

**FORTE PROGRESSION MEDIATIQUE DE LA MARQUE OL****Lyon, le 25 février 2009**

L'audience réalisée par TF1 à l'occasion de la diffusion du match OL / FC BARCELONE en 1/8^{ème} de finale aller de la Champions League, a confirmé l'impact médiatique sans cesse grandissant de l'Olympique Lyonnais avec 8,1 millions de téléspectateurs.

Le match OL / FC BARCELONE réalise la meilleure audience de la saison 2008/2009 toutes chaînes confondues pour un match d'un club français.

Cette performance est d'autant plus notoire qu'elle est de près de 20 % supérieure à celle de la meilleure 2^{ème} audience, OM / LIVERPOOL (6,9 millions). Il est également à noter que les matches de l'Olympique Lyonnais constituent les meilleures audiences des clubs français dans chacune des compétitions suivantes :

- Champions League : OL / FC BARCELONE – 8,1 millions (TF1)
- Ligue 1 : OL / OM – 2,9 millions (Canal +)
- Coupe de France : OL / OM – 4,9 millions (France 2)

Le fort impact médiatique de l'Olympique Lyonnais s'accompagne logiquement d'une forte progression de la notoriété et de la popularité du club en Europe, puisque selon les résultats de l'étude de Sport Markt, l'Olympique Lyonnais est désormais :

- le 13^{ème} club le plus populaire en Europe avec 9,4 millions de supporters juste devant l'Olympique de Marseille,
- le 5^{ème} club en Europe en revenus de produits dérivés, également devant l'Olympique de Marseille.

ACCOR

Le groupe ACCOR, à la suite de son conseil d'administration et des communications de son Président, a décidé de ne pas lever l'option de prolongation de 2 ans qui aurait pu le lier au club jusqu'au 30 juin 2011 en terme de sponsoring.

OL Groupe prend acte de cette décision du groupe ACCOR. Cette position dictée par la conjoncture économique actuelle et malgré des résultats extrêmement positifs de ce partenariat (retombées TV et presse valorisées à près de 35 M€ par an), vient conforter l'orientation prise par OL Groupe de diversifier au mieux ses partenariats en matière de sponsoring.

Lors de la présentation des comptes semestriels le 19 février dernier, Jean-Michel AULAS avait souligné l'adaptation stratégique de la politique du groupe : « nous avons depuis plusieurs mois demandé à notre équipe commerciale de rechercher à diversifier les partenariats pour minimiser les risques conjoncturels. »

La diversification des partenariats a débuté en début de saison avec principalement l'arrivée de GE MONEY BANK, et devrait se poursuivre avec l'officialisation d'autres partenariats actuellement en cours de discussion.

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

