

Piłkarska Liga Finansowa
Rok 2009

Czy kryzys dotknął polską piłkę?



Podsumowanie

Tegoroczna Piłkarska Liga Finansowa obejmująca rok 2009 jest już czwartą edycją rankingu Deloitte, prezentującego przychody polskich klubów piłkarskich grających w rozgrywkach Ekstraklasy i I Ligi. W zeszłym roku nasze opracowanie rozszerzyliśmy o nowy wskaźnik pokazujący wydatki ponoszone przez kluby na wynagrodzenia w stosunku do ich przychodów. W tegorocznej edycji, dzięki już dwuletniej perspektywie, mogliśmy przeprowadzić pierwszą analizę zmiany tego wskaźnika oraz jego wpływu na wyniki sportowe klubów. Oczywiście okres dwóch lat jest zbyt krótki, aby móc wykonać kompleksowe badanie, dlatego analiza ta ma charakter wstępny i będzie rozwijana w następnych edycjach rankingu.

Skład pierwszej dziesiątki tegorocznego rankingu nie odbiega znacząco od zestawienia za rok 2008, odnotowano jednak wiele zmian pozycji, w tym także na podium, jak również znaczące umocnienie się niektórych klubów, w tym m.in. Śląska Wrocław. Pozycję lidera Piłkarskiej Ligi Finansowej utrzymał Lech Poznań, na drugim miejscu, również analogicznie do roku 2008, sklasyfikowana została Wisła Kraków, natomiast najniższy stopień podium przypadł warszawskiej Legii, która po trzech latach wróciła do pierwszej trójki zestawienia.

Spadek wpływów klubów utrzymujących się w czołówce zestawienia, takich jak Wisła Kraków i GKS Bełchatów, połączony ze wzrostem przychodów drużyn zajmujących niższe pozycje w pierwszej dziesiątce, spowodował zmniejszenie dzielącego je dystansu. W 2008 roku przychody klubu zajmującego trzecią pozycję były o niemal połowę większe niż drużyny sklasyfikowanej na miejscu czwartym oraz prawie dwukrotnie przewyższały wpływy drużyny z piątą lokatą. W tym roku różnica pomiędzy 3 a 5 zespołem to jedynie niecałe 16%, a czwarte i piąte miejsce dzieliła już tylko różnica 2%. Nastąpiło również nieznaczne zmniejszenie dystansu pomiędzy wartością średnich przychodów klubów z pierwszej i drugiej piątki rankingu. Wynosiły one odpowiednio 27,2 mln PLN i 14,6 mln PLN (w roku 2008 odpowiednio 27,8 i 12 mln PLN).

Lech Poznań, który w tegorocznym zestawieniu umocnił swoją pozycję powiększył swoje przychody i z wpływami przekraczającymi 40 mln PLN jest aktualnie niekwestionowanym „numerem jeden” w polskiej piłce nożnej. Tytuł Mistrza Polski zdobyty przez klub z Wielkopolski w sezonie 2009/2010 może dodatkowo

przyczynić się do zwiększenia jego przychodów w 2010 roku. Głównymi czynnikami wzrostu mogą być zwiększone zainteresowanie mediów i kibiców, a przez to także sponsorów, jak również perspektywa występów w Lidze Mistrzów, jeśli Kolejorzowi udałoby się awansować do fazy grupowej tych rozgrywek.

Po powrocie do Ekstraklasy drużyn, które w wyniku degradacji sezon 2008/2009 rozegrały w I Lidze, wyraźniej zarysowała się różnica w wysokościach wpływów finansowych pomiędzy klubami grającymi w dwóch najwyższych ligach w Polsce. Nawet bez uwzględnienia przychodów klubów zajmujących trzy pierwsze miejsca w rankingu, średnia dla Ekstraklasy (na podstawie klubów, które nadesłały dane) przekroczyła 13 mln PLN, podczas gdy klub najwyżej sklasyfikowany wśród drużyn I Ligi osiągnął przychody na poziomie 5,5 mln PLN.

Na niezmiennym poziomie, w porównaniu do roku 2008, pozostała wartość wskaźnika wynagrodzenia / przychody klubów Ekstraklasy, który z wynikiem równym 72% nadal jest daleki od uważanego za optymalny poziomu 60%. W 2009 Polska mogła się pochwalić wynikiem lepszym jedynie od Serie A.

Porównując Ekstraklasę z największymi ligami Europy pod względem finansowym nadal zauważalna jest ogromna dysproporcja przychodów. Dodatkowo, na niekorzystne uplasowanie polskiej ligi w tym międzynarodowym towarzystwie wpłynął fakt deprecjacji złotego w analizowanym okresie. Była ona większa (w ujęciu procentowym) niż przyrost wartości Ekstraklasy stąd po przeliczeniu na euro, wartość najwyższej polskiej ligi nie odzwierciedla wzrostu w złotówkach. A wzrost ten jest dużo bardziej dynamiczny niż w ligach Wielkiej Piątki¹, co należy ocenić jako bardzo pozytywną tendencję. Liczymy, że dystans do Europy będzie konsekwentnie maleć z każdym rokiem. Naszym zdaniem największy potencjał dalszego wzrostu drzemie w przychodach z dnia meczu, co łączy z wejściem klubów na obiekty oddawane na EURO 2012. Nowe areny z pewnością przyciągną większą liczbę kibiców, co pośrednio może zastymulować wzrost przychodów z praw do transmisji oraz pozwoli klubom rozwinąć działalność marketingową skierowaną do kibiców.

¹ Ligi: angielska, niemiecka, francuska, hiszpańska oraz włoska

Nota metodologiczna

Analogicznie do poprzednich rankingów polskich klubów piłkarskich tegoroczna edycja jest oparta na wielkości przychodów pochodzących z działalności sportowej.

Wpływy klubów nie uwzględniają takich kategorii jak np. transfery bądź wypożyczenia piłkarzy, gdyż są to często wydarzenia jednorazowe i nie odzwierciedlają możliwości generowania stałych przychodów przez klub (transfery nie stanowią trwałego źródła budowania wartości futbolu – przychody jednego klubu z transferu są kosztem innego klubu). Ponadto w rankingu nie zostały uwzględnione przychody z niesportowej działalności gospodarczej (np. dzierżawa gruntu itp.). Przychody sportowe zostały podzielone na trzy kategorie, które stanowią źródło budowania wartości klubu:

- Dzień meczu – wpływy ze sprzedaży biletów, karnetów oraz catering na stadionie.
- Transmisje – wpływy klubów z transmisji telewizyjnych i radiowych, a także z rozgrywek międzynarodowych.
- Komercyjne – wpływy z umów sponsorskich, reklam, sprzedaży koszulek, pamiątek klubowych itp.

Do udziału w rankingu zostały zaproszone kluby, które w sezonie 2009/2010 grały w dwóch najwyższych klasach rozgrywek piłkarskich (Ekstraklasa i I liga). Dane, w wyżej przedstawionym podziale, zostały dostarczone bezpośrednio przez kluby (część danych historycznych pochodzi z poprzednich edycji rankingu). Ze względu na obowiązujący w większości klubów rok finansowy, dane obejmują lata kalendarzowe 2005, 2006, 2007, 2008 oraz 2009. Poniżej przedstawiamy wyjątki, co do zakresu danych prezentowanych w rankingu:

- Lech Poznań – 30 maja 2006 roku kluby Lech Poznań oraz Amica Wronki zostały połączone. Lech Poznań został następcą prawnym Amiki Wronki, w związku z tym dane za okres styczeń-maj 2006 roku dotyczą Amiki Wronki.
- Korona Kielce – dane obejmują sezony 2005/2006, 2006/2007, 2007/2008 oraz 2008/2009.
- Polonia Warszawa – dane za lata 2006 i 2007 dotyczą klubu Groclin Grodzisk Wielkopolski (Polonia Warszawa jest następcą prawnym tego klubu).

- Warta Poznań – przekazane przez klub dane w kategorii dzień meczu dotyczyły średnich przychodów za jeden mecz. Całkowite roczne przychody z tej kategorii zostały obliczone przy założeniu rozgrywania 20 meczów w roli gospodarza w roku. Dodatkowo dane za lata 2007, 2008 i 2009 obejmują odpowiednio sezony 2007/2008, 2008/2009 i 2009/2010.

W kilku przypadkach występowały drobne różnice pomiędzy danymi dostarczonymi przez kluby w poprzedniej i obecnej edycji rankingu. Każdorazowo takie różnice były wyjaśniane z klubami, tak aby w rankingu zawrzeć dane możliwie najpełniej odzwierciedlające rzeczywiste przychody generowane z działalności sportowej.

Nie wszystkie kluby Ekstraklasy przekazały nam dane dotyczące wielkości przychodów. W związku z tym, w przypadku szacowania wyników całej Ekstraklasy, dla klubów takich klubów przyjęto dane za rok 2008 (jeśli dane były dostępne) lub założono wynik na poziomie klubu o najniższych przychodach w Ekstrklasie – Odry Wodzisław. Lista klubów, które nie przekazały danych została zaprezentowana w kolejnym podrozdziale raportu.

Ze względu na zaokrąglenia wartości przychodów, na wykresach przedstawiających strukturę oraz zmianę wpływów klubów w ostatnich latach mogą pojawić się drobne różnice wartości.

Oprócz danych finansowych przekazanych przez kluby w niniejszym raporcie wykorzystano szereg informacji publicznie dostępnych oraz opracowania przygotowane przez Deloitte Wielka Brytania: Football Money League oraz Annual Review of Football Finance. Wszelkie konieczne przeliczenia z euro na złotówki (bądź odwrotnie) zostały dokonane po średniorocznym kursie PLN / EUR (np. dla przeliczenia przychodów Ekstraklasy w 2009 roku wykorzystano średnioroczny kurs PLN / EUR z 2009 roku).

Pozyskiwanie danych

Dane wykorzystane do stworzenia rankingu pochodzą bezpośrednio od klubów piłkarskich i nie były weryfikowane przez Deloitte. Poniżej przedstawiamy kluby Ekstraklasy, które nie przekazały swoich danych na potrzeby rankingu.

Klub

Lechia Gdańsk

Piast Gliwice

Mając na uwadze przede wszystkim promowanie transparentności w polskiej piłce nożnej, pozostaje mieć nadzieję, że w przyszłym roku wszystkie kluby zechcą przyłączyć się do tworzenia Piłkarskiej Ligi Finansowej 2010. Jest to niezmiernie istotne, zwłaszcza w kontekście raportu UEFA², w którym wskazano na nieprzejrzystości niektórych kwestii finansowych polskich klubów.

² The European Club Footballing Landscape, UEFA



Ranking – Przychody polskich klubów

Ranking łącznych przychodów w roku 2009

Pozycja w rankingu	Klub	Poziom rozgrywek	Przychody (mln PLN)	Wzrost / spadek przychodów
1	Lech Poznań	Ekstraklasa	40,3	↑
2	Wisła Kraków	Ekstraklasa	30,1	↓
3	Legia Warszawa	Ekstraklasa	23,8	↑
4	GKS Belchatów	Ekstraklasa	21,1	↓
5	Śląsk Wrocław	Ekstraklasa	20,6	↑
6	Zagłębie Lubin	Ekstraklasa	20,0	↑
7	Cracovia	Ekstraklasa	14,3	↓
8	Arka Gdynia	Ekstraklasa	14,0	↑
9	Ruch Chorzów	Ekstraklasa	12,3	↑
10	Jagiellonia Białystok	Ekstraklasa	12,2	↑
11	Polonia Warszawa	Ekstraklasa	11,8	↑
12	Polonia Bytom	Ekstraklasa	11,3	↑
13	Odra Wodzisław	Ekstraklasa	8,7	↑
14	Podbeskidzie Bielsko-Biała	1 liga	5,5	↑
15	Widzew Łódź	1 liga	4,7	↓
16	Korona Kielce	1 liga/ Ekstraklasa	3,7	↓
17	Warta Poznań	1 liga	2,3	↑

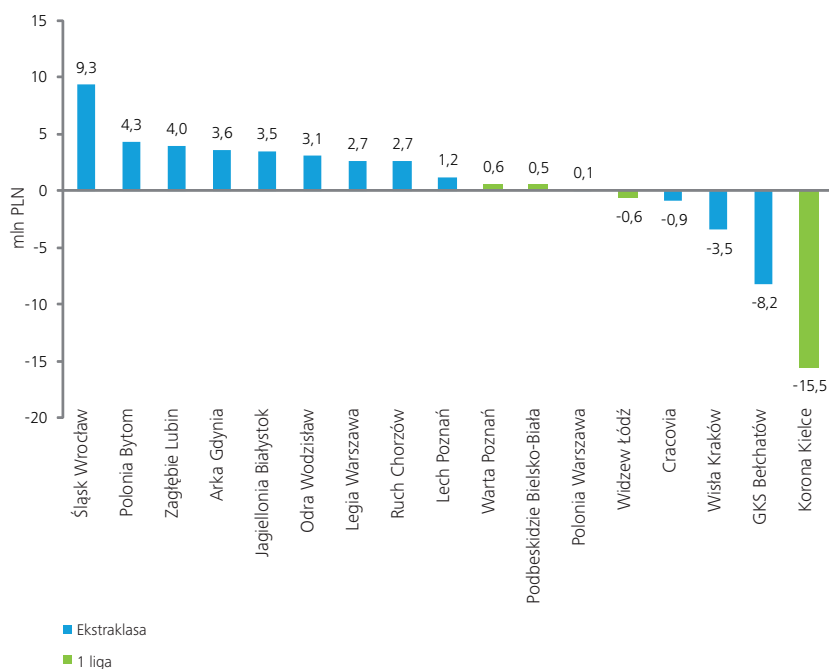
Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przesłanych przez kluby

Pomijając dwa pierwsze miejsca, na których ponownie uplasowały się Lech Poznań (40,3 mln PLN) i krakowska Wisła (30,1 mln PLN), odnotowano znaczne przetasowania pozycji pomiędzy klubami zaliczonymi do pierwszej dziesiątki rankingu Piłkarskiej Ligi Finansowej 2009. Na najniższym stopniu podium, z wpływami równymi 23,8 mln PLN, znalazła się Legia Warszawa, która dzięki zwiększeniu swoich przychodów w stosunku do roku 2008 o niemal 3 mln PLN zdołała wyprzedzić w zestawieniu GKS Bełchatów (21,1 mln PLN).

Z kolei największy wzrost przychodów odnotował Śląsk Wrocław, którego wpływy powiększyły się aż o 83%. Warto zaznaczyć, iż klub ten był również liderem wzrostów (w ujęciu procentowym) w zeszlatorocznym rankingu. Z kolei drużynami, których wpływy najbardziej zmalały w 2009 r. były Korona Kielce i GKS Bełchatów. W przypadku klubu z Bełchatowa ponad 25% spadek przychodów zakończył się zepchnięciem tego klubu z podium, ale GKS zdołał utrzymać miejsce w ścisłej czołówce rankingu. Wśród klubów, które przekazały dane do tegorocznej edycji Piłkarskiej Ligi Finansowej, najniższymi przychodami legitymowała się Warta Poznań. Niemniej jednak, ze względu na brak informacji o wpływach wielu drużyn grających w I Lidze, porównanie pozycji tego klubu z jego bezpośrednimi konkurentami jest utrudnione. Należy odnotować fakt, że przychody Warty rosną w dużym tempie (21% w 2008 i 36% w 2009 roku), co pozwala mieć nadzieję, że w przyszłości klub ten będzie mógł powalczyć o coraz lepsze pozycje w rankingu.

