



ACTIVITÉ DES NEUF PREMIERS MOIS DE L'EXERCICE 2020/2021

ACTIVITÉS TOUJOURS TRÈS FORTEMENT PÉNALISÉES PAR LES IMPACTS DIRECTS ET INDIRECTS DE LA CRISE SANITAIRE

TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS¹ : **150,0 M€ (-115,7 M€ vs N-1)**

IMPACTS DIRECTS ET INDIRECTS DE LA PANDÉMIE ESTIMÉS À 135 M€ SUR 9 MOIS
(y compris impact de la défaillance de Mediapro)

SITUATION DE TRÉSORERIE PRÉSERVÉE ET SOLIDE

Lyon, le 12 mai 2021

L'activité des neuf premiers mois de l'exercice 2020/21 (période du 1^{er} juillet au 31 mars) est fortement impactée par les effets directs et indirects de la crise sanitaire sur l'industrie du sport professionnel et de l'événementiel. Le total des produits des activités s'établit ainsi à 150,0 M€ sur la période, en recul de 44% (265,7 M€ au 31 mars 2020).

Depuis le début de l'exercice, les restrictions sanitaires ont mis à l'arrêt les activités liées au Groupama Stadium (Billetterie et Events). Le Groupe est aussi fortement pénalisé par l'absence de participation en Coupe d'Europe (conséquence de l'arrêt prématuré du Championnat de Ligue 1 en 2019/20), et par la défaillance de Mediapro, précédemment principal diffuseur des matchs de Ligue 1, dès octobre 2020.

Le Groupe estime ainsi, sur le plan financier, à environ 135 M€ le montant total des impacts directs et indirects de la pandémie (y compris la défaillance de Mediapro et le manque à gagner lié à l'absence de participation en Champions League 2020/21) sur le total des produits des activités (hors trading joueurs).

1/ TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS¹ EN REcul DE 44% À 150,0 M€ (265,7 M€ EN N-1)

En M€ (du 1 ^{er} juillet au 31 mars)	31/03/2021* 9 mois	31/03/2020 9 mois	Var. en M€	Var. en %
BILLETTERIE	1,8	35,1	-33,3	-95%
dont championnat et autres matchs	1,8	23,2	-21,4	-92%
dont Europe	0,0	12,0	-12,0	-100%
DROITS TV ET MARKETING	60,7	99,5	-38,8	-39%
dont LFP-FFF	33,8	30,7	+3,0	+10%
dont UEFA	26,9	68,7	-41,8	-61%
PARTENARIATS-PUBLICITÉ	22,8	22,7	+0,1	+0,3%
PRODUITS DE LA MARQUE	9,5	11,3	-1,8	-16%
dont produits dérivés	6,6	7,1	-0,6	-8%
dont produits images et divers	2,9	4,2	-1,3	-31%
EVENTS	0,4	6,5	-6,1	-93%
dont séminaires et visites	0,4	4,3	-3,8	-89%
dont grands événements	0,0	2,3	-2,3	-100%
PRODUITS DES ACTIVITÉS (HORS TRADING JOUEURS)	95,2	175,1	-80,0	-46%
PRODUITS DE CESSIONS DES CONTRATS JOUEURS	54,8	90,6	-35,7	-39%
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS¹	150,0	265,7	-115,7	-44%

*chiffres estimés, non audités

¹ Indicateur Alternatif de Performance (IAP) - Total des produits des activités comprend les produits des activités hors trading ainsi que les Produits de cessions de contrats joueurs.

Lyon, le 12/05/21

TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS AU 31/03/21 : 150,0 M€ (265,7 M€ au 31/03/20)

Billetterie : 1,8 M€ au 31/03/21 (35,1 M€ en n-1)

Les recettes de billetterie ont été limitées sur les neuf premiers mois aux quelques matchs joués en début de saison avec une jauge très réduite de spectateurs. L'impact de la COVID-19 sur les recettes de billetterie Ligue 1 est estimé à 25 M€ environ, auquel s'ajoute le manque à gagner lié à l'absence de participation en Coupe d'Europe cette saison (7 M€ environ).

