



## ACTIVITÉ DU 1<sup>ER</sup> TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2018/2019

FORTE CROISSANCE DES PRODUITS DES ACTIVITÉS  
HORS CONTRATS JOUEURS : +66%

TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS : 95,0 M€

Lyon, 12 novembre 2018

Le total des produits des activités du 1<sup>er</sup> trimestre de l'exercice 2018/2019 (période du 1<sup>er</sup> juillet au 30 septembre 2018) s'élève à 95,0 M€, contre 100,4 M€ un an plus tôt.

Les produits des activités hors produits de cessions de contrats joueurs sont en progression significative sur le trimestre (+66%) et s'établissent à 57,3 M€, contre 34,6 M€ au 30 septembre 2017, sous l'effet conjugué de la participation de l'équipe professionnelle masculine à la phase de groupe de Champions League cette saison et de la forte croissance des droits TV distribués par l'UEFA à compter de la saison 2018/2019.

Les lignes d'activités Billetterie, Partenariats – Publicité et Produits de la marque enregistrent une croissance à deux chiffres au 1<sup>er</sup> trimestre 2018/2019.

Les revenus de trading joueurs enregistrent un niveau élevé à 37,7 M€, bien qu'inférieurs au niveau record de produits de cessions de contrats joueurs constaté au 1<sup>er</sup> trimestre 2017/2018 (65,8 M€), en relation notamment avec le transfert d'Alexandre Lacazette à Arsenal intervenu en juillet 2017.

### 1/ PRODUITS DES ACTIVITÉS HORS CONTRATS JOUEURS EN PROGRESSION DE +66%

Produits des activités - En M€  
(du 1<sup>er</sup> juillet au 30 septembre)

	30/09/18 <sup>(*)</sup>	30/09/17	Var. M€	Var. %
<b>Billetterie</b>	<b>8,0</b>	<b>7,0</b>	<b>+1,0</b>	<b>+15%</b>
<i>dont Championnat</i>	8,0	5,6	+2,4	+42%
<i>dont Europe</i>	0,0	1,3	-1,3	n.s.
<i>dont Autres matchs</i>	0,0	0,0	0,0	n.s.
<b>Partenariats – Publicité</b>	<b>6,8</b>	<b>6,1</b>	<b>+0,7</b>	<b>+11%</b>
<b>Droits TV et marketing</b>	<b>37,8</b>	<b>16,2</b>	<b>+21,7</b>	<b>+134%</b>
<i>dont LFP-FFF</i>	10,8	10,0	+0,7	+7%
<i>dont UEFA</i>	27,1	6,1	20,9	+342%
<b>Events</b>	<b>0,9</b>	<b>1,8</b>	<b>-1,0</b>	<b>-53%</b>
<i>dont Séminaires et visites</i>	0,8	0,5	+0,3	+50%
<i>dont Grands évènements</i>	0,1	1,3	-1,2	-95%
<b>Produits de la marque</b>	<b>3,9</b>	<b>3,5</b>	<b>+0,3</b>	<b>+10%</b>
<i>dont Produits dérivés</i>	2,1	2,1	+0,0	+1%
<i>dont Produits images, voyages et divers</i>	1,8	1,4	+0,3	+22%
<b>Produits des activités hors contrats joueurs</b>	<b>57,3</b>	<b>34,6</b>	<b>+22,7</b>	<b>+66%</b>
<b>Produits de cessions des contrats joueurs</b>	<b>37,7</b>	<b>65,8</b>	<b>-28,1</b>	<b>-43%</b>
<b>Total des produits des activités</b>	<b>95,0</b>	<b>100,4</b>	<b>-5,4</b>	<b>-5%</b>

\*chiffres provisoires, estimés et non audités

Lyon, le 12/11/2018

### **BILLETTERIE : 8,0 M€ (+1,0 M€, +15%)**

Les recettes de billetterie progressent de +15% au 1<sup>er</sup> trimestre 2018/2019, soit une augmentation de 1,0 M€ sur la période. En l'absence de match de Coupe d'Europe disputé à domicile sur le premier trimestre (un match d'Europa League en N-1), ces recettes sont exclusivement constituées des revenus de billetterie afférents au Championnat de Ligue 1.