Aż 12 klubów notowanych w tegorocznej edycji Piłkarskiej Ligi Finansowej zdołało zwiększyć swoje przychody w 2009 roku. Niestety dla pięciu drużyn rok ten przyniósł zmniejszenie wpływów.

Różnice w przychodach klubów pomiędzy 2008 a 2009 rokiem



Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przesłanych przez kluby

Wzrosty wpływów odnotowane przez większość klubów pozwoliły na zwiększenie przychodów całej Ekstraklasy. Wzrost ten jest kontynuacją wyników prezentowanych już we wcześniejszych edycjach Piłkarskiej Ligi Finansowej.

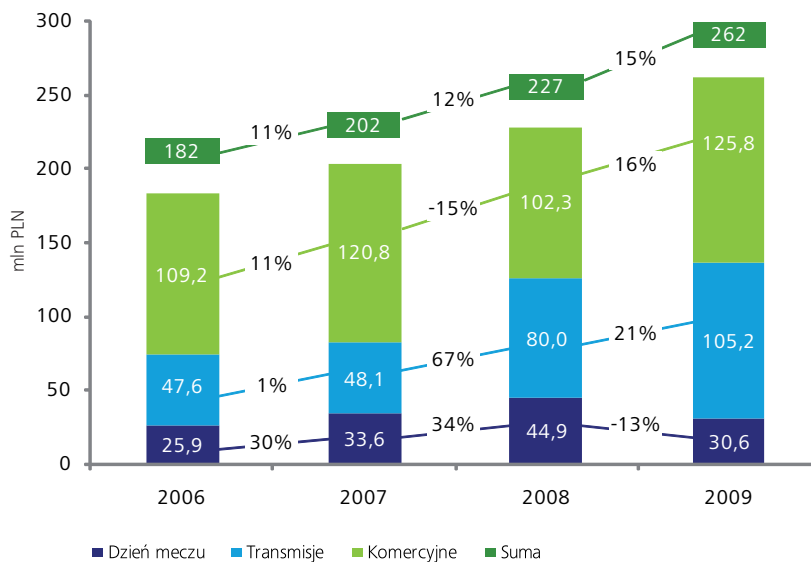
W porównaniu do poprzedniego roku zmieniła się również struktura przychodów najwyższej polskiej ligi. Wpływy ze źródeł komercyjnych stanowiły już prawie 50% łącznych przychodów, podczas gdy udział finansowania z dnia meczu spadł do 12%.

O ponad 20% wzrosły przychody z transmisji meczów, co wynika z faktu, iż rok 2009 był rokiem, w którym w pełni obowiązywała umowa, która weszła w życie z początkiem sezonu 2008/2009.

W wyniku prowadzonych prac remontowych na kilku znaczących obiektach w kraju kategoria przychodów „Dzień meczu” zmalała o 13% do nieco ponad 30 mln PLN. Jest to wynik prawie 20 razy gorszy od przychodów generowanych tylko na obiekcie Manchesteru United i kilka razy gorszy od klubów sklasyfikowanych w dolnej części naszego rankingu najbogatszych klubów w Europie.

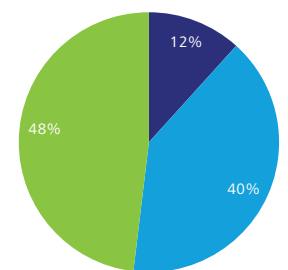
Niemniej jednak systematyczny kilkunastoprocentowy wzrost wartości rodzimej ligi pozwala z nadzieją patrzeć w przyszłość.

Przychody Ekstraklasy



Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przesłanych przez kluby

Struktura przychodów Ekstraklasy w 2009 roku



Perspektywy

Rok 2009 przyniósł polskiej piłce nożnej kolejny wzrost wartości Ekstraklasy. Choć nadal dzieli ją znaczący dystans do czołowych lig europejskich pozytywnie należy ocenić fakt rozwoju.

Podobnie jak w zeszłym roku głównymi czynnikami, które będą w najbliższych latach wpływać na futbol w Polsce pozostały Euro 2012 oraz rozwój infrastruktury stadionowej. Czynniki te powinny powodować ogólny wzrost zainteresowania piłką nożną w Polsce, jednak najwięcej korzyści mogą przynieść klubom z miast będących gospodarzami mistrzostw Europy. Wynika to z faktu, że właśnie na tych miastach będzie skupiała się uwaga mediów w okresie przygotowań do turnieju, jak również samych mistrzostw. Ponadto, wielu kibiców może chcieć zobaczyć stadiony, na których w czasie Euro 2012 będą grały najlepsze drużyny europejskie, a dobrym sposobem na to będzie odwiedzenie go w czasie meczu ligowego.

Nowe stadiony będą też kusiły rozszerzoną ofertą skierowaną zarówno do kibiców indywidualnych, jak również firm, w tym rozbudowanymi strefami biznesowymi oraz poprawioną infrastrukturą gastronomiczną. Zmiany te powinny przełożyć się na zwiększenie przychodów z dnia meczu poprzez przyciągnięcie nowych widzów, jak również zapewnienie bardziej kompleksowej obsługi dotychczasowych kibiców.

Tendencją, która jest coraz bardziej dostrzegalna w Polsce, jest pozyskiwanie sponsorów tytularnych dla stadionów. Ten sposób zdobywania środków jest już znany na zachodzie Europy, a jego implementacja w naszym kraju może przynieść rodzimym klubom dodatkowe wpływy.

Szansą na zwiększenie wartości Ekstraklasy są również występy polskich zespołów w europejskich pucharach. Poza oczywistymi wpływami ze sprzedaży praw do transmisji, kluby te mogą liczyć m.in. na wpływy z dodatkowo rozegranych meczów, które powinny cieszyć się dużym zainteresowaniem kibiców. W długiej perspektywie występy takie są również niezmiernie istotne w budowaniu wartości oraz tożsamości klubu, które przekładają się na przywiązanie kibiców i stabilność wpływów.

Ważną zmianą na polskim rynku mogłaby być konsolidacja praw do transmisji meczów Ekstraklasy. Sezon 2010/2011 jest ostatnim, w którym obowiązywać będzie aktualna umowa o prawa transmisji. Podmiot, który chciałby w przyszłości mieć wyłączność na pokazywanie meczów najlepszej polskiej ligi musiałby najprawdopodobniej zaoferować lepsze niż dotychczasowe warunki finansowe, co powinno zwiększyć przychody klubów. Pozostaje jednak pytanie czy ograniczony dostęp nie zmniejszy liczby widzów, a tym samym nie przełoży się na mniejsze zainteresowanie sponsorów.

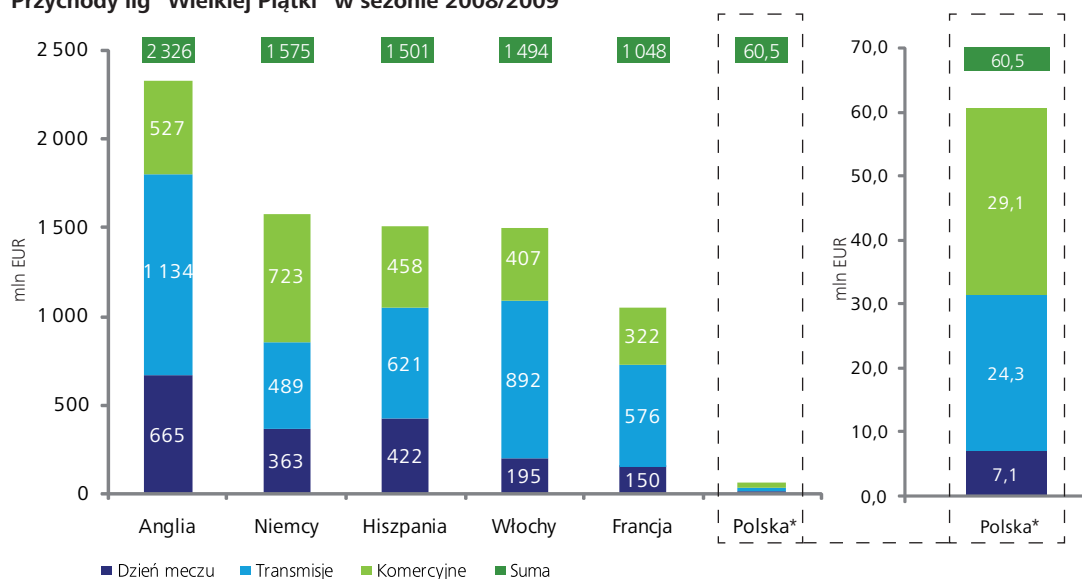
Rok 2010 będzie ważną sondą perspektyw rozwoju rodzimego futbolu. W tym okresie planowane jest oddanie do użytku kilku stadionów, poddawanych w zeszłym roku modernizacjom. Zainteresowanie kibiców meczami rozgrywanymi na tych arenach pokaże, jaki potencjał ma polska piłka nożna.



Przychody Ekstraklasy na tle europejskiego futbolu

Ekstraklasa na tle innych lig

Przychody lig "Wielkiej Piątki" w sezonie 2008/2009



*Dane dla Polski za rok kalendarzowy 2009

Źródło: Analizy Deloitte, DFL, Lega Calcio, LFP (Francja)

Pomimo względnie dobrej kondycji finansowej polskich klubów, Ekstraklasę nadal dzieli spory dystans do lig wielu krajów europejskich. Pozytywnym aspektem jest fakt, że wartość najlepszej polskiej ligi wzrosła w zeszłym roku w tempie szybszym niż pięciu największych Europy. Niemniej jednak, ze względu na deprecjację złotego w tym okresie, tendencji tej nie wykazują wartości przeliczone na euro.

W 2009 roku, podobnie jak przed rokiem, najbogatszą ligą europejską była angielska Premier League. Jej przewaga nad następną pod względem przychodów Bundesligą była gigantyczna i wynosiła prawie 800 mln euro, natomiast od ligi francuskiej, mającej najmniejsze przychody w tym elitarnym gronie dzieliło ją aż 1,3 mld euro. W porównaniu do Wielkiej Piątki Ekstraklasa może pochwalić się raczej skromnymi wpływami. Jej przychody były mniejsze 38 razy w przypadku Premier League i 17 razy w porównaniu do Ligue 1.

Bardzo istotnym czynnikiem wpływającym na tak znaczące różnice wpływów jest m.in. fakt regularnego uczestnictwa klubów z tych krajów w międzynarodowych pucharach, w tym Lidze Mistrzów. Szacuje się, że tylko awans do fazy grupowej tych rozgrywek zwiększa przychody klubu

(wypłaty UEFA + transmisje) o średnio 16 mln euro (ponad 60 mln PLN). Jest to kwota o 150% większa niż łączne przychody lidera tegorocznej Piłkarskiej Ligi Finansowej oraz ponad trzykrotnie wyższa niż średnie wpływy klubów Ekstraklasy. Oznacza to, że awans jednej polskiej drużyny do Ligi Mistrzów przekładałby się na wzrost wartości całej ligi przynajmniej o 20%.

Ważnym czynnikiem warunkującym stabilność finansową ligi jest struktura osiągniętych przychodów. Najbardziej zbilansowanymi wpływami charakteryzowała się liga hiszpańska, której główne źródło finansowania, transmisje, stanowiło jedynie 41% wpływów. Pozostałe kategorie odpowiadały za 31 (komercyjne) i 28 (dzień meczu) procent przychodów. W Ekstraklasie, podobnie jak w Bundeslidze, większość wpływów pochodziła ze źródeł komercyjnych. Najmniejszy wkład w przychody polskiej ligi miały wpływy w dniu meczu. Stanowiły one 12% przychodów, podobnie jak w ligach włoskiej i francuskiej. Należy jednak pamiętać, że jest to jedynie porównanie udziału źródeł przychodów w strukturze wpływów ogółem, gdyż osiągnięte w dniu meczu przez Serie A 195 mln euro było kwotą ponad trzykrotnie większą niż łączne wpływy Ekstraklasy.

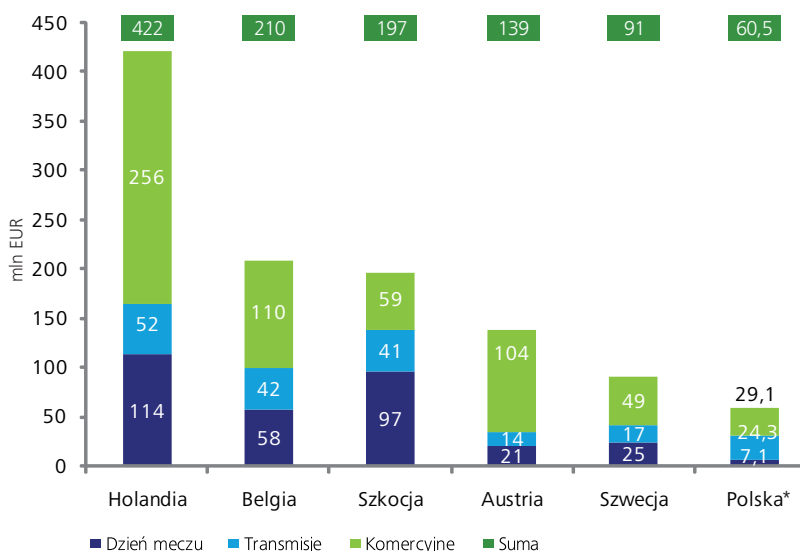
Poziom przychodów Ekstraklasy nie pozwala jej konkurować również z mniejszymi ligami europejskimi. Jednak w ich przypadku różnice są znacząco mniejsze, a stagnacja wzrostu wartości futbolu ligowego w tych krajach pozostawia szanse na stopniowe niwelowanie dzielącego nas dystansu. Najbogatszą z porównywanych lig jest holenderska Eredivisie, która generuje przychody 7 razy większe od Ekstraklasy. Z kolei do najmniejszej ze znaczących lig, szwedzkiej Allsvenskan, Ekstraklasa traci ok. 30 mln euro.

Zróźnicowanie przychodów klubów Wielkiej Piątki i Ekstraklasy

Wskaźnikiem, który pomaga ocenić rozwarstwienie danej ligi pod względem przychodów jest iloraz przychodów drużyny o największych i najmniejszych wpływach. Wśród Wielkiej Piątki największym zróźnicowaniem charakteryzuje się hiszpańska La Liga, dla której współczynnik ten równy był 25. Pozostałe ligi są bardziej wyrównane, a wartość współczynnika waha się dla nich pomiędzy 6 a 9. Na tym tle Ekstraklasa prezentuje się jako bardzo wyrównana liga ze wskaźnikiem równym 5. Wynik ten zwiększa szanse na stosunkowo wyrównany rozwój Ekstraklasy. Niemniej jednak pojawienie się silnego lidera, bądź grupy klubów, które byłyby w stanie powalczyć o stałą obecność w europejskich pucharach na pewno zwiększyłyby wartość ligi i mogłyby pozytywnie wpłynąć na zainteresowanie sponsorów i kibiców całą Ekstrklasą.

