



PARIS SAINT-GERMAIN
RAPPORT ANNUEL 2018



Le mot du Président

VAINCRE ET SÉDUIRE : CES DEUX MOTS NOURRISSENT NOTRE PROGRAMME ET NOTRE AMBITION.

Deux lignes directrices qui guident l'action de chaque acteur du Paris Saint-Germain, des terrains de football aux parquets de handball, des tatamis aux arènes e-sport, des plus jeunes aux plus confirmés. Au siège du Club, du marketing à l'événementiel, du merchandising aux finances, des réseaux sociaux au sponsoring, sans oublier l'oeuvre fondamentale de la Fondation, toutes et tous s'attachent à vaincre et à séduire. Jour après jour.

L'année 2018 aura dessiné une très grande année sur tous les terrains, là où toutes nos équipes poursuivent leur rêve d'une consécration européenne. S'il reste encore des marches à franchir, le chemin emprunté, celui de la persévérance, forge notre conviction profonde que tous ces efforts finiront par trouver leur récompense.

De nouveaux joueurs sont arrivés quand d'autres poursuivent leur progression spectaculaire au sein de groupes où cohabitent certaines des plus grandes stars internationales du sport. Dans chaque section, de nouveaux entraîneurs et leur staff apportent une nouvelle approche, entre expertise tactique et sens des relations humaines. Autant d'ingrédients pour espérer franchir de nouvelles étapes. Au Paris Saint-Germain, la culture de la victoire se développe, saison après saison, devenant l'ADN de ce club à nul autre pareil.

Nous voulons vaincre autant que nous voulons séduire. Séduire nos fans, nos partenaires, nos clients, nos amis et nos followers du monde entier, toujours plus nombreux et toujours plus passionnés. De la Chine aux États-Unis, en passant par le Brésil, l'Afrique et le Moyen-Orient, la communauté Rouge et Bleu étend son rayonnement, touchant particulièrement le coeur de la jeunesse.

Pour les séduire, le Paris Saint-Germain s'appuie sur la force de son projet sportif, mais également sur sa volonté d'explorer de nouveaux territoires, ceux des créateurs de mode et des artistes qui unissent leur talent et leurs inspirations à l'univers du Club de la plus belle ville du monde.

Notre rapport 2018 va vous retracer l'actualité et l'activité du Paris Saint-Germain dans toutes ses dimensions. Il y sera question de nos ambitions, de nos créations, de toute cette énergie déployée pour faire du projet Paris Saint-Germain le plus innovant et le plus rassembleur du football moderne. En feuilletant ces pages, vous allez plonger dans les coulisses d'un club déterminé à vaincre. Et à vous séduire.

Nasser Al-Khelaïfi
Président-directeur général



Football Masculin

UN RÈGNE SANS PARTAGE

Si le plus difficile n'est pas d'arriver au sommet mais de s'y maintenir, le Paris Saint-Germain est en passe de réussir ce défi. Vainqueur de toutes les compétitions nationales en 2017-2018, le ciel semble être la seule limite du Paris Saint-Germain !

DE RECORDS EN RECORDS

Les Rouge et Bleu ont réalisé une véritable razzia sur la scène nationale, confirmant leur mainmise totale sur le football hexagonal. Champion de France pour la 7e fois et vainqueur d'une 12e Coupe de France (2-0 contre Les Herbiers) et d'une 8e Coupe la Ligue (3-0 contre Monaco), le Paris Saint-Germain continue de se construire un palmarès de légende.

13

points d'écart avec le 2e (Monaco) en Ligue 1

108

Buts inscrits (Meilleure attaque du championnat)

29

buts encaissés (Meilleure défense du championnat)

170

buts en 246 matchs pour Edinson Cavani (Nouveau record du club)

Rarement une équipe n'aura été aussi dominante que celle du Paris Saint-Germain en 2017-2018. Les coéquipiers de l'emblématique Thiago Motta, parti à la retraite à la fin de la saison et désormais entraîneur des U19 Rouge et Bleu, ont remporté tous les titres nationaux en proposant un jeu extrêmement offensif. Avec 108 buts marqués, le club s'est placé à la 2e place des attaques les plus prolifiques de l'histoire du championnat, le record datant toujours de 1959-1960 avec les 118 buts du Racing Club de Paris !

4

victoires consécutives en Coupe de France (performance inédite en France)

01. Football Masculin

INVINCIBLES !

Les Parisiens réalisent un début de championnat tout simplement extraordinaire. Sous l'impulsion de leur nouvel entraîneur, Thomas Tuchel, les Rouge et Bleu n'ont toujours pas connu la défaite en Ligue 1. Mieux, ils ont établi un nouveau record de victoires consécutives ! Tout en continuant à faire de l'Europe le territoire de leurs plus hautes ambitions.

UNE ALCHEMIE PARFAITE

Thomas Tuchel a réussi à assembler un puzzle redoutable en faisant cohabiter des pièces maîtresses telles que Neymar Jr, Mbappé, Cavani, Thiago Silva ou Verratti, avec des jeunes joueurs issus du centre de formation comme Colin Dagba, Stanley N'Soki ou Moussa Diaby. Les premiers brillent par leur talent et leur expérience tandis que les seconds apportent fraîcheur et une détermination, déjà, à se montrer le plus compétitif possible.

14

victoires consécutives lors des 14 premières journées du Championnat

114

joueurs (sur 445) ont été formés au club depuis 1970

18

matchs sans défaite (15 victoires, 3 nuls) contre Marseille, série en cours

176

sélections en équipe nationale pour l'Italien Gianluigi Buffon, un record pour un joueur européen

Le Paris Saint-Germain a continué de surfer sur l'euphorie née de la victoire de l'équipe de France en Coupe du monde. Avec ses trois représentants (Mbappé, Kimpembe, Areola), qui ont présenté le trophée devant un public du Parc des Princes aux anges, et de nouvelles recrues telles que le jeune Allemand Thilo Kehrer, le défenseur espagnol Juan Bernat et l'international camerounais Eric-Maxim Choupo-Moting, le club parisien a prolongé la magie de l'été russe en empilant les succès.

01. Football féminin

Grâce à un succès contre Lille (2-1), le Paris Saint-Germain a effacé le record du grand Tottenham du début des années 1960 en devenant le premier club des cinq grands championnats européens à remporter 12 victoires de rang ! Depuis, les Parisiens ont porté la marque à 14 avant de concéder le nul à Bordeaux (2-2), le 2 décembre. Forteresse imprenable en France, Paris vise évidemment le sacre suprême sur le Vieux Continent. Qualifié pour les huitièmes de finale en s'extirpant d'une poule extrêmement relevée (Liverpool, Naples, Etoile Rouge Belgrade), le Paris Saint-Germain conserve sa détermination à bousculer les lignes de la hiérarchie européenne.

30

Kylian Mbappé a été le 1er joueur de moins de 20 ans à atteindre les 30 buts en Ligue 1 sur les 45 dernières saisons.

02.

Football Féminin

ENFIN SACRÉES !

Après de nombreuses années à tutoyer le succès, l'équipe féminine du Paris Saint-Germain a décroché un titre en remportant la finale de la Coupe de France contre l'éternel rival lyonnais. Le début d'une passation de pouvoir ?

DES FILLES EN OR

Leur obstination a fini par payer. En battant l'Olympique Lyonnais (1-0) en finale de la Coupe de France, le 31 mai 2018, à Strasbourg, les Parisiennes ont apporté un premier trophée à la section féminine du Paris Saint-Germain sous l'ère QSI. Et ce n'est sûrement que le début.

2e

Coupe de France de l'histoire du club après celle conquise en 2010

2e

du championnat de France de division 1 féminine (pour la 6e fois sur les 8 dernières saisons)

21

buts pour Marie-Antoinette Katoto, deuxième meilleure buteuse du championnat

01. Football Féminin

1

but encaissé sur les 6 matchs du parcours victorieux en Coupe de France

À quelques mois de la Coupe du monde féminine, dont le coup d'envoi sera donné le 7 juin 2019 au Parc des Princes, les joueuses du Paris Saint-Germain continuent de jouer leur rôle de locomotive en France. Toujours au coude à coude avec leurs rivales lyonnaises, elles terminent la saison à la 2e place du championnat, synonyme d'un retour tant attendu en Ligue des champions.

Signe du nouvel essor pris par le football féminin, et particulièrement par les joueuses du Paris Saint-Germain, ces dernières ont participé à une grande tournée aux Etats-Unis l'été dernier. Une internationalisation qui en dit long sur le standing acquis par les Parisiennes.