Droits TV et marketing : 60,7 M€ au 31/03/21 (99,5 M€ en n-1)

Les droits TV UEFA bénéficient de l'enregistrement sur l'exercice 2020/21, des revenus relatifs à la fin de la Champions League 2019/20 à hauteur de 26,9 M€ (1/2 finale). Le manque à gagner lié à la non-participation en Champions League cette saison est significatif (environ 73 M€).

Les droits TV nationaux s'établissent à 33,8 M€ pour les neuf premiers mois en croissance de 10% (30,7 M€ en n-1). Malgré la défaillance du principal diffuseur Mediapro dès octobre 2020, OL Groupe bénéficie sur cette ligne d'activité de la très bonne performance de l'équipe masculine 3^{ème} au classement de Ligue 1 au 31 mars 2021 (vs 7^{ème} au 31/03/20). Le manque à gagner relatif à la défaillance de Mediapro est estimé à 18 M€ sur les neuf premiers mois de l'exercice.

Partenariats – Publicité : 22,8 M€ au 31/03/21 (22,7 M€ en n-1)

Les revenus de partenariats sont stables sur la période avec de nouveaux partenariats majeurs, dont Emirates. L'impact de l'arrêt de l'activité Hospitalités lié à la COVID-19 est estimé à 4 M€ environ.

Produits de la marque : 9,5 M€ au 31/03/21 (11,3 M€ en n-1)

L'activité merchandising, pénalisée par la fermeture de ses boutiques physiques sur plusieurs périodes, bénéficie en revanche d'une très forte progression de son activité e-commerce (+44% vs. n-1). L'impact lié à la COVID-19 sur les produits de la marque est estimé à 2 M€ environ.

Events : 0,4 M€ au 31/03/21 (6,5 M€ en n-1)

L'activité Events est à l'arrêt total du fait des différentes restrictions sanitaires mises en œuvre par le Gouvernement. L'impact lié à la COVID-19 sur les activités d'Events est estimé à 6 M€ environ.

Trading de joueurs : 54,8 M€ au 31/03/21 (90,6 M€ en n-1)

Le Groupe a réalisé en début de saison un très bon niveau de revenus de trading, tout en préservant un effectif de grande qualité (cessions des contrats de Bertrand Traoré à Aston Villa (15,9 M€), Martin Terrier à Rennes (12 M€), Amine Gouiri à Nice (7 M€), Oumar Solet à Salzburg (4 M€), Kenny Tete à Fulham (3 M€), et Fernando Marçal à Wolverhampton (2 M€), et constatation d'incentives sur transferts antérieurs pour 7,2 M€). En revanche, aucune cession de contrat joueurs n'a été réalisée au cours du mercato d'hiver en janvier 2021.

2/ UNE SITUATION DE TRÉSORERIE PRÉSERVÉE PAR UNE GESTION PRUDENTE DANS LE CONTEXTE DE LA CRISE COVID-19

Au 31 mars 2021, OL Groupe disposait d'une trésorerie disponible de 178,9 M€, composée d'une trésorerie bancaire de 78,9 M€ incluant les 2 PGE (Prêt Garanti par l'État), le premier de 92,6 M€ souscrit le 23 juillet 2020 et le second de 76,4 M€ souscrit le 18 décembre 2020, plus une réserve de tirage RCF (Revolving Credit Facility) de 100 M€.

Pour rappel, l'endettement net de trésorerie (y compris créances et dettes nettes sur contrats joueurs) était en légère amélioration sur le 1^{er} semestre à 287,3 M€ (vs. 295,2 M€ au 30 juin 2020).

Compte tenu des impacts économiques liés à la crise de la COVID-19, le Groupe avait bénéficié au 31 décembre 2020 d'un « covenant holiday » de la part de ses prêteurs bancaires et obligataires. Un nouveau « covenant holiday » a été obtenu en date du 10 mai concernant l'arrêt de comptes au 30 juin 2021.