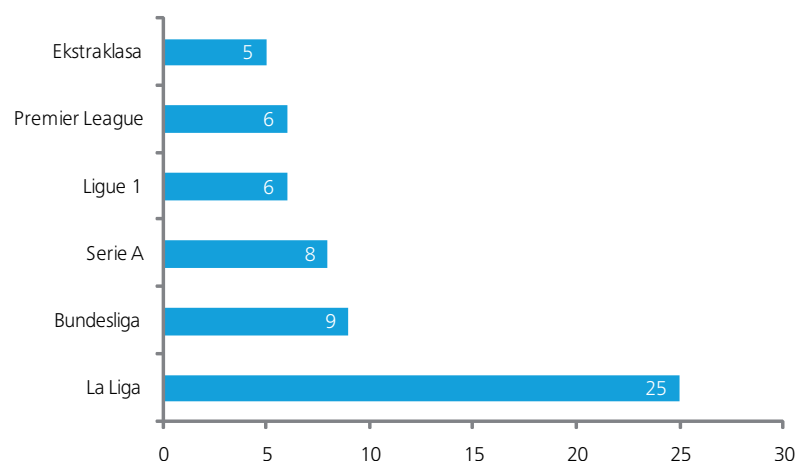
Ubočnym efektem dobrych wyników sportowych w międzynarodowych rozgrywkach może być znaczne rozwarstwienie finansowe krajowego futbolu. Kwoty, które drużyny grające w Lidze Mistrzów, czy Lidze Europejskiej otrzymują od UEFA są tak wysokie na polskie warunki, że kluby niekorzystające z tych środków nie będą w stanie zniwelować różnicy wpływów posiłkując się jedynie krajowymi źródłami finansowania.

Przychody lig innych niż "Wielka Piątka" w sezonie 2008/2009



*Dane dla Polski za rok kalendarzowy 2009
Źródło: Analizy Deloitte, DFL, Lega Calcio, LFP (Francja)

Różnice w poziomach przychodów najbogatszych i najbiedniejszych klubów Wielkiej Piątki i Ekstraklasy



Źródło: Football Money League, Analiza Deloitte na podstawie danych przesłanych przez kluby

Frekwencja

Na wartość ligi i jej międzynarodową pozycję przełożenie ma również frekwencja kibiców na stadionach. Zainteresowanie widzów wpływa bowiem nie tylko na bezpośrednie wpływy w dniu meczu, ale również pośrednio na wpływy komercyjne.

Na tle Wielkiej Piątki średnia frekwencja kibiców na meczach w Polsce prezentuje się mało okazale. W poprzednim sezonie na meczach Ekstraklasy sięgnęła ona 5,3 tys. osób. Na najbardziej obleganych w Europie stadionach niemieckich drużyn, w tym samym okresie, zasiadało średnio 42,5 widzów na każdym meczu. Wynik Bundesligi jest jednak ewenementem nawet w Wielkiej Piątce, gdyż aż o 60% przewyższa on średnią liczbę kibiców na stadionach krajów tak mocno kojarzonych z futbolem jak Włochy czy Hiszpania.

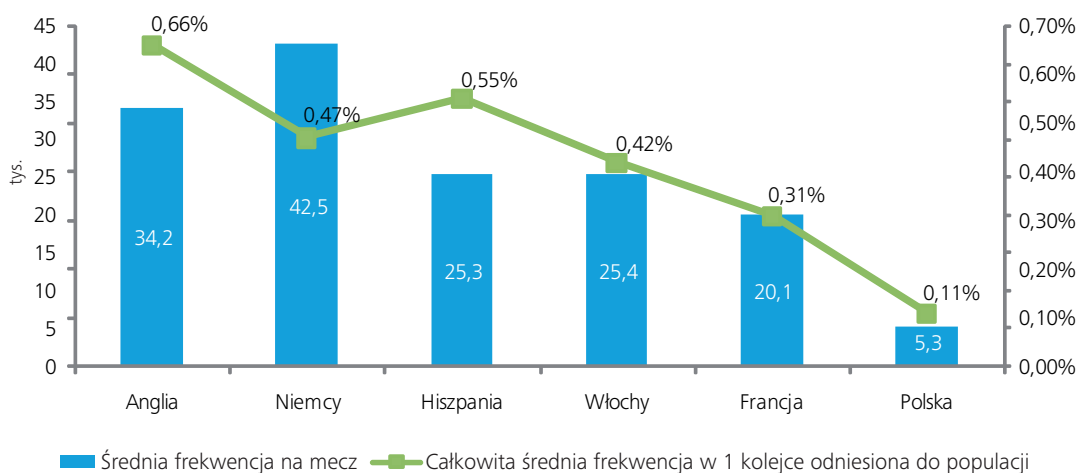
Jeśli jednak odniesiemy te wyniki do liczby ludności państw Wielkiej Piątki, okaże się, że w takim zestawieniu przoduje Premier League, a Niemcy wyprzedza również hiszpańska La Liga. Aktualnie w Polsce zainteresowanie społeczeństwa oglądaniem meczów na żywo jest znacznie mniejsze niż w tych krajach, daje to jednak perspektywę rozwoju krajowej piłki nożnej.

Ze średnią frekwencją powiązane są przychody poszczególnych lig osiągane w dniu meczu. Ligi zachodnie generują z tego źródła znacznie większe

wpływy niż Ekstraklasa, ale wynik ten nie jest osiągnięty jedynie dzięki większej liczbie kibiców na stadionach. Dla ligi o najwyższym wskaźniku zainteresowania społeczeństwa (Premier League) średnia frekwencja była ponad 6 razy większa od frekwencji widzów w Ekstraklasie, podczas gdy przychody generowane w dniu meczu były ponad 90 razy większe. Odpowiednio, dla Ligue 1 mającej najniższy wskaźnik zainteresowania futbolem w przeliczeniu na obywatela wśród krajów Wielkiej Piątki, średnia frekwencja była niecałe 4 razy większa od frekwencji w lidze polskiej, natomiast przychody z dnia meczu 21 razy większe. Wyniki te mogą świadczyć nie tylko o wyższej zamożności społeczeństw zachodnich, ale również bardziej rozbudowanej ofercie skierowanej do widzów oglądających mecze „na żywo”. Niemniej jednak można oczekiwać, że bogacenie się polskich kibiców oraz modernizacja stadionów, połączona z nowym spojrzeniem na możliwości pozyskiwania przychodów w dniu meczu przełożą się w przyszłości na wzrost wpływów rodzimych klubów z tego źródła finansowania.

Porównując Ekstraklasę z innymi ligami europejskimi, trudno nie odnieść wrażenia, że mamy jeszcze sporo do zrobienia, aby dogonić czołówkę naszego kontynentu. Krokiem milowym mogłby być awans polskich klubów do Ligi Mistrzów, który pozwoliłby znacząco zwiększyć wartość naszej ligi.

Średnia frekwencja najwyższej ligi piłkarskiej w krajach Wielkiej Piątki i w Polsce



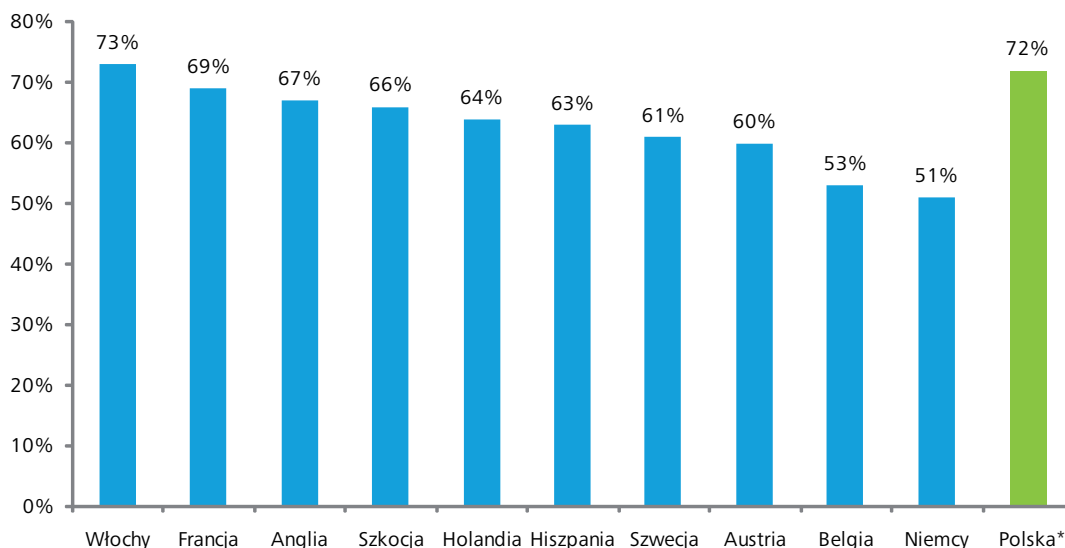
Źródło: Annual Review of Football Finance, Analiza Deloitte na podstawie danych z serwisu www.european-football-statistics.co.uk/

Zarządzanie poziomem wynagrodzeń w Polsce i Europie

Porównując stosunek wynagrodzeń do przychodów w ligach europejskich widoczne są znaczne różnice pomiędzy poszczególnymi krajami. Zdecydowanie największą część swoich wpływów przeznaczają na wynagrodzenia kluby włoskie. 73% uzyskane przez Serie A daleko odbiega od uznawanego za odpowiedni poziomu 60%. Zdecydowana większość lig europejskich utrzymuje płace na poziomie pozwalającym zmieścić się w przedziale pomiędzy 60 a 70%. Tradycyjnie już najlepszą kontrolą kosztów na wynagrodzenia wykazały się kluby niemieckie, w których stosunek płac do przychodów wyniósł 51%. Największy wzrost wskaźnika w porównaniu do poprzedniego zestawienia (o 5 punktów procentowych) odnotowały liga angielska i włoska osiągając odpowiednio poziom: 67% oraz 73%. W zestawieniu wartości wskaźnika wynagrodzenia / przychody głównych lig europejskich Ekstraklasa, z 72%-owym wynikiem, zajmuje przedostatnie miejsce wyprzedzając jedynie włoską Serie A.

W głównych ligach europejskich stosunek płac do wpływów w minionym sezonie był bardzo zróżnicowany. Średnia ważona dla pięciu największych lig wyniosła 64%, jednak różnica pomiędzy najniższym wynikiem Bundesligi, a najwyższym Serie A wyniósł aż 22 punkty procentowe. Wartym odnotowania jest gorszy niż przed rokiem stosunek wynagrodzeń do przychodów w najbogatszej lidze europejskiej - Premier League.

Wartość wskaźnika wynagrodzenia / przychody dla najwyższych lig piłkarskich w wybranych krajach europejskich w sezonie 2008/2009



*Dane dla Polski za rok kalendarzowy 2009

Źródło: Annual Review of Football Finance, Analiza Deloitte na podstawie danych przesłanych przez kluby

Wśród klubów Ekstraklasy ujętych w tegorocznym rankingu ponad połowa miała wskaźnik wynagrodzenia / przychody przewyższający 65%, a jedynie cztery z nich osiągnęły wynik poniżej 60% (Cracovia, Ruch Chorzów, Polonia Bytom i Jagiellonia Białystok). Dodatkowo, z klubów I Ligi ujętych w zestawieniu jedynie Podbeskidzie Bielsko-Biała miał przychody i wydatki na wynagrodzenia na poziomie pozwalającym utrzymać wartość wskaźnika poniżej 60%.

Na drugim biegunie zestawienia Ekstraklasy uplasowały się kluby, których wydatki na wynagrodzenia były znacznie wyższe niż przychody. W 2009 roku stosunek ten przekroczył wartość 100% w Polonii Warszawa (107%), Koronie Kielce (173%), Legii Warszawa (111%) oraz Widzewie Łódź (257%).

Pomiędzy tymi grupami znalazło się również spore grono klubów, które co prawda przekraczają poziom 60%, aczkolwiek nadal utrzymują wartość wskaźnika na poziomie nie wyższym niż 70%.

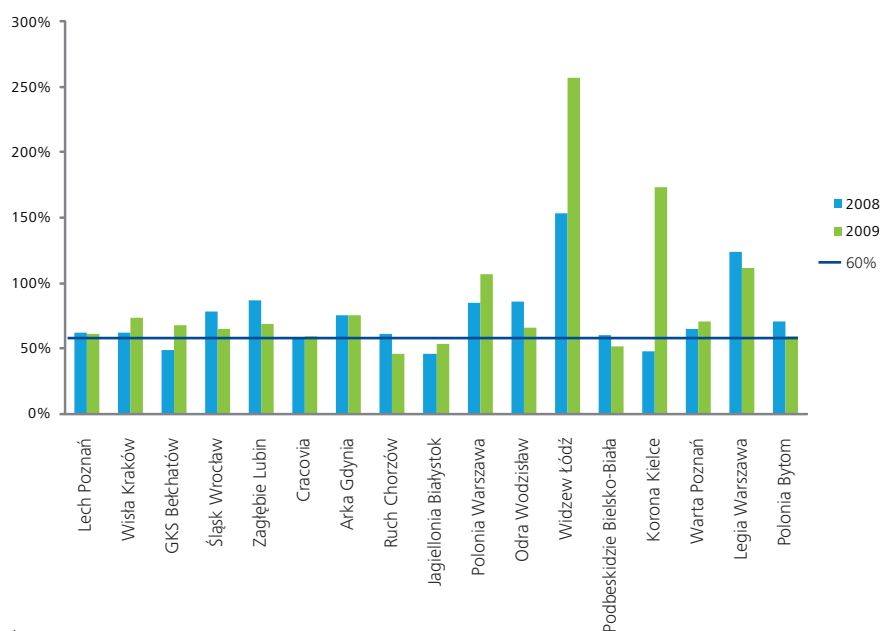
Poziom wynagrodzeń i ich stosunek do przychodów może w pewnym stopniu świadczyć o strategii klubu. Może on bowiem oznaczać chęć inwestowania w zespół, aby w przyszłości, dzięki lepszym wynikom sportowym, osiągnąć wyższe wpływy.

Niestety są w polskiej lidze przykłady klubów, którym inwestycja w wynagrodzenia nie przyniosła spodziewanych wyników. W zeszłorocznym rankingu Górnik Zabrze wykazał stosunek wynagrodzeń do wpływów wynoszący 170%. Pomimo względnie wysokich nakładów (uzyskane przychody wynosiły 7,5 mln PLN) klub ten nie zdołał utrzymać się w Ekstraklasie i sezon 2009/2010 spędził w pierwszej lidze.

W minionym sezonie w Ekstraklasie były również kluby, którym udało się wspiąć w tabeli mimo, iż nie zwiększyły swoich wydatków na wynagrodzenia. Dobrym przykładem takiej drużyny jest Ruch Chorzów, który posiadając praktycznie niezmienny budżet płacowy, awansował z dziewiątego miejsca na koniec sezonu 2008/2009 na trzecią pozycję w tabeli sezonu 2009/2010. Dodatkowo, dzięki zwiększonym przychodom klub ten zdołał również obniżyć wartość wskaźnika wynagrodzenia / przychody o 15 punktów procentowych (z 61 do 46%).

Wartym odnotowania jest fakt, że w 2009 roku wiele klubów nie zmieniło znacząco swoich budżetów na wynagrodzenia, a różnice w stosunku płac do przychodów wynikają w większości przypadków ze zmiany poziomu wpływów.

