



## ACTIVITÉ DE L'EXERCICE 2020/21

UN EXERCICE FORTEMENT IMPACTÉ PAR LA PANDÉMIE

**CHIFFRE D'AFFAIRES** TOTAL (PRODUITS DES ACTIVITÉS<sup>1</sup>) : **177,4 M€** (-94,1 M€ vs. N-1)

IMPACTS DIRECTS ET INDIRECTS DE LA PANDÉMIE ESTIMÉS  
À **150 M€** SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES 2020/21  
(y compris impact de la défaillance de Mediapro, hors trading)

RECORD HISTORIQUE DES REVENUS DE PARTENARIAT MALGRÉ LA CRISE COVID (**33,9 M€**)

SITUATION DE TRÉSORERIE PRÉSERVÉE ET SOLIDE

Lyon, le 22 juillet 2021

L'activité de l'exercice 2020/21 (période du 1<sup>er</sup> juillet au 30 juin) est impactée par les effets directs et indirects de la crise sanitaire qui ont fortement perturbé l'industrie du sport professionnel et de l'événementiel. Le total des produits des activités pour l'exercice s'établit ainsi à 177,4 M€, en recul de 35% (271,6 M€ au 30 juin 2020).

Sur l'exercice, l'épidémie de COVID-19 a mis à l'arrêt toutes les activités liées au Groupama Stadium (Billetterie et Events). Le Groupe a été également 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 150 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).

Il est à noter la très bonne performance de l'activité partenariats qui affiche un record historique de revenus à 33,9 M€ (+25% vs N-1), montrant la résilience de l'attractivité de la marque et le développement commercial, notamment à l'international, malgré la crise COVID-19.

L'activité du 4<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice bénéficie des mesures d'assouplissement des restrictions sanitaires permettant la réouverture du stade au public et la reprise des activités BtoB, notamment les séminaires.

<sup>1</sup> 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 22/07/21

## 1/ TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS<sup>1</sup> EN REcul DE 35% À 177,4 M€ (271,6 M€ EN N-1)

En M€ (du 1 <sup>er</sup> juillet au 30 juin)	*chiffres estimés non audités	30/06/2021* 12 mois	30/06/2020 12 mois	Var. en M€	Var. en %
<b>BILLETTERIE</b>		2,0	35,5	-33,5	-94%
dont Championnat et autres matchs		2,0	23,5	-21,4	-91%
dont Europe		0,0	12,1	-12,1	-100%
<b>DROITS TV ET MARKETING</b>		69,1	97,6	-28,5	-29%
dont LFP-FFF		42,1	33,0	9,1	28%
dont UEFA		27,0	64,7	-37,6	-58%
<b>PARTENARIATS-PUBLICITÉ</b>		33,9	27,2	+6,7	+25%
<b>PRODUITS DE LA MARQUE</b>		12,1	13,6	-1,6	-11%
dont produits dérivés		8,1	8,4	-0,3	-4%
dont produits images et divers		4,0	5,2	-1,2	-24%
<b>EVENTS</b>		1,1	6,7	-5,6	-83%
dont séminaires et visites		1,1	4,4	-3,3	-75%
dont grands événements		0,0	2,3	-2,3	-100%
<b>PRODUITS DES ACTIVITÉS (HORS TRADING JOUEURS)</b>		118,2	180,7	-62,5	-35%
<b>PRODUITS DE CESSIONS DES CONTRATS JOUEURS</b>		59,3	90,9	-31,6	-35%
<b>TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS<sup>1</sup></b>		177,4	271,6	-94,1	-35%

### ACTIVITÉ **DE L'EXERCICE 2020/21**

Billetterie : 2,0 M€ (35,5 M€ en n-1, soit -33,5 M€, -94%)

Les recettes de billetterie sont quasi absentes avec seulement 3 matchs joués en début de saison et une jauge très réduite de spectateurs allant de 1 000 à 5 000 maximum. L'impact de la COVID-19 sur les recettes de billetterie Ligue 1 est estimé à 31 M€ environ, auquel s'ajoute le manque à gagner lié à l'absence de participation en Coupe d'Europe cette saison (10 M€ environ).

