

EUROPSKO KLUPSKO NOGOMETNO OKRUŽENJE
UEFINO Analitičko izvješće licenciranja klubova – financijska godina 2015.

Financijski trendovi identificirani i dokumentirani u izvješću

- **Od uvođenja financijskog fair play-a ovo izvješće pokazuje ogromna smanjenja gubitaka, rekordna ulaganja klubova u stadione i kapital te iz godine u godinu porast klupskih prihoda.**
- Ovo izvješće također bez ikakve sumnje dokazuje da je financijski fair play preokrenuo nogometne financije – u posljednje dvije godine ukupna operativna dobit narasla je na 1,5 milijardi EUR u usporedbi s gubicima od 700 milijuna EUR u dvije godine neposredno prije uvođenja zahtjeva točke pokrića (tzv. „pozitivna nula“).
- Prihodi nogometnih klubova narasli su u 20 uzastopnih godina te su sada dosegli gotovo 17 milijardi EUR u klubovima najviših europskih liga.
 - Klupski prihodi sada su se više nego udvostručili u odnosu na one iz 2004. godine i gotovo su šest puta veći od onih 1996. godine.
 - Prihodi europskih klubova rastu svake godine u posljednja dva desetljeća s prosječnom stopom rasta od 9.3%.
 - Postignuće ovog stupnja i postojanost dugoročnog rasta prihoda je izvanredno, posebno uzimajući u obzir vrstu djelatnosti s mnogo liga koje postoje više od stoljeća. To je zavjet povećanog interesa za zdravlje europskog nogometa.
- Bilježi se znatno smanjenje broja klubova – gubitaša u Europi od uvođenja financijskog fair-play-a i posebice onih s velikim prekoračenjima, s određenim brojem klubova čiji su gubici u jednoj godini bili veći od 45 milijuna EUR – takvih je bilo 11 u financijskoj 2011. godini do četiri takva kluba u financijskoj 2015. godini.
- Općenito, europski klubovi sve više posluju na financijski održivoj osnovi, pri čemu su se ukupni gubici smanjili za 81% od punog uvođenja financijskog fair play-a – od 1,7 milijardi EUR u 2011. godini na nešto preko 300 milijuna EUR u 2015. godini.
- Financije europskih nogometnih klubova sada su jače – neto gubitak je u postotku od prihoda pao sa 65% u 2009. godini na 40% u 2015. godini.
- Europski klupski nogomet uživa besprimjernu razinu ulaganja – **58 novih klupskih stadiona između 2014. i 2017. godine u usporedbi s 23 u prethodnom četverogodišnjem razdoblju.**
 - **Klubovi su investirali 996 milijuna EUR** u novu dugotrajnu imovinu u 2015. godini, uglavnom u stadione i objekte za treniranje i sportske komplekse, što se uspoređuje sa 670 milijuna EUR u prethodnoj godini. Ovo je doprinijelo najbržem rastu (7%) u bilanci – vrijednosti dugotrajne imovine od kada se počelo s prikupljanjem detaljnih podataka.
 - **Od uvođenja financijskog fair play-a i zahtjeva točke pokrića („pozitivna nula“) – (2011. – 2015.), 1.3 milijarde EUR je dodano u vrijednost dugotrajne imovine u bilanci,** primarno u stadione, terene za treniranje i drugu infrastrukturu.

- Lige „Velike četvorke“ (Engleska, Njemačka, Italija i Španjolska) bile su odgovorne za 81% ukupnih troškova za transfere u FG 2015., što je zamjetno povećanje u koncentraciji izdataka za transfere u odnosu na prethodni podatak od 72% (FG 2014.) 20 klubova engleske najviše lige ponovno je zabilježilo veće prihode nego svih 597 klubova iz 48 najmanjih Uefinih saveza članova.
- Dok prihodi i dalje dosežu rekordne razine, također se nakuplja nejednakost u odnosu na rast tzv. super klubova a globalni prigovori se nastavljaju.
- **Najboljih 15 europskih klubova dodali su značajnih 1.514 milijuna EUR u prihode od sponzorstva i komercijalne prihode u posljednjih šest godina (povećanje od 148%) u usporedbi s 453 milijuna EUR koje su dodali preostalih 700 klubova najviših liga (povećanje od 17%).**
 - Suprotno, porast prihoda iz svih ostalih izvora, uključujući TV, Uefine nagradne fondove, prihodi od ulaznica i ostali prihodi rasli su u istom omjeru kod ovih najboljih 15 klubova (rast od 45%) i ostalih 700 europskih klubova (rast od 37%).

