



1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2008/2009

ACTIVITE TRADING DE JOUEURS EN REPLI, CONFORMEMENT A LA STRATEGIE DU  
CONSEIL D'ADMINISTRATION

PRODUITS DES ACTIVITES HORS JOUEURS : 33,7 M€ (- 8,6% par rapport à n-1)

Lyon, le 6 novembre 2008

Sur le premier trimestre de son exercice 2008/2009, OL Groupe enregistre des produits des activités d'un montant de 47 M€. Les produits des activités hors contrats joueurs sont en ligne avec les objectifs annuels.

**Ventilation par produit d'activité (du 1<sup>er</sup> juillet au 30 septembre)**

En M€ (Données consolidées non auditées)	1 <sup>er</sup> trimestre 2008/2009	1 <sup>er</sup> trimestre 2007/2008	Variation en M€	Variation en %
Billetterie	4,6	3,9	+ 0,6	+ 16,0%
Partenariats - Publicité	4,9	4,6	+ 0,3	+ 7,1%
Droits TV	18,4	19,5	- 1,0	- 5,2%
Produits de la marque	5,8	8,8	- 3,1	- 34,9%
<b>Produits des activités hors contrats joueurs</b>	<b>33,7</b>	<b>36,8</b>	<b>- 3,1</b>	<b>- 8,6%</b>
Produits de cessions des contrats joueurs	13,3	32,2	- 19,0	- 58,8%
<b>Total des produits des activités</b>	<b>47,0</b>	<b>69,1</b>	<b>- 22,1</b>	<b>- 32,0%</b>

**Point sur le début de la saison 2008/2009 :**

Au 30 septembre, comme l'année dernière, les aléas des calendriers de matchs rendent difficiles la comparaison dans les domaines de la billetterie, des droits TV et des partenariats & publicité.

- En Championnat de France, l'Olympique Lyonnais avait joué 7 matchs sur la période au lieu de 9 la saison dernière et occupait la 1<sup>ère</sup> place du Championnat, position identique à l'année précédente.
- En Champions League, l'Olympique Lyonnais avait disputé 1 match de plus par rapport à l'année dernière. Cette saison, trois clubs français participent au 1<sup>er</sup> tour de Champions League contre 2 la saison dernière.

## **Analyse des tendances par produit d'activité :**

- Les produits de billetterie s'élevèrent à 4,6 M€. Ils bénéficient d'une hausse des abonnements et sont en progression de 16% du fait du calendrier des matchs.
- Les produits de partenariats et de publicité à 4,9 M€, en hausse de 7,1%, progressent très favorablement grâce à la signature de nouveaux contrats et notamment GE MoneyBank, NIKON, EBEL, ... et au renouvellement des contrats existants dans de bonnes conditions.
- Les droits TV (LFP, FFF, UEFA) s'établissent à 18,4 M€. La variation par rapport à l'année dernière provient de deux effets défavorables, d'une part du calendrier des matchs (à résultats sportifs identiques en Championnat), et d'autre part de la répartition de ces droits entre 3 clubs français en Champions League contre 2 la saison dernière.
- Les produits de la marque représentent 5,8 M€. En juillet 2007, le Groupe avait bénéficié de la victoire de l'OL en Peace Cup dotée d'un prix de 1,7 M€. L'activité merchandising atteint un niveau équivalent à celui de l'année dernière. Malgré le lancement de trois nouveaux maillots et de fortes ventes enregistrées en début d'exercice, cette activité semble souffrir de la conjoncture économique défavorable.
- Les produits des cessions de joueurs à 13,3 M€ intègrent les cessions de Coupet, Squillaci et Baros et sont conformes à la stratégie mise en place par le Conseil d'Administration et l'entraîneur général visant à constituer une équipe européenne de haut niveau. L'équipe professionnelle compte à ce jour 33 joueurs (y compris les prêts) dont 12 sont issus du centre de formation. D'autres cessions de joueurs pourront encore intervenir sur l'exercice 2008/2009, pendant la trêve hivernale ou pendant la période de transferts de fin de saison.

## **Accord unanime des partenaires pour le Grand Stade**

Depuis le 30 septembre 2008, l'actualité du Groupe a été marquée par l'accord unanime des partenaires pour le Grand Stade. Ainsi, au travers d'un protocole adopté le 13 octobre 2008, l'Olympique Lyonnais, l'Etat, le Grand Lyon, le SYTRAL, le Conseil Général du Rhône et la ville de Décines ont mis en place un référentiel commun de l'ensemble des opérations permettant la livraison du projet OL Land à l'horizon de mai 2013 tout en poursuivant les réflexions et actions visant à optimiser ce délai, notamment à l'issue de la traduction des orientations et recommandations du rapport de la Commission Grands Stades EURO 2016 créée pour être le support de la candidature de la France à l'Euro 2016.

## **Objectifs 2008/2009**

Pour l'exercice 2008/2009, l'objectif du Groupe est de maintenir un niveau élevé des produits des activités par la conclusion de nouveaux partenariats et par la récurrence de son activité trading de joueurs. Cependant, ces objectifs pourraient être révisés en fonction de l'évolution des circonstances économiques internationales actuelles.



## OL GROUPE

### **Résultats sportifs à ce jour :**

- L'Olympique Lyonnais occupe toujours la 1<sup>ère</sup> place du Championnat.
- En Champions League, l'OL occupe la 1<sup>ère</sup> place de sa poule avec 8 points, à égalité avec le Bayern de Munich et devant la Fiorentina qui compte 3 points, ce qui permet d'envisager une suite favorable dans cette compétition, le club étant d'ores et déjà assuré de participer au moins à la Coupe UEFA.

### **Prochain communiqué :**

Chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2008/2009, le 9 février 2009 après bourse

### **Prochain rendez-vous :**

Assemblée Générale annuelle, le 28 novembre 2008.

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 B  
Indice CAC AllShares  
Code ISIN : FR0010428771  
Reuters : OLG.PA  
Bloomberg : OLG FP  
ICB : 5553 Audiovisuel et Divertissements

