

Inhoud

1.	Voorwoord voorzitter en CEO	2
2.	Organisatiestructuur Club Brugge	3
2.1	Raad van Bestuur NV	3
2.2	Directiecomité	3
2.3	Managementcomité	3
2.4	Auditcomité	4
2.5	Ethische Raad	4
2.6	Raad van Bestuur VZW	4
2.7	Foundation	4
3.	Core Business Club Brugge	5
3.1	Sports.....	5
3.2	Business.....	7
4.	Financiële resultaten Club Brugge NV	10
4.1	Balans en resultatenrekening.....	10
4.1.1.	Activa	10
4.1.2	Passiva	11
4.1.3	Resultatenrekening	12
5.	Club Brugge Foundation vzw.....	14

1. Voorwoord voorzitter en CEO

Beste Clubvrienden,

Trots, ambitie en wat weemoed. Zo kunnen we onze gemengde gevoelens bij het jaar 2019-2020 omschrijven.

Eenzijds was 2019-2020 een absolute Grand cru. We plaatsten ons in de zomer van vorig jaar voor het eerst via de kwalificaties voor de Champions League, toonden ons te kunnen meten met de absolute wereldtop in Madrid en Parijs en overwinterden opnieuw in Europa om na Nieuwjaar met een historische voorsprong kampioen te worden en op de koop toe de bekerfinale te spelen. Dat leidde tot de beste bedrijfsresultaten in onze geschiedenis, en gelukkig maar want plots gooide covid roet in het eten. De gezondheids crisis met de grootste mondiale impact ooit spaarde ook ons voetbal niet. Afschaffing van Play Offs, een bekerfinale en een competitie zonder fans, dat doet pijn...

Club bleef echter gaan - zo zijn we wel - en de continuïteit van onze spelersomkadering in covid, in en rond Jan Breydel, dan in ons Basecamp, was een voorbeeld voor velen. Daarnaast legden we de flexibiliteit, creativiteit en durf aan de dag om razendsnel te evolueren als een van de grootste digitale contentspelers van het land, denk maar aan de talrijke video-initiatieven voor fans en partners met als apotheose de VR Bruges kampioenenviering. We gingen ook onze sociale verantwoordelijkheid niet uit de weg en verkochten 120.000 mondkmaskers ten voordele van het huis van het kind. De eerste Charity Night in samenwerking met Kom Op Tegen Kanker werd een groot succes. We ondersteunden tijdens covid meer goede doelen dan ooit en ons Kinderboek 'De Beer en zijn Sjaal' over diversiteit werd ondertussen bekroond met de grootste Community onderscheiding in het Europese voetbal, nl. "The More than Football Award". We deden dit allemaal samen: bestuurders, aandeelhouders, medewerkers, fans en commerciële partners.

Ondertussen evolueert ons voetbal razendsnel en wapenen we ons voor de toekomst. Ons vrouwenteam werd Club YLA en vormt vandaag een basis voor vrouwenspeelsters met ambitie in onze regio terwijl ze zich nu al meten met de absolute Belgische top in de Super League. Onze Academy werd Club NXT en de U23 transformeerde tot een volwaardig 1B-team. Een absolute meerwaarde voor onze talenten van morgen die zich zo versneld kunnen meten met de krachten van het professioneel voetbal.

Naast bovenstaande zichtbare uitingen van Club werken we ook achter de schermen hard verder aan de toekomst. In januari sloten we een historisch stadionakkoord met Stad Brugge en sindsdien zijn we onaflatend aan de slag om een nieuw stadion op de Olympiasite te realiseren. We doen dat in overleg mét de buurt en hopen nog dit seizoen een volgende stap te kunnen zetten in het garanderen van een nieuwe thuis voor onze fans.

En nu de toekomst. We overwinteren weer in Europa en hebben een historische kans ons te scharen bij de laatste 16 van de UEFA Champions League. Het einde van de covid-tunnel is in zicht. Fort Jan Breydel zal vroeg of laat weer vollopen en dan pakken we door. Met iedereen die met Club begaan is, en met de gedrevenheid die ons eigen is.

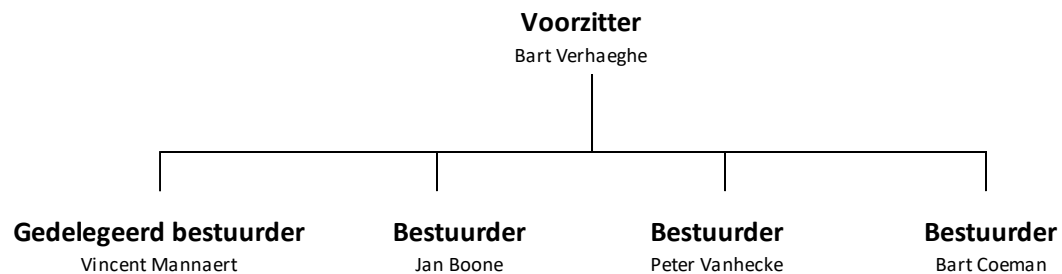
No Sweat/No Glory

We kunnen niet wachten ...