Ainsi, les revenus de billetterie du Championnat s'établissent à 8,0 M€, contre 5,6 M€ un an plus tôt, soit une progression de +42% sur la période, avec un match de plus cette saison (4 matchs en N-1).

L'affluence moyenne<sup>(1)</sup> s'élève à 51 330 spectateurs, en progression de +35% par rapport à N-1 (37 887 spectateurs en moyenne en N-1). Le revenu moyen par match<sup>(1)</sup> (matchday), comprenant principalement les revenus de billetterie Grand Public et VIP et les revenus de merchandising jour de match, s'établit à 1,9 M€ au 1<sup>er</sup> trimestre 2018/2019, en hausse de +14% (1,7 M€ au 30 septembre 2017 sur les 4 matchs de Championnat), générant une marge brute de 53% (idem en N-1).

<sup>(1)</sup> Matches de l'équipe professionnelle masculine

### **PARTENARIATS - PUBLICITÉ : 6,8 M€ (+0,7 M€, +11%)**

Les revenus de partenariats et de publicité sont en progression de +11% au 1<sup>er</sup> trimestre 2018/2019 et s'élèvent à 6,8 M€. Le Groupe bénéficie notamment des revenus liés au contrat de naming du stade, en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> août 2017.

### **DROITS TV ET MARKETING : 37,8 M€ (+21,7 M€, +134%)**

Les droits TV et marketing s'élèvent à 37,8 M€ au 1<sup>er</sup> trimestre 2018/2019, en progression significative de +134% par rapport à N-1, notamment grâce à la participation à la phase de groupe de Champions League cette saison (Europa League en N-1).

Au niveau national (LFP, FFF), les droits TV sont en hausse de +7% à 10,8 M€ contre 10,0 M€ en N-1, du fait d'un classement provisoire à la 5<sup>ème</sup> place du Championnat de France de Ligue 1 à fin septembre 2018 (8<sup>ème</sup> au 30 septembre 2017).

Au niveau international (UEFA), les revenus de droits TV s'établissent à 27,1 M€, en forte progression de +342%. Cette ligne d'activité bénéficie de :

- la participation de l'équipe professionnelle masculine à la phase de groupe de Champions League cette saison (phase de groupe d'Europa League en N-1),
- l'augmentation de +38% des revenus bruts des droits UEFA pour le nouveau cycle 2018-2021,
- la réforme du mode de répartition avec une augmentation sensible de la part fixe, liée au coefficient UEFA sur 10 ans.

### **EVENTS : 0,9 M€ (-1,0 M€, -53%)**

Les activités Events sont en recul au 1<sup>er</sup> trimestre 2018/2019 à 0,9 M€, en l'absence de grand événement au cours de la période écoulée, alors que le 1<sup>er</sup> trimestre de l'exercice précédent avait été marqué par le concert de Céline Dion en juillet 2017.

Lyon, le 12/11/2018

Les revenus liés aux activités BtoB et BtoC (séminaires, conventions, visites de stade) connaissent un accroissement sensible de 50% sur la période à 0,8 M€ (0,5 M€ en N-1). Le trimestre écoulé a vu se dérouler 71 séminaires, contre 56 un an plus tôt (+27%) dans l'enceinte du Groupama Stadium.

### **PRODUITS DE LA MARQUE : 3,9 M€ (+0,3 M€, +10%)**

Les produits de la marque poursuivent leur progression régulière, avec une augmentation de +10% par rapport à N-1, en relation notamment avec les tournois internationaux de l'été 2018. Ils s'élèvent à 3,9 M€ (3,5 M€ en N-1).

### **TRADING JOUEURS : 37,7 M€ (-28,1 M€, -43%)**

Les produits de cessions de contrats joueurs se sont élevés à 37,7 M€ au 1<sup>er</sup> trimestre 2018/2019, correspondants aux transferts de Mariano Diaz au Real Madrid (21,7 M€) et de Myziane Maolida à l'OGC Nice (10,0 M€) ainsi qu'à des incentives pour un montant de 6,0 M€, générant un EBE joueurs d'environ 30 M€ sur le premier trimestre.