Wartość wskaźnika wynagrodzenia / przychody klubów Ekstraklasy i I Ligi

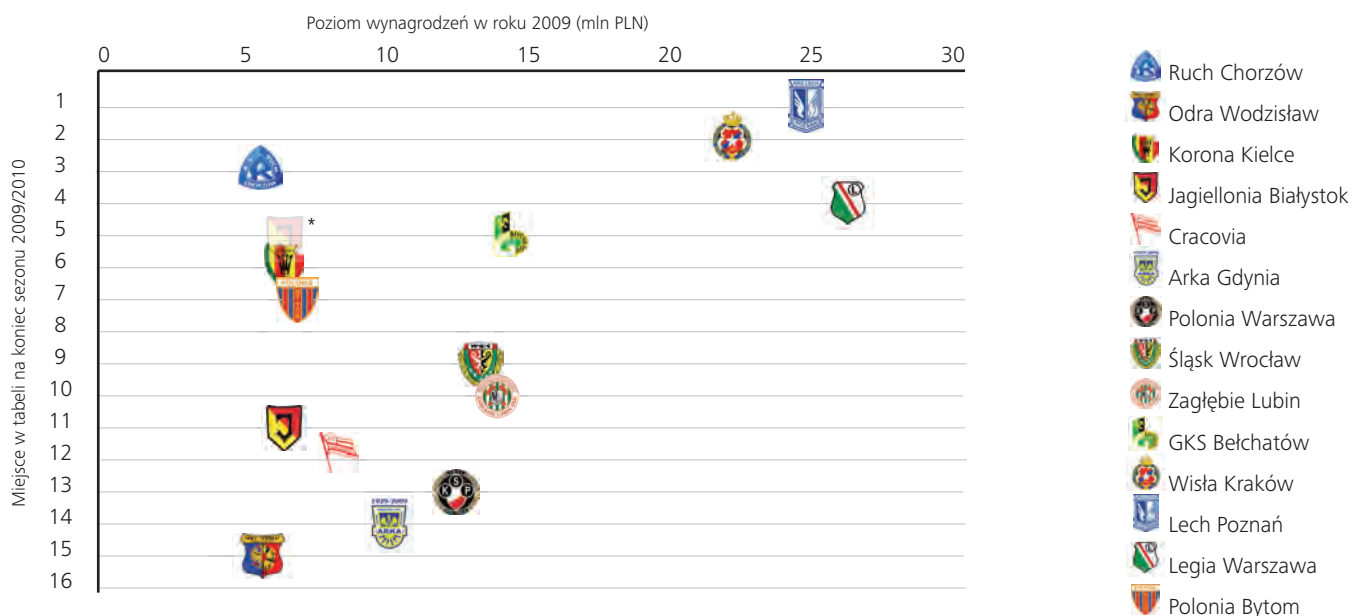


Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przesłanych przez kluby

Stosunek wynagrodzeń do przychodów jest ważnym wskaźnikiem obrazującym sposób zarządzania drużyną, jednak czynnikiem co najmniej równie istotnym jest sama wysokość kwot przeznaczonych na płace. Analiza danych za rok 2009 wykazuje, że kluby znajdujące się w ścisłej czołówce Ekstraklasy miały wyższe budżety płacowe, niż drużyny uplasowane niżej w tabeli. Ciekawym wyjątkiem jest tutaj Ruch Chorzów, który pomimo stosunkowo niewysokich wydatków na wynagrodzenia zdołał zająć trzecie miejsce w rozgrywkach sezonu 2009/2010. Przełożenie wielkości środków przeznaczonych na płace, na wyniki w Ekstraklasie było mniej widoczne wśród drużyn uplasowanych niżej w tabeli najlepszej polskiej ligi.

Poziom wydatków na płace, jak również stosunek wynagrodzeń do przychodów są ważnymi wskaźnikami, których monitorowanie jest konieczne do skutecznego zarządzania klubem. Analizując wyniki tegorocznego rankingu należy pamiętać, że okres dwóch lat, za który dostępne są dane o płacach, jest zbyt krótki, aby móc w pełni ocenić dynamikę ich zmian oraz wpływ jaki mają na wyniki sportowe.

Wynik sportowy klubów w sezonie 2009/2010 w stosunku do wynagrodzeń w roku 2009



Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przesłanych przez kluby



Przegląd klubów



1. Lech Poznań

Z przychodami przekraczającymi 40,3 mln PLN, niekwestionowanym liderem Piłkarskiej Ligi Finansowej drugi rok z rzędu został Lech Poznań. Nad drugą w rankingu Wisłę Kraków Kolejorz osiągnął przewagę 10 mln PLN.

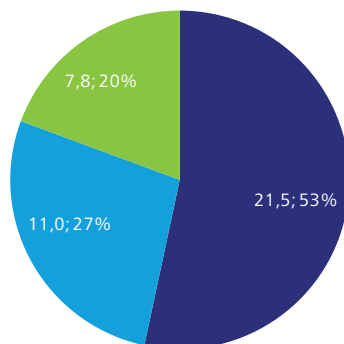
Mistrz Polski odnotował znaczące zmiany w przychodach ze wszystkich źródeł finansowania. Zarówno transmisje telewizyjne, jak i komercyjne źródła finansowania wygenerowały ponad 30% więcej środków niż w roku 2008 i z udziałem odpowiednio 27 i 53% stanowiły trzon finansowania klubu. Wzrosty te odzwierciedlają dobre wyniki sportowe Kolejorza grającego w polskich i europejskich rozgrywkach.

Jedyną kategorią przychodów, w której w analizowanym okresie, odnotowano spadek były wpływy z dnia meczu. Ze względu na remont stadionu nie wszyscy kibice mieli możliwość oglądania spotkań na żywo. Pokazują to niższe o połowę statystyki frekwencji, w słynącym z pełnych trybun Poznaniu. Pomimo prawie 50% spadku przychodów z dnia meczu, Kolejorz nadal dystansuje w tej kategorii pozostałe kluby tegorocznego zestawienia. Z przychodami bliskimi 8 mln PLN wyprzedza o ponad 4 mln PLN drugą pod tym względem Wisłę Kraków.

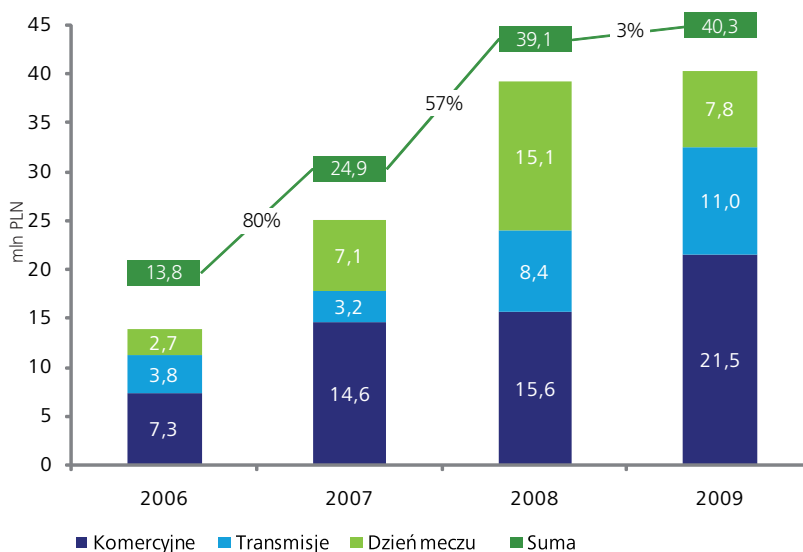
Lech Poznań ma spore szanse na dłużej zagościć na szczycie rankingu Piłkarskiej Ligi Finansowej. W 2009 roku zdołał utrzymać pozycję lidera, mimo mniejszych wpływów w kategorii „Dzień meczu”, spowodowanych remontem stadionu. Kiedy nowa arena zostanie otwarta w nadchodzącym sezonie i ponad 43 tys. miejsc zapełni się kibicami, wpływy z tego źródła mogą nawet przewyższyć najlepsze wyniki historyczne. Dodatkowo, dobre rezultaty sportowe i będące pokłosiem organizacji turnieju Euro 2012 zwiększone zainteresowanie futbolem mogą przełożyć się na wzrost wpływów w pozostałych kategoriach.

Jednak prawdziwą szansą na znaczne zwiększenie dystansu do pozostałych klubów Ekstraklasy jest awans do fazy grupowej Ligi Mistrzów. Jeżeli Lechowi udałby się ten wyczyn, Kolejorz mógłby zostać pierwszym klubem w Polsce, którego przychody przekroczy barierę 100 mln PLN.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



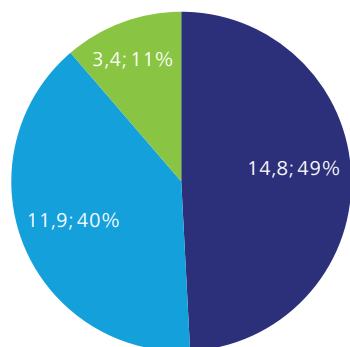
Przychody klubu



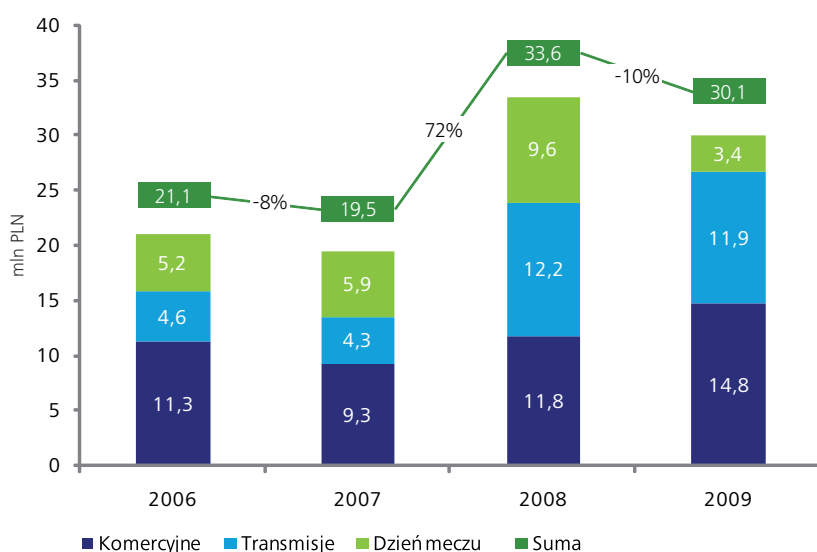
Przychody (mln PLN)	2009	40,3
	2008	39,1
Pojemność stadionu (sezon 09/10)		13 370
Średnia frekwencja (sezon 09/10)		7 727
Średnia frekwencja (sezon 08/09)		16 300



Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



	Przychody (mln PLN)	
	2009	2008
Pojemność stadionu	11 380	12 473
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	2 940	12 473
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	12 473	12 473

2. Wisła Kraków

Po znaczącym 14 milionowym wzroście przychodów w roku 2008, rok 2009 przyniósł krakowskiej Wiśle dziesięcioprocentowy spadek wpływów. Klub zdołał jednak utrzymać się na pozycji wicelidera rankingu.

Największe spadki przychodów Biała Gwiazda odnotowała w kategorii „Dzień meczu”. Prawie 10 mln PLN zdobytych z tego źródła w 2008 r. zmalało o 65% i stanowiło już tylko 11% łącznych przychodów klubu (29% w 2008 r.). Na wynik ten wpłynęła na pewno niższa o 76% frekwencja powiązana z pracami remontowymi prowadzonymi na stadionie przy Reymonta. Głównym źródłem przychodów, które zamortyzowało zmniejszone wpływy z dnia meczu były przychody komercyjne. Pozyskane dodatkowo 3 mln PLN pozwoliły pokryć połowę z utraconych wpływów meczowych. Istotną rolę odegrał tu zapewne nowy sponsor klubu.

Praktycznie bez zmian, w analizowanym okresie, pozostały przychody z tytułu transmisji telewizyjnych (spadek o 2% do 11,9 mln PLN).

Obniżone wpływy i zwiększone wynagrodzenia podniosły o 11 punktów procentowych wartość wskaźnika wynagrodzenia/przychody. W zeszłym roku wskaźnik ten zbliżony był do, uważanego za optymalny, poziomu 60%. W 2009 wzrósł do 73%.

Zmiany w strukturze przychodów Wisły Kraków zachwiały niemal idealny rozkład, którym klub mógł pochwalić się przed rokiem. Było to jednak wynikiem znacznego spadku przychodów z dnia meczu, które powinny odbić się po zakończeniu remontu stadionu, który docelowo ma pomieścić 33 tys. osób. Na przychody klubu w roku 2010 na pewno mogą wpłynąć występy w międzynarodowych pucharach, jeśli tylko Wisła zdoła osiągnąć w nich rezultaty lepsze niż w sezonie 2009/2010.



3. Legia Warszawa

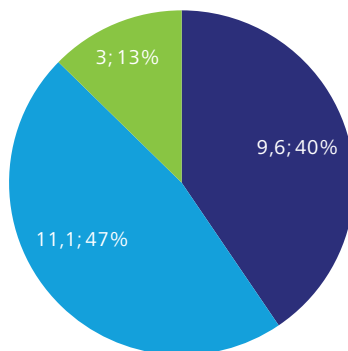
Po trzech latach spędzonych poza pierwszą trójką Piłkarskiej Ligi Finansowej, warszawskiej Legii udało się wrócić na podium. Stołeczny klub zawdzięcza to wzrostowi swoich przychodów o 2,7 mln PLN, jak również, znacznemu spadkowi wpływów GKSu Bełchatów, który w zeszłorocznym zestawieniu zajmował trzecią pozycję.

Głównym czynnikiem, który wpłynął na wzrost przychodów Legii było zwiększenie wpływów ze sprzedaży praw do transmisji meczów. W roku 2008 to źródło finansowania przyniosło klubowi z Łazienkowskiej 6,9 mln PLN, podczas gdy w 2009 wartość ta wzrosła o 60%, i osiągnęła 11,1 mln PLN.

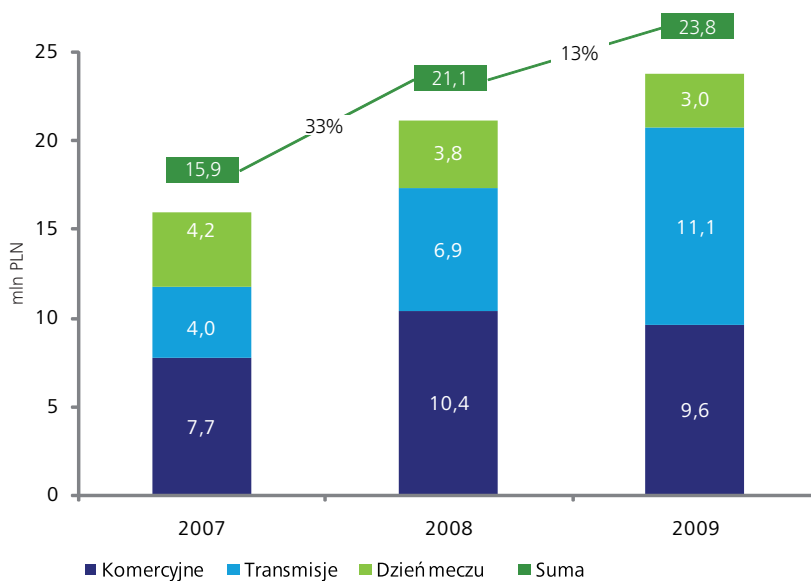
Tak znaczny wzrost przychodów z praw transmisji, połączony ze spadkiem wpływów komercyjnych i z dnia meczu, spowodował zmianę w strukturze finansowania stołecznego klubu. W roku 2008 prawie połowę przychodów Legii stanowiły wpływy komercyjne, natomiast pozostałe źródła: prawa do transmisji oraz „Dzień meczu” odpowiadały w przybliżeniu odpowiednio za 33 % i 18% wpływów. Obecne zestawienie pokazuje, że w ubiegłym roku największy udział w finansowaniu klubu miały przychody z praw transmisji (47%) i źródła komercyjne (40%). Istotny spadek znaczenia odnotowały natomiast wpływy z dnia meczu, których wartość zmalała o 20%. Wynik ten połączony był z niższą frekwencją na meczach Legii, który w dużym stopniu spowodowany był remontem stadionu.