225

matchs sous le maillot parisien pour l'emblématique Laure Boulleau

LES BATTANTES

Les années passent et les joueuses du Paris Saint-Germain continuent de se battre pour atteindre le sommet. Plus que jamais en course pour le titre national, les Rouge et Bleu sont également lancées comme des fusées en Champions League, où elles affronteront les Anglaises de Chelsea lors des quarts de finale programmés en mars 2019.

UN RYTHME EFFRÉNÉ

Sur les talons de l'OL en championnat, les Parisiennes ont marqué leur retour en Ligue des Champions de la plus fracassante des manières en ne signant que des victoires !

5

de l'effectif ont déjà porté le maillot de l'équipe de France A (26 depuis 2011)

4e

participation aux 1/4 de finale de la Ligue des Champions sur les 5 dernières saisons

01. Football Féminin

17

butts inscrits par Marie-Antoinette Katoto sur les 15 premiers matchs (1,13 but par match)

86

sélections et 25 butts en équipe nationale pour Wang Shuang (23 ans)

Désormais coachées par Olivier Echouafni, les joueuses du Paris Saint-Germain ambitionnent de faire au moins aussi bien que la saison passée. En recrutant des pointures internationales comme la Brésilienne Daiane, la Danoise Bruun et la Chinoise Wang Shuang, élue meilleure joueuse asiatique de l'année 2018, le club s'est de nouveau donné les moyens de ses ambitions.

Des ambitions légitimées par un succès populaire qui ne fait que grandir... Le 18 novembre, un pic de 836 000 téléspectateurs ont suivi le choc Paris Saint-Germain-Olympique Lyonnais, un match également regardé par 8 700 supporters au Stade Jean Bouin. Des chiffres qui confirment l'exposition et la popularité croissantes du football féminin !

1er

Le choc du 18 novembre était le premier match de D1 féminine diffusé en prime time (sur Canal +)

03.

Handball

DE MAIN DE MAÎTRE

Le Paris Saint-Germain Handball a vu triple en 2017/2018. Vainqueurs du Championnat, de la Coupe de France et de la Coupe de la Ligue, les partenaires de Nikola Karabatic ont marqué la saison au fer rouge. Et bleu.

LA DYNASTIE PARISIENNE

Ce triplé, que seul Montpellier avait réalisé par le passé, s'inscrit dans la progression constante d'une équipe appelée à marquer l'histoire du handball. Entre les stars mondiales (Omeyer, Hansen, Abalo, Gensheimer) et les nouvelles étoiles (Remili, Sagosen), le Paris Saint-Germain n'a jamais autant fait briller les parquets.

03. Handball

2e

victoire en Coupe de la Ligue (bat Toulouse 40-30 en finale)

4e

victoire en Coupe de France (bat Nîmes 32-26 en finale)

5e

titre de champion de France (le 4e consécutif)

0

défaite à domicile toutes compétitions confondues

Même s'il n'a pas réussi à conquérir la Ligue des champions tant désirée, le Paris Saint-Germain était encore présent au Final Four de la compétition européenne, et ce pour la 3e fois de rang. Un exploit que seuls 4 clubs avaient réussi à accomplir auparavant.

C'est cette régularité dans la performance au plus haut niveau qui frappe les esprits. Les Rouge et Bleu ne sont pas une équipe de « coups », ils excellent du premier au dernier match de la saison.

84%

de victoires sur l'ensemble de la saison, toutes compétitions confondues

UN DÉPART EN FANFARE

Jamais grisé par ses propres succès, le Paris Saint-Germain est reparti sur des bases extrêmement élevées cette saison, que ce soit en France ou en Europe.

REPOUSSER SES LIMITES

Invaincus en championnat et auteur d'un quasi sans-faute en Ligue des Champions, les partenaires de Luc Abalo développent une qualité de jeu rarement vue à ce niveau, les fabuleux solistes parisiens se mettant tous au diapason pour que l'orchestre rouge et bleu ne commette aucune fausse note.

9

consécutives en 10 matchs de Ligue des Champions

03. Handball

0

Défaites à domicile toutes compétitions confondues

408 / 326

Meilleure attaque et meilleure défense du championnat

Malgré le départ à la retraite de Daniel "Air France" Narcisse, qui reste toutefois dans l'encadrement du club, le Paris Saint-Germain entend bien continuer de planer sur la Starligue et sur l'Europe. Désormais coachés par l'Espagnol Raul Gonzalez Gutierrez, les Rouge et Bleu sont de plus portés par l'enthousiasme des jeunes joueurs formés au club.

Et quel plus beau cadeau offrir à l'emblématique Thierry Omeyer, qui prendra sa retraite à la fin de la saison, qu'une victoire en Ligue des Champions ? Mais avant de rejoindre l'encadrement sportif du club, le gardien de but aura son rôle à jouer face aux meilleures attaques d'Europe pour permettre à ses coéquipiers de réaliser leur rêve ultime.

34

matchs sans défaite à domicile en Ligue des Champions, série en cours



Judo

LE PARIS SAINT-GERMAIN, CEINTURE NOIRE DE LA DISCIPLINE

Un an après son retour dans le judo, le club parisien pèse déjà très lourd sur les tatamis. Toujours guidé par Teddy Riner, véritable légende du sport du XXI^e siècle, le Paris Saint-Germain pose les bases de ses futurs ippons...

UN DOUBLE OBJECTIF

Avec la création d'une école de judo dans le XIII^e arrondissement de la capitale, le Paris Saint-Germain annonce la couleur. La couleur d'un double objectif extrêmement ambitieux : préparer les meilleurs espoirs de la discipline aux Jeux Olympiques de Paris en 2024. A ce titre, la présence de Teddy Riner, double médaillé d'or aux JO (2012, 2016), ne pourra que les inspirer...

04. Judo

Mais la formation de l'élite ne suffit pas au club parisien qui, une nouvelle fois, prouve son ouverture avec ce dojo qui sera accessible à tous les publics. Femmes, seniors, enfants (et notamment ceux des quartiers défavorisés) sont tous les bienvenus pour pratiquer le judo dans l'enceinte Rouge et Bleu.

En réactivant sa section judo, qui avait déjà connu une brillante destinée entre 1992 et 2002 quand elle était portée par les champions olympiques Djamel Bouras et David Douillet, le Paris Saint-Germain réaffirme son ambition d'être l'un des plus grands clubs multisports au monde. Pour cela, le club parisien dispose d'une véritable pépite.

A 17 ans, Faïza Mokdar représente l'avenir de la discipline chez les filles. Cette saison, elle a réussi l'exploit inédit de remporter tous les titres nationaux dans trois catégories différentes ! La future héritière de Teddy Riner ? S'il est bien trop tôt pour le dire, on peut compter sur le Paris Saint-Germain pour couvrir précieusement son grand espoir. Tout comme l'ensemble de sa pépinière de talents...

05. Esport

MAÎTRES DU JEU

Victorieux sur les pelouses, les parquets et les tatamis, le Paris Saint-Germain gagne aussi manettes en mains. Depuis la création de sa section e-sport, le club parisien s'est bâti une dream team de gamers qui sillonnent la planète pour faire triompher les couleurs rouge et bleu sur les consoles.

DOTA 2 : LE PARI GAGNANT

En engageant des gamers asiatiques parmi les plus réputés de l'e-sport (les Chinois Wang 'Ame' Chunyu, Lu 'Maybe' Yao, Yang 'Chalice' Shenyi, Xu 'Fy' Linsen et le Malaisien Jian Wei 'xNova' Yap), le Paris Saint-Germain avait pour objectif de briller sur Dota 2, l'un des jeux les plus populaires de l'eSport particulièrement en Asie. Pour y parvenir, il s'est associé avec la formation LGD Gaming, géant chinois de l'e-sport, ce qui lui permet de poursuivre son internationalisation dans une région stratégique de développement pour le Club.

Avec en moyenne plus de 500.000 joueurs connectés simultanément, Dota 2 est l'un des jeux qui séduit le plus les adeptes de l'e-sport.

05. *Esport*

Autant dire que le Paris Saint-Germain a vu juste en relevant ce challenge. Et les résultats ne se sont pas faits attendre puisque l'association PSG.LGD a remporté son premier titre international à Moscou le 6 mai 2018 lors du Epicenter XL, l'un des neuf Majors à un million de dollars, avant de récidiver deux semaines plus tard à Changsha en Chine.

Ce double succès a permis au club de se qualifier pour The International, le très célèbre championnat du monde de la discipline. L'équipe Rouge et Bleu réussira la remarquable performance de se classer deuxième de ce tournoi qui offrait le plus gros cashprize de l'histoire de l'e-sport, soit 25 millions de dollars. En 2018, PSG.LGD compte 23 victoires sur 32 games compétitives soit un ratio de victoire de 72%.