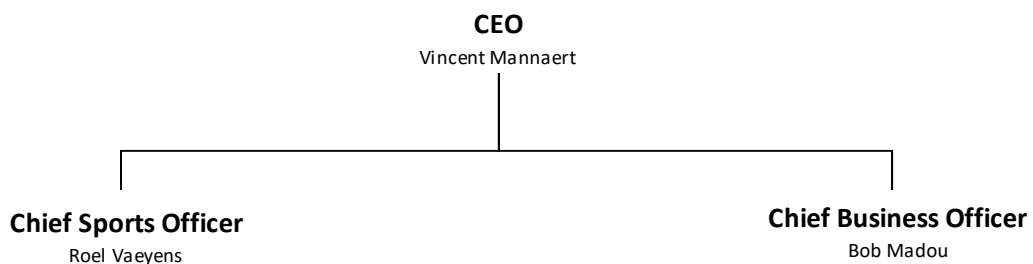
Bart Verhaeghe en Vincent Mannaert

2. Organisatiestructuur Club Brugge

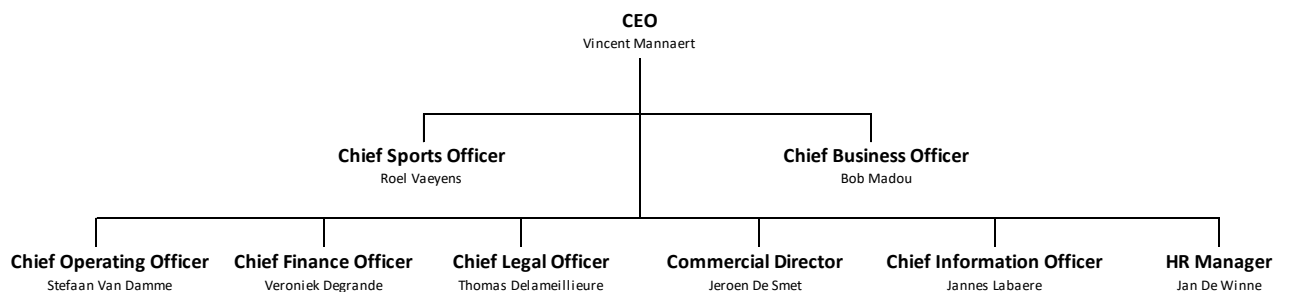
2.1 Raad van Bestuur NV



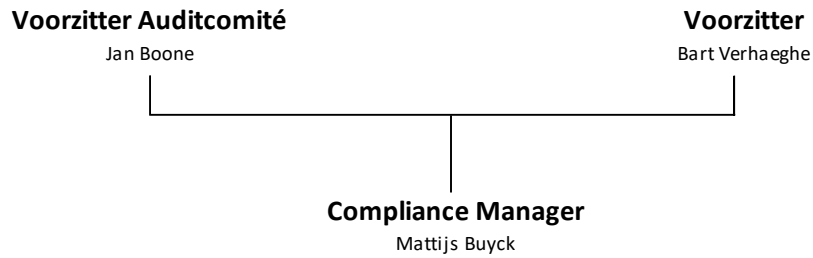
2.2 Directiecomité



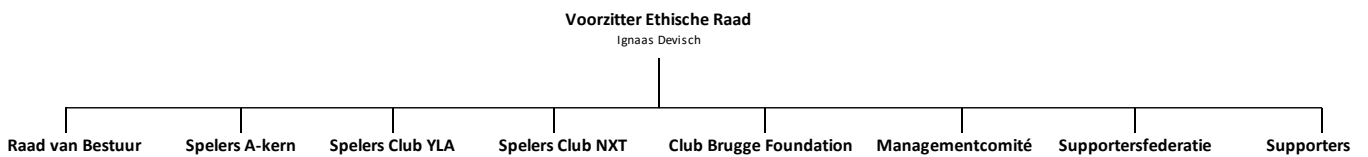
2.3 Managementcomité



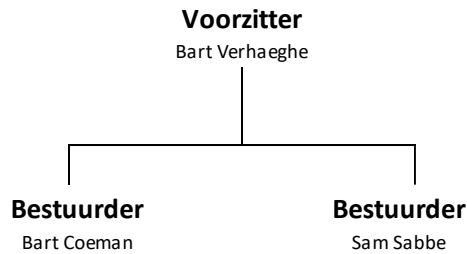
2.4 Auditcomité



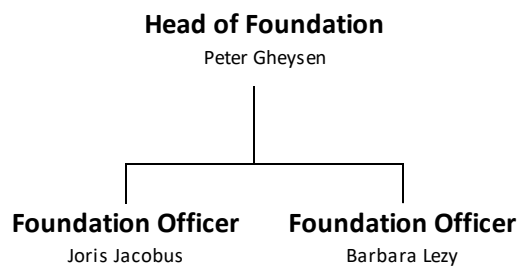
2.5 Ethische Raad



2.6 Raad van Bestuur VZW



2.7 Foundation



3. Core Business Club Brugge

3.1 Sports

Club 1

In 2019-2020 kroonde Club zich voor de 16^e maal in haar geschiedenis en voor de 3^e maal in de laatste 5 seizoenen tot Belgisch landskampioen. Na verlies in de uitgestelde bekerfinale tegen Antwerp slaagde Club er niet in om de dubbel en zo een historisch seizoen te realiseren. In de groepsfase van de Champions League bevestigde Club de goede Europese prestaties van 2018-2019 in een poule met o.a. Real Madrid en PSG.

In de Belgische competitie legde Club een nagenoeg vlekkeloos parcours af met slechts 1 verliespartij in 29 matches. In het verkorte seizoen verzamelde Club een aantal uitzonderlijke statistieken: een record voorsprong van 15 punten op de 2^e in de ranking en het beste doelpuntensaldo na de reguliere competitie en het minst aantal tegendoelpunten in de geschiedenis van Club (14 tegendoelpunten en 16 clean sheets).

