



ACTIVITÉ DU 1^{ER} TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2021/22

TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS¹ : 77,9 M€ (-23,7 M€, -23%)

CROISSANCE DU TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS, APRÈS RETRAITEMENT DES IMPACTS LIÉS A LA PANDÉMIE EN T1 N-1² (MEDIAPRO ET REVENUS FINAL 8 CHAMPIONS LEAGUE 19/20) : **+7,6 M€, +11%**

NETTE REPRISE DES ACTIVITÉS LIÉES AU GROUPAMA STADIUM

Lyon, le 8 novembre 2021

Le total des produits des activités du 1^{er} trimestre de l'exercice 2021/22 est en recul de 23% (77,9 M€, contre 101,6 M€ sur la même période N-1) du fait notamment de la comptabilisation au 1^{er} trimestre N-1 des droits TV UEFA relatifs à la phase finale d'édition 19/20 de la Champions League jouée sur la période, ainsi que des droits TV LFP évalués au 30/09/20 sur la base du contrat initialement signé avec Mediapro, dénoncé par la suite. Ces deux éléments avaient eu un impact favorable de 31,3 M€ sur le total des produits des activités au 1^{er} trimestre 2020/21.

Retraité de ces impacts sur les droits TV en N-1, le total des produits des activités affiche une progression de 7,6 M€, soit +11%, confirmant la nette reprise de l'activité.

1/ TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS : 77,9 M€ (101,6 M€ EN N-1)

En M€ (du 1 ^{er} juillet au 30 septembre)	30/09/2021* 3 mois	30/09/2020 3 mois	Var. en M€	Var. en %
BILLETTERIE	7,0	1,1	5,9	530%
dont Championnat et autres matchs	5,9	1,1	4,8	433%
dont Europe	1,1	0,0	1,1	NA
DROITS TV ET MARKETING	15,1	37,7	-22,7	-60%
dont LFP-FFF	8,6	10,9	-2,4	-22%
dont UEFA	6,5	26,8	-20,3	-76%
PARTENARIATS-PUBLICITÉ	8,8	8,5	0,3	3%
PRODUITS DE LA MARQUE	4,0	3,3	0,6	19%
dont produits dérivés	2,7	2,1	0,6	26%
dont produits images et divers	1,3	1,2	0,1	6%
EVENTS	1,9	0,4	1,5	365%
dont séminaires et visites	1,1	0,4	0,7	169%
dont grands événements	0,8	0,0	0,8	NA
PRODUITS DES ACTIVITÉS (HORS TRADING JOUEURS)	36,6	51,1	-14,4	-28%
PRODUITS DE CESSIONS DES CONTRATS JOUEURS	41,3	50,5	-9,2	-18%
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS¹	77,9	101,6	-23,7	-23%
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS RETRAITÉS ²	77,9	70,3	+7,6	+11%

*chiffres estimés, non audités

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

² Total des produits des activités au 30/09/20, retraité des impacts liés à la pandémie en T1 N-1 (Mediapro et revenus Final 8 Champions League 2019/20) : 101,6 M€ – 31,3 M€ = 70,3 M€

Lyon, le 08/11/2021

BILLETTERIE : 7,0 M€ (+5,9 M€, +530%)

Au 30 septembre 2021, les recettes de billetterie bénéficient du retour des spectateurs dans l'enceinte du Groupama Stadium sans restriction de remplissage. Le club a joué 5 matchs de Ligue 1 à domicile sur le 1^{er} trimestre 2021/22 et un match en Europa League contre seulement 2 matchs de Ligue 1 avec une capacité réduite en N-1.

Avec près de 19 000 abonnés à date, la campagne d'abonnements de début de saison est satisfaisante dans le contexte de reprise, après l'arrêt quasi complet de cette activité sur la saison écoulée.

DROITS TV ET MARKETING : 15,1 M€ (-22,7 M€, -60%)

Les droits TV et marketing apparaissent en recul du fait d'un effet de base élevé au 1^{er} trimestre 2020/21.