Notre équipe PSG.LGD possède beaucoup de fans à travers l'Asie et ailleurs. Lors du grand tournoi The International, près de 20 000 fans étaient présent pour encourager l'équipe du Paris Saint-Germain. Le PSG.LGD est également présent sur les réseaux sociaux Asiatiques comme Weibo avec une forte communauté de plus d'1 000 000 d'abonnés.

LES AUTRES JEUX : UNE EXPANSION

Pour autant, le Paris Saint-Germain n'en oublie pas de mener également des batailles victorieuses sur d'autres fronts de jeux très prisés comme Rocket League avec une équipe ayant remporté le DreamHack Open Leipzig 2018 ou encore FIFA. Pour briller dans ce dernier, le club parisien est représenté par plusieurs joueurs à travers le monde, dont Lucas 'DaXe' Cuillerier, grand gagnant de l'ESWC en 2017 et 2018. DaXe a déjà une année 2019 très prometteuse car il est qualifié pour de nombreuses compétitions, à Paris, à Londres et enfin Bucarest.

Le PSG ESPORTS compte près de 150 000 followers sur les réseaux sociaux, le club de la capitale est suivi dans le monde entier et ce sur tous les continents. De l'Asie au Qatar en passant par le Brésil, les joueurs qui représentent l'équipe sont également très populaires ; Corentin 'Rocky' Chevreau compte 60 000 followers sur Twitter, notre joueur Qatari Ahmed 'Aameghessib' Al-Meghessib est suivi par près de 13 000 personnes.

1er
club de football à s'investir sur DotA2

15
millions de streamers sur la finale The International 2018

05. Esport

2

Trophées majeurs gagnés cette année sur DotA2 : Epicenter Moscow et MDL Changsha

1er

Tournoi majeur remporté par l'équipe Rocket League : DreamHack Leipzig

06.

La Formation

LA PERFORMANCE DANS L'ACCOMPAGNEMENT

Le centre de formation du Paris Saint-Germain n'a pas uniquement vocation à former des joueurs. Il forme également des hommes grâce à un encadrement scolaire de haut niveau et à une éducation basée sur les valeurs chères au club.

LES FRUITS DE LA PASSION

Les éducateurs du Paris Saint-Germain peuvent être fiers de leurs jeunes élèves. Depuis quelques années, le club parisien performe dans les compétitions de jeunes grâce au travail réalisé en amont par les formateurs Rouge et Bleu. Et un nombre croissant de ces jeunes intègre l'effectif de l'équipe première.

70

joueurs au centre de formation cette saison

17

professionnels parmi les jeunes du centre cette saison

114

joueurs issus du centre ont déjà joué en équipe première dans l'histoire. Et 12 d'entre eux ont porté le maillot de l'équipe de France.

24

joueurs formés au club évoluent dans l'un des 5 grands championnats européens cette saison

06. La formation

La méthode du Paris Saint-Germain en terme de formation a fait ses preuves. Véritable référence au niveau national, le club fait désormais partie des meilleurs en Europe. L'Observatoire Européen du Football l'a ainsi récemment classé à la 5e place des centres de formation. Ce classement mesure le nombre de joueurs formés par les clubs évoluant actuellement dans les 5 grands championnats.

Ce classement, ainsi que les performances dans les catégories de jeunes depuis 2016 (2 championnats de France U17, 1 championnat de France U19, une place en finale de l'UEFA Youth League U19) constituent le sommet de la pyramide. Mais tout part de la base : ce sont ces éducateurs passionnés, dévoués, motivés et compétents qui, dans l'ombre, œuvrent tous les jours pour permettre aux espoirs du club de briller en pleine lumière.

11

joueurs, sur les 28 qui composent l'effectif parisien cette saison, sont passés par le centre de formation

07.

Association Paris Saint-Germain

INCARNER LES VALEURS DU FOOTBALL AMATEUR

L'Association Paris Saint-Germain recrute, forme et encadre les meilleurs joueurs et joueuses amateurs de football de la région parisienne. Ses 557 joueurs évoluent dans 37 équipes des plus jeunes aux seniors.

UNE PRÉSENCE TOUT TERRAIN

Chaque week-end, l'Association porte les couleurs du PSG dans toutes les catégories d'âge avec des équipes performantes. Les résultats des équipes de l'Association leur permettent de figurer chaque saison dans les meilleurs championnats d'Ile de France, région réputée pour être la plus compétitive de France.

715

Licenciés, 45 de plus qu'en 2015-2016

07. Association Paris Saint-Germain

557

Joueurs et joueuses

49

Éducateur diplômés

56

Participations à des tournois nationaux ou internationaux

Structure historique du club, l'Association a pour mission de développer la pratique du football pour tous. Des moins de 7 ans aux vétérans, ce ne sont pas moins de 37 équipes qui composent cette grande famille de passionnés Rouge et Bleu. Dans son souci d'excellence, notamment sur la formation des jeunes jusqu'à 13 ans qui constituent les équipes premières du club, l'Association Paris Saint-Germain renforce chaque année son organisation et ses outils technologiques pour parfaire ses méthodes d'entraînement.

4

Jeunes joueurs issus de l'association ont été retenus en préformation par le centre de formation

Ces améliorations techniques constantes, associées au savoir-faire humain des éducateurs, ne pouvaient être que couronnées de succès. Ainsi 26 équipes de jeunes (des U7 aux U13) ont reçu les plus hauts labels de la part de la Fédération Française de Football : 7 pour les écoles de filles (Label OR) et 19 pour les garçons (Label Elite). Cette reconnaissance unanime de la qualité de la formation parisienne est par ailleurs confirmée par la participation des plus grands clubs européens (Juventus Turin, Chelsea, Atletico Madrid) au tournoi organisé chaque année par l'Association Paris Saint-Germain.

1 Champion du monde

Presnel KIMPEMBE a rejoint l'Association PSG à son plus jeune âge pour ensuite brandir le trophée de la Coupe du Monde FIFA.



Le centre d'entraînement

UNE PIÈCE MAÎTRESSE

A l'image du Parc des Princes, symbole de l'identité du Paris Saint-Germain, le nouveau PSG Training Center constituera l'un des piliers du club.

TOUT POUR L'EXCELLENCE

Le nouveau PSG Training Center, futur écrin de 74 hectares bâti à Poissy, servira de base de lancement aux futurs succès du club. Dans sa volonté de tout mettre en œuvre pour devenir l'un des plus grands clubs multisports au monde, le Paris Saint-Germain dispose désormais d'un immense atelier d'excellence pour y parvenir.

1000

emplois créés en phase de construction

180

sportifs accueillis à l'année

17

terrains de football

1

stade de 5000 places

C'est en équipe que le Paris Saint-Germain, les collectivités partenaires, notamment le Département des Yvelines, Grand Paris Seine & Oise et la Ville de Poissy font du Training Center un tremplin pour imaginer de nouveaux projets et aménagements sur le territoire. Création d'emplois, mobilisation des entreprises locales, aménagements communs : la recherche de bénéfices partagés constitue l'une des clés de la réussite du Training Center.

Le club Rouge et Bleu bénéficiera d'infrastructures innovantes pour permettre à ses équipes premières de s'entraîner dans les meilleures conditions tout en créant un terrain des plus favorables à l'éclosion de ses jeunes talents.

08. *Le centre d'entraînement*

Footballeurs, handballeurs et judokas cohabiteront en parfaite harmonie alors que les footballeuses profiteront du centre Ooredoo, qui deviendra le centre d'entraînement et de formation le plus performant au monde pour une équipe féminine de football.

30

hectares du complexe sportif seront aménagés en espaces verts

09.

Les spectateurs

PLUSIEURS PUBLICS, UNE MÊME PASSION

Ils sont de plus en plus nombreux, de plus en plus fervents, de plus en plus fidèles. Les supporters du Paris Saint-Germain, qu'ils viennent entre amis ou en famille, avec leurs enfants au Junior Club, en loges VIP, ou qu'ils soient membres des groupes de supporters les plus assidus, chantent tous de la même voix.

UN PARC DES PRINCES COMBLE... ET COMBLÉ

L'année prochaine, cela sera difficile de faire mieux. En progression constante depuis des années, l'affluence dans le stade Rouge et Bleu a atteint son apogée cette saison puisque le Paris Saint-Germain a disputé toutes ses rencontres à domicile à guichets fermés ! Et le soutien de plus en plus inconditionnel des fans se vérifie aussi en déplacement...