Droits TV et marketing : 69,1 M€ (97,6 M€ en n-1, soit -28,5 M€, -29%)

Les droits TV nationaux s'établissent à 42,1 M€ au titre de l'exercice, en croissance de 28% (33,0 M€ en n-1). Malgré la défaillance du principal diffuseur Mediapro dès octobre 2020, conduisant à un abaissement de 75 M€ (10%) des droits TV domestiques bruts L1 et L2 de la saison 2020/21 vs 2019/20, OL Groupe bénéficie sur cette ligne d'activité de la bonne performance de l'équipe masculine arrivée 4<sup>ème</sup> au classement de Ligue 1 (vs. 7<sup>ème</sup> lors de l'arrêt prématuré de la saison 2019/20) et d'un nombre de matchs joués en L1 supérieur à N-1 (38 vs 28 matchs en N-1 suite à l'arrêt du Championnat à la 28<sup>e</sup> journée). Le manque à gagner relatif à la défaillance de Mediapro est estimé à 21,9 M€ sur l'exercice.

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 (1/8 retour contre la Juventus et « Final 8 » de l'été 2020 (1/2 finale)) à hauteur de 27,0 M€. Le manque à gagner lié à la non-participation en Champions League cette saison est significatif (environ 73 M€ sur une base 1/8 de finale).

Partenariats : Publicité : 33,9 M€ (27,2 M€ en n-1, soit +6,7 M€, +25%)

Dans un contexte économique difficile lié à la crise COVID-19, l'activité Partenariats enregistre une performance remarquable et atteint un niveau record de 33,9 M€, en hausse de 25% sur l'exercice, qui traduit les effets positifs des nouveaux partenariats, tels qu'Emirates (2020-2025), adidas (2020-2025), Groupama (naming 2020-2022), Mastercard (2020-2023) et AliExpress (fin de saison 2020/21). Les revenus de partenariats intègrent, par ailleurs, des prestations de visibilité livrées en remplacement de produits d'hospitalité n'ayant pu être honorés compte tenu du contexte sanitaire. L'impact lié à la COVID-19 sur les revenus de partenariats est estimé à 3 M€ environ.

Lyon, le 22/07/21

Produits de la marque : 12,1 M€ (13,6 M€ en n-1, soit -1,6 M€, -11%)

L'activité merchandising, bien que fortement pénalisée par la fermeture de ses boutiques physiques sur plusieurs périodes et l'absence de public lors des matchs à domicile, bénéficie d'une très forte progression de son activité e-commerce (+32% vs. n-1) lui permettant ainsi d'afficher au global une bonne résilience (8,1 M€ vs 8,4 M€ en n-1). Les autres produits de la marque sont en recul de 1,2 M€ principalement sur les revenus Media Club (droits de diffusion TV).

L'impact lié à la COVID-19 sur les produits de la marque est estimé à 3,2 M€ environ.

Events : 1,1 M€ (6,7 M€ en n-1, -5,6 M€, -83%)

L'activité Events a été à l'arrêt total sur la majeure partie de l'exercice du fait des différentes restrictions sanitaires mises en œuvre par le Gouvernement. La reprise des activités Séminaires depuis mi-mai est encourageante avec 39 séminaires réalisés en un mois et demi (104 au total sur l'exercice).

L'impact lié à la COVID-19 sur les activités Events est estimé à 8,5 M€ environ.

Trading de joueurs : 59,3 M€ (90,9 M€ en n-1, -31,6 M€, -35%)

Le Groupe a réalisé en début de saison un très bon niveau de revenus de trading, tout en préservant un effectif de qualité (cession 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€) prêts de Moussa Dembelé à l'Atletico Madrid, Joachim Andersen à Fulham et Jeff Reine Adélaïde à l'OGC Nice (total de 3M€) et constatation d'incentives significatifs sur des transferts antérieurs et divers produits pour 12,4 M€ (1,8 M€ en n-1).

En revanche, aucune cession de contrat joueurs n'a été réalisée au cours du mercato d'hiver en janvier 2021, ni sur la première partie du mercato d'été en juin 2021 dans un marché peu actif en lien avec l'Euro et la crise sanitaire.

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

Au 30 juin 2021, OL Groupe disposait d'une capacité de trésorerie mobilisable de près de 170 M€, composée d'une trésorerie bancaire de 70 M€ environ (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), et d'une réserve de tirage RCF (*Revolving Credit Facility*) de 100 M€.