Na overwinningen in en tegen Francs-Borains en KV Oostende schakelde Club in de ½ finales SV Zulte Waregem na een dubbele confrontatie uit. In haar 18^e bekerfinale kon Club een vroege achterstand tegen R Antwerp FC niet meer ongedaan maken en misliep het zo een 12^e bekerwinst.

Het Europese bekeravontuur startte al in augustus met de kwalificatiefase voor de Champions League. Club slaagde erin zich via de wedstrijden tegen Dynamo Kiev en LASK Linz voor de groepsfase te kwalificeren. De loting zorgde voor een zeer aantrekkelijke maar loodzware poule met Real Madrid, PSG en Galatasaray. Club behaalde na 3 gelijke spelen een meer dan verdiende 3^e plaats. Zo moest Club in Madrid pas in de slotminuten de gelijkmaker toestaan nadat het na een schitterende 1^e helft met 0-2 leidde. Uit bij PSG verloor Club ondanks een zeer goede prestatie met het kleinste verschil. In de laatste groepswedstrijd verzekerde Club zich dankzij een 1-1 gelijkspel bij Galatasaray van een plaats bij de laatste 32 teams in de Europa League. Zo 'overwinterde' Club voor het 2^e seizoen op rij in Europa. Club verloor van de latere ½ finalist Manchester United.

Voor het 4^e jaar op rij schitterde Club op het Gala van de Gouden Schoen. Met Gouden Schoen Hans Vanaken, Beste Doelman Simon Mignolet, Beste Trainer Philippe Clement en Mooiste Doelpunt Clinton Mata haalde Club opnieuw 4 individuele prijzen. De 14^e Gouden Schoen in de Clubgeschiedenis was ook de 4^e opeenvolgende voor eenzelfde club, een unicum in de Belgische voetbalgeschiedenis.

Tijdens het seizoen 2019-2020 telde Club 12 A-internationals. Met Simon Mignolet, Hans Vanaken en Brandon Mechele hadden we 3 Rode Duivels in onze selectie. Brandon Mechele en Dennis Bonaventure maakten hun debuut voor het nationale elftal van respectievelijk België en Nigeria terwijl Krépin Diatta de finale van de Africa Cup of Nations speelde met Senegal en verkozen werd tot beste jongere van het toernooi.

Academy

De professionalisering van de Club Academy kreeg een vervolg door het verhuis naar Basecamp. Carl Hoefkens maakte de stap vanuit de Club Academy naar de staf van het 1^{ste} elftal. Van daaruit volgt hij de jonge spelers dagelijks op. Tim Smolders werd toegevoegd aan de U18/U21 staf, als *talent coach*. 9 spelers uit de opleiding tekenden hun eerste professionele overeenkomst.

Club Academy kreeg aan het einde van het seizoen 2019-2020 een make over en heet voortaan Club NXT. Met deze verandering staat de jeugdspeler van Club als individu nog meer centraal, zowel sportief als maatschappelijk. Een eigentijds logo, een nieuwe stijl op social mediakanalen, geven uiting aan de verandering.

Ignace Van der Brempt en Charles De Ketelaere maakten beiden hun debuut voor het eerste elftal in de wedstrijd voor de Beker van België, tegen Franc Borains. Tijdens dezelfde campagne scoorde Charles het beslissende doelpunt in de halve finale tegen Zulte-Waregem.

De Ketelaere bevestigde zijn potentieel en speelde in 4 Champions League wedstrijden. Maxim De Cuyper maakte later op het seizoen zijn officieel debuut voor Club in de Europe League wedstrijd thuis tegen Manchester United.

In de Youth league behaalde de U19 voor het eerst de 2^{de} ronde. In de poulefase werden ze met 10 punten 2^e na Real Madrid maar voor PSG en Galatasaray. In de daaropvolgende ronde werd 1-1 gelijk gespeeld tegen Stade Rennais, dat na het nemen van penalty's kon doorstoten.

In een verkort seizoen behaalde de U21 gemiddeld gezien het meest aantal punten en werd zo uitgeroepen tot kampioen 2019-2020.

Bij de U16 werden 5 spelers minstens 3 keer opgeroepen voor het nationale team. De nationale U17 telde 4 spelers vanuit de Club jeugdopleiding. Bij de U18 waren er dat 5 en bij de U19 4 spelers.

Vrouwen

In het afgelopen seizoen traden de Clubdames opnieuw aan in de hoogste afdeling van het vrouwenvoetbal, de Superleague. De ploeg had wat tijd nodig om zich aan het hogere competitieniveau aan te passen maar was tegen de winterstop reeds een te duchten tegenstander, ook voor de topploegen. Het vrouwenteam eindigde uiteindelijk op een verdienstelijke 5^e plaats.

Ook het beloftenteam kende een moeilijke start maar kon zich toch een veilige 8^{ste} plaats toe-eigenen waardoor het behoud in 2^{de} nationale verzekerd werd. Het beloftenteam slaagde er intussen in om 2 speelsters af te leveren bij het eerste elftal. Toekomstgericht werden enkele jonge talentvolle beloften aangetrokken zodat de doorstroming naar het 1^e elftal nog meer geoptimaliseerd kan worden.