1.200.000

spectateurs sur l'ensemble de la saison au Parc des Princes

35700

abonnés à l'année, record du club (vs 8500 en 2011)

1300

entreprises représentées sur chaque match

4133

membres du Junior Club (enfants de 7 à 14 ans)

09. Les spectateurs

9780

kilomètres parcourus par les supporters en déplacement en 2017-2108

47929 sièges, soit la capacité totale du stade, remplis toute l'année. C'était l'un des objectifs des dirigeants du Paris Saint-Germain, c'est devenu une réalité. Le club de la capitale a réussi l'exploit, par ses performances sportives et par les valeurs qu'il véhicule, d'afficher sold out sur la durée d'une saison entière.

Au cœur des supporters Parisiens, les ultras, qui ont prouvé leur attachement sans faille par leurs chants passionnés, leurs tifos hors du commun, et leur ferveur. Une reconnaissance qui va au-delà des différentes enceintes parisiennes puisque les fans du Paris Saint-Germain ont su conquérir le respect du public de Liverpool lors d'un déplacement à Anfield, une référence mondiale en terme d'ambiance. «Les fans des reds ont salué leurs homologues parisiens en les applaudissant chaleureusement à la fin de la rencontre» (20 Minutes)

Les supporters répondent également présents pour donner de la voix lors des matchs des handballeurs à Coubertin ou pour soutenir les féminines. Plus que jamais le Paris Saint-Germain est une grande famille, et c'est bien ce qu'ont compris les parents, de plus en plus nombreux à amener leurs enfants au Parc des Princes. Là, tout est mis à disposition dans le Junior Club pour que les petits supporters puissent vibrer à leur façon avec de nombreux jeux et activités organisées pour eux.

10. Les abonnés et les hospitalités

UN PARC DES PRINCES COMBLE... ET COMBLÉ

Le Paris Saint-Germain soigne ses abonnés et ses clients VIP avec des programmes taillés sur mesure. Cette année encore, le Parc des Princes a inauguré de nouveaux espaces et mis en place des services additionnels pour satisfaire l'ensemble de ses abonnés.

DE NOUVEAUX ESPACES DE CONVIVIALITÉ

En plus de l'ouverture d'un nouveau salon hospitalités en Tribune Paris – le Salon Monceau, une zone de convivialité a été inaugurée pour les abonnés du Club Premier qui bénéficient désormais d'une prestation gratuite de restauration.

10. Les abonnés et les hospitalités

Du côté des abonnés grand public, l'espace Duplex a été étendu pour y inclure une zone de convivialité réservée exclusivement à des Comité d'entreprises.

154

sièges du Salon Monceau pour des clients B to B

5022

sièges hospitalités (10 % de la capacité totale du Parc des Princes)

160

invités à la première Garden Party dans le Parc des Princes

130

clients présents à l'Afterwork, organisé dans le Skybar du stade

DES SERVICES DIGITAUX POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

De nouveaux outils digitaux ont été mis en place pour faciliter le parcours client des supporters. L'application « Mon Abo », nouvel indispensable des abonnés du Parc des Princes, leur permet de gérer toutes les modalités de leur abonnement. Qu'ils souhaitent prêter, donner ou revendre leur billet... la gestion de leur place n'a jamais été aussi simple et aussi accessible grâce à des notifications en temps réel.

Une plateforme web de vente dédiée aux groupes et aux sociétés a vu le jour alors que l'application officielle du Club s'est dotée de deux nouvelles fonctionnalités destinées aux abonnés : une assistance via « chat » et un onglet « Networking » pour développer et faciliter les interactions entre abonnés hospitalités.

UNE PROXIMITÉ ENTRETENUE

Dans le but de fidéliser ses abonnés hospitalités et leur permettre de se rencontrer et d'échanger en dehors du simple contexte des matches, le Club leur propose de participer à des événements spécialement imaginés pour eux tout au long de l'année.

10. *Les abonnés et les hospitalités*

Dîner de gala au Pré Catelan, tournois de poker, soirées œnologie en présence de sommeliers mondialement reconnus, petit-déjeuner business en présence de représentants du Club ou projection de film pour les enfants de clients : le Paris Saint-Germain rivalise d'inventivité pour créer du lien entre le club et ses clients. Pour la première fois cette année, un afterwork a été organisé au Skybar afin de promouvoir les échanges professionnels entre clients hospitalités. Une première cette année également : une Garden Party de fin de saison a été organisée sur les abords de la pelouse du Parc des Princes. Barbecue, DJ, Photobooth, tous les ingrédients étaient réunis pour cet événement informel et détendu.

II. Le stade

LE LIEU DE TOUTES LES EXPÉRIENCES

Entièrement rénovée, la légendaire enceinte du Parc des Princes accueille une exceptionnelle diversité d'évènements, qu'ils soient confidentiels ou à plus grande échelle.

UNE EXPÉRIENCE INOUBLIABLE DANS UN CADRE DE RÊVE

Conférences, workshops, cocktails, événements Club... Le Paris Saint-Germain organise ou accueille toutes sortes de manifestations pour permettre à ses invités de se réunir dans les meilleures conditions tout en découvrant les coulisses du Parc des Princes.

20

salons disponibles pour tous types d'évènements

50

séminaires depuis janvier 2018

UNE DESTINATION CHIC ET SPORTIVE POUR TOUS TYPES D'ÉVÉNEMENTS

Le Parc des Princes est l'enceinte parfaite pour accueillir toutes sortes d'évènements d'entreprises ou à destination de particuliers.

11. *Le Stade*

Avec le retour des séminaires, dont l'activité était suspendue durant les travaux de rénovation du stade, l'enceinte de la Porte d'Auteuil se mue en un lieu de réception idéal. Ses nombreux espaces design et confortables peuvent recevoir tout type de prestation allant de 10 à 1000 personnes, comprenant la location de l'espace, la sécurité, l'accueil, le traiteur et de nombreuses animations au choix.

UN BRIN D'AVENTURE

Le Parc peut également se parer de mystère et de fascination grâce à l'Inside PSG, une aventure immersive qui inaugure pour la première fois au monde une nouvelle génération d'escape game. Les participants, qu'ils soient seuls ou en groupe, ont 90 minutes pour résoudre une intrigue en parcourant librement les espaces emblématiques du Parc : vestiaires, bords pelouse, loges, zone mixte, couloir des joueurs, salle de conférence de presse. Une véritable expérience grandeur nature qui a déjà rencontré un énorme succès auprès de tous les Sherlock Holmes en herbe !

61.000

visiteurs en 42 dates d'Inside PSG

12.

Les fans clubs

UNE COMMUNAUTÉ DE FANS DE PLUS EN PLUS ACTIVE

L'engouement autour du Paris Saint-Germain ne cesse de croître et de nombreux fan clubs fleurissent à travers le monde. Le club parisien fait tout pour entretenir un lien fort avec ses fidèles supporters en organisant des opérations spéciales avec ses fan clubs et les membres de son programme de fidélité.

UN SOUTIEN SANS FRONTIÈRES

Le Paris Saint-Germain est une marque reconnue et célébrée partout dans le monde et chaque membre continue de participer au développement du rayonnement international du club parisien. Cette année encore, 10 nouveaux fan clubs ont vu le jour notamment à Toronto, Québec, San Francisco, Singapour, Hong Kong, etc..

12. *Les Fans Club*

89

fan clubs dans le monde

24

fan clubs en Afrique

18

fan clubs en Europe

14

fan clubs en Asie

Pour rendre aux fans étrangers tout le soutien qu'ils témoignent au Club au-delà des frontières, des rencontres sont organisées sur les déplacements de l'équipe. Lors de sa tournée d'été en Asie, 150 membres des fans clubs originaires de Shenzhen, Canton, Harbin et Shanghai ont pu rencontrer les joueurs à leur hôtel et partager autour de la culture Rouge & Bleu.

Et quand on aime on ne compte pas... les kilomètres. Un fan club de la Réunion a ainsi traversé l'océan pour venir assister à un entraînement des joueurs, échanger avec certains d'entre eux à la fin et visiter le célèbre Parc des Princes. Des expériences riches en émotions qui renforcent encore plus l'alchimie entre les joueurs et leurs fans.

1500

places au Parc des Princes ont été achetées par des fan clubs depuis le début de la saison

DES FANS DE PLUS EN PLUS IMPLIQUÉS

Si les fans du Paris Saint-Germain sont de plus en plus nombreux, ils sont également très impliqués à travers le programme de fidélité MyParis Saint-Germain. Ce dernier leur permet de bénéficier d'opérations spéciales au plus près des matches et des joueurs ainsi que d'une priorité sur l'achat de leurs places en billetterie.