Pour rappel, l'endettement financier net de trésorerie (y compris créances et dettes nettes sur contrats joueurs) était en légère amélioration sur le 1<sup>er</sup> 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 bénéficie d'un « *covenant holiday* » de la part de ses prêteurs bancaires et obligataires concernant l'arrêté des comptes au 30 juin 2021.

Alors qu'une sortie de crise est aujourd'hui envisageable, le Groupe dispose de financements renforcés qui devraient lui donner la flexibilité nécessaire pour envisager, avec ambition, la poursuite de ses développements futurs.

Le Groupe a mené tout au long de l'exercice 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. Avec la baisse sensible des Produits des Activités, le Groupe anticipe un résultat net fortement déficitaire au 2<sup>nd</sup> semestre ainsi que sur l'ensemble de l'exercice 2020/21.

## 3/ POINT SUR LES DROITS TV

Droits TV LFP

Après la défaillance de Mediapro et l'accord trouvé en février 2021 avec Canal+ pour la fin de saison 2020/21, la LFP a attribué en juin 2021, pour la période 2021-2024, à Amazon (Prime Video), les lots précédemment détenus par Mediapro

Lyon, le 22/07/21

(80% des matchs dont le TOP 10) pour un montant de 259 M€/an (dont 250 M€ pour la Ligue 1 et 9 M€ pour la Ligue 2). Le montant total des droits domestiques de la LFP (L1 et L2) s'élève ainsi, pour la période 2021-2024, à 663 M€/an dont 624 M€ pour la Ligue 1, incluant les lots acquis en 2018 : 332 M€ pour Canal+ (lot 3 en sous-licence de beIN Sports), 30 M€ pour beIN Sports et 42 M€ pour Free.

Le géant du numérique et de la distribution Amazon bénéficie d'une forte solidité financière et dispose d'ores et déjà d'une importante base avec 10 millions d'abonnés pour son offre Amazon Prime. Son arrivée va permettre d'accroître la visibilité du Championnat de Ligue 1, en France, mais aussi à l'international. L'intérêt d'Amazon pour le Championnat concrétise une vision moderne de la diffusion des retransmissions sportives vers le plus grand nombre et l'ensemble des terminaux, en adéquation avec les usages.

Début juillet 2021, Canal+ a signifié à beIN Sports sa volonté de rompre son contrat de sous-licence. beIN Sports a lancé une procédure judiciaire contre Canal+ pour le paiement du lot 3.

Pour rappel, les droits domestiques de la LFP (L1+L2) se sont élevés pour la saison 2020/2021 à 684,2 M€, dont 645,6 M€ pour la Ligue 1 et pour la saison 2019/2020 à 759,7 M€, dont 737,7 M€ pour la Ligue 1.

#### Point sur le recours contre la LFP

L'Olympique Lyonnais a pris acte du rejet, par le Tribunal Administratif de Paris, du recours indemnitaire engagé contre la LFP et se réserve le droit de faire appel de cette décision devant la cour administrative d'appel de Paris.

## 4/ PERSPECTIVES POUR L'EXERCICE 2021/22

#### Retour du public au stade

Grâce à l'essor progressif de la vaccination et la mise en place du pass sanitaire, le Groupe peut désormais envisager une reprise des activités sportives et événementielles au Groupama Stadium.

Après avoir été précurseur dans la campagne de vaccination en proposant son stade dès début avril 2021 comme centre de vaccination temporaire puis permanent (plus de 200 000 vaccinés à date), OL Groupe a mis en place une intense campagne d'informations autour du Pass Sanitaire. Cet outil, qui a d'ores et déjà contribué à retrouver du public dans le stade lors des matchs amicaux du 17 juillet dernier, devrait permettre d'accueillir de plus en plus de supporters au sein du site d'OL Vallée.

#### Excellence sportive des équipes professionnelles

Avec l'arrivée du nouvel entraîneur de l'équipe masculine, Peter Bosz, et un effectif solide et performant, l'Olympique Lyonnais entend jouer un rôle de premier plan, tant en Championnat de Ligue 1 que sur la scène européenne. Le club retrouvera cette saison les compétitions européennes avec une 24<sup>ème</sup> participation en Coupe d'Europe depuis 1997/98 (23 qualifications consécutives jusqu'à la saison 2019/20, arrêtée prématurément), en Europa League cette saison.

Peter Bosz, bénéficie d'un profil en parfaite adéquation avec la culture de l'Olympique Lyonnais. Ses expériences passées, notamment à l'Ajax Amsterdam, ont montré sa volonté d'intégration des jeunes et des objectifs de performance ambitieux.