Rok 2010 będzie ważnym dla klubu, gdyż może on przynieść istotne zmiany zarówno w wysokości łącznych przychodów, jak również w ich strukturze. Z jednej strony zakończenie przebudowy stadionu powinno przełożyć się na zwiększoną frekwencję, a co za tym idzie wzrost przychodów uzyskiwanych podczas poszczególnych meczów oraz zwłaszcza w początkowym okresie większe zainteresowanie mediów, skutkujące częstszym pokazywaniem rozgrywek prowadzonych na obiekcie Legii. Z drugiej jednak strony, zakończenie sezonu 2009/2010 na czwartej pozycji spowodowało, że stołeczny klub nie zagra w eliminacjach do żadnych europejskich pucharów, co z pewnością nie jest impulsem do wzrostu przychodów.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



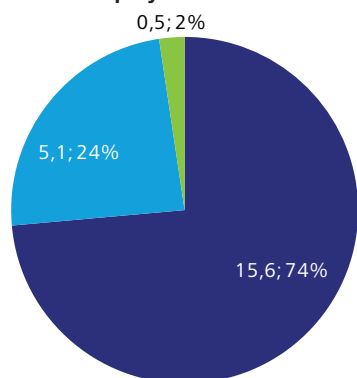
Przychody klubu



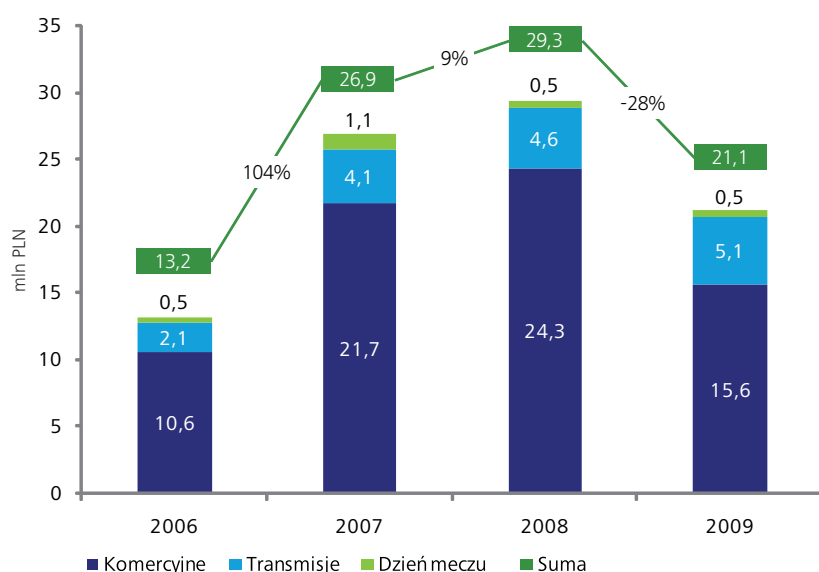
Przychody (mln PLN)	2009	2008
Przychody	23,8	21,1
Pojemność stadionu	5 976	
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	3 233	
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	5 880	



Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



Przychody (mln PLN)	2009	2008
Przychody (mln PLN)	21,1	29,3
Pojemność stadionu	5 238	
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	3 187	
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	3 300	

4. GKS Bełchatów

Niemal trzydziestoprocentowy spadek przychodów GKS Bełchatów pozbawił klub miejsca na podium naszego ranking. Na przychodach klubu zaważył znaczący (o 35%) spadek wpływów komercyjnych, które stanowią główne źródło finansowania drużyny z Bełchatowa.

Spadku w tej najważniejszej dla klubu kategorii nie zdołali zrównoważyć zwiększone wpływy z tytułu transmisji meczów (o 9% do poziomu 5 mln PLN) oraz dnia meczu (o 12% do 0,5 mln PLN). Kategorie te stanowiły łącznie zaledwie 26% przychodów klubu, a wzrost ich znaczenia (w zeszłym roku było to jedynie 17%) wynikał bardziej ze spadku wpływów komercyjnych niż realnego zwiększenia ich wartości.

Ważnym czynnikiem dla budowania pozycji klubu są kibice. W minionym sezonie frekwencja na stadionie GKSu była jedynie o 3,4% niższa niż rok wcześniej. Choć klubowi udało się utrzymać zainteresowanie kibiców nadal liczba widzów na stadionie jest stosunkowo niska w porównaniu do innych klubów Ekstraklasy. Większa frekwencja mogłaby pomóc klubowi stopniowo bilansować źródła przychodów, zwłaszcza że stadion, z ponad 5000 miejsc daje możliwości wzrostów.

W poprzednich latach zwracaliśmy uwagę na zagrożenia dla GKSu Bełchatów wynikające z koncentracji przychodów na źródłach komercyjnych. Niestety okazały się one słuszne i spadek przychodów z tej kategorii spowodował znaczące obniżenie łącznych wpływów klubu. Mocniejsza dywersyfikacja przychodów, może ułatwić klubowi zabezpieczyć stabilność wpływów.



5. Śląsk Wrocław

Klub Śląsk Wrocław zachował pozycję lidera w kwestii dynamiki wzrostu przychodów, co pomogło mu uplasować się na 5 pozycji w tegorocznej edycji rankingu.

Motorem tak wysokiego wzrostu były przychody z tytułu transmisji meczów, które zwiększyły się o 172% i sięgnęły 8,9 mln PLN. Na tak znaczącą dynamikę wzrostu miał wpływ fakt, że przez cały 2009 rok klub grał w Ekstraklasie, w przeciwieństwie do roku poprzedniego, który drużyna z Wrocławia rozpoczęła w I Lidze. Przełożyło się to na zwiększony o 14 punktów procentowych udział powyższej grupy przychodów w strukturze wpływów ogółem.

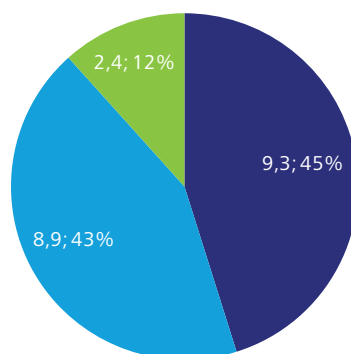
Wrocławską drużyną może się również pochwalić wysokim, trzydziestotrzyprocentowym wzrostem wpływów generowanych w dniu meczu. Kwota 2,4 mln PLN uzyskana z tego źródła była trzecim wynikiem w tej kategorii wśród klubów sklasyfikowanych w tegorocznym ranking, jednak z uwagi na wysoki wzrost łącznych przychodów Śląska Wrocław jej udział w strukturze wpływów spadł o 4 punkty procentowe.

Znacząco, bo o ponad połowę wzrosły również przychody z tytułu działalności komercyjnej. Istotnym dla tego wyniku mogło być pozyskanie przez klub nowego sponsora.

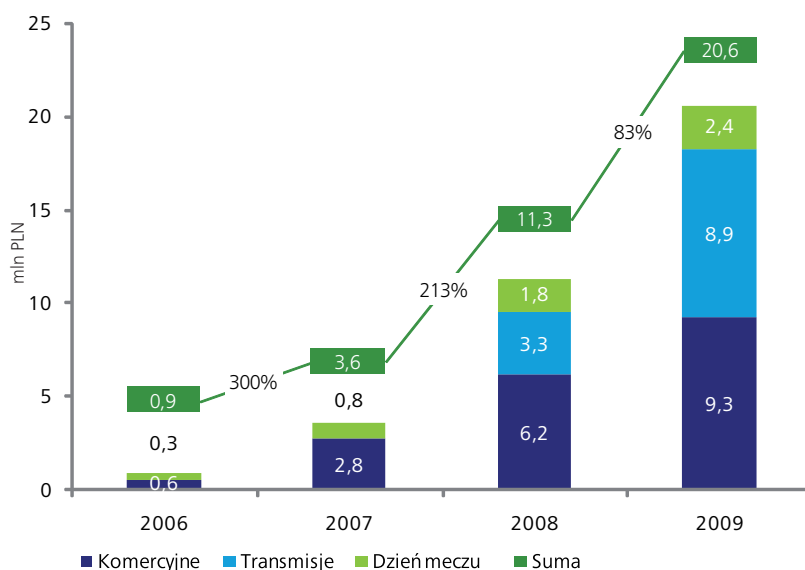
Tak znaczący wzrost przychodów przełożył się również na zwiększenie wydatków na wynagrodzenia w klubie. Kwota przeznaczona na ten cel wzrosła w 2009 roku o 52%, jednak stosunek wynagrodzeń do (zwiększonych) przychodów spadł o 13 punktów procentowych.

Wydaje się, że utrzymanie tak wysokiego tempa wzrostu przychodów w przyszłym roku może być niełatwe. Szansą w dalszej perspektywie jest natomiast, planowane na 2011 rok, zakończenie budowy nowego stadionu Śląska Wrocław, który docelowo ma pomieścić ponad 43 tysiące widzów.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



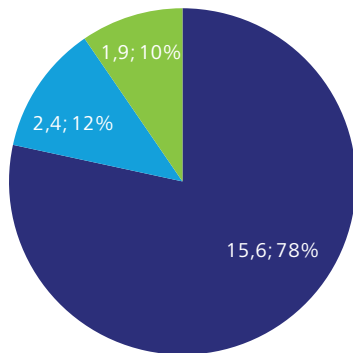
Przychody klubu



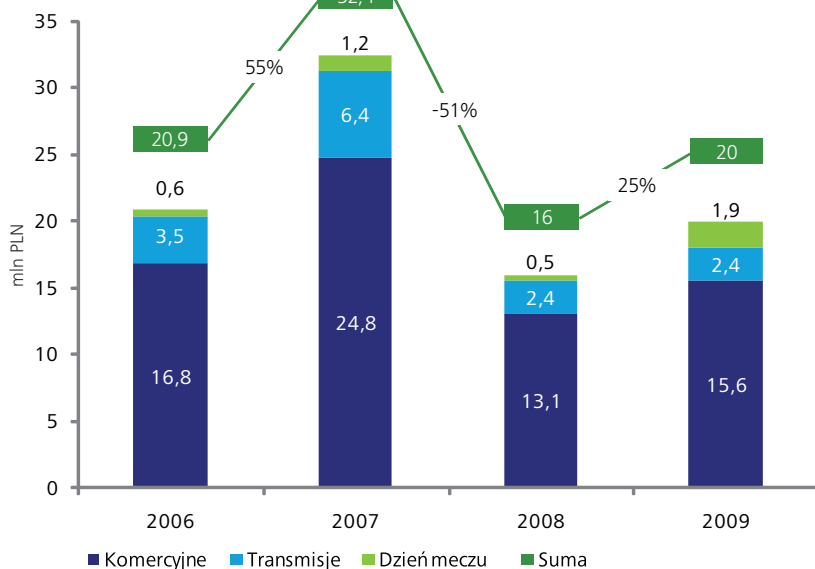
Przychody (mln PLN)	2009	20,6
	2008	11,3
Pojemność stadionu		8 273
Średnia frekwencja (sezon 09/10)		6 107
Średnia frekwencja (sezon 08/09)		7 425



Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



Przychody (mln PLN)	2009	20,0
	2008	16,0
Pojemność stadionu		10 000
Średnia frekwencja (sezon 09/10)		7 962
Średnia frekwencja (sezon 08/09)		5 472

6. Zagłębie Lubin

Powrót do Ekstraklasy pomógł Zagłębiu Lubin zwiększyć przychody o prawie 25% w stosunku do roku poprzedniego, dzięki czemu klub, podobnie jak w poprzedniej edycji rankingu, jest drużyną o jednych z najwyższych przychodów w polskiej piłce nożnej. Wzrost ten nie pozwolił jednak na powrót do poziomu wpływów z 2008 r., gdy Zagłębie prowadziło w Piłkarskiej Lidze Finansowej.

O radości z awansu do Ekstraklasy może świadczyć średnia frekwencja kibiców na stadionie, która wzrosła o 45%. Jest to wynik tym lepszy, że w tym okresie większość klubów odnotowała spadek liczby widzów. Dodatkowo, Zagłębiu udało się przekuć ten sukces na znaczne wpływy generowane w dniu meczu, których wartość wzrosła o gigantyczne 280% i sięgnęła prawie 2 mln PLN. W analizowanym okresie znacząco zwiększyły się również przychody komercyjne. Choć procentowo wzrost ten był stosunkowo niewielki (wyniósł „jedynie” 19%), to kwotowo przychody z tej kategorii zwiększyły się o 2,5 mln PLN, czyli prawie tyle ile wynoszą roczne wpływy komercyjne w takich klubach jak Ruch Chorzów, czy stołeczna Polonia. Łączne przychody komercyjne Zagłębia wyniosły w 2009 r. 15,6 mln PLN, co było drugim wynikiem wśród klubów sklasyfikowanych w tegorocznym zestawieniu. W minionym roku lepszym wynikiem mógł pochwalić się jedynie Poznański Lech, który pozyskał z tego źródła kolosalne jak na polską ligę 21,5 mln PLN.

Struktura przychodów nie zmieniła się w sposób istotny. Przychody z tytułu transmisji meczów pozostały na stałym poziomie 2,4 mln PLN. Ponieważ łączne wpływy wzrosły powyższa grupa przychodów odnotowała spadek udziału w strukturze wpływów o 3 punkty procentowe.

W minionym sezonie Zagłębiu udało się wywalczyć 10 pozycję w Ekstraklasie, dzięki czemu również w drugiej połowie 2010 roku klub ten będzie grał w najwyższej polskiej lidze. Jeżeli na potencjalnie większe wpływy z transmisji telewizyjnych nałożą się dodatkowe przychody z dnia meczu, uzyskane dzięki większemu stadionowi (docelowo ma on pomieścić ponad 16 tysięcy widzów) i zainteresowaniu kibiców Zagłębia ma szansę ponownie powiększyć swoje przychody i poprawić pozycję w przyszłorocznej Piłkarskiej Lidze Finansowej.



7. Cracovia

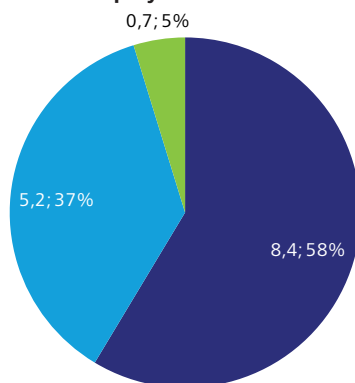
Pomimo sześcioprocentowego spadku przychodów, Cracovii udało się utrzymać w pierwszej dziesiątce tegorocznego rankingu. Niestety wynik ten przerwał kilkuletnią serię stabilnych, dwucyfrowych wzrostów wpływów finansowych tego klubu.

Spadek ten był wynikiem głównie zmniejszonych przychodów generowanych w dniu meczu, które zapewniły klubowi jedynie 0,7 mln PLN. Ta kategoria wpływów odpowiada za ponad połowę różnicy pomiędzy przychodami w latach 2008 i 2009. Jednocześnie odnotowano mniejszą o prawie 60% frekwencję na meczach Cracovii. Był to zapewne wynik m.in. trwających na nim prac modernizacyjnych, w wyniku których Cracovia, podobnie jak Wisła Kraków, część sezonu rozgrywała mecze na stadionie w Sosnowcu.