Pour rappel, OL Groupe avait réalisé un niveau record de produits de cessions de contrats joueurs au 1<sup>er</sup> trimestre 2017/2018 (65,8 M€), avec notamment le transfert d'Alexandre Lacazette à Arsenal.

## **2/ PERSPECTIVES**

Pour l'exercice 2018/2019, le Groupe anticipe une croissance significative de ses revenus hors trading joueurs, grâce à la participation du club à la phase de groupe de Champions League générant une augmentation des revenus de billetterie Europe et de droits TV UEFA, qui connaissent par ailleurs une hausse globale de 38% pour la période 2018-2021.

L'activité « séminaires » poursuit son développement : le Groupama Stadium a accueilli plusieurs séminaires de grande ampleur courant octobre, d'autres séminaires majeurs étant déjà planifiés d'ici la fin de l'exercice.

De grands événements sont également programmés, tels que les concerts d'Ed Sheeran les 24, 25 et 26 mai 2019, un concert Stars 80 le 1<sup>er</sup> juin 2019, les demi-finales et la finale de la Coupe du Monde féminine de football les 2, 3 et 7 juillet 2019.

À moyen-terme, le Groupe a pour objectif d'optimiser ses revenus de partenariats, notamment au travers de plusieurs contrats arrivant à échéance en 2020. Le 29 octobre dernier, le contrat d'équipementier avec adidas a d'ores et déjà été prolongé jusqu'en 2025 sur des bases améliorées. Les partenariats de l'équipe féminine devraient connaître un développement grâce à l'attribution des droits TV de D1 à Canal+ pour la période 2018-2023. Le Groupe devrait également bénéficier de la hausse des droits TV de Ligue 1 attribués au Groupe Mediapro pour la période 2020-2024 (1 153 M€/an contre 726,5 M€/an pour la période 2016-2020, soit une hausse globale de près de +60%).

Le Groupe s'attache également à accroître la rentabilité de son exploitation, par une optimisation de ses charges de fonctionnement et de ses coûts d'organisation, tout en maintenant l'expérience client au cœur de ses priorités.

Lyon, le 12/11/2018

OL Groupe confirme sa stratégie centrée sur une performance sportive élitiste récurrente de ses équipes professionnelles et son centre de formation, producteur de jeunes talents et source importante de création de valeur. L'Olympique Lyonnais vient d'être classé 2<sup>ème</sup> club formateur européen derrière le Real Madrid et devant le FC Barcelone (classement CIES Football Observatory du 29 octobre 2018).

« 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 2017/2018. »

### Prochain rendez-vous :

Assemblée Générale annuelle, le 5 décembre 2018, à 11 heures au Groupama Stadium.

---

#### OL Groupe

**Tel :** +33 4 81 07 55 00

**Fax :** +33 4 81 07 45 65

**Email :**

[dirfin@olympiquelyonnais.com](mailto:dirfin@olympiquelyonnais.com)

**www.ol.fr**

Euronext Paris - compartiment B

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

---

## ANNEXE

### RÉSULTATS SPORTIFS À DATE

Équipe masculine	2018/2019 au 12 novembre 2018	Saison 2017/2018	Saison 2016/2017
Championnat	4 <sup>ème</sup>	3 <sup>ème</sup>	4 <sup>ème</sup>
Europe	<b>Champions League</b> 2 <sup>e</sup> du groupe F après 4 matchs	<b>Europa League</b> Phase de groupe 1/8 finale	<b>Champions League</b> Phase de groupe <b>Europa League</b> 1/2 finale

Équipe féminine	Saison 2018/2019 au 12 novembre 2018	Saison 2017/2018	Saison 2016/2017
Championnat	1 <sup>ère</sup>	1 <sup>ère</sup>	1 <sup>ère</sup>
Europe	<b>Champions League</b> Qualification 1/4 contre Wolfsburg (mars 2019)	<b>Champions League</b> Victoire	<b>Champions League</b> Victoire