistrées depuis l'ouverture du Parc OL le 9 janvier 2016. L'affluence cumulée sur les 10 premiers matchs de Ligue 1 joués au Parc OL (janvier à mai 2016) s'établit à 480 174 spectateurs contre 366 065 à matches équivalents au stade de Gerland, ce qui représente une augmentation de +31%, avec des records d'affluences enregistrés lors des matchs contre Troyes (55 168 spectateurs), OM



(56 105 spectateurs), PSG (56 662 spectateurs), Nice (55 749) et Monaco (56 696). L'affluence moyenne en Ligue 1, depuis la mise en exploitation du stade, s'établit ainsi à 48 017 spectateurs.

La combinaison d'un effet prix favorable, lié à la mise en place d'une gamme tarifaire très large au Parc OL, et d'un effet volume également favorable, lié à l'augmentation substantielle de la capacité du stade, notamment des places VIP, permet d'enregistrer une progression significative du revenu moyen de billetterie par spectateur en Championnat, qui passe de 16 € en 2014/2015 à 32 € en 2015/2016.

Il est à noter que le revenu moyen de matchday constaté en Championnat sur cette première demi-saison disputée au Parc OL, incluant la billetterie Grand Public et VIP (y compris prestations) ainsi que les revenus de merchandising jour de match, a doublé, pour s'établir à 2,2 M€ environ contre 1,1 M€ environ à Gerland, générant une marge brute moyenne d'environ 54%.

Les recettes de billetterie liées aux compétitions européennes représentent 2,8 M€ au 30 juin 2016, en lien avec la participation en phase de groupe de Champions League, contre 0,2 M€ au 30 juin 2015 (élimination lors des tours qualificatifs d'Europa League).

Produits de Partenariats et publicité en hausse de +34% hors signing fees

(N : 26,9 M€, +20% vs N-1)

Les produits de partenariats et publicité s'établissent à 26,9 M€ contre 22,4 M€ au 30 juin 2015, en progression de +4,5 M€ (+20%) en relation notamment avec l'application des nouvelles modalités contractuelles avec la régie commerciale Lagardère Sports s'appliquant à compter de l'entrée au Parc OL. En effet, jusqu'au 31 décembre 2015, les produits de partenariats étaient comptabilisés nets des frais et des commissions versées à la régie commerciale, ils sont enregistrés en brut à compter du 1^{er} janvier 2016, les frais et commissions étant comptabilisés en charges externes.

Par ailleurs, les produits de partenariats intègrent différents signing fees représentant un total de 1,0 M€ au 30 juin 2016 contre 3,0 M€ l'an dernier (catering Grand Stade). Hors signing fees, les produits de partenariats et publicité sont en hausse de +34%.

Droits TV et marketing en forte progression en lien avec la participation à la Champions League

(N : 83,1 M€, +82% vs N-1)

Au niveau domestique (LFP, FFF), ils s'établissent à 43,6 M€, quasi identiques à ceux de la saison dernière avec une 2^{ème} place en Championnat (identique à N-1).

Au niveau international (UEFA), ils atteignent 39,5 M€ (+37,5 M€ par rapport au 30 juin 2015), en lien avec la participation à la phase de groupe de la Champions League cette saison. Cette ligne de produit sera renouvelée lors du prochain exercice compte tenu de la qualification directe de l'Olympique Lyonnais à la Champions League 2016/2017.



Produits de la marque, en fort développement (+60%) à périmètre consolidé constant

(N : 22,3 M€, +30% vs N-1)

Les produits de la marque augmentent très fortement grâce notamment aux nouveaux produits récurrents (notamment événementiels) générés depuis la mise en exploitation du Parc OL. Ils progressent de +30% et s'établissent à 22,3 M€ contre 17,1 M€ en N-1. A périmètre consolidé constant, hors la filiale M2A sortie du périmètre au 30 juin dernier, la croissance représente +60%. Les nouveaux produits commercialisés au sein du Parc OL représentent 5,7 M€ sur cette première demi-saison. Ainsi plus d'une centaine de conventions, de séminaires BtoB et événements Corporate, ont été organisés au sein du Parc OL depuis son ouverture, soient plus de 17 000 personnes accueillies pour des événements BtoB. Plusieurs événements phares se sont également tenus au sein du Parc OL avec les deux finales de Coupes d'Europe de rugby les 13 et 14 mai et 6 matchs de l'Euro 2016 de football entre le 13 juin et le 6 juillet 2016, dont 5 enregistrés sur la saison 2015/2016. Les revenus de merchandising (hors M2A) progressent également très fortement (+31%) en relation notamment avec la mise en service du nouveau store au sein du Parc OL.

Produits des cessions des contrats joueurs : forte valorisation de l'Academy OL

(N : 58,1 M€, +50,9 M€)

Les produits des cessions des contrats joueurs progressent également fortement et s'établissent à 58,1 M€ contre 7,2 M€ au 30 juin 2015. Ils correspondent aux cessions des contrats des joueurs Benzia, Njie, Yattara, Zeffane, Beauvue, Koné et Umtiti pour un total de 47,1 M€, ainsi qu'à des incentives pour un montant total de 11,0 M€, dont un revenu de 8,7 M€ lié à la clause d'intéressement sur le transfert de Martial. Il est à noter que l'essentiel de ces revenus a été réalisé sur la cession de contrats de joueurs issus de l'Academy OL (51,0 M€ soit 88% du total) confirmant ainsi la forte valorisation de la formation OL.