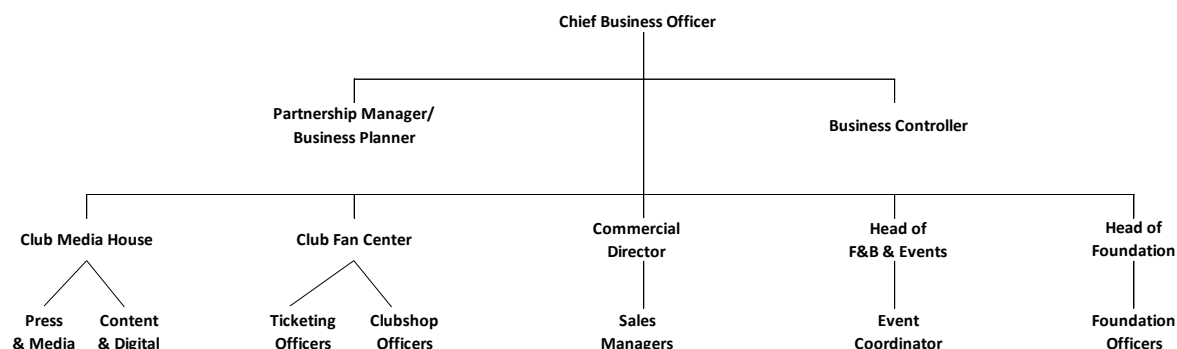
De vrouwenwerking van Club heeft het afgelopen seizoen verder ingezet op een professionele omkadering van het team. Zo werd de staf uitgebreid met enkele ex-speelsters o.a. voor videoanalyse en techniektraining. De selectie van 5 speelsters voor de Belgische u17 en u19 elftallen zijn tevens een bewijs van deze goede (jeugd)werking.

Een nieuwe naam én een nieuwe, trendy, eigentijdse branding: Club Brugge Vrouwen kreeg een make-over en werd Club YLA. De Brugse vrouwen eren met die nieuwe naam Yvonne Lahousse, één van de sterke vrouwen in de Brugse geschiedenis.

3.2 Business

In het zog van de sportieve prestaties blijft Club Brugge op zakelijk vlak verder groeien. Aan inkomstzijde zet de significante stijging van de commerciële exploitatie zich voort. Club Brugge blijft efficiënt investeren in het merk met als doel mediawaarde te verhogen, dienstverlening en (fan)beleving voor onze supporters te verbeteren én onze partnerbedrijven nog verder te activeren.

Om de werking verder te optimaliseren, werd de organisatiestructuur aangepast zoals hieronder beschreven. De werking van alle Business-departementen wordt hieronder kort toegelicht volgens de structuur, de ambities en de verwezenlijkingen.



Club Media House

Club Media House werd in januari 2019 opgericht om dagelijks content van onze club tot bij de voetballiefhebbers te brengen. Daarnaast staat het departement ook ten dienste om specifieke activiteiten uit te werken voor onze commerciële partners.

Naast de inspanningen om het merk Club Brugge verder uit te breiden, werden twee dochtermerken geïntroduceerd met eigentijdse branding en merchandising, namelijk Club NXT (dat betrekking heeft op onze jeugdwerking) en Club YLA (dat onze damesteams en vrouwelijke fans vertegenwoordigt). Beide merken hebben hun eigen sociale media kanalen en leisure wear.

Voorts wordt er ook werk gemaakt van een in-house CMH-studio. Deze studio zal zich in de toekomst in het Belfius Basecamp bevinden en zal de mogelijkheid bieden om nog meer content, interviews, webinars ed. voor de club- en mediakanalen en commerciële partners te organiseren.

Evolutie socials:

	juni 2019	juni 2020	% stijging
Facebook	290.970	378.938	30%
Twitter	151.433	195.109	29%
Instagram	81.786	152.072	86%
YouTube	4.160	20.800	500%
TikTok	nog niet actief	29.000	100%

B2B commercial

Ondanks de stopzetting van de reguliere competitie en er bijgevolg geen Play-Offs gespeeld werden, blijven de gerealiseerde inkomsten op partnerships, hospitality, visibiliteitsdeals, activatie en digitale content op peil ten opzichte van het vorige seizoen '18-'19. Dit dankzij de compensaties in digitale partneractivaties tussen maart en juni 2020 (Club@home, VR Bruges kampioenviering).

Voor seizoen '20-'21 wordt er een groei van 38 % vooropgesteld (geen rekening houdend met COVID-impact). Het bedrijvennetwerk van Club Brugge blijft verder groeien. Dit zien we in de B2B-abonnementen die in een recordtempo uitverkocht waren. Met Eleven Sports & Candriam kwamen twee nieuwe hoofdparters onze partnerpiramide versterken. Eveneens werden er nog enkele nieuwe Partnerships opgestart (zoals Woutim, Winsol, LG, Konvert, ConXion en Isagenix).

Gezien de huidige COVID-maatregelen, werd er een #WNPA_Business campagne opgestart. Omdat er tot nader order geen publiek toegelaten is in alle Belgische stadions, heeft deze campagne het doel om alternatieven aan te bieden voor onze commerciële partners.

Club Fan Center

- Fan services

In het seizoen 2019-2020 gingen opnieuw alle seizoensabonnementen de deur uit. Daarnaast werd het project "Club ID" gelanceerd dat een nieuwe invulling gaf aan het bestaande membership.