En effet, au 30 septembre 2020, le Groupe avait reconnu des revenus de droits TV LFP calculés sur la base du guide de répartition LFP initial, intégrant l'augmentation globale des droits TV de Ligue 1 (1^{ère} saison du cycle 2020-2024) à 1,2 Md€/saison. Consécutivement à la défaillance du principal diffuseur Mediapro et à l'accord LFP/Canal+, le total des droits TV LFP de Ligue 1 et Ligue 2 pour la saison 20/21 s'est finalement élevé à 759 M€ (y compris droits internationaux). En application de la version finale du guide de répartition 2020/21, les droits TV LFP/FFF se seraient élevés au 1^{er} trimestre 2020/21 à 6,4 M€ et auraient ainsi affiché une hausse de +2,2 M€, soit +34 %.

Les droits TV UEFA s'élèvent à 6,5 M€ au 1^{er} trimestre 2021/22, avec deux matchs de la phase de groupe d'Europa League joués sur la période, vs. une absence de participation en Coupe d'Europe pour la saison 2020/21. Pour rappel, le Groupe avait enregistré 26,8 M€ de droits TV UEFA au 30 septembre 2020, relatifs à la participation au Final 8 de l'édition 2019/20 de Champions League en août 2020 (OL en 1/2 finale), qui, hors pandémie, auraient normalement dû être rattachés à l'exercice 2019/20.

Retraités des impacts directs et indirects décrits ci-dessus et liés à la pandémie (revenus Mediapro et Final 8), les droits TV totaux (LFP/FFF et UEFA) se seraient établis à 6,4 M€, au 30 septembre 2020. Sur cette base de comparaison retraitée, les droits TV 2021/22 sont en hausse de 8,7 M€, soit +135%, en relation avec un meilleur classement en Championnat (7^e vs 11^e) et l'absence de participation en Coupe d'Europe en N-1.

PARTENARIATS - PUBLICITÉ : 8,8 M€ (+0,3 M€, +3%)

Les revenus de Partenariats-Publicité enregistrent une progression de +3% pour s'établir à 8,8 M€, attestant de l'attractivité toujours forte de la marque OL. Fort des partenariats majeurs récemment signés avec MG Motor, OOGarden, AliExpress ou Fagor, le Groupe anticipe une nouvelle croissance des revenus de partenariats qui pourraient atteindre un niveau record d'environ 38 M€ sur l'exercice 2021/22.

PRODUITS DE LA MARQUE : 4,0 M€ (+0,6 M€, +19%)

Les produits de la marque s'établissent à 4,0 M€ au 30 septembre 2021 en croissance de 19% (3,3 M€ en N-1). L'activité de merchandising est en forte croissance, à +26%, bénéficiant notamment de la levée des jauges de fréquentation et du retour du public dans l'enceinte du Groupama Stadium.

EVENTS : 1,9 M€ (+1,5 M€, +365%)

L'activité Séminaires/Visites du 1^{er} trimestre 2021/22 s'établit à 1,1 M€, en très forte progression (+169%). La reprise de cette activité, fortement limitée par le contexte sanitaire en N-1, est particulièrement encourageante avec plus de 100 séminaires organisés sur la période. À titre de comparaison, le nombre de séminaires réalisés au 30/09/2019 (dernière année normative) s'élevait à 61 représentant un chiffre d'affaires de 0,9 M€.

Lyon, le 08/11/2021

Par ailleurs, le Groupama Stadium a pu accueillir son premier grand événement depuis le début de la pandémie, avec 57 000 spectateurs lors du match France-Finlande le 7 septembre dernier, soit la pleine capacité du stade.

TRADING JOUEURS : 41,3 M€ (-9,2 M€, -18%)

Au cours du 1^{er} trimestre de l'exercice 2021/22, en dépit d'un contexte global peu propice sur le marché des transferts, l'Olympique Lyonnais a procédé à la cession de plusieurs contrats joueurs : Melvin BARD à Nice (3,0 M€), Joachim ANDERSEN à Crystal Palace (16,6 M€), Jean LUCAS à Monaco (8,7 M€), Maxwell CORNET à Burnley (11,5 M€). Le club a également enregistré des *incentives* sur cessions antérieures et diverses indemnités, à hauteur de 1,4 M€.