Perspectives de résultat 2015/2016

Parallèlement à la progression globale des revenus, le groupe enregistre de nouvelles charges directes liées à la mise en exploitation de l'infrastructure totalement privée, ainsi qu'une hausse sensible des frais d'organisation de matchs consécutive à l'augmentation de la capacité.

Toutefois, le très bon niveau d'activité enregistré sur l'exercice 2015/2016 devrait permettre à OL Groupe de connaître une forte amélioration de ses résultats par rapport à l'exercice précédent ; le résultat net consolidé de l'exercice 2015/2016 devrait être bénéficiaire.

2/ Résultats sportifs de la saison 2015/2016

- Equipe masculine :
 - Championnat de France : 2^{ème} place
 - UEFA Champions League : phase de groupe
 - Coupe de la Ligue : 1/4 de finale
 - Coupe de France : 1/8 de finale
- Equipe féminine : *Second triplé historique après celui de 2011/2012*
 - UEFA Champions League : victoire
 - Championnat de France : 1^{ère} place (10^{ème} titre consécutif)
 - Coupe de France : victoire (5^{ème} titre consécutif)

3/ Point mercato été 2016

Le début du mercato d'été a été marqué par le transfert du défenseur international Samuel Umtiti au FC Barcelone (25 M€), de Bakary Koné à Malaga (0,8 M€ + 1,2 M€ d'incentives maximum) et de Lindsay Rose au FC Lorient (1,5 M€ + 0,3 M€ d'incentives).

L'Olympique Lyonnais a par ailleurs recruté trois joueurs internationaux : Maciej Rybus (libre ; Pologne), Nicolas Nkoulou (libre ; Cameroun) et Emanuel Mammana (Argentine) en provenance de River Plate (7,5 M€ + 1,5 M€ d'incentives maximum).

4/ Perspectives

Le « Groupama OL Training Center », nouveau centre d'entraînement professionnel de l'équipe masculine bénéficiant du naming Groupama, situé à Décines dans l'enceinte du Parc Olympique Lyonnais, est opérationnel depuis début juillet ; celui de l'équipe féminine sera disponible à partir de mi-septembre 2016. La construction de la « Groupama OL Academy », nouveau centre de formation mixte bénéficiant également du naming Groupama, situé sur la commune de Meyzieu à proximité du Parc Olympique Lyonnais, devrait être achevée d'ici la fin du mois de juillet. L'achèvement de ces 2 constructions, qui représente un investissement global d'environ 28 M€, devrait permettre de concrétiser au cours de la saison 2016/2017, la valorisation des actifs immobiliers du site de Tola Volage.

L'Academy OL demeure plus que jamais le cœur de la stratégie sportive d'OL Groupe qui irrigue en permanence l'équipe professionnelle. Son excellence a été une nouvelle fois récompensée avec la 1^{ère} place au classement des centres de formation de France pour la saison 2015/2016, pour la 4^{ème} saison consécutive (classement établi par la Direction Technique Nationale de la Fédération et validé par la Commission Nationale Paritaire de la CCNMF).

Grâce à sa polyvalence, le Parc OL a accueilli un concert de Rihanna le 19 juillet et accueillera un match de la ligue Magnus de hockey sur glace en décembre 2016. Par ailleurs, de nombreux séminaires, conventions, visites du stade sont d'ores et déjà programmés et la commercialisation des abonnements et hospitalités pour la saison



OL GROUPE

2016/2017 se poursuit avec succès. L'automne 2016 devrait voir le lancement de la construction des infrastructures connexes (notamment hôtels, centre de loisirs ...).

Sur l'exercice 2016/2017, OL Groupe bénéficiera des revenus liés à sa participation à la phase de groupe de la Champions League et d'une augmentation sensible des revenus de billetterie en lien avec l'exploitation du Parc OL sur une année pleine et à la forte progression de l'affluence moyenne observée depuis l'ouverture de l'enceinte. Les nouveaux revenus récurrents, notamment événementiels et séminaires BtoB, devraient également contribuer au développement des produits des activités.

Le Groupe confirme son objectif de générer d'ici 3 à 5 ans, en année pleine, des recettes additionnelles d'environ 70 M€, par rapport au dernier exercice clos au 30 juin 2015 à Gerland.

« Le présent document contient des indications sur les objectifs d'OL Groupe. L'attention du lecteur est attirée sur le fait que la réalisation de ces objectifs peut être affectée par des risques connus et inconnus, des incertitudes et d'autres facteurs qui pourraient faire en sorte que les résultats futurs, les performances et les réalisations d'OL Groupe soient significativement différents des objectifs formulés ou suggérés. Ces facteurs peuvent inclure les évolutions de la conjoncture économique et commerciale, de la réglementation, ainsi que des facteurs de risques détaillés au sein du Document de Référence 2014/2015 d'OL Groupe ».

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

