

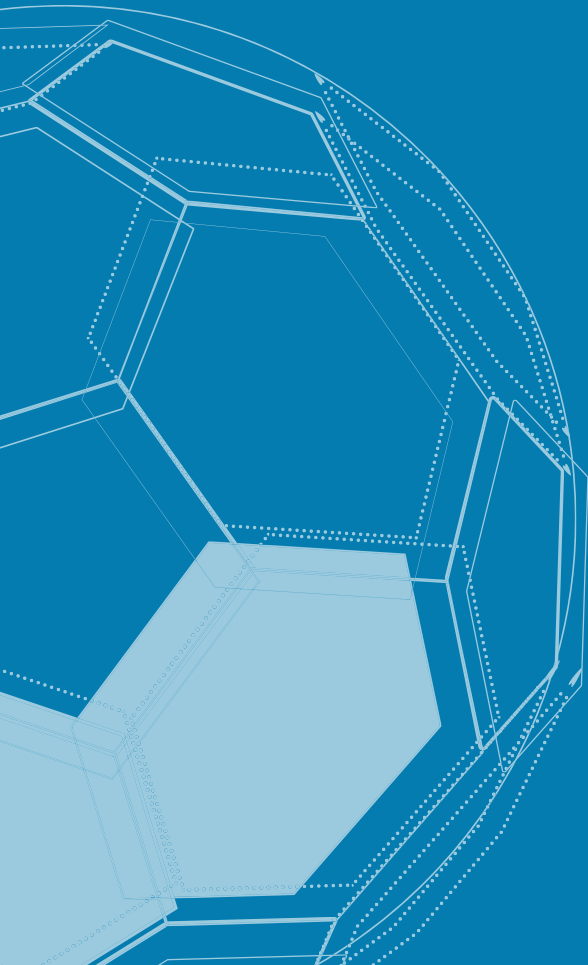


Powrót kibiców na stadiony – rekordowe przychody piłkarskiej Ekstraklasy

Ranking przychodów klubów piłkarskich
„Piłkarska Liga Finansowa – sezon 2021/2022”
Wrzesień 2022 r.

Spis treści

Podsumowanie	3
Nota metodologiczna	4
Ekstraklasa	7
Ranking – przychody polskich klubów i ich zmiany	8
Transfery	13
Wynagrodzenia	16
Frekwencja	21
Przychody klubów	23
Kontakt	41



Podsumowanie

Niniejszy raport „**Piłkarska liga finansowa**” jest szesnastą edycją opracowania przygotowanego przez firmę doradczą Deloitte we współpracy z klubami PKO BP Ekstraklasy oraz spółką Ekstraklasa S.A.

Raport przedstawia przychody klubów piłkarskich uczestniczących w rozgrywkach Ekstraklasy w sezonie 2021/2022 za okres od lipca 2021 roku do czerwca 2022 roku. Tym samym kontynuujemy publikację danych w ujęciu sezonowym, przyjętą po raz pierwszy w sezonie 2020/2021.

W tegorocznej edycji na pierwszym miejscu uplasowała się Legia Warszawa z przychodami na poziomie 155,2 mln zł. Jest to na pewien sposób już stały punkt programu naszych raportów, gdyż jest to jedenasty raport z rzędu, w którym klub z Warszawy zajmuje pierwsze miejsce na podium. W tym sezonie blisko 1/3 budżetu klubu uzyskano z UEFA. Drugie miejsce zajął Lech Poznań, który osiągnął przychody wynoszące 79,1 mln zł – czyli około połowę budżetu warszawskiej Legii. Pomimo takiej dysproporcji, w sferze sportowej to Lech Poznań był górą, czego końcowym efektem było wygranie Mistrzostwa Polski. Trzecie miejsce na podium zajął Raków Częstochowa z wynikiem 47,9 mln zł.

Klub spod Jasnej Góry rokrocznie notuje stabilne i stosunkowo wysokie wzrosty przychodów. Podopieczni Marka Papszuna przyzwyczaili już nas do obecności na podium Ekstraklasy, a w tym roku mamy przyjemność powitać Raków na podium rankingu Deloitte.

Łączne przychody klubów Ekstraklasy z działalności operacyjnej (tzn. bez uwzględnienia transferów) osiągnęły najwyższą wartość w historii naszych rankingów – aż 715,1 mln zł. Kluby Ekstraklasy zanotowały rekordowe 102,6 mln zł przychodów z dnia meczowego, co oznacza wzrost o 78,4 mln zł sezon do sezonu. Poprzedni najwyższy wynik z tego źródła wynosił 96 mln zł i został on osiągnięty w 2017 roku. Brak ograniczeń związanych z pandemią wpłynął pozytywnie na kondycję klubów piłkarskich. Największym źródłem przychodów okazało się źródło transmisji – otrzymywane głównie z Ekstraklasy S.A. za prawa telewizyjne oraz scentralizