



ACTIVITE 9 MOIS - 2008/2009

DES REVENUS SATISFAISANTS DANS UNE CONJONCTURE ECONOMIQUE DIFFICILE

PRODUITS DES ACTIVITES HORS JOUEURS AU 31 MARS 2009 : 119,5 M€ (-6%/N-1)

Lyon, le 6 mai 2009

De la même manière qu'au 31 décembre 2008, le niveau d'activité sur 9 mois reste caractérisé par :

- Une croissance des produits de billetterie et de partenariats-publicité malgré un environnement économique et financier dégradé et une morosité de la consommation qui influent sur l'évolution des produits de la marque;
- Un trading de joueurs moins élevé que la saison précédente mais conforme à la planification retenue en début de saison ;
- Au 31 mars, des résultats sportifs équivalents à l'exercice précédent : 1^{ère} place du Championnat de France et participation aux 1/8 de finale de Champions League.

Ventilation par produit des activités (1^{er} juillet au 31 mars)

En M€	31/03/2009*	31/03/2008	Var. en M€	Var. en %
Billetterie	19,0	18,9	+0,1	+0,5%
Partenariats - Publicité	16,5	16,4	+0,1	+0,6%
Droits TV	60,9	64,1	-3,2	-5,0%
Produits de la marque	23,1	28,0	-4,9	-17,5%
Produits des activités hors contrats joueurs	119,5	127,4	-7,9	-6,2%
Produits de cession des contrats joueurs	14,4	35,7	-21,3	-59,7%
Total des produits des activités	133,9	163,1	-29,2	-17,9%

* chiffres provisoires estimés et non audités

Malgré cet environnement défavorable, le niveau des produits des activités hors contrats joueurs reste soutenu, comme le montre l'évolution sur 4 ans.

En M€	31/03/2009*	31/03/2008	31/03/2007	31/03/2006
Produits des activités hors contrats joueurs	119,5	127,4	112,1	108,0

* chiffres provisoires estimés et non audités

L'évolution de l'activité a cependant été variable selon les différentes lignes de produits :

- Croissance de la Billetterie qui bénéficie de la fidélité des supporters et s'établit à 19,0 M€, niveau supérieur au record de l'année précédente, malgré un match de moins joué en championnat.
- Maintien d'un bon niveau des produits de partenariats et de publicité qui s'élèvent à 16,5 M€ grâce à de nouveaux contrats signés et au bon déroulement des contrats en cours, malgré un environnement économique dégradé. Une position de 3^{ème} du Championnat de France, position actuelle, aurait un impact de - 0,6 M€ sur les produits de partenariats et publicité pour 9 mois.
- Les droits TV (LFP, FFF, UEFA) à 60,9 M€ évoluent, à résultats sportifs identiques à la saison précédente (1^{er} du championnat et 1/8 de finale de Champions League), du fait de la participation de 3 clubs français à l'UEFA Champions League contre 2 la saison dernière, l'Olympique Lyonnais étant le seul à avoir atteint les 1/8^{ème} de finale. L'impact sur les droits TV, d'une 3^{ème} place de Championnat de France s'évalue à - 3,3 M€ sur 9 mois.
- Les produits de la marque à 23,1 M€ intègrent un signing fee de 7 M€ avec Sportfive (Groupe Lagardère Sports), montant identique à celui de l'année dernière. Ils ne bénéficient cependant pas, comme en 2007/2008, de la victoire de l'OL en Peace Cup qui était dotée d'un prix de 1,8 M€ et qui a lieu tous les 2 ans. Des modifications de périmètre (externalisation de la restauration, arrêt de l'activité brasserie, ...) expliquent aussi pour plus d'un million d'euros la variation de ce poste. Enfin, la morosité de la consommation a pesé sur les autres produits de la marque pour 1,8 M€ soit -7,0 %.
- Les produits de cession de joueurs à 14,4 M€ intègrent comme à fin décembre les transferts de Coupet, Squillaci et Baros ainsi que les incentives.

Résultats sportifs à ce jour

L'Olympique Lyonnais occupe désormais la 3^{ème} place du Championnat à 7 points de l'OM 1^{er} et Bordeaux 2^{ème}.

L'équipe de C.F.A. occupe la 2^{ème} place des réserves professionnelles, à 2 points de celle de Montpellier à laquelle elle disputera la place qualificative pour les 1/2 finales du Championnat de France.

L'équipe des 18 ans est en tête de son groupe et assurée d'être qualifiée pour la phase finale du Championnat de France.



OL GROUPE

L'équipe des 16 ans se situe également en tête de son groupe avec 3 points d'avance devant Auxerre, et bien placée pour se qualifier pour les ½ finales du Championnat de France.

L'équipe féminine, éliminée en ½ finale du Challenge de France face à Montpellier, se situe en tête du Championnat de France avec 7 points d'avance devant Montpellier et à 3 journées de la fin de la compétition.

La stratégie du Groupe Olympique Lyonnais reconnue par les professionnels du Sport

Jean-Michel Aulas a reçu le 29 avril, des mains de David Douillet, le Prix récompensant la Personnalité du Sport Business de la Décennie 1998-2008.

Organisé à l'initiative de TNS Sport et de NZ Consulting, ce Prix récompense une stratégie entrepreneuriale gagnante sur une décennie, et dont l'action a tout particulièrement contribué au développement économique du sport professionnel français.

Le scrutin, réalisé auprès de 2 000 professionnels du sport (Fédérations, Clubs, Médias, Annonceurs, Agences,...) a récompensé Jean-Michel Aulas parmi 15 nominés.

Perspectives et objectifs

OL Groupe est d'ores et déjà engagé dans 2 événements internationaux importants.

D'une part, il participera à la 4^{ème} édition de la Peace Cup qui se déroulera cet été en Espagne et qui réunira pour la première fois 12 équipes dont 7 participaient cette saison à la Champions League : le Real Madrid, le F.C. Séville, la Juventus de Turin, Porto, Fenerbahce, le Celtic Glasgow et donc l'Olympique Lyonnais.

D'autre part, il vient de rejoindre la Superleague Formula, championnat du monde de course automobile, qui fait courir aux couleurs de clubs de football du monde entier des monoplaces.

Bénéficiant d'une forte notoriété à l'international, OL Groupe poursuit ses actions visant à développer les projets initiés dans le domaine des licences et de la vente de know-how en matière de formation.

En matière de sponsoring, le Groupe Accor, après 3 années de partenariat, n'a pas prolongé son contrat avec l'OL pour les saisons à venir. Les recherches de nouveaux partenariats diversifiés sont en cours. Des informations devraient être apportées dans les semaines qui viennent.

En ce qui concerne le trading de joueurs, le mercato d'été débutera le 9 juin prochain pour se terminer après la clôture de l'exercice le 31 août 2009. Le club envisage d'ores et déjà la réalisation d'un certain nombre de transferts en fin de saison. Le niveau final du trading de joueurs devrait cependant se situer à un niveau inférieur à celui de l'année précédente compte tenu du contexte économique mondial. Le mercato d'été se déroulant sur les 2 périodes, l'activité de trading doit être analysée sur les 2 saisons.



OL GROUPE

Dans le cadre du projet OL Land, suite aux rapports Besson et Seguin et dans l'optique de la candidature de la France à l'Euro 2016, le projet de loi sur le sport (loi Laporte) reconnaissant entre autre, l'intérêt général des équipements sportifs et connexes, devrait intervenir au cours du premier semestre 2009.

Enfin, OL Groupe rappelle qu'il dispose de moyens humains et financiers importants et d'une structure financière solide, avec une situation de trésorerie largement excédentaire, qui lui permettent de conduire avec sérénité et détermination ses projets de développement économiques et sportifs à court et moyen termes.

Selon le magazine américain Forbes, qui a établi un classement de la valeur des clubs de football mondiaux, l'OL occupe la 1^{ère} place des clubs français et le 12^{ème} rang du classement avec une valorisation de 423 M\$, soit environ 325 M€.

Selon l'enquête IPSOS réalisée par la LFP, le taux de notoriété spontanée de l'Olympique Lyonnais s'élève à 87 % devant le Paris Saint-Germain et Bordeaux et derrière l'Olympique de Marseille. Le club est leader sur la moyenne des segments d'ambition, de dynamisme, de prestige et d'attractivité.

OL Groupe
Olivier Blanc
Tel : +33 4 26 29 67 33
Fax : +33 4 26 29 67 13
Email:
dirfin@olympiquelyonnais.com
www.olweb.fr

Marché des cotations : Euronext Paris - compartiment C
Indice CAC AllShares
Code ISIN : FR0010428771
Reuters : OLG.PA
Bloomberg : OLG FP
ICB : 5755 Services de loisirs