Sur la même période l'an dernier, l'Olympique Lyonnais avait enregistré des produits de cessions de contrats joueurs, pour un montant cumulé de 50,5 M€, dont notamment les cessions des contrats d'Amine GOUIRI à Nice (7 M€), de Martin TERRIER à Rennes (12 M€), d'Oumar SOLET à Salzburg (4 M€), de Fernando MARÇAL à Wolverhampton (2 M€), de Kenny TETE à Fulham (3 M€), de Bertrand TRAORÉ à Aston Villa (15,9 M€), ainsi que des *incentives* sur transferts antérieurs (5,9 M€).

2/ PERSPECTIVES FAVORABLES POUR L'EXERCICE 2021/22 DANS UN CONTEXTE DE REPRISE DES ACTIVITÉS EN FRANCE ET EN EUROPE

Le Groupe devrait bénéficier, pour l'exercice 2021/22, d'un retour progressif à un contexte normalisé favorable à la reprise de l'ensemble de ses activités et plus particulièrement les activités sportives et événementielles au Groupama Stadium.

Le Groupe a récemment réitéré la forte ambition sportive des équipes professionnelles. De retour sur la scène européenne, l'équipe masculine de l'Olympique Lyonnais entend jouer un rôle de premier plan, tant en Championnat de Ligue 1 (7^{ème} de Ligue 1 à date, à seulement 4 points du podium) qu'en Europa League où elle est d'ores et déjà assurée de terminer 1^{ère} du groupe A, et ainsi qualifiée directement en 1/8 de finale. L'équipe féminine, 1^{ère} du Championnat à date, a pour objectif de retrouver les sommets du Championnat de France et de Champions League 2021/22.

L'Academy OL, pilier stratégique du Groupe, occupe une nouvelle fois la 3^{ème} place du classement européen des meilleurs clubs de formation, après le Real Madrid et Barcelone, figurant ainsi dans le TOP 4 européen depuis 10 ans (2012 à 2021) (classement CIES Football Observatory – octobre 2021).

Pour rappel, et sous réserve de l'évolution des mesures gouvernementales, la programmation au Groupama Stadium devrait être particulièrement riche sur l'exercice 2021/22 avec le concert privé de Groupama (3 juin 2022, report), le concert de Soprano (11 juin 2022), le concert d'Indochine (reporté au 25 juin 2022, complet, avec 75 000 personnes). Au-delà de cet exercice, le Groupama Stadium accueillera les concerts de Rammstein (les 8 & 9 juillet 2022, reports), de Mylène Farmer (24 juin 2023, complet), 5 matchs de la Coupe du Monde de Rugby (septembre/octobre 2023) et des compétitions dans le cadre des Jeux Olympiques de Paris 2024.

3/ FEUILLE DE ROUTE STRATÉGIQUE ET AJUSTEMENT DE L'ÉCHÉANCE DES OBJECTIFS

Sur les 18 derniers mois, et malgré le contexte de crise sanitaire, OL Groupe a fait le choix de poursuivre l'ensemble des projets stratégiques, autour de son cœur d'activité football, inhérents à sa stratégie « Full entertainment ».

Projet emblématique du développement du Groupe, la nouvelle salle événementielle « OL Vallée Arena » sera la plus grande arena en France, en dehors de Paris (capacité de 12 000 à 16 000 personnes). Cette infrastructure, référente en Europe sur les plans technologique et environnemental, 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

Lyon, le 08/11/2021

grande ampleur), mais également des compétitions sportives (notamment Euroleague de basket dont LDLC ASVEL est devenu membre permanent en juin 2021 et E-sport). Le Groupe a récemment annoncé la signature d'un accord commercial avec Live Nation Entertainment, première entreprise de divertissement au monde, composée des leaders du marché mondial (Ticketmaster, Live Nation Concerts, et Live Nation Sponsorship), qui apportera une programmation importante d'artistes internationaux à la nouvelle salle portée par OL Groupe, assortie d'un minimum garanti (contrat de 15 ans, non exclusif, avec possibilité de sortie au terme des 10 premières années).