Club ID is jouw leven bij Blauw-Zwart. Als houder van een Club ID ontvang je 5% directe cash-back op alle aankopen bij Club Brugge (Shop, Ticketing, F&B). Dit alles wordt visueel samengevat in de Club App, waar de Club ID een prominente plaats krijgt.

De Club ID heeft niet enkel voordelen voor de fans, het levert Club Brugge ook de nodige data die ons in staat stelt onze fans de beste service te verlenen.

In het seizoen 2020-2021 werden voor het eerst in de geschiedenis van onze club alle abonnementen verkocht nog voor de start van de competitie (nl. op 19/06/2020). 83% hiervan waren reeds bestaande abonnees.

Naast de #WNPA_Business campagne werd er parallel een #WNPA_FANS campagne opgestart. Deze campagne bevat tal van voordelen voor de supporters. Zo ontving iedere abonneehouder een gratis Eleven Sports-abonnement. Loyale fans zullen daarnaast een limited edition shirt ontvangen en maken elke wedstrijd kans op een matchworn shirt.

Maar liefst 5.800 fans tekenden in op deze campagne en laten zo hun geld voor alle wedstrijden op Club. Daar bovenop beslissen gemiddeld 5.000 fans elke wedstrijd hun geld bij Club te laten.

De database groeide ondertussen uit tot 137.000 registraties (SSO) waarvan 70.500 actieve APP gebruikers.

- **Merchandising**

Omwille van de verhuis naar het Basecamp en bijgevolg minder dagelijkse activiteit op de Jan Breydel site, werd er in het seizoen 2019-2020 volop ingezet op E-commerce. Het webshop-aandeel binnen de totale Merchandise inkomsten steeg van 25% naar 41%. Deze impact is onder meer afkomstig van het feit dat Club Brugge de eerste voetbalclub in België was die gepersonaliseerde mondkmaskers aanbood voor zijn fans. Met succes, want er werden in totaal 120.000 mondkmaskers verkocht.

De ambitie voor het seizoen 2020-2021 is om een City-shop op te starten in het centrum van Brugge. De stijging van het toerisme en de internationalisering van het merk Club stellen ons in staat verdere groei te realiseren.

De stijgende trend in E-commerce wordt ook in het seizoen 2020-2021 verder gezet. Zo ligt het webshop-aandeel binnen de totale Merchandise inkomsten momenteel op 73%.

F&B & Events

Het departement F&B & Events heeft als doel de supporters op wedstrijddagen een optimale (fan)beleving te geven. Daarnaast organiseert het departement jaarlijks verscheidene evenementen voor de verschillende stakeholders (board, VIPS, vrijwilligers, personeel, Fans) binnen Club Brugge.

Er werd gestart met een nieuw 'cashless payment' systeem in het seizoen 2020-2021. Dit systeem laat toe onze fans nog beter te leren kennen, waardoor er zo veel mogelijk op de individuele noden kan ingespeeld worden. Het systeem laat eveneens toe gerichte acties op te zetten en het gedrag van de supporters te sturen. Tot slot is het de doelstelling om partneractivaties te integreren waarbij er een win-winsituatie gecreëerd wordt voor zowel de supporter als de commerciële partner.

4. Financiële resultaten Club Brugge NV

4.1 Balans en resultatenrekening

4.1.1. Activa

		30-6-2020	30-6-2019	Vershil	%
<u>VASTE ACTIVA</u>		<u>50.363.474</u>	<u>37.236.873</u>	<u>13.126.601</u>	<u>35</u>
Immateriële vaste activa	21	44.069.200	30.491.791	13.577.409	45
Materiële vaste activa	22/27	6.103.055	6.553.463	-450.408	-7
Terreinen en gebouwen	22	337.402	353.704	-16.302	-5
Installaties, machines en uitrusting	23	2.779.020	3.035.174	-256.153	-8
Meubilair en rollend materieel	24	2.017.150	2.114.155	-97.005	-5
Overige materiële vaste activa	26	969.483	1.050.431	-80.947	-8
Financiële vaste activa	28	191.218	191.618	-400	0
Verbonden ondernemingen	280/1	187.498	187.498	0	0
Andere financiële vaste activa	285/8	3.720	4.120	-400	-10
<u>VLOTTENDE ACTIVA</u>		<u>55.049.322</u>	<u>25.665.246</u>	<u>29.384.076</u>	<u>114</u>
Vorderingen op meer dan één jaar	29	18.320.590	1.865.000	16.455.590	882
Handelsvorderingen	290	18.320.590	1.865.000	16.455.590	882
Vorraden en bestellingen in uitvoering	3	432.246	339.831	92.415	27
Handelsgoederen	34	432.246	339.831	92.415	27
Vorderingen op ten hoogste één jaar	40/41	28.208.842	13.611.397	14.597.445	107
Handelsvorderingen	40	26.803.932	13.516.029	13.287.904	98
Overige vorderingen	41	1.404.910	95.369	1.309.541	1.373
Geldbeleggingen	50/53	0	7.002.911	-7.002.911	-100
Overige beleggingen	51/53	0	7.002.911	-7.002.911	-100
Liquide middelen	54/58	6.364.317	1.637.471	4.726.846	289
Overlopende rekeningen	490/1	1.723.327	1.208.636	514.691	43
TOTAAL VAN DE ACTIVA		105.412.795	62.902.119	42.510.677	68

De totale activa stijgen met 42,5 mio euro of 68% ten opzichte van de situatie per 30 juni 2019 en bestaan uit 50,4 mio euro vaste activa en 55,0 mio euro vlottende activa.