38 189

membres du programme MyParis Saint-Germain

12. *Les Fans Club*

136

enfants sur le 1er tournoi du Junior club

Pour les plus jeunes membres de l'offre Junior Club, ce sont plus de 7 événements qui leur sont dédiés chaque saison. Le tout premier tournoi de football s'est déroulé cette année sur la pelouse du Parc des Princes. Divisés selon leur catégorie d'âge (U10 ou U12), les enfants se sont affrontés sur deux tournois simultanés et sont tous repartis avec un trophée. Un événement festif qui a permis à ces footballeurs en herbe de vivre un moment de rêve sur une pelouse mythique.

13.

Les réseaux sociaux

CHAMPION DE LA CROISSANCE DIGITALE

Le Paris Saint-Germain multiplie les conquêtes sur le terrain du numérique grâce à son positionnement en marque globale et une politique ambitieuse.

UNE PROGRESSION FULGURANTE

Depuis son rachat en 2011, époque à laquelle le Paris Saint-Germain comptait moins d'un million de followers, le club parisien a fait une percée retentissante dans le monde du digital. Les chiffres sont vertigineux. Parmi les plus éloquents : celui qui fait état d'une progression de près de 13 millions de nouveaux fans sur les trois dernières années. Soit la plus forte croissance du Top 10 mondial des franchises de sport !

62,8

millions de followers sur Facebook, Instagram, Twitter et Youtube

35,6

million de fans sur Facebook

109%

de followers en plus sur Instagram depuis août 2017

13. *Les Réseaux Sociaux*

X2

le nombre d'abonnés de la page youtube du PSG a été multiplié par deux par rapport à l'an passé

L'ambition du Paris Saint-Germain est claire et affirmée : devenir le premier club de football au monde sur les réseaux sociaux. Conscient du levier économique considérable que représente l'enjeu digital, le club Rouge et Bleu a frappé un grand coup avec l'arrivée de Neymar Jr, véritable icône planétaire et lui-même grand utilisateur des nouvelles plateformes numériques.

Mais résumer la progression fulgurante du Paris Saint-Germain à la signature du Brésilien serait réducteur. Ce succès est le fruit d'une stratégie parfaitement ciblée. Déclinés en sept langues, les réseaux sociaux du club se démarquent en proposant un contenu toujours plus créatif et engageant pour les fans.

5.2

millions de fans du club sur Facebook en Indonésie, pays le plus représenté devant le Brésil (3.9m)

UNE CRÉATIVITÉ SANS LIMITE

A l'heure du numérique le Paris Saint-Germain brille également par son inventivité pour capitaliser et développer son image à travers le monde.

HUMOUR ET GLAMOUR

Caméras cachées, coulisses de matchs et d'entraînements, vidéos thématiques autour de Noël et d'Halloween, compilation de gestes techniques ou encore détournement d'une publicité d'Hugo Boss pour annoncer l'arrivée de l'élégant Gianluigi Buffon : tout est mis en place pour créer avec les internautes le plus haut degré d'interactions tout en séduisant les partenaires du Club.

14.

Les audiences

LOCOMOTIVE DES CLUBS FRANÇAIS

Sans surprise, le Paris Saint-Germain est le club qui entraîne les plus fortes audiences télévisuelles en France. Que ce soit en Ligue 1 ou en Ligue des Champions, l'équipe Rouge et Bleu est celle dont on ne veut jamais manquer les prestations !

DES AUDIENCES SURBOOSTÉES

Le pouvoir d'attraction du Paris Saint-Germain se mesure également à travers les audiences TV. Et de ce côté, le club parisien qui est le Club préféré des français** fait largement la course en tête.

4

des 5 meilleures audiences de Ligue 1 sont des matchs incluant le Paris Saint-Germain

L'influence du Paris Saint-Germain rejaillit sur tout le football français, comme le prouve les excellentes audiences TV de la saison 2017-2018. La présence dans l'effectif du prodige brésilien Neymar Jr et l'éclosion de Kylian Mbappé au rang de nouvelle icône des français, ne sont pas étrangères à cette flambée.

Depuis quelques années le Paris Saint-Germain est le club phare du championnat français. Mais il est également celui qui est le plus suivi et le plus encouragé en Ligue des Champions.

2,5 Millions de téléspectateurs pour OM/PSG

Meilleure audience pour un match de championnat sur la saison 2017-2018

2,1 Millions de téléspectateurs pour PSG/BAYERN

Meilleure audience pour un match de Champions League sur la saison 2017-2018

* chiffres source Nielsen

** étude Satista, Novembre 2018



Jordan

PARIS ET JORDAN : UNE COLLABORATION QUI A DU STYLE

Ce partenariat inédit confirme la place à part occupée par la marque Paris Saint-Germain au carrefour du sport et du lifestyle.

L'ALLIANCE DU STYLE ET DU FOOTBALL À SON FIRMAMENT

Deux marques emblématiques unies pour inspirer les tendances de demain. Le célèbre « Jumpman » orne désormais le maillot parisien. Au-delà du symbole, le partenariat entre le Paris Saint-Germain et Jordan est une première dans l'histoire du football et propulse la marque parisienne au rang des griffes lifestyle créatrices de tendance. Cette alliance se concrétise par une collection de plus de 90 articles la plus complète et innovante lancée par un club de football.

40 000

articles de cette collection vendus dès le premier week-end suivant l'annonce du partenariat entre le Paris Saint-Germain et Jordan

150 000

articles écoulés en seulement un mois (e-commerce et boutiques)

+ de 90

produits proposés dans trois gammes : performance, entraînement et lifestyle

100

coffrets exclusifs contenant des échantillons de la collection envoyés à des personnalités issues du monde du divertissement et de la mode

Athlètes, supporters comme personnalités de la culture contemporaine sont déjà séduits. Grâce à ce partenariat, le Paris Saint-Germain renforce sa présence en Amérique du Nord et en Asie où les réseaux Nike et Jordan sont fortement implantés. Ces points de vente enrichissent un réseau de distribution mondial déjà bien structuré autour de magasins premium comme la toute nouvelle boutique ouverte à Tokyo.

Avec quatre maillots officiels – dont un maillot third résolument novateur – et une collection lifestyle, le Paris Saint-Germain s'impose comme une marque iconique et avant-gardiste qui dépasse les frontières du sport.



Lifestyle

TENDANCES MADE IN PARIS

Le Paris Saint-Germain inspire créateurs et personnalités qui s'approprient son identité et la font rayonner.

A L'AVANT-GARDE DU LIFESTYLE

Sur les podiums, sur les écrans ou dans les magazines, la marque parisienne s'affiche dans le monde entier.

Parmi les nouveaux territoires que le Paris Saint-Germain explore, la mode occupe une place de choix. Outre Jordan, plusieurs griffes incarnant des valeurs communes de style, d'élégance et de coolitude ont collaboré avec la marque parisienne. Pour la deuxième année consécutive, le Paris Saint-Germain a investi les podiums de la Fashion Week de Paris. Après Koché l'an dernier – dont les créations ont fait la couverture de plusieurs magazines lifestyle à l'international – c'est le styliste indien Manish Arora qui a imaginé une collection spéciale, dont les pièces ont été mises en vente début 2019 en Chine et en Inde. Autre collaboration remarquée et à la résonance mondiale : une capsule limitée de vêtements urbains aux couleurs parisiennes développée par la marque japonaise de streetwear Bape. La ligne a été dévoilée en avant-première mondiale le 1er décembre 2018.

Trois pièces exclusives créées conjointement avec la marque de supporters Club 75 ont également été présentées à New York à l'occasion du festival Hypefest, rappelant que le club incarne Paris et ses valeurs à l'étranger.

Parfaite illustration de la rencontre entre la mode et le football, l'exposition « FANATIC FEELINGS – Fashion plays football » qui s'est tenue en marge du salon Pitti Uomo de Florence en juin 2018 a présenté des clichés inédits de Marco Verratti ainsi que des interprétations des maillots signées des designers Christelle Kocher (Koché) et Pierre Kaczmarek (Afterhomework). L'artiste Cyril Kongo a quant à lui déjà apporté sa touche arty au maillot en proposant un flocage coloré en édition limitée pour fêter le dernier titre du club.

Si la marque Paris Saint-Germain inspire les créateurs, elle séduit les stars qui arborent les couleurs du club sur les réseaux sociaux (Beyoncé, Rita Ora, LeBron James, etc.) et se pressent dans les tribunes du Parc des Princes

16. Lifestyle

10%

la part que représente le merchandising dans les recettes du club

+80%

d'augmentation pour les ventes de produits dérivés en deux ans

100

licences officielles, dont 50 à l'international

55.3 millions €

record de chiffre d'affaire merchandising sur la saison 17/18
(13 références proposées dans la capsule lifestyle Paris Saint-Germain développée par Bape)

17.