L'équipe féminine, 2<sup>ème</sup> du Championnat 2020/21 (après 14 titres consécutifs), et quart de finaliste en Champions League (après 7 victoires dont 5 de rang), a pour objectif un 15<sup>ème</sup> titre de Champion de France et une 8<sup>ème</sup> victoire en Champions League.

Sonia Bompastor, nommée entraîneur de l'équipe féminine fin avril 2021, est la 1<sup>ère</sup> femme à occuper cette fonction au sein de l'Olympique Lyonnais. À la tête de l'Academy féminine depuis 8 ans, elle bénéficie également d'un passé sportif de très haut niveau avec l'OL et avec l'équipe de France.

Lyon, le 22/07/21

### Programmation riche de grands événements au Groupama Stadium

Sous réserve de l'évolution des mesures gouvernementales, la programmation au Groupama Stadium devrait être particulièrement riche sur l'exercice 2021/22 avec le match France-Finlande le 7 septembre 2021, le festival Felyn en juin 2022, le concert de Soprano (11 juin 2022), le concert privé de Groupama avec 40 000 sociétaires Groupama (juin 2022), le concert d'Indochine (le 25 juin 2022, report de 2021, sold out avec 75 000 personnes). Au-delà de cet exercice, le Groupama Stadium accueillera les concerts de Rammstein (les 8 & 9 juillet 2022, report de 2021, 100 000 personnes attendues sur 2 jours), de Mylène Farmer (24 juin 2023), 5 matchs de la Coupe du Monde de Rugby (septembre/octobre 2023) et des compétitions dans le cadre des Jeux Olympiques de Paris 2024.

### 5/ OL VALLÉE – NOUVELLE ARENA

Le site d'OL Vallée est en cours de finalisation avec l'ouverture du pôle de loisirs de 23 000 m<sup>2</sup> le 9 juin 2021. Les 17 enseignes du pôle de loisirs combinent à la fois espaces récréatifs, sportifs et culturels, ainsi qu'une offre de restauration de proximité pour les riverains et visiteurs et contribuent à l'expérience visiteurs autour du Groupama Stadium.

Le Groupe poursuit également activement l'implantation d'une nouvelle salle événementielle sur le site d'OL Vallée, d'une capacité de 12 000 à 16 000 personnes. Cette nouvelle enceinte, dont la conception/construction a été confiée au Groupement POPULOUS (architecte) et 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 de finalisation avec pour objectif un démarrage des travaux en fin d'année civile 2021 et une mise en exploitation fin 2023 (avis favorables rendus en juin 2021 suite aux enquêtes publiques ; vote attendu de la Métropole pour la révision du PLU\_H fin septembre). Cette infrastructure ultra moderne et connectée, sera la plus grande salle de province et 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). En juin 2021, le Board de l'Euroleague a validé la qualité de membre permanent de LDLC ASVEL au sein de cette ligue européenne semi-fermée de basket à compter de la saison 2021/22. LDLC ASVEL a par ailleurs réalisé le doublé Coupe/Championnat en 2020/21 pour la deuxième fois après 2018/19.

*« 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, ainsi que des facteurs de risques détaillés au sein du Document d'Enregistrement Universel 2019/20 et du Rapport Semestriel au 31 décembre 2020 d'OL Groupe. »*

Prochain communiqué : Résultats de **l'exercice 2020/21**, le 26 octobre 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](mailto:investisseurs@ol.fr)

[www.ol.fr](http://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

Lyon, le 22/07/21

**ANNEXES****RÉSULTATS SPORTIFS 2020/21**

	ÉQUIPE MASCULINE	ÉQUIPE FÉMININE
CHAMPIONNAT	4 <sup>ème</sup>	2 <sup>ème</sup>
EUROPE	-	1/4 CHAMPIONS LEAGUE (contre le PSG)
COUPE DE FRANCE	1/4 (contre Monaco)	Compétition arrêtée définitivement le 24/03/21

**MERCATO D'ÉTÉ À DATE****Prêts (sorties) jusqu'au 30 juin 2022**

- Yaya Soumaré - Dijon
- Cenk Ozkaçar - Louvain (Belgique)

**Cessions**

- Melvin Bard à l'OGC Nice, 3 M€ + 2 M€ d'incentives maximum + 20 % sur une plus-value future