De stijging van 13,1 mio euro in vaste activa is voornamelijk het resultaat van de stijging in de immateriële vaste activa (+13,6 mio euro). De immateriële vaste activa bevatten voornamelijk de spelerregistratierechten. Indien een nieuwe speler wordt aangetrokken wordt de (eventueel) betaalde vergoeding aan de vorige club geactiveerd op de balans en afgeschreven over de contractduur van de eerste arbeidsovereenkomst met de speler.

De materiële vaste activa dalen met 0,5 mio euro of 7% als gevolg van de normale afschrijvingen. De activa gerelateerd aan het Belfius Basecamp worden opgenomen in de balans van de dochtervennootschap Club Brugge Oefencentrum NV. De financiële vaste activa liggen in lijn met vorig jaar en bevatten hoofdzakelijk de deelnemingen in de dochtervennootschappen Club Brugge Oefencentrum NV, Club Brugge Development NV en Club Brugge Stadion NV.

De vlottende activa stijgen met 29,4 mio euro of 114% ten opzichte van de situatie per 30 juni 2019. De stijging in de vlottende activa is voornamelijk het resultaat van de stijging in de handelsvorderingen (+29,7 mio euro) als gevolg van de te ontvangen bedragen voor de gerealiseerde uitgaande transfers.

4.1.2 Passiva

		30-6-2020	30-6-2019	Vershil	%
<u>EIGEN VERMOGEN</u>		<u>44.093.424</u>	<u>20.902.884</u>	<u>23.190.539</u>	<u>111</u>
Kapitaal	10	15.247.894	4.039.425	11.208.469	277
Uitgiftepremies	11	0	11.208.469	-11.208.469	-100
Reserves	13	1.924.789	686.299	1.238.490	180
Wettelijke reserve	130	1.524.789	286.299	1.238.490	433
Beschikbare reserves	133	400.000	400.000	0	0
Overgedragen winst	14	26.920.741	4.968.692	21.952.049	442
<u>SCHULDEN</u>		<u>61.319.372</u>	<u>41.999.234</u>	<u>19.320.138</u>	<u>46</u>
Schulden op meer dan één jaar	17	17.251.451	16.783.468	467.983	3
Financiële schulden	170/4	15.000.000	14.063.468	936.532	7
Handelsschulden	175	2.251.451	2.720.000	-468.549	-17
Schulden op ten hoogste één jaar	42/48	33.592.383	17.820.153	15.772.229	89
Schulden op meer dan 1 jaar die binnen het jaar vervallen	42	37.364	284.864	-247.500	-87
Handelsschulden	44	24.563.828	15.812.747	8.751.081	55
Schulden m.b.t. belastingen, sociale schulden en sociale lasten	45	8.554.739	1.696.956	6.857.783	404
Overige schulden	47/48	436.452	25.586	410.866	1.606
Overlopende rekeningen	492/3	10.475.538	7.395.613	3.079.925	42
TOTAAL VAN DE PASSIVA		105.412.795	62.902.119	42.510.677	68

Het eigen vermogen stijgt met 23,2 mio euro in vergelijking met de situatie per 30 juni 2019. Deze stijging is voornamelijk het gevolg van de te bestemmen winst van het boekjaar.

De schulden stijgen met 19,3 mio euro of 46% ten opzichte van het vorige boekjaar. De belangrijkste verklaring hiervoor is de stijging in de handelsschulden, voornamelijk door de te betalen vergoedingen voor de aangetrokken spelers. De schulden m.b.t. belastingen, sociale schulden en sociale lasten stijgen voornamelijk als gevolg van de voorziening voor de te betalen vennootschapsbelasting.

4.1.3 Resultatenrekening

		30-6-2020	30-6-2019	Vershil	%
Bedrijfsopbrengsten		137.204.725	92.764.114	44.440.611	48
Omzet	70	71.671.324	71.435.036	236.289	0
Andere bedrijfsopbrengsten	74	65.533.401	21.329.078	44.204.323	207
Niet-recurrente bedrijfsopbrengsten	76A	0	0	0	/
Bedrijfskosten		102.019.410	81.888.870	20.130.540	25
Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen	60	1.520.715	1.164.760	355.955	31
Diensten en diverse goederen	61	32.206.013	23.442.036	8.763.977	37
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen	62	46.341.160	34.565.527	11.775.632	34
Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa	630	20.268.092	16.613.420	3.654.672	22
Waardeverminderingen op voorraden, op bestellingen in uitvoering en op handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen)	631/4	171.188	106.627	64.561	61
Andere bedrijfskosten	640/8	1.255.630	5.996.500	-4.740.871	-79
Niet-recurrente bedrijfskosten	66A	256.612	0	256.612	/
Bedrijfswinst		35.185.315	10.875.244	24.310.071	224
Financiële opbrengsten		648.317	296.966	351.352	118
Opbrengsten uit vlottende activa	751	355.004	17.336	337.667	1.948
Andere financiële opbrengsten	752/9	293.314	279.630	13.684	5
Financiële kosten		383.877	158.144	225.733	143
Kosten van schulden	650	225.601	152.791	72.810	48
Andere financiële kosten	652/9	158.276	5.353	152.923	2.857
Winst van het boekjaar voor belastingen		35.449.756	11.014.066	24.435.690	222
Belastingen op het resultaat		10.976.437	3.557.602	7.418.835	209
Belastingen		10.987.614	3.557.602	7.430.012	209
Regularisering van belastingen en terugneming van voorzieningen voor belastingen		-11.177	0	-11.177	/
Winst van het boekjaar		24.473.318	7.456.464	17.016.854	228
Te bestemmen winst van het boekjaar		24.473.318	7.456.464	17.016.854	228
Te bestemmen winst (verlies)		29.442.010	5.230.202	24.211.808	463
Te bestemmen winst van het boekjaar		24.473.318	7.456.464	17.016.854	228
Overgedragen winst (verlies) van het boekjaar		4.968.692	-2.226.262	7.194.954	-323
Toevoeging aan het eigen vermogen		2.521.269	261.510	2.259.759	864
aan de wettelijke reserves		1.238.490	261.510	976.980	374
aan de overige reserves		1.282.779	0,	1.282.779	/
Over te dragen winst (verlies)	14	26.920.741	4.968.692	21.952.049	442