Le financement de cet investissement d'environ 141 M€ est actuellement en cours de discussions et devrait faire l'objet d'une structuration sous forme de fonds propres/quasi fonds propres et de dette bancaire prenant la forme d'un crédit-bail.

OL Groupe a pour objectif un démarrage des travaux en début d'année civile 2022 et une mise en exploitation fin 2023.

Sur le plan de l'endettement, OL Groupe va s'atteler au refinancement sur le long terme des 2 PGE (169 M€) et, grâce à la reprise des activités, poursuivre le remboursement des prêts mis en place pour la construction des infrastructures existantes, et bientôt ceux de l'OL Vallée Arena.

Fortement impacté par 18 mois de crise sanitaire, OL Groupe estime à ce jour que ses objectifs à moyen terme peuvent être maintenus dans leur principe, mais décalés d'environ une saison pour leur réalisation. Si la reprise des activités se confirme, les objectifs annoncés avant la crise sanitaire, à savoir un total des produits des activités (incluant le trading joueurs) de l'ordre de 400 M€ à 420M€ et un objectif d'EBE supérieur à 100 M€, pourraient ainsi être atteints au terme de la saison 2024/25. Cependant, ces objectifs restent soumis à certains aléas et pourraient donc être amenés à être révisés, notamment en fonction de la dynamique de la reprise.

« 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, et les conditions de sortie de la crise sanitaire, ainsi que des facteurs de risques détaillés au sein du Document d'Enregistrement Universel 2020/21 d'OL Groupe. »

Prochain communiqué : Résultats du 1^{er} semestre de l'exercice 2021/22, le 15 février 2022 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 : 40501030 Services de loisirs

Lyon, le 08/11/2021

ANNEXES

RÉSULTATS SPORTIFS

Équipe masculine		2021/22 au 7 novembre 2021
CHAMPIONNAT		7 ^{ème}
EUROPE		EUROPA LEAGUE - Phase de Groupe 1 ^{er} du Groupe A

Équipe féminine		2021/22 au 7 novembre 2021
CHAMPIONNAT		1 ^{ère}
EUROPE		CHAMPIONS LEAGUE - Phase de Groupe 1 ^{er} du Groupe D

TABLEAU COMPARATIF DU TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS, APRÈS RETRAITEMENT DES IMPACTS LIÉS A LA PANDÉMIE AU 30/09/20 (MEDIAPRO ET REVENUS FINAL 8 CHAMPIONS LEAGUE 19/20)

En M€ (du 1 ^{er} juillet au 30 septembre)	30/09/2021* 3 mois	30/09/2020 retraité 3 mois	Var. en M€	Var. en %
BILLETTERIE	7,0	1,1	5,9	530%
dont Championnat et autres matchs	5,9	1,1	4,8	433%
dont Europe	1,1	0,0	1,1	NA
DROITS TV ET MARKETING	15,1	6,4	8,7	135%
dont LFP-FFF	8,6	6,4	2,2	34%
dont UEFA	6,5	0,0	6,5	NA
PARTENARIATS-PUBLICITÉ	8,8	8,5	0,3	3%
PRODUITS DE LA MARQUE	4,0	3,3	0,6	19%
dont produits dérivés	2,7	2,1	0,6	26%
dont produits images et divers	1,3	1,2	0,1	6%
EVENTS	1,9	0,4	1,5	365%
dont séminaires et visites	1,1	0,4	0,7	169%
dont grands événements	0,8	0,0	0,8	NA
PRODUITS DES ACTIVITÉS (HORS TRADING JOUEURS)	36,6	19,8	16,9	85%
PRODUITS DE CESSIIONS DES CONTRATS JOUEURS	41,3	50,5	-9,2	-18%
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS¹	77,9	70,3	7,6	11%