Dans le contexte actuel de crise, le Groupe dispose de financements renforcés qui devraient lui donner la flexibilité nécessaire pour envisager, avec ambition, la poursuite de ses développement futurs.

Lyon, le 12/05/21

3/ ENGAGEMENTS POUR LA VACCINATION ET LE RETOUR DU PUBLIC

L'Olympique Lyonnais s'est activement mobilisé pour accompagner le retour du public dans les stades, mais aussi dans les lieux culturels et de loisirs. Le Groupe a mis à disposition ses infrastructures auprès des autorités pour qu'elles soient transformées en centre de vaccination. Ainsi, plus de 40 000 vaccins ont déjà été administrés au Groupama Stadium depuis début avril.

Fort de son expérience en matière d'organisation, l'Olympique Lyonnais est fier d'avoir contribué à mettre en place une logistique qui permette à près de 4 000 personnes d'être vaccinées par jour. Par son engagement et son rôle de catalyseur de lien social, l'OL se prépare déjà au retour prochain du public dans les lieux de vie du territoire.

4/ PERSPECTIVES POUR L'EXERCICE 2020/21

Compte tenu des restrictions importantes qui pèsent toujours sur de multiples activités en raison de la crise sanitaire, le Groupe n'anticipe pas d'amélioration notable des produits des activités d'ici le 30 juin 2021. Le résultat net devrait être également fortement déficitaire au 2nd semestre de l'exercice 2020/21. Le Groupe poursuit un programme, adapté à la situation sanitaire, d'optimisation de l'ensemble de ses charges et de ses coûts fixes, et, en parallèle, d'activation des aides d'État.

Le Groupe reste concentré sur ses objectifs sportifs en Championnat de Ligue 1. Actuellement 4^{ème} du Championnat, à 6 points* du leader, l'équipe professionnelle masculine est d'ores et déjà assurée de participer, la saison prochaine, à sa 24^{ème} Coupe d'Europe depuis 1997/98 (23 qualifications consécutives jusqu'à la saison 2019/20, arrêtée prématurément). Fort de 41 participations en Coupe d'Europe de son histoire, l'Olympique Lyonnais occupe la 1^{ère} place des clubs français. À la date du présent communiqué, un point sépare l'OL de Monaco (actuellement à la 3^{ème} place) et il reste 2 rencontres à disputer d'ici la fin de saison. Le Groupe se fixe pour objectif une qualification directe ou indirecte pour la Champions League 2021/22. Les bonnes performances sportives de l'effectif professionnel masculin à date attestent de la qualité des recrutements réalisés ces 18 derniers mois et du potentiel de cet effectif.

L'équipe féminine, pénalisée par de nombreux cas de COVID-19 au sein de son effectif au cours du dernier trimestre, a été éliminée en 1/4 de finale de Champions League par le PSG. Actuellement 2^{ème} du Championnat, elle a pour objectif un 15^{ème} titre consécutif de Champion de France à l'issue de la saison qui se terminera le 5 juin prochain.

**Jamais, il n'y a eu aussi peu d'écart entre le 1^{er} et le 4^{ème} après 36 journées disputées, depuis le retour de la Ligue 1 à 20 clubs en 2002/2003.*

5/ MAINTIEN DE LA FEUILLE DE ROUTE 2023/2024

Le développement d'OL Vallée se poursuit, avec la finalisation progressive de nouvelles infrastructures prévues sur la zone. Compte tenu du calendrier de réouverture et de déconfinement établi par le gouvernement le 30 avril, le pôle de loisirs de 23 000 m² aujourd'hui achevé, devrait pouvoir ouvrir ses portes à partir du 9 juin 2021 et permettre aux opérateurs des différentes activités d'en démarrer l'exploitation, avec le soutien marketing d'OL Groupe.