De stijging in de bedrijfsopbrengsten van 44,4 mio euro of 48% ten opzichte van het vorige boekjaar is het gevolg van de stijging in de gerealiseerde winst bij de verkopen van spelers. Dankzij de succesvolle gerealiseerde transfers bedraagt de winst op de verkopen van spelerregistratierechten 65,5 mio euro per 30 juni 2020.

Tegenover de extra bedrijfsopbrengsten (+48%) stond er slechts een stijging van 25% in de bedrijfskosten. Als gevolg hiervan is er een sterke stijging te merken in de bedrijfswinst (+24,3 mio euro). Rekening houdend met het financieel resultaat bedraagt de winst van het boekjaar voor belastingen 35,4 mio euro. Hierop wordt er vennootschapsbelasting betaald t.b.v. 11,0 mio euro.

De te bestemmen winst bedraagt 29,4 mio euro en bestaat uit het resultaat van het boekjaar (24,5 mio euro) en de overgedragen winst van de vorige boekjaren (5,0 mio euro). Na de toevoeging van de reserves bedraagt de over te dragen winst naar het volgende boekjaar 26,9 mio euro.

5. Club Brugge Foundation vzw

Club Brugge draagt sinds zijn oprichting in 1891 een sterke maatschappelijke verantwoordelijkheid in zijn DNA. Het kreeg dan ook vlug de stempel een ware volksclub te zijn, met oog voor alle geledingen van de samenleving. Sinds 2007 zijn alle sociaal-maatschappelijke projecten en initiatieven van Club Brugge structureel ondergebracht in een eigen communitywerking, wat later in 2012 leidde tot de aparte rechtspersoonlijkheid van 'Club Brugge Foundation vzw'.

Als non-profit organisatie heeft het als belangeloos doel de voetbalclub bij te staan in het vervullen van zijn maatschappelijk verantwoord ondernemerschap (MVO). Het gebruikt hiervoor de sociale kracht en de impact die de topclub op de samenleving heeft om een positieve bijdrage te leveren op maatschappelijk gebied. Het legt hierbij een extra focus op de kwetsbare groepen binnen de samenleving en meer specifiek binnen de regio's waaruit de achterban van Club Brugge afkomstig is.

No Heart No Glory kleurt 14de seizoen

Het nieuwe seizoen 2019-2020, ondertussen reeds het 14de werkjaar in het bestaan van Club Brugge Foundation, werd afgetrapt met een nieuwe frisse baseline die de doelstellingen van de Foundationwerking nog gericht naar de buitenwereld zou positioneren. Waar de gekende baseline van Club Brugge 'No Sweat/No Glory' het harde werken, engagement, passie en inzet als bouwstenen tot succes benadrukt, gaf Club Brugge met zijn nieuwe sociale slogan **NO HEART NO GLORY** zijn identiteit als geëngageerde voetbalclub een extra dimensie.

Met **NO HEART NO GLORY** wil Club Brugge duidelijk maken dat het belangrijk is dat we elkaar steunen – zeker als het eens minder gaat – en we een hart voor elkaar moeten blijven hebben. Deze **NO HEART NO GLORY**-boodschap sierde de shirts van de A-kern tijdens de voorbereidingswedstrijden bij de start van het seizoen en werd het ganse jaar met trots uitgedragen door alle jeugdspelers op hun wedstrijdoutfit.

Met deze nieuwe baseline als leidraad voerde Club Brugge Foundation in het seizoen 2019-2020 zijn verschillende Foundationprojecten uit binnen 4 domeinen:

- **A HEART FOR ALL: Als open Club willen we er zijn voor iedereen**

Supporters met een beperking maakten dankzij 'SFCB on Wheels' volwaardig deel uit van het voetbalgebeuren. Via de 'Blindentribune' kregen fans met een visuele beperking een service van audiodescriptie aangeboden bij de thuiswedstrijden. Tal van arbeidskansen werden via het project 'Assist naar Werk' aangeboden aan mensen met verminderde kans op de arbeidsmarkt.

- **A HEART FOR SPORT: Als sportclub brengen we mensen in beweging**

De 55 kinderen van onze anti-ploeg 'Voetbalkraks' gaven wekelijks het beste van zichzelf. De 45 spelers van de 'G-voetbalploeg' verdedigden, ondanks hun beperkingen, iedere wedstrijd met trots de Clubkleuren. Een 30-tal senioren beleefden wekelijks tijdens het 'Wandelvoetbal' hun 2de jeugd op het voetbalveld. De 20 maatschappelijk kwetsbare Bruggelingen vergaten tijdens de wekelijkse activiteiten van 'Younited Brugge' even hun zorgen. Voor het 10de jaar op rij namen 100 buurtbewoners en fans deel aan de 'Start to Run' -lessenreeks.