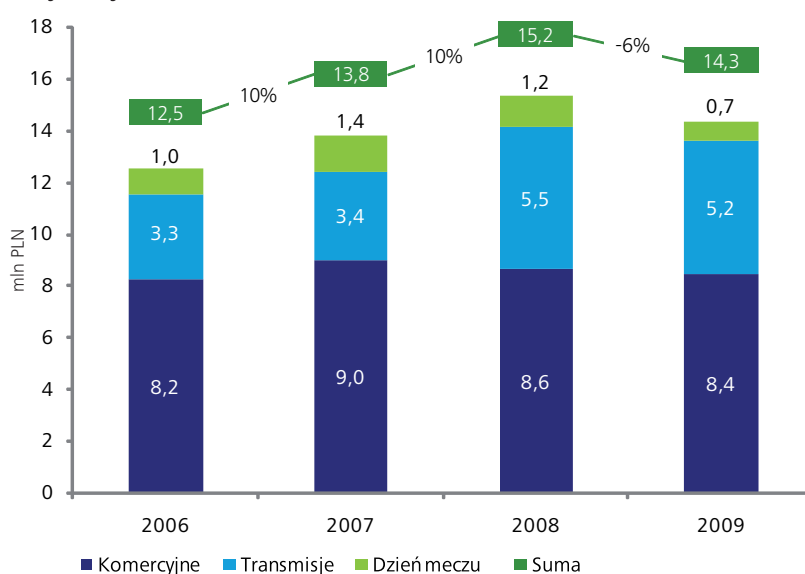
Spadek wpływów przełożył się również na niewielki wzrost współczynnika wynagrodzeń do przychodów, który w 2009 roku wyniósł prawie 59%.

Z uwagi na perspektywę rozbudowy stadionu, Pasy mają wysoki potencjał zwiększania przychodów w dniu meczu. Do lepszego wykorzystania tych możliwości mogą jednak być konieczne dobre wyniki sportowe klubu. Sezon 2009/2010 Cracovia zakończyła na 12 miejscu, co było awansem o dwie pozycje w stosunku do poprzednich rozgrywek, ale rezultat ten na pewno nie zaspokaja ambicji krakowskiej drużyny.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



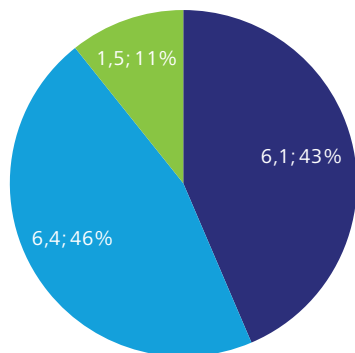
Przychody klubu



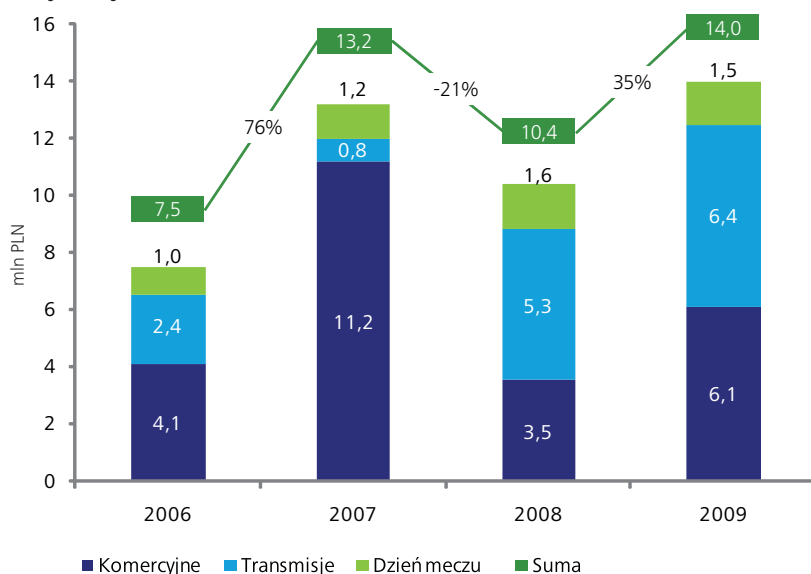
Przychody (mln PLN)	2009	2008
Przychody (mln PLN)	14,3	15,2
Pojemność stadionu	10 000	
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	1 743	
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	4 187	



Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



Przychody (mln PLN)	2009	2008
Przychody (mln PLN)	14,0	10,4
Pojemność stadionu	12 000	
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	3 947	
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	7 675	

8. Arka Gdynia

Po niezbyt udanym roku 2008, w którym Arka Gdynia odnotowała spadek przychodów o 21%, klub odrobił straty i z przychodami na poziomie 14 mln PLN, o 800 tys. poprawił wynik z najlepszego w ostatnim okresie roku 2007.

Choć struktura procentowa przychodów klubu uległa znaczącym zmianom, istotność poszczególnych źródeł pozostała jednakowa. Nadal najwięcej środków Arka pozyskuje ze sprzedaży praw do transmisji (46%), a najmniej w dniu meczu (niecałe 11%). Największą, dziesięcioprocentową, zmianę odnotowano w udziale wpływów komercyjnych, których wartość wzrosła o 74%.

Znaczący prawie pięćdziesięcioprocentowy spadek frekwencji kibiców na stadionie w ostatnim sezonie odbił się w stosunkowo niewielkim stopniu na przychodach klubu osiąganych w dniu meczu. Zmalały one o prawie 9%, co zważywszy na fakt, że przez trwającą przebudowę stadionu Arki piłkarze byli zmuszeni grać na Stadionie Narodowym Rugby (o pojemności zaledwie niecałych 2,5 tysiąca kibiców), można uznać za niewielki spadek. Jednocześnie udział przychodów z dnia meczu w strukturze łącznych wpływów zmniejszył się o 5 punktów procentowych.

Ze względu na fakt, że w analizowanym okresie wynagrodzenia wzrosły w podobnym stopniu co przychody, wskaźnik koszty wynagrodzeń/wpływy pozostał praktycznie na niezmiennym poziomie w porównaniu z rokiem poprzednim.

Złożona sytuacja Arki, utrudnia ocenę jej perspektyw na przyszłoroczny wynik w Piłkarskiej Lidze Finansowej. Z jednej strony rezultaty gry gdyńskiej drużyny w sezonie 2009/2010 nie były najlepsze i klub był blisko spadku do I Ligi. Z drugiej jednak Arce udało się przedłużyć kontrakt ze sponsorem i zapewnić sobie większy niż przed rokiem budżet. Dodatkowo, jeszcze w 2010 roku ma zostać oddany do użytku zmodernizowany, mieszczący 15 tysięcy widzów stadion co powinno pomóc zwiększyć zainteresowanie kibiców i przychody z dnia meczu.



9. Ruch Chorzów

Dobre wyniki sportowe w sezonie 2009/2010 Ruch Chorzów zdołał przekuć na zwiększenie przychodów klubu. Łączne wpływy wzrosły w 2009 roku o prawie 28% osiągając poziom 12,3 mln PLN, a ich struktura pozostała prawie niezmienną. W tym okresie w podobnym stopniu (o 25%) wzrosła również wycena wartości rynkowej klubu notowanego na rynku NewConnect.

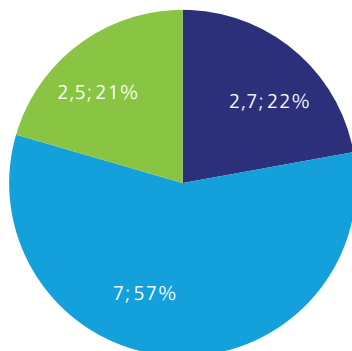
Przychody z tytułu sprzedaży praw do transmisji meczów wzrosły o prawie 30% i nieznacznie przekroczyły 7 mln PLN. Niemniej jednak, ze względu na wzrosty w pozostałych źródłach finansowania udział tej kategorii w strukturze przychodów ogółem wzrósł jedynie o punkt procentowy. W 2009 roku znacząco, bo aż o 38% zwiększyły się również wpływy z działalności komercyjnej, zapewniając łącznie 2,7 mln PLN wpływów. Wzrost ten mógł być wynikiem m.in. podpisania pod koniec roku nowej umowy sponsorskiej.

Godnym odnotowania było również zwiększenie (o prawie 13%) przychodów generowanych w dniu meczu. Osiągnęły one poziom 2,5 mln PLN, co przy niespełna dziewięcioprocentowym spadku średniej frekwencji na meczach Ruchu można uznać za dobry wynik. Sukces ten potwierdza również fakt, że jedynie Lech Poznań i Wisła Kraków uzyskały w tej kategorii większe przychody. Ze względu na wzrosty pozostałych źródeł finansowania udział powyższej kategorii we wpływach ogółem spadł jednak o prawie 3 punkty procentowe.

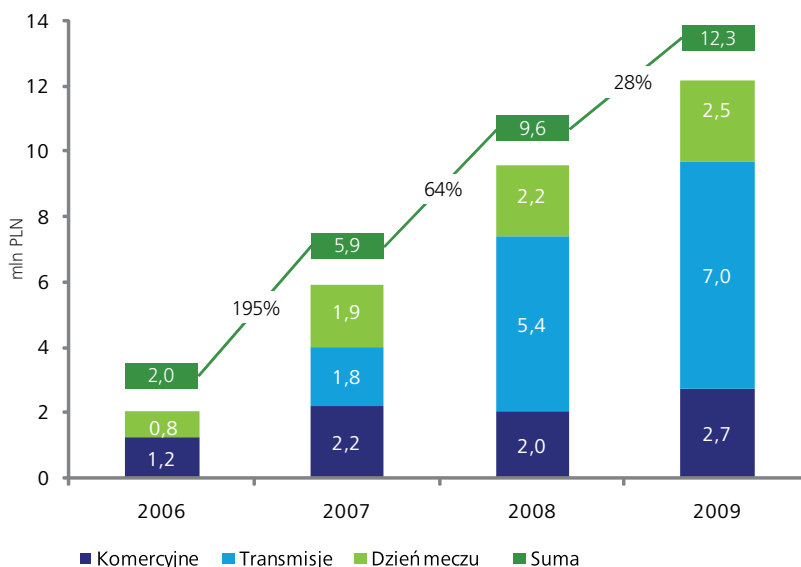
Chorzowski klub może się pochwalić również bardzo dobrym stosunkiem wydatków na wynagrodzenia do przychodów. Zwiększone wpływy pozwoliły na zmniejszenie wartości tego wskaźnika o 15 punktów procentowych do poziomu 46%, najniższego wśród klubów tegorocznego rankingu.

Dzięki regularnym i wysokim wzrostom wpływów finansowych oraz dobrym wynikom w Ekstraklasie Niebiescy mają spory potencjał do dalszego rozwoju. Jeśli w 2010 roku klub dobrze zaprezentuje się w międzynarodowych rozgrywkach jego szanse na poprawienie pozycji w przyszłorocznym rankingu są znaczne.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



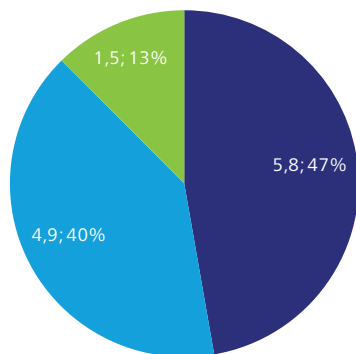
Przychody klubu



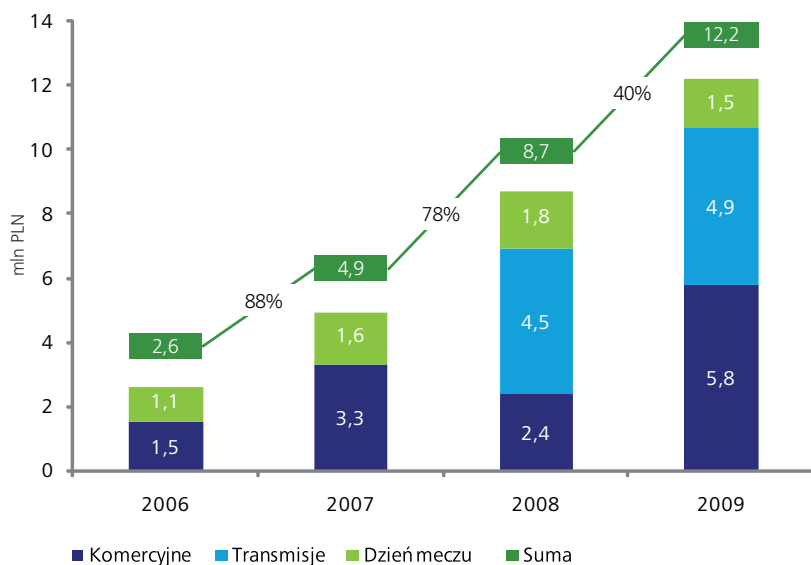
Przychody (mln PLN)	2009	12,3
	2008	9,6
Pojemność stadionu		10 000
Średnia frekwencja (sezon 09/10)		8 153
Średnia frekwencja (sezon 08/09)		8 923



Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



Przychody (mln PLN)	2009	12,2
	2008	8,7
Pojemność stadionu		6 000
Średnia frekwencja (sezon 09/10)		5 148
Średnia frekwencja (sezon 08/09)		7 547

10. Jagiellonia Białystok

Przychody klubu w 2009 r. wyniosły 12,2 mln PLN i były wyższe niż rok wcześniej o 40%. Wzrost ten był wynikiem głównie zwiększonych o prawie 140% wpływów komercyjnych, które z 47% udziałem stanowiły w 2009 r. główne źródło finansowania klubu. Choć wynik ten można wiązać z faktem pozyskania przez białostocką drużynę nowych sponsorów, to wpisuje się on w dłuższy trend zwiększania przez Jagę przychodów z tego tytułu. W okresie 2006-2009 wzrosły one prawie czterokrotnie (z 1,5 do 5,8 mln PLN), a jedynym rokiem, w którym odnotowano spadek w tej kategorii był rok 2008.

Zmiany pozostałych grup przychodów były mniej znaczące. Wpływy z tytułu sprzedaży praw do transmisji meczów wzrosły o niespełna 9%, a z dnia meczu spadły o prawie 14%. Spadek w tej ostatniej kategorii może być po części uzasadniony poprzez niższą frekwencję na meczach Jagiellonii. Sytuacja ta może się poprawić po oddaniu do użytku stadionu, którego pojemność ma wynosić 22 tys. miejsc.

Wraz ze wzrostem przychodów, w analizowanym okresie zwiększyły się również wydatki na wynagrodzenia w klubie. Kwotowo były one większe o 61% niż w roku poprzednim, co spowodowało wzrost relacji płac do przychodów o 7 punktów procentowych.

Jagiellonia w ostatnich latach charakteryzowała się regularnym i wysokim wzrostem przychodów, jednak aktualnie jej finansowanie opiera się głównie na dwóch filarach: wpływach komercyjnych i sprzedaży praw transmisyjnych. Zwiększenie przychodów z dnia meczu, które w 2009 dały jedynie 12% finansowania, może pomóc klubowi zachować stabilny rozwój. Szansą na poprawę tej sytuacji powinno być zakończenie prowadzonego właśnie remontu stadionu.

Z pewnością szansą na zwiększenie przychodów klubu może być awans do fazy grupowej Ligi Europejskiej, w której Jagiellonia ma szansę zagrać jako zdobywca Pucharu Polski. Osiągnięcie dobrego wyniku w tych rozgrywkach zapewniłoby drużynie z Białegostoku dodatkowe środki i istotny awans w rankingu.