Le Groupe poursuit également activement son projet d'implantation d'une nouvelle salle événementielle à proximité du stade, d'une capacité de 12 000 à 16 000 personnes. Cette nouvelle enceinte, dont la conception/construction a été confiée à CITINEA, filiale de VINCI Construction France (sous réserve de la levée des conditions suspensives habituelles), devrait représenter un investissement d'environ 141 M€. Les procédures administratives sont en cours avec pour objectif une mise en exploitation fin 2023. Cette infrastructure devrait ainsi permettre de compléter l'offre « Events » du Groupe, avec l'objectif d'organiser 80 à 120 événements par an (concerts, séminaires et salons professionnels de grande ampleur, mais également des compétitions sportives (notamment Euroleague de basket) et d'E-sport).

La poursuite de tous les projets stratégiques, autour de son cœur d'activité football, permet au Groupe de conserver ses objectifs à horizon 2023/24, présentés en février dernier, de 420 M€ à 440 M€ de total des produits des activités (incluant le trading joueurs, selon IAP défini plus avant) et d'un EBE supérieur à 100 M€, à condition que l'évolution de la crise sanitaire permette de démarrer la saison 2021/22 dans des conditions normales.

Lyon, le 12/05/21

Le Groupe rappelle qu'au 31 décembre dernier, la valeur marché de l'effectif professionnel masculin (basée sur Transfermarkt et CIES), toujours élevée, s'établissait à 409 M€, induisant un niveau de plus-values potentielles relatives à l'actif joueurs estimé à plus de 240 M€.

Prochain communiqué : Chiffre d'affaires de l'exercice 2020/21, le 22 juillet 2021 après la clôture des marchés d'Euronext.

OL Groupe

Tél : +33 4 81 07 55 00

Fax : +33 4 81 07 45 65

Email : investisseurs@ol.fr

www.ol.fr

Euronext Paris - compartiment C

Indices : CAC Small - CAC Mid & Small - CAC All-Tradable - CAC All-Share - CAC Consumer Discretionary

Code ISIN : FR0010428771

Reuters : OLG.PA

Bloomberg : OLG FP

ICB : 5755 Services de loisirs

ANNEXES

RÉSULTATS SPORTIFS AU 12 MAI 2021

	ÉQUIPE MASCULINE	ÉQUIPE FEMININE
CHAMPIONNAT	4 ^{ème}	2 ^{ème} (avec 1 match en retard)
EUROPE	-	1/4 CHAMPIONS LEAGUE (contre le PSG)
COUPE DE FRANCE	1/4 (contre Monaco)	Compétition arrêtée définitivement le 24/03/21

DROITS TV LFP - RAPPEL DES FAITS

En 2018, les droits de diffusion de la Ligue 1 pour la période 2020-2024 ont été attribués à Mediapro (80% environ), BeIN et Free pour un total de 1,2 Md€/ saison (+60% par rapport au cycle précédent).

En octobre 2020, Mediapro a annoncé son intention de renégocier les contrats de diffusion et ne s'est pas acquitté de ses échéances d'octobre et décembre 2020 auprès de la LFP (la LFP a souscrit un prêt pour compenser le non-paiement de l'échéance d'octobre et consenti une avance de trésorerie aux clubs à hauteur des montants attendus).

En décembre 2020, Mediapro et la LFP ont signé un accord de conciliation, actant la restitution à la LFP des droits acquis par Mediapro contre un versement de 100 M€.

Le 19 janvier 2021, un appel d'offres a été lancé par la LFP sur les lots précédemment détenus par Mediapro. Le prix de réserve fixé n'ayant pas été atteint, des négociations ont été entreprises et un accord entre la LFP et Canal+ a été finalisé le 4 février 2021.

Cet accord prévoit l'attribution exclusive à Canal+ des droits de Ligue 1 (pour la période de la 25^{ème} journée au 30 juin 2021) pour un montant complémentaire de 35 M€. Le montant total des droits de Ligue 1 et Ligue 2 pour la saison 2020/21 s'élève ainsi à 759 M€ (y compris droits internationaux 75 M€), contre 1,3 Md€ prévu initialement, soit un recul de 42%.

Les droits de la période 2021-2024 font actuellement l'objet de nouvelles discussions.