- **A HEART FOR HEALTH: Als topsportclub staat gezondheid voorop**

Via het scholenprogramma 'Scoren voor Gezondheid' werkten meer dan 250 Brugse schoolkinderen aan een gezondere levensstijl. Met het rookverbod bij Club Brugge timmerden

we mee aan een 'Rookvrije Generatie'. In samenwerking met het Rode Kruis werden tal van acties ondernomen om fans warm te maken voor de 'Bloedinzamelingen'. Samen met de business klanten van Club Brugge werd tijdens de 1^{ste} **Charity Night** maar liefst 155.885 euro ingezameld voor Kom op Tegen Kanker en Club Brugge Foundation.

- **A HEART FOR EDUCATION: Als rolmodel leren we mensen iets bij**

De 24 jongeren van 'Playing for Success' kregen unieke bijlessen in de inspirerende omgeving van het Jan Breydelstadion. Met de lancering van het kinderboek 'De Beer en Zijn Sjaal' werden duizenden fans en meer dan 6.000 Club Kids belangrijke waarden zoals verdraagzaamheid en respect bijgebracht. Tijdens de 'Stadion Tours' ontdekten opnieuw honderden groepen, scholen, families, bedrijven en organisaties de wondere wereld van Club Brugge en het Jan Breydelstadion. Er werd volop verder geschreven aan de rijke Clubgeschiedenis in het 'Club Museum'.

BluynGoan ondanks coronacrisis

De eerste uitbraak van het COVID-19 virus in onze regio midden maart 2020 zorgde ook voor een abrupte noodstop bij de vele Foundationprojecten die op dat moment in volle uitvoering waren. Net zoals de ganse samenleving te maken kreeg met een ongekende situatie, zorgden de verschillende gezondheidsmaatregelen ook voor heel wat uitdagingen voor onze Foundationwerking. De traditioneel drukgevlude maanden tussen maart en juni - waarin voorgaande seizoenen steeds tal van toernooien, evenementen en wedstrijden werden georganiseerd – zagen er plots helemaal anders uit.

Op een moment dat de samenleving alle ondersteuning kon gebruiken om doorheen deze wereldwijde gezondheidspandemie te komen besloot Club Brugge onder de noemer #WeNeverLockAlone tal van initiatieven op te starten voor zijn fans en de samenleving. Want niemand hoefde er alleen voor te staan om deze crisis te overwinnen.

- **INFORMEREN EN SENSIBILISEREN**

Bij de aanvang van de coronacrisis heeft Club zijn grote bereik ingezet om zijn fans te informeren en te sensibiliseren omtrent de geldende gezondheidsmaatregelen. In geen tijd werd de oproep om zoveel mogelijk thuis te blijven en van je eigen huiskamer een echt 'Fort Jan Breydel' te maken meer dan 3.500 keer beantwoord. Als ontspanning werden op verschillende momenten 'legendarische wedstrijden' uit de Clubgeschiedenis opnieuw uitgezonden op de social media kanalen. Aan 25 ziekenhuizen uit gans het land werden door verschillende fangroepen spandoeken opgehangen met de boodschap 'Supporter van de Zorg' om hun steun te tonen aan het medisch personeel in de moeilijke tijden.

- **ALTERNATIEVE FOUNDATIONPROJECTEN**

De verschillende Foundationprojecten werden aangepast zodat deze op een alternatieve manier toch zijn doelstellingen konden blijven behalen. Binnen de coronamaatregelen waren fysieke bijeenkomsten niet meer mogelijk, dus werd er omgeschakeld naar een digitaal alternatief. Wekelijks werden via sociale media verschillende 'Stay Fit'-sessies aangeboden aan fans. De jongste voetballers werden via videochallenges uitgedaagd om hun beste skills voor te leggen. De deelnemende leerlingen aan de verschillende schoolprojecten werden via videocalls blijvend betrokken en geëngageerd. De 6.000 Club Kids kregen maanden lang een wekelijks e-nieuwsbrief toegestuurd waarin tal van spelletjes, thuisactiviteiten en educatieve opdrachten waren in verwerkt.

- **MONDMASKERVERKOOP VOOR HET GOEDE DOEL**

Toen in mei 2020 duidelijk werd dat het dragen van een mondmasker een belangrijk onderdeel van de exit-strategie ging worden schakelde Club Brugge, als eerste Belgische club, over tot het verkopen van mondmaskers. De opbrengst van deze verkoop ging naar het steunfonds 'Club tegen Corona'. Hiermee zijn afgelopen maanden via het 'Huis van het Kind' talrijke Brugse gezinnen in kansarmoede ondersteund met de aankoop van laptops zodat ze de online schoollessen kunnen volgen, werd afgelopen zomer door Route 36 in verschillende Brugse wijken een alternatief zomeraanbod aangeboden aan jongeren en werden de woonzorgcentra van Mintus gesteund met de aankoop van tablets zodat de bewoners tijdens de lockdown in contact konden blijven met hun familie en vrienden. Ondertussen zijn reeds meer dan 100.000 mondmaskers verkocht. De Club Brugge-familie toonden zo nog maar eens hun blauw-zwart hart voor het goede doel!