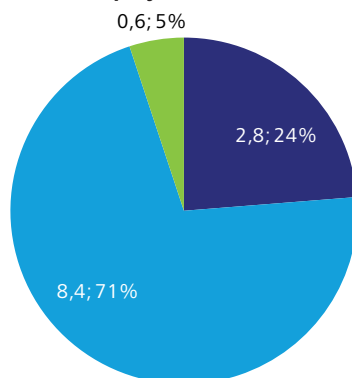
11. Polonia Warszawa

Niewielki, zaledwie jednoprocentowy, wzrost przychodów Polonii Warszawa pozwolił klubowi z Konwiktorskiej na utrzymanie się czołówce tegorocznego rankingu Piłkarskiej Ligi Finansowej. Choć suma przychodów pozostała na poziomie zbliżonym do 2008 r., ich struktura uległa istotnym zmianom. Wpływy z tytułu sprzedaży praw do transmisji meczów wzrosły o prawie 34%, co przełożyło się na zwiększenie ich udziału w łącznych przychodach o prawie 18 punktów procentowych (do poziomu 71%).

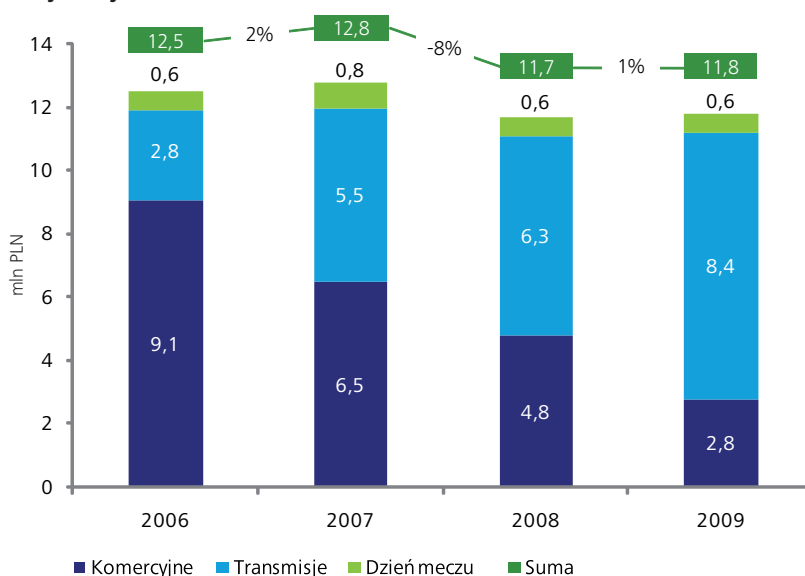
W tym samym okresie, drastycznie, bo o ponad 40% zmalały przychody komercyjne klubu, co znalazło odzwierciedlenie w spadku udziału tych wpływów w sumie przychodów o 17 punktów procentowych. Dodatkowo odnotowano również spadek i tak już stosunkowo niewysokich wpływów z dnia meczu. Warszawski klub, ze względu na lokalizację i opisywane już w zeszłorocznym raporcie połączenie z Groclinem posiada teoretycznie duży potencjał w tej kategorii, którego niestety nie udaje mu się przekuć na wysokie wpływy finansowe. Nie bez znaczenia dla pogorszenia się tego wyniku mogło być mniejsze zainteresowanie kibiców, których średnia frekwencja spadła o ponad 7% w porównaniu do poprzedniego sezonu. Na zwiększenie przychodów klubu w dniu meczu pozytywnie mogłyby wpłynąć planowana modernizacja stadionu, który według założeń miałby pomieścić 16.000 widzów. Na razie jednak przebudowa ta nadal stoi pod znakiem zapytania.

Polonia Warszawa jest klubem o jednym z najwyższych wskaźników wynagrodzenia/przychody w tegorocznym zestawieniu. Jego wartość wzrosła w porównaniu do 2008 roku o 21 punktów procentowych, co w połączeniu ze zbliżonymi przychodami spowodowało realny wzrost wydatków na ten cel o ponad 26%.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



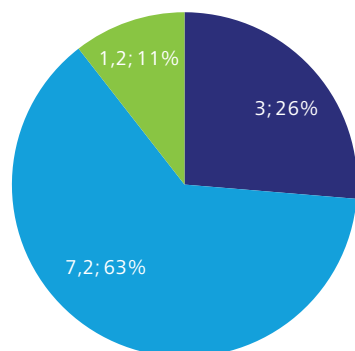
Przychody klubu



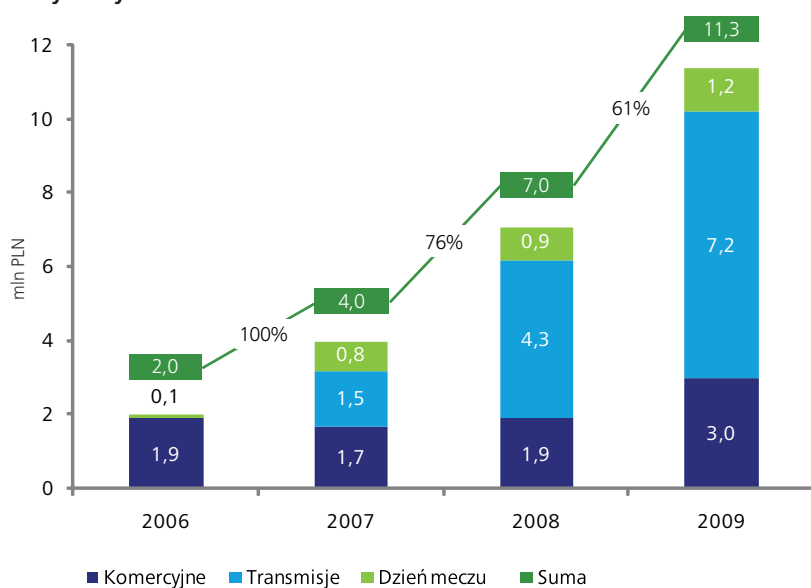
Przychody (mln PLN)	2009	2008
Przychody (mln PLN)	11,8	11,7
Pojemność stadionu	7 000	
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	2 993	
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	3 227	



Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



	Przychody (mln PLN)	
	2009	2008
Pojemność stadionu	5 500	5 500
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	5 047	5 047
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	5 133	5 133

12. Polonia Bytom

Polonia Bytom, podobnie jak w poprzedniej edycji Piłkarskiej Ligi Finansowej, znalazła się w grupie klubów o najwyższych procentowych wzrostach przychodów. Osiągnięte w 2009 roku 11,3 mln PLN było wynikiem ponad sześćdziesięcioprocentowego zwiększenia wpływów w porównaniu do roku 2008.

Tak jak przed rokiem najważniejszym źródłem finansowania klubu była sprzedaż praw do transmisji meczów. Choć kwota w tej kategorii zwiększyła się z 4,3 do 7,2 mln PLN to transmisje nadal odpowiadały za ok. 60% przychodów Polonii.

Wysokim, ponad pięćdziesięcioprocentowym wzrostem charakteryzowały się również przychody komercyjne, które w 2009 roku, przyniosły bytomskiemu klubowi prawie 3 mln PLN. Pomimo tak znacznego wzrostu udział tej kategorii w łącznych wpływach zmienił się jedynie o 1,1 punktu procentowego (z 27,1% do 26%).

Zgodnie z naszymi zeszłorocznymi przewidywaniami, Bytomianom udało się również zwiększyć wpływy w kategorii „Dzień Mecz”. Wzrost o prawie 40% pozwolił Polonii pozyskać z tego źródła 1,2 mln PLN, przy średniej frekwencji będącej na poziomie zbliżonym do tej z sezonu 2008/2009.

Pomimo bardzo wysokiego wzrostu łącznych przychodów Polonia Bytom zachowała zbliżoną do zeszłorocznej strukturę finansowania. Może to świadczyć o zrównoważonym rozwoju klubu i równomiernym wzmocnieniu poszczególnych kategorii przychodów, co jest istotnym czynnikiem w długofalowej perspektywie budowania wartości i pozycji klubu.



13. Odra Wodzisław

Po spadkach przychodów w latach 2006-2007, Odra Wodzisław już drugi rok z rzędu odnotowała bardzo dynamiczne zwiększenie wpływów. 54% wzrostu osiągnięte w porównaniu do 2008 r. pozwoliło na zwiększenie przychodów z 3,4 mln PLN w roku 2007 do 8,6 mln w roku ubiegłym. Tak dobry wynik pozwolił klubowi z Wodzisławia na zajęcie drugiego miejsca pod względem dynamiki wzrostu przychodów w tegorocznej edycji Piłkarskiej Ligi Finansowej. Najlepszy w tej kategorii Śląsk Wrocław mógł pochwalić się wzrostem na poziomie 83%.

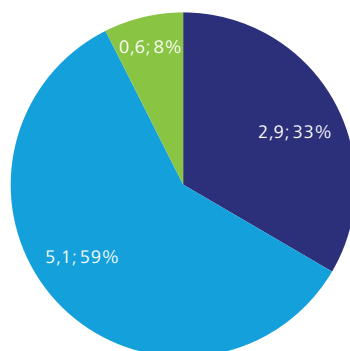
Przyczyną tak znaczącego powiększenia przychodów było zdobycie przez klub dwóch nowych sponsorów i wzrost wpływów komercyjnych o ponad milion złotych oraz zwiększenie wpływów z praw do transmisji. Niestety nawet tak znaczące zmiany wpływów nie pozwoliły Odrze Wodzisław dogonić większości klubów Ekstraklasy.

Przy tak wysokich wzrostach przychodów ważne jest odpowiednie bilansowanie ich struktury. Ze względu na fakt, iż Odrze udało się zwiększyć wpływy zarówno z praw do transmisji meczów (o prawie 62%), jak również przychody komercyjne (o prawie 67%), struktura źródeł finansowania w analizowanym okresie pozostała na zbliżonym poziomie. Cieniem na tym wyniku kładzie się ośmioprocentowy spadek przychodów z dnia meczu, który w połączeniu ze wzrostami z pozostałych źródeł finansowania zaowocował zmniejszeniem udziału tej kategorii w łącznych przychodach o 5 punktów procentowych.

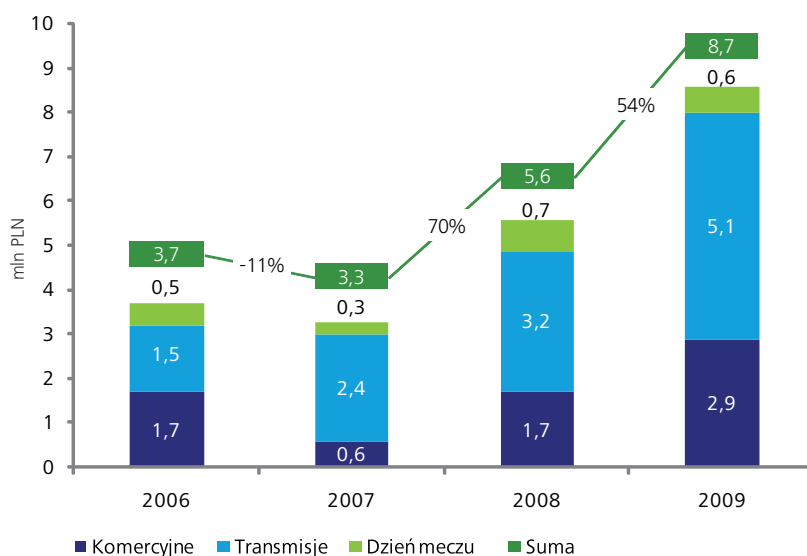
Relacja wynagrodzeń do łącznych przychodów zmalała o 20 punktów procentowych, jednak kwota wynagrodzeń wzrosła o 18%.

W sezonie 2009/2010 Odra zajęła 15 miejsce w Ekstraklasie i w przyszłym sezonie będzie grała w I Lidzie. W związku z powyższym przychody z tytułu transmisji meczów ulegną znacznemu spadkowi, co może negatywnie odbić się na sytuacji finansowej klubu.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



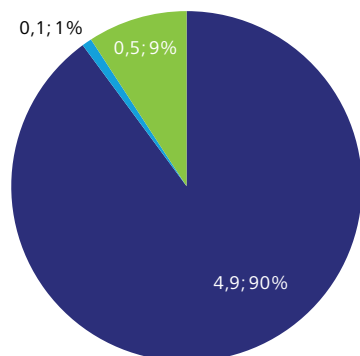
Przychody klubu



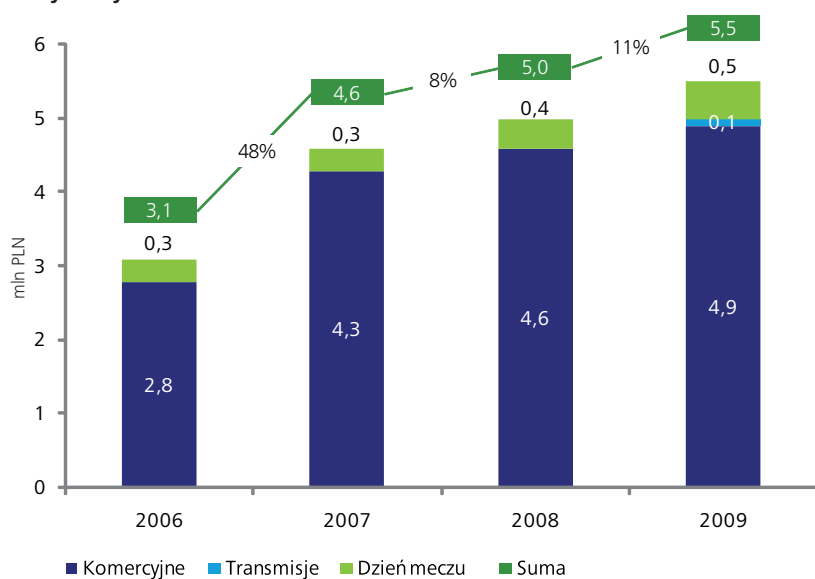
Przychody (mln PLN)	2009	8,7
	2008	5,6
Pojemność stadionu		7 000
Średnia frekwencja (sezon 09/10)		3 871
Średnia frekwencja (sezon 08/09)		3 910



Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



	Przychody (mln PLN)	
	2009	2008
Pojemność stadionu	3 300	3 300
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	2 247	2 881
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	2 881	2 881

14. Podbeskidzie Bielsko-Biała

Rok 2009 był dla Podbeskidzia Bielsko-Biała kolejnym okresem zwiększenia przychodów. 11% wzrostu nie pozwoliło jednak na znaczące odrobienie strat do pozostałych drużyn sklasyfikowanych w rankingu. Jednak klub ten wygenerował najwyższe przychody spośród drużyn pierwszej ligi sklasyfikowanych w naszym rankingu.

Podobnie jak w roku poprzednim klub z Bielska-Białej znacząco zwiększył swoje przychody z dnia meczu. Zesłoroczny 24% wzrost został przeбитo przez ponad 33% w roku 2009. Aktualnie kwota ta przekracza pół miliona złotych i jest zbliżona do przychodów z tej kategorii takich klubów Ekstraklasz jak Polonia Warszawa czy GKS Bełchatów. Warty odnotowania jest fakt, iż wynik ten udało się uzyskać pomimo ponad 20% spadku frekwencji w porównaniu do poprzedniego sezonu.

Zwiększenie wpływów z dnia meczu nie zmieniło znacząco struktury przychodów klubu. Nadal ok. 90% wpływów stanowią źródła komercyjne. Warto zaznaczyć, że po raz kolejny klub odnotował większe przychody komercyjne niż część klubów grających w Ekstraklasie, w tym np. Ruch Chorzów, czy Polonia Warszawa. Znikomy, niespełna jednoprocenowy, udział przychodów z tytułu sprzedaży praw do transmisji meczów klub zawdzięcza 50 tys. PLN osiągniętych z tego źródła. Pozostałe 9% wpływów stanowiły natomiast przychody z dnia meczu.