E-commerce & Retail

LE MERCHANDISING SE LÈVE À L'EST

Le développement des ventes en ligne et l'ouverture de nouvelles boutiques, notamment en Asie, soutiennent la croissance des revenus merchandising et le rayonnement du Paris Saint-Germain à l'international.

PARIS À LA CONQUÊTE DU JAPON

Le Paris Saint-Germain poursuit le renforcement de son réseau de distribution à l'international. L'événement est de taille : avec l'ouverture d'une nouvelle boutique officielle à Tokyo en septembre 2018, le Paris Saint-Germain est devenu le premier club européen à s'implanter sur le marché japonais. Pour y parvenir, le club parisien s'est associé à Edifice, une grande enseigne locale avec laquelle il avait déjà collaboré par le passé. Cette ouverture constitue une première étape dans la stratégie de déploiement d'un réseau de boutiques haut de gamme dans le monde entier, en collaboration avec les concepts stores les plus en vogue. Le Dover Street Market de Singapour a ainsi été le lieu du dévoilement du maillot extérieur de la saison 2018/2019, occasion pour le club de développer également une gamme de produits avec l'artiste local Mark Ong.

+ d'1 million

de passages en caisse dans le flagship des Champs-Élysées en 2018

17. *E-commerce & Retail*

10,1

millions d'euros de chiffres d'affaires sur le e-commerce

+470%

pour les ventes réalisées depuis les Etats-Unis grâce à l'effet Jordan

+80%

pour le chiffre d'affaires des ventes sur mobile

La croissance des ventes à l'international est soutenue par une stratégie e-commerce efficace. Grâce à un panier moyen en augmentation de 10% par rapport à l'année dernière, le chiffre d'affaire e-commerce a bondi de 68% en 2018. L'augmentation de 19% de visiteurs uniques provenant de mobile/tablette prouve bien que le Paris Saint-Germain sait s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation.

En France, le Paris Saint-Germain renforce également son ancrage local avec un troisième magasin sous licence à Rosny, dans l'est parisien, après ceux de Bercy Village et d'Achères. Il vient compléter un réseau national fort de trois boutiques Paris Saint-Germain (Mégastore, Champs-Élysées et Galeries Lafayette) et cinq espaces officiels Go Sport.

18.

Partenaires

SOUS LE SIGNE DE LA FIDÉLITÉ ET DE LA PASSION

Les plus grandes marques continuent d'être séduites par le programme partenariat du Paris Saint-Germain qui a enregistré des renouvellements cette saison encore.

Les partenaires ont eu à cœur de toucher le cœur des fans du monde entier avec, en point d'orgue de la saison, la tournée en Asie qui a été le théâtre de belles activations.

COCA-COLA, AMERICAN EXPRESS, HUGO BOSS: UNE CONFIANCE RENOUVELÉE

Dans la famille Paris Saint-Germain, la fidélité n'est pas un vain mot. Pour preuve, Coca-Cola a prolongé jusqu'en 2021 un partenariat qui l'unit au club parisien depuis 20 ans.

18. Partenaires

Les deux marques iconiques, portées par une passion commune, accompagnent les fans et innovent pour leur faire vivre des moments de plaisir et d'émotion. La campagne #UNISPOURPARIS est venue concrétiser la prolongation de ce partenariat. Le Skybar du Parc des Princes, a été le théâtre de l'officialisation du renouvellement de ce partenariat historique entre le club de la Capitale et l'un de ses plus anciens partenaires. Les invités ont pu bénéficier d'un cadre d'exception décoré aux couleurs de la marque dans cet espace situé sous le toit du Parc des Princes.

D'autres marques prestigieuses ont renouvelé leur engagement. American Express continue de proposer aux supporters un service premium grâce à « La Conciergerie du Parc », lancée en 2015 au cœur des espaces Hospitalités du Parc des Princes.

Hugo Boss reste l'habilleur officiel du club. L'arrivée de Gianluigi Buffon permet à ce partenariat, débuté en 2014 et placé sous le signe de l'élégance, de disposer d'un nouvel ambassadeur de taille. Un contenu digital inédit « Taillé pour Paris » a été réalisé pour célébrer la classe du portier italien, alors qu'un keyshot immortalise Gigi Buffon en costume Hugo Boss devant la skyline de Singapour lors de l'Asia Summer Tour.

Enfin, nouveauté cette année, Hugo Boss a présenté en décembre 2018 une collection capsule PSG x BOSS avec Edinson Cavani en figure principale. Composée de trois produits, cette collection reprend les codes emblématiques du club avec l'élégance minimaliste et chic de la ligne BOSS.

DES ACTIVATIONS POUR LES FANS AUX QUATRE COINS DU MONDE

Un autre partenaire fidèle, EA Sports, a fait de Neymar Jr sa tête d'affiche pour la promotion de son jeu « FIFA 19 édition Champions » lancée le 25 septembre 2018. Cette version de FIFA 19 avec l'image de Neymar JR en cover a été vue près d'1 milliard de fois sur tous supports confondus à travers le monde.

Par ailleurs, lors de la tournée estivale asiatique, un bingo interactif opposant les teams Buffon et Rabiot a donné lieu à des échanges prolongés avec 4 influenceurs asiatiques majeurs originaires de Corée du Sud, Chine, Thaïlande et Vietnam en conclusion de la campagne « Show your love to PSG » d'EA Sports.

18. Partenaires

7

millions de vues sur Facebook et Instagram au cumulé pour le contenu « Taillé pour Paris » réalisé avec Hugo Boss

80

journalistes et personnalités invités à assister à Paris Saint-Germain-Toulouse, lors de la célébration des 20 ans du partenariat avec Coca-Cola

1

millions de vues totalisées par les activations des partenaires lors de l'Asia Summer Tour.

2,5

millions de reach pour les Instagram Stories publiées à l'occasion de l'Asia Summer Tour

3

millions de vues sur les réseaux sociaux des influenceurs asiatiques lors de l'activation EA Sports « Show your love to PSG »

UNE ATTRACTIVITÉ INTACTE

Le Paris Saint-Germain continue d'attirer les nouveaux partenaires qui déploient les grands moyens pour proposer des activations renforçant le lien entre le club, les marques et les supporters.

Côté nouvelles recrues, la plus remarquée est Renault. L'un des plus importants annonceurs français met ainsi sa puissance au service du Paris Saint-Germain et activera son partenariat courant 2019.

Unibet, lui, a déjà frappé : l'un des pionniers du pari sportif en ligne en Europe a célébré son statut de fournisseur officiel du club pour les deux prochaines années avec une campagne 360° dont les fans ont déjà pu apprécier le spot TV. Déclinée en trois formats allant jusqu'à 53 secondes mais également en affichage et sur le digital, la campagne « Nés pour gagner » met en scène Mbappé, Neymar, Cavani, Kimpembe et Marquinhos.

Dans le même secteur d'activité, le club parisien s'est associé, dans le cadre d'un partenariat régional, avec LoveBet, l'un des leaders du pari en ligne en Asie. Afin de garantir à ses partenaires une visibilité la plus ciblée possible, le club parisien collabore avec AIM Sport pour mettre en place au Parc des Princes le Digital Overlay®.

18. Partenaires

Cette technologie permet de géolocaliser les publicités affichées sur les Leds autour du terrain et d'adapter ainsi les messages selon l'audience des diffuseurs.

L'INNOVATION AU SERVICE DE L'ENGAGEMENT

Outre les campagnes traditionnelles, le Paris Saint-Germain et ses partenaires innovent pour associer les fans encore plus étroitement à la vie du club.

Le digital est au cœur de partenariats innovants autour de l'engagement des fans : Hubside leur proposera une solution clé en main de création de site Internet tandis qu'avec la plateforme blockchain Socios.com, le Paris Saint-Germain développera des jetons permettant à leurs détenteurs de participer à la vie du club et d'accéder à des offres exclusives.

25

partenaires répartis en quatre catégories : top sponsors, partenaires officiels, fournisseurs officiels et partenaires régionaux

X10

l'augmentation des revenus sponsoring du club entre 2011 et 2018

1er

club de football au monde à nouer un partenariat stratégique pour développer une crypto-monnaie destinée aux fans avec Socios.com

19.

International

SUMMER TOURS : DE MIAMI À SINGAPOUR

Comme chaque intersaison, le club parisien a pu constater sa popularité mondiale, tout en développant son implantation et en renforçant sa marque aux Etats-Unis et en Asie.

19. *International*

SINGAPOUR, NOUVELLE RAMPE DE LANCEMENT

L'ouverture à l'étranger de deux nouveaux bureaux, accompagné de la concrétisation d'un partenariat régional en Asie, et la première tournée des filles du Paris Saint-Germain ont marqué l'été parisien.