(Važno je primijetiti da takav rast nejednakosti u komercijalnim prihodima nije posljedica financijskog fair play-a, već je rezultat povećane globalizacije, povećanja komercijalne eksploatacije nogometa i utjecaja klubova na globalnom planu. Za dvanaest ili ovih „super globalnih klubova“, odjeli za sponzorstva i komercijalne poslove se šire i sponzorska i komercijalna partnerstva se dijele i raščlanjuju na čak i veći i probitačniji broj poslova. To omogućuje ovim „globalnim super klubovima“ da unovče svoje ogromne baze navijača, koje se šire diljem globusa i u koje se može ući daleko bolje putem društvenih mreža nego je to u prošlosti ikad bio slučaj putem tradicionalnog marketinga. Njihove navijačke baze neumoljivo rastu, ojačane igračima zvijezdama, prekomorskim turnejama i redovitim sudjelovanjem u grupnoj fazi UEFA Lige prvaka. Financijski fair play nije upravljao ovim trendom).

Ostali trendovi koji su prepoznati i dokumentirani u izvješću

Upravljanje i strukturiranje domaćeg nogometa

- Ograničenja ustupanja igrača su sve popularnija (prihvaćeno od 15 liga) na način da se sprječava „zgrtanje“ igrača i/ili štiti integritet natjecanja.
- Ograničenja broja igrača su sada uobičajena diljem Europe (28 zemalja) ali nema ujednačenog pristupa (prepoznato je 15 varijacija).
- 52 nacionalna kupa više ne koriste ponovna odigravanja nakon neriješenih utakmica, samo Engleska, Republika Irska i Škotska ih još koriste.
- Suočavajući se s pritiskom termina, samo 11 od 55 Uefinih saveza članova imaju drugo nacionalno kup natjecanje.
- Posebna pravila o lokalno treniranim igračima (23 zemlje) i pravila o domaćim igračima (38 zemalja) su vrlo raširena, s mnogo varijacija.

Treneri i igrači

- Najmanje je jedan glavni trener bio zamijenjen u svakoj od 60 europskih liga koje su analizirane u izvješću.
- Postotak promjena glavnog trenera u 90 svjetskih liga koje je UEFA analizirala je u posljednje četiri natjecateljske godine ostao dosljedno visok, sa 63% klubova koji su promijenili svoje glavne trenere u 2015. godini.
- Talijanski i srpski treneri su najviše disperzirani, i rade u 15, odnosno 14 različitih zemalja.
- Velika većina, 82% globalnog igračkog talenta (procijenjenog po tržišnoj vrijednosti) koncentrirano je u europskim ligama, pri čemu ih 48% igra u Engleskoj, Njemačkoj, Italiji ili Španjolskoj.
- Engleska *Premier* Liga ima daleko najviši postotak igrača useljenika, koji iznosi gotovo 70%.

Navijači

- Publika – više od 170 milijuna je posjetilo europske ligaške utakmice u 2015/16, a 55 milijuna je bilo na utakmicama u Engleskoj i Njemačkoj.
- Bilježi se značajno povećanje od 2.6 milijuna europske publike u posljednjoj natjecateljskoj godini, a 14 liga je ostvarilo svoju najbolju posjećenost u posljednjih deset godina.
- 29 klubova je uživalo najmanje milijun navijačkih posjeta mjesečno njihovim klupskim internetskim stranicama u 2016. godini, uključujući 7 engleskih, 5 njemačkih i 15 ostalih europskih klubova i 2 kluba izvan Europe.

Stadioni i razvoj stadiona

- Nogomet broji 240 od 365 globalnih stadionskih projekata (vanjskih i s kapacitetom 5.000+) u posljednjem desetljeću.
- Turska (18), Poljska (14) i Rusija (14) pokrenule su najveći broj glavnih projekata novih stadiona u Europi od 2007. godine.
- Bilježi se značajan trend rasta u izgradnji europskih stadiona, 58 novih ili rekonstruiranih klupskih stadiona čije je dovršenje planirano između 2013. i 2017., u usporedbi s 23 nova ili rekonstruirana stadiona u razdoblju 2008. – 2012. godine.

Vlasništvo klubova i sponzorstva

- 44 kluba u najjačim europskim ligama sada su u stranom vlasništvu, s vlasnicima 18 različitih državljanstava.
- 2016. godina bila je najaktivnija godina u pogledu preuzimanja klubova od stranih vlasnika, s 10 novih kupovina koje su dovršene do studenog, uključujući 8 novih kineskih vlasnika.
- Inozemno vlasništvo još je uvijek koncentrirano u Engleskoj, s više od polovine klubova iz najviših dviju liga koji sada imaju inozemne vlasnike.
- Pravo na komercijalno ime stadiona sada se primjenjuje na 25% europskih klupskih stadiona a što je u porastu i najuobičajenije je u Njemačkoj, potom u Danskoj, gdje preko polovine stadiona ima ugovoreno komercijalno korištenje naziva stadiona.
- Tri „top“ proizvođača opreme (adidas, Nike i Puma) opskrbljuju gotovo polovinu europskih klupskih momčadi u najvećim ligama.
- Reklamiranje sponzora na dresu na nižoj je razini koncentracije, s gotovo 6% sponzora koji se pojavljuju na dresovima više od jednog kluba.