Zwiększenie przychodów nie pociągnęło za sobą wzrostu kosztów wynagrodzeń w klubie. Stanowiły one 51% wpływów, co było wynikiem o 9 punktów procentowych niższym niż przed rokiem. Oznacza to, że kwota wynagrodzeń spadła o prawie 6%.

Dobry wynik w sezonie 2008/2009, w którym drużyna z Bielska-Białej wywalczyła czwartą pozycję w I Lidze przyczynił się do zwiększenia przychodów tego klubu w 2009 roku. Choć sezon 2009/2010 nie był już tak udany, w przyszłości szansą na dalsze zwiększanie wpływów może być nie tylko powrót do czołówki tabeli zaplecza Ekstraklasz, ale również zakończenie remontu stadionu, który może przyciągnąć na trybuny nowych kibiców.



15. Widzew Łódź

Rok 2009 był niełatwym dla łódzkiego klubu. Decyzja o degradacji spowodowała, że mimo zakończenia sezonu 2008/2009 na pierwszym miejscu w I Lidze Widzew nie awansował do Ekstraklasy. Dzięki bardzo dobrej postawie w ostatnim sezonie, od sierpnia 2010 łódzki Widzew będzie już grał w Ekstraklasie.

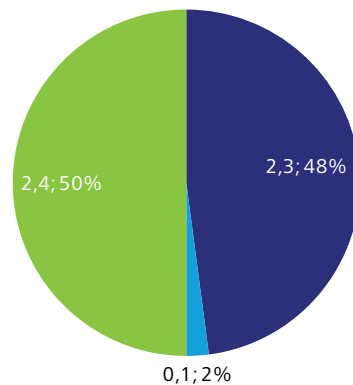
W 2009 roku łączne przychody Widzewa spadły o prawie 12%, co było spowodowane w głównej mierze mniejszymi o prawie 96% wpływami z tytułu sprzedaży praw do transmisji. Wyniosły one 50 tys. PLN i były na poziomie charakterystycznym dla I Ligi.

Negatywny efekt niższych wpływów z praw transmisji pomogli w dużym stopniu zniwelować wierni kibice, których w sezonie 2009/2010 na każdym meczu było ponad 7 tysięcy. Była to liczba większa od wartości z poprzedniego sezonu o prawie 30%, co pomogło Widzewowi o blisko 600 tys. PLN (32%) zwiększyć przychody z dnia meczu.

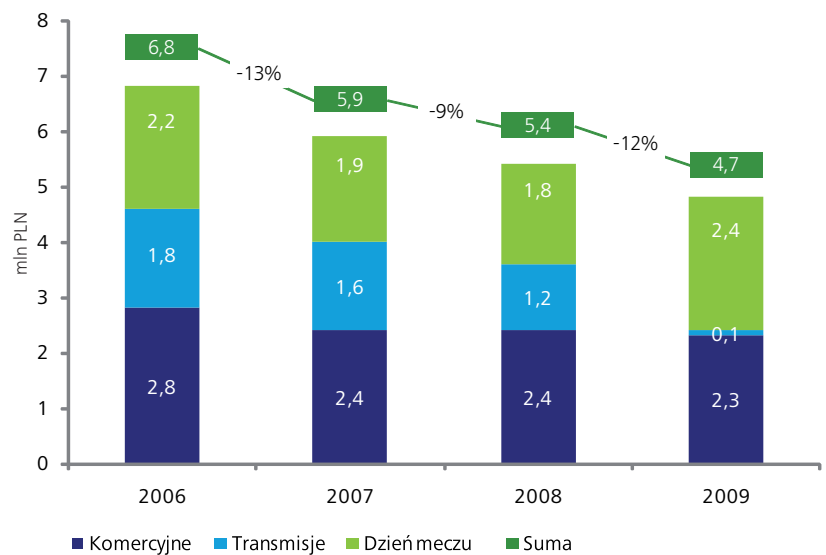
Spadek wpływów z tytułu transmisji telewizyjnych, jak również wysoki wzrost przychodów z dnia meczu, zmieniły strukturę wpływów łódzkiego klubu. Prawie jedna trzecia środków generowana była w dniu meczu, natomiast źródła komercyjne, pomimo niewielkiego spadku zwiększyły swój udział do prawie 50% wpływów.

Ważnym wskaźnikiem, mogącym świadczyć o ambicjach i strategii klubu jest stosunek wynagrodzeń do przychodów. W 2009 roku wynosił on dla Widzewa 257% i był znacząco wyższy niż i tak wysoki 153% wynik w roku 2008. Można domyślać się, że klub postanowił zainwestować w dobry skład zespołu, aby w przyszłości czerpać większe korzyści z wyników sportowych. Pierwsza pozycja w I Lidze i awans do Ekstraklasy pokazują, że strategia ta ma szanse powodzenia. Korzyścią dla klubu w 2010 roku powinien być znaczący wzrost wpływów ze sprzedaży praw telewizyjnych.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



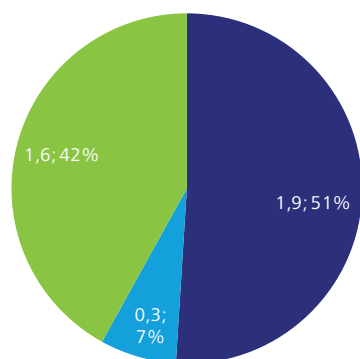
Przychody klubu



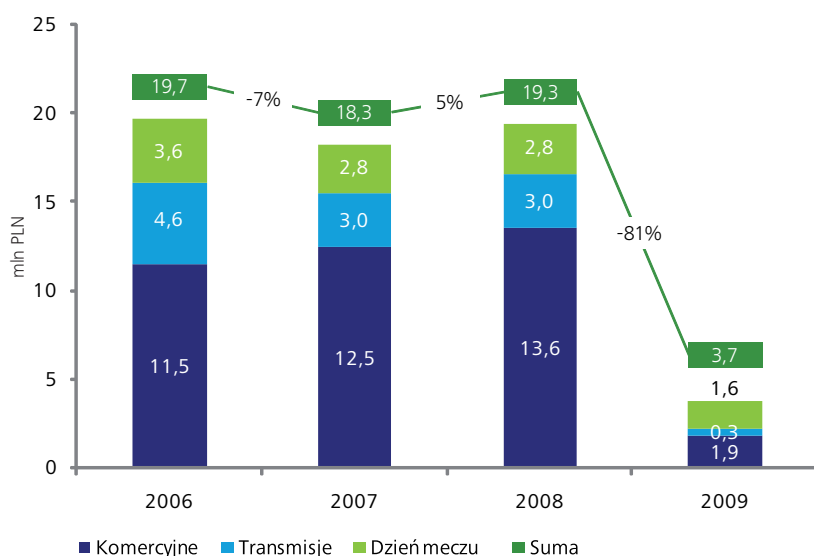
Przychody (mIn PLN)	2009	4,7
	2008	5,4
Pojemność stadionu		9 500
Średnia frekwencja (sezon 09/10)		7 097
Średnia frekwencja (sezon 08/09)		5 534



Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



	Przychody (mln PLN)	
	2009	2008
Pojemność stadionu	15 550	
Średnia frekwencja (sezon 09/10)	10 182	
Średnia frekwencja (sezon 08/09)	8 236	

16. Korona Kielce

Po sezonie 2007/2008 Korona Kielce została zdegradowana do I Ligi, co bardzo niekorzystnie odbiło się na przychodach klubu. Wpływy w sezonie 2008/2009 były o ponad 80% niższe niż rok wcześniej, co znacząco pogorszyło również wartość wskaźnika wynagrodzenia / przychody. Dzięki awansowi, mecze sezonu 2009/2010 kielecki klub rozegrał ponownie w Ekstraklasie, jednak ze względu na fakt, że do tegorocznego zestawienia klub przekazał dane o przychodach za sezon 2008/2009, zwiększenie wpływów wynikające z awansu nie jest widoczne w tej edycji rankingu.

Ze spadkiem do I Ligi powiązane było drastyczne (o ponad 90%) obniżenie przychodów z tytułu transmisji meczów.

Nie zmniejszyła się natomiast znacząco średnia frekwencja kibiców podczas meczów Korony (jedyne 11%). Świadczy to o lojalności kibiców wobec klubu nawet w obliczu degradacji, co pokazuje że kielecka drużyna odnosi sukcesy w walce o budowanie tożsamości klubowej. Nie bez znaczenia na ten wynik mógł być również stadion, którym dysponuje kielecka drużyna. Jest on uważany za jeden z najlepszych obiektów w kraju, co z pewnością pozwala zwiększa atrakcyjność oglądania rozgrywanych na nim spotkań na żywo. Niemniej jednak, pomimo stosunkowo niewielkiego spadku frekwencji, zmiana ta znacząco odbiła się na przychodach w dniu meczu, które spadły o 43%.

Udział w rozgrywkach w sezonie 2008/2009 w I Lidze przełożyła się na bardzo mocne obniżenie przychodów Korony Kielce w stosunku do lat, w których klub grał w Ekstraklasie. Sezon 2008/2009 klub zakończył na 3 miejscu w I Lidze, ale w wyniku degradacji Widzewa Łódź wynik ten dał Koronie awans do Ekstraklasy. Czy powrót do najwyższej polskiej ligi pozwolił klubowi w sezonie 2009/2010 odzyskać wcześniejszy poziom przychodów pokazać może przyszłoroczne zestawienie.

17. Warta Poznań

W sezonie 2009/2010 Warta Poznań utrzymała swoją pozycję w I Lidze, zajmując na koniec sezonu 10 miejsce. Pomimo, niezmiennego wyniku w rozgrywkach, wielkopolski klub zdołał zwiększyć swoje przychody o 51%.

Tak znaczący wzrost przychodów spowodowany był głównie zwiększeniem wpływów komercyjnych. W mniejszym stopniu oddziaływał na to niewielki wzrost finansowania z dnia meczu.

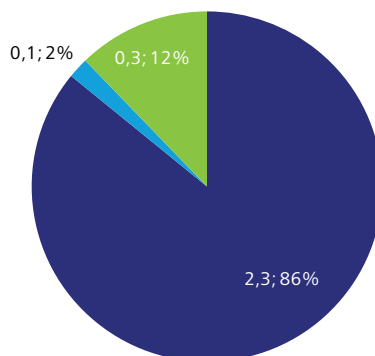
Istotna zmiana w wysokości głównego źródła finansowania, znalazła odzwierciedlenie w strukturze przychodów klubu. Zwiększone o 15% wpływy komercyjne stanowiły w 2009 roku prawie 86% przychodów Warty Poznań. Czynnikiem, który mógł przyczynić się do tego wzrostu było pozyskanie przez klub nowego sponsora. Wpływy z tytułu sprzedaży praw do transmisji wyniosły 50 tys. PLN, czyli tyle ile innych klubów I Ligi, i stanowiły ok. 2% przychodów poznańskiej drużyny. Pozostałe 12% wpływów zostało osiągniętych w dniu meczu.

Ze wzrostem przychodów powiązane były również zwiększone nakłady na wynagrodzenia w klubie. Stosunek wynagrodzeń do przychodów zwiększył się w porównaniu do poprzedniego zestawienia jedynie o 5 punktów procentowych, jednak kwotowo wartość ta wzrosła aż o 47%.

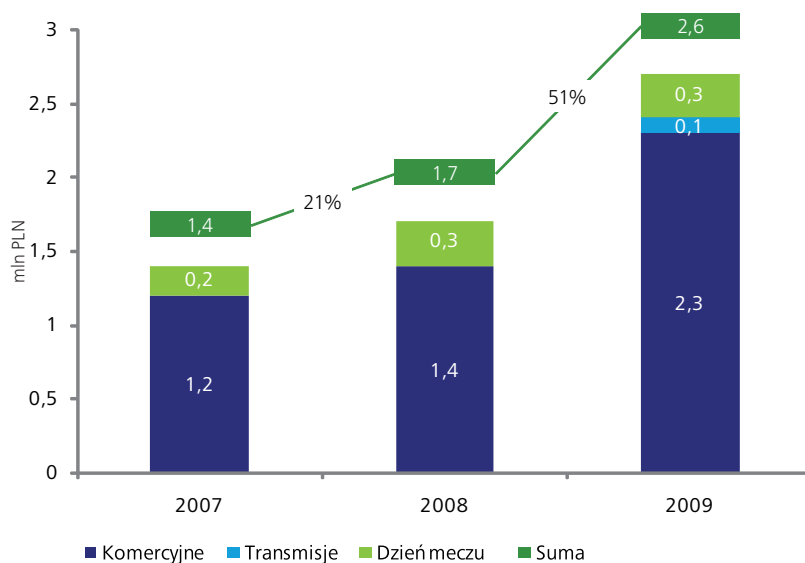
Wartym odnotowania jest fakt, iż przychody poznańskiego klubu znacząco wzrosły już drugi rok z rzędu, dzięki czemu w sezonie 2010/2009 były one o 84% większe niż w 2008/2007. Jeśli klub utrzyma taką dynamikę wzrostu może w przyszłości dogonić pozostałe kluby I Ligi.

Średnia frekwencja na stadionie Warty Poznań wzrosła w porównaniu z poprzednim sezonem o ponad 35%. Klubowy stadion posiada aktualnie 2.200 miejsc, zatem jeśli zainteresowanie kibiców nadal będzie rosło w takim tempie w niedługim czasie może on wymagać rozbudowy.

Struktura przychodów klubu w roku 2009 (mln PLN)



Przychody klubu



Przychody (mln PLN)	2009	2,6
	2008	1,7
Pojemność stadionu		2 200
Średnia frekwencja (sezon 09/10)		1 212
Średnia frekwencja (sezon 08/09)		897

Kontakt

Więcej informacji na temat raportu udziela:

Jacek Bochenek

Dyrektor

Grupa Sportowa Deloitte

Tel.: +48 (22) 511 01 13

E-mail: jbochenek@deloitteCE.com

Grzegorz Sencio

Menedżer

Dział Konsultingu Deloitte

Tel.: +48 (22) 511 03 98

E-mail: gsencio@deloitteCE.com

Deloitte świadczy usługi audytorskie, konsultingowe, doradztwa podatkowego i finansowego klientom z sektora publicznego oraz prywatnego, działającym w różnych branżach. Dzięki globalnej sieci firm członkowskich obejmującej 140 krajów oferujemy najwyższej klasy umiejętności, doświadczenie i wiedzę w połączeniu ze znajomością lokalnego rynku. Pomagamy klientom odnieść sukces niezależnie od miejsca i branży, w jakiej działają. 169 000 pracowników Deloitte na świecie realizuje misję firmy: stanowić standard najwyższej jakości.

Specjalistów Deloitte łączy kultura współpracy oparta na zawodowej rzetelności i uczciwości, maksymalnej wartości dla klientów, lojalnym współdziałaniu i sile, którą czerpią z różnorodności. Deloitte to środowisko sprzyjające ciągłemu pogłębianiu wiedzy, zdobywaniu nowych doświadczeń oraz rozwojowi zawodowemu. Eksperti Deloitte z zaangażowaniem współtworzą społeczną odpowiedzialność biznesu, podejmując inicjatywy na rzecz budowania zaufania publicznego i wspierania lokalnych społeczności.

Nazwa Deloitte odnosi się do Deloitte Touche Tohmatsu, podmiotu prawa szwajcarskiego i jego firm członkowskich, które stanowią oddzielne i niezależne podmioty prawne. Dokładny opis struktury prawnej Deloitte Touche Tohmatsu oraz jego firm członkowskich można znaleźć na stronie www.deloitte.com/pl/onas.