Après trois ans d'absence, le club parisien a fait son retour sur le continent asiatique en marge de l'International Champions Cup. Durant une semaine, Singapour a vécu au rythme du Summer Tour et des nombreuses activations associant toutes les composantes du club – y compris la section eSports – les fans et les partenaires du club. Cette première tournée à Singapour a accompagné l'ouverture du bureau régional Asie-Pacifique du Paris Saint-Germain, point clé de la stratégie d'expansion du club dans cette région.

17

millions de fans asiatiques suivent le club sur les réseaux sociaux

1,3

millions de fans chinois s'y intéressent depuis les plateformes WeChat, Weibo et Maopai

1,3

milliards de foyers chinois pourront suivre les matchs du Paris Saint-Germain grâce à l'accord signé par la LFP avec la chaîne CCTV

3

nouveaux bureaux régionaux à venir à Shanghai, Séoul et Tokyo

Le partenariat avec l'agence Desports, dévoilé par le président Nasser Al-Khelaifi lors du Soccerex 2018 à Zhuhai en Chine, est venu concrétiser cette stratégie. Desports, l'un des leaders du marketing sportif en Asie, est ainsi le gestionnaire exclusif des droits de sponsoring et de licences du club en Chine et à Hong-Kong. Cette présence renforcée permet au Paris Saint-Germain de développer des partenariats régionaux, à l'image de celui conclu avec Lovebet, tout en continuant de nouer une relation toujours plus étroite avec sa communauté de fans chinois. La constitution d'une équipe eSports sur Dota 2 composée de 4 joueurs chinois y contribuant fortement.

19. *International*

RENFORCEMENT DU RÉSEAU AMÉRICAIN

De l'autre côté du globe, à New York plus précisément, un autre bureau régional a été inauguré. A cette occasion, plusieurs activations ont été menées, notamment un pop-up store au cœur du quartier de Soho mettant en scène l'histoire du club et où les fans américains ont pu acheter les maillots siglés Jordan. Dans sa conquête de l'Amérique du Nord, le Paris Saint-Germain dispose d'un autre atout: l'équipe féminine qui a disputé sa première tournée internationale à l'occasion de la Women's International Champions Cup. A Miami, les Parisiennes ont participé à la présentation du maillot officiel à la boutique The Webster, ont visité le Nike Lab, l'occasion de rencontrer leurs fans et de partager des moments d'exception avec les enfants de la PSG Academy.

20. **PSG Academy**

EDUCATION ET RESPECT AU CENTRE DES TERRAINS

Le succès de la Paris Saint-Germain Academy à travers le monde illustre la puissance de la marque parisienne et récompense le savoir-faire de ses éducateurs.

LE MARACANÃ ROUGE ET BLEU DE BONHEUR

La première édition de la Paris Saint-Germain Academy Cup Brésil s'est achevée dans la mythique enceinte carioca. Une forme de consécration pour ce modèle d'école de football.

Plus de 700 jeunes brésiliens âgés de 7 à 13 ans ont participé à cette compétition dont la finale s'est disputée le 2 novembre 2018 au stade Maracanã de Rio. L'apothéose d'une année de forte croissance pour la Paris Saint-Germain Academy au Brésil : plus de 4 000 enfants ont été accueillis dans l'un des huit nouveaux centres que compte le pays. L'ouverture de deux nouveaux sites est prévue en 2019, preuve que la franchise continue à inspirer.

37

villes et 65 sites répartis sur les 5 continents

+ de 12 000

enfants membres de la Paris Saint-Germain Academy

20. PSG Academy

+470%

d'enfants accueillis au sein des différents centres de la PSG Academy Brésil.

13

sites répartis dans 10 villes du Brésil (Rio, São Paulo, Recife, Salvador, Vitoria, Brasilia, Porto Alegre, Sumaré, Guarulhos et Vale dos Sinos)

La Paris Saint-Germain Academy s'est ainsi exportée dans 14 pays, sous forme d'académies ou de camps de football. Les éducateurs y inculquent aux filles et garçons âgés de 5 à 16 ans les valeurs du club et sa philosophie de jeu. Pedro Miguel Pauleta en occupe le rôle d'ambassadeur officiel.

Autre temps fort de la saison, en France cette fois : la quatrième édition de la Paris Saint-Germain Academy Cup a réuni 250 participants venus de 10 pays différents, qui ont pu découvrir Paris et le Parc des Princes à cette occasion. Le camp d'entraînement a permis quant à lui à 22 jeunes talents (U14 et U15) sélectionnés au sein de 11 académies de vivre une expérience immersive unique pendant une semaine.

21.

Le secours populaire

NOTRE MISSION

Depuis sa création en 2 000, notre Fondation a pour vocation d'aider les enfants défavorisés ou malades, les jeunes et les communautés en difficulté.

Nous déployons des programmes éducatifs et sportifs en France et à l'international, qui utilisent le sport et ses valeurs, comme levier d'apprentissage, d'épanouissement et de solidarité.

Que ce soit par notre programme d'insertion sociale et professionnelle, nos Écoles ROUGE & BLEU, notre soutien aux réfugiés ou encore nos dons aux associations, nous misons sur les vertus éducatives et psychologiques du sport pour accompagner les personnes en difficulté sociale ou médicale.

+de 220 000

enfants et jeunes ont bénéficié de nos programmes en 18 ans.

21. *Le secours populaire*

+ 16 000

enfants ont participé aux programmes de la Fondation et du Fonds de dotation en 2017-2018.

+ de 260

opérations ont été organisées par la Fondation et le Fonds en 2017-2018.

SOUTENIR LE SECOURS POPULAIRE FRANÇAIS

Nous nous associons aux associations et ONG pour venir en aide aux populations défavorisées à travers le monde et déployons des initiatives en faveur des personnes en situation de handicap. Depuis 2016, notre objectif est clair : s'engager aux côtés du Secours populaire français pour aider les réfugiés et migrants.

APPORTER UN SOUTIEN D'URGENCE

Notre priorité est de répondre aux besoins de première nécessité des migrants et d'améliorer les conditions de vie des enfants et familles bénéficiaires. Notre soutien passe par la distribution d'aide alimentaire, de vêtements, de kits d'hygiène ou scolaire... Nous avons notamment participé au financement et à l'aménagement du « Solidaribus », un van mobile qui distribue des colis alimentaires dans des zones non couvertes par les antennes du Secours populaire français.

11 000

personnes ont reçu une aide alimentaire et/ou vestimentaire.

500

personnes ont eu accès à la pratique du sport.

ACCOMPAGNER LES MIGRANTS ET RÉFUGIÉS

Pour nous, le sport permet d'agir de façon concrète et positive. C'est pourquoi, nous organisons des sorties et activités sportives et encourageons la pratique d'un sport via le paiement de licences ou la fourniture d'équipements. Nous leur proposons aussi des sorties culturelles et des vacances. Encadrées par nos éducateurs, ces initiatives solidaires ont pour objectif d'améliorer leur quotidien, de leur apporter du réconfort et de faciliter leur insertion sociale en France.

21. *Le secours populaire*

« Je suis des cours d'alphabétisation deux fois par semaine et je suis devenu bénévole du Secours populaire français, notamment pour le tri des vêtements. J'avais peur de participer au match organisé à Clermont-Ferrand car mon français est limité, mais tout s'est bien passé. »

Ousmane Mohamed Ahamad, Soudan, 26 ans, hébergé dans le Centre de Saint-Ouen l'Aumône

22. **École rouge et bleu**

APPRENDRE AUTREMENT

Convaincus que le sport est un levier d'apprentissage efficace pour guider durablement les enfants vers la réussite, nous avons lancé les Écoles ROUGE & BLEU. Dans ces « écoles après l'école », les enfants de 7 à 11 ans sont pris en charge deux fois par semaine à la sortie de l'école par nos éducateurs. Activités sportives et ludiques, découvertes culturelles, transmission de valeurs constructives, sensibilisation à la santé, la nutrition, l'éco-citoyenneté ou encore le handicap : c'est une autre manière d'apprendre qui est proposée aux enfants.

UN BILAN POSITIF

Deux ans après l'ouverture de la première école dans le 19^{ème} arrondissement de Paris, un deuxième établissement a ouvert ses portes en mars 2018 à Mantes-la-Jolie pour les enfants des écoles du Val Fourré. Complémentaire de l'école primaire, notre programme développe chez les enfants, la confiance en soi, l'épanouissement, le savoir-être et le plaisir d'apprendre. L'École ROUGE & BLEU contribue également à la dynamique du quartier et permet à nos jeunes éducateurs de mettre en pratique leurs enseignements en animant les activités de l'école.

« Mantes-la-Jolie s'inscrit depuis de nombreuses années dans une démarche de lutte contre l'échec scolaire. L'École ROUGE & BLEU conforte cette mobilisation collective au service du plus grand nombre. » Raphaël Cognet, Maire de Mantes-la-Jolie.

64

enfants inscrits dans chaque école

256

enfants accompagnés depuis la création des Écoles ROUGE & BLEU.

22. École rouge et bleu

64

enfants inscrits dans chaque école

256

enfants accompagnés depuis la création des Écoles ROUGE & BLEU.

ACCOMPAGNER LES ENFANTS DES QUARTIERS POPULAIRES

Vacances dans le cadre prestigieux de Clairefontaine, Journées et après-midi Paris Saint-Germain, organisation de tournois de football dans les quartiers, Journée de Enfants : nous proposons de nombreuses activités sportives et ludiques aux enfants des quartiers populaires. Notre objectif est multiple : sortir les enfants de leur quotidien en leur offrant des moments magiques, mais surtout, miser sur le sport pour leur transmettre les valeurs d'entraide, de respect, d'exemplarité ou encore d'hygiène. Au-delà des exploits sportifs, nous encourageons les enfants à adopter un comportement solidaire et respectueux.

600 enfants

Une présence auprès de 600 enfants malades en 2017/18

800 enfants

Plus de 800 enfants aux Journées PSG

100 enfants

Plus de 100 enfants aux Vacances PSG

3 000 invitations

Près de 3 000 invitations pour les match chaque saison

23.

Gala et match

« LES ENFANTS D'ABORD »

Le dîner de gala ainsi que le match « Les enfants d'abord » sont deux occasions annuelles pour associer toute la communauté du club à notre engagement social.

23. Gala et match

UN GRAND RENDEZ-VOUS ANNUEL

Tous les ans, nous organisons le Dîner de Gala de la Fondation et du Fonds de dotation Paris Saint-Germain. Cette soirée exceptionnelle rassemble nos joueuses, joueurs, partenaires, amis et dirigeants autour de notre action solidaire, de nos nouveaux projets et d'une vente aux enchères animée par Artcurial, dont les bénéfices sont dédiés exclusivement au développement de nos projets.

350

invités présents

UNE LEVÉE DE FONDS RECORD EN 2018

Le 5ème dîner de Gala s'est tenu le 15 mai 2018 au Parc des Princes. Cette soirée a été un grand succès, avec 1,6 millions d'euros récoltés lors de la vente aux enchères, contre 660 000 euros l'année précédente. Une somme record qui va nous permettre de poursuivre notre action en faveur des jeunes et des enfants !

1,6 MILLIONS D'EUROS LEVÉS

« Les fonds collectés sont entièrement dédiés aux actions en faveur des jeunes et des enfants. »

Nasser Al-Khelaifi, Président-directeur général du Paris Saint-Germain, Président de la Fondation et du Fonds de dotation Paris Saint-Germain

À SOIRÉE EXCEPTIONNELLE, LOTS D'EXCEPTION

coup d'envoi d'un match du Paris Saint-Germain au parc des Princes à offrir à l'enfant ou l'association de votre choix, tenue complète de Neymar lors de son premier match sous les couleurs du Paris Saint-Germain, possibilité d'assister à un entraînement puis un déjeuner avec des joueurs...

LE MATCH « LES ENFANTS D'ABORD » : LE SECOURS POPULAIRE À L'HONNEUR

Tous les ans à l'approche de Noël, nous organisons le Match de la Fondation au Parc des Princes. Au programme : un stade habillé aux couleurs de la Fondation, des stands d'information sur nos actions, des remises de cadeaux, un repas de Noël, des invitations pour les enfants de nos associations partenaires.

23. Gala et match

La 4ème édition, qui s'est déroulée le 22 décembre dernier, a mis le Secours Populaire à l'honneur : organisation d'une collation avant le match, distribution de cadeaux, entrée des escort kids sur le terrain tenant la main des joueurs, moments de partage avec nos éducateurs...

24. Engagement social

UN PARC PACIFIÉ

Depuis la saison 2009-2010 le Paris Saint-Germain a entrepris un formidable travail de sécurisation de ses spectateurs.

INTERVENIR ET PRÉVENIR

En s'associant avec SOS Racisme, Sportitude France, la Licra et Paris Footgay, le club parisien a réussi, depuis 10 ans, à diminuer de manière spectaculaire toutes les formes d'incivilités dans son stade. Le Paris Saint-Germain fait respecter le droit grâce à la Commission d'Observation et de Surveillance des Supporters qui intervient avant, pendant et après les matchs afin d'identifier les auteurs d'actes répréhensibles mais il a également beaucoup investi en moyens humains, financiers et matériels pour éduquer au mieux le public. Ainsi l'opération « Place au respect » a été mise en place pour que le jour du match reste une gigantesque fête !

370

matchs observés par la COSS

5

exclusions de stade en 2017/2018 contre 20 en 2011/2012

5

actes de discrimination en en 2017/2018 contre 17 en 2009/2010

37

interventions des forces de l'ordre en en 2017/2018 contre 80 en 2011/2012

24. Engagement social

La sécurisation du Parc des Princes est en très bonne voie, une superbe ambiance règne à nouveau dans les tribunes, mais le Paris Saint-Germain veut encore mieux maîtriser la situation pour éradiquer définitivement les incivilités, le hooliganisme, le racisme, l'antisémitisme, l'homophobie, la xénophobie et les discriminations

Pour y parvenir le club agit donc en amont grâce à une sensibilisation des supporters aux valeurs du club. Ainsi, la campagne « Place au respect », reprise par l'ensemble des familles du football français et saluée par l'opinion publique, se déroule pendant une semaine (avec des expositions, des projections de films ou des conférences pour les abonnés, les familles, les enfants...) et connaît son apothéose à l'occasion du match dédié à l'opération.

11 345 000

spectateurs suivis par la Commission d'Observation et de Surveillance
des Supporters lors des 10 dernières saisons

25.

Indicateurs économiques

CONTRIBUTION DU CLUB À L'EMPLOI

2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
154 CDI	206 CDI	245 CDI	273 CDI	312 CDI	330 CDI	472 CDI
254 CDD	254 CDD	242 CDD	263 CDD	247 CDD	245 CDD	268 CDD

CONTRIBUTION DU CLUB AU BUDGET DES ORGANISMES SOCIAUX EN MILLIONS D'EUROS

2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
44,2	78,1	81,5	88,5	93,2	95,5	134,6

CONTRIBUTION DU CLUB AU BUDGET DE L'ETAT ET DES COLLECTIVITÉS LOCALES IMPÔTS ET TAXES PAYÉS PAR LE CLUB (CHIFFRES TENANT COMPTE DE LA TAXE À 75%) EN MILLIONS D'EUROS

2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
13,3	28,2	55,9	24,1	13	14,3	19,1

ESTIMATION DE L'IMPÔT PAYÉ PAR LES JOUEURS (EN MILLIONS D'EUROS)

2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
24,2	46,7	53,2	54,2	61,4	59,2	40

CONTRIBUTION DU CLUB À L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE INVESTISSEMENTS ET CHARGES D'EXPLOITATION DU CLUB PAYÉS À DES TIERS HORS SALARIÉS, AGENTS ET COLLECTIVITÉS (EN MILLIONS D'EUROS)

2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
41,5	65,9	104	138,5	126,4	123,4	120,1

BILLETTERIE

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
# d'abonnés	18 138	26 137	30 831	31 389	30 429	26 660	29 986
Prix moyen des abonnés en euros	507	726	838	938	989	978	1 007
Affluence payante/capacité	85%	90%	93%	94%	91%	95%	99%
Total Billetterie (millions d'euros)	28,3	43,6	47,1	52,7	56,4	52,8	61,2

HOSPITALITÉS

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
# d'abonnés	1 451	2 020	2 875	3 311	3 877	4 628	4 449
Prix moyen des abonnés en euros	4 304	6 257	6 941	9 244	9 181	9 964	10 832
Affluence payante/capacité	93%	99%	97%	96%	95%	95%	96%
Total Hospitalités (millions d'euros)	5,5	9,6	16	24,6	35,6	36,7	38,7

SPONSORING

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
# de sponsors visibles sur le terrain	42	17	18	21	21	21	19
Total Sponsoring (millions d'euros)	15,1	18,3	56,3	96,5	105,5	108,1	94,1

MERCHANDISING

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Total Merchandising (millions d'euros)	14,6	24,6	28,6	33,8	37,3	36,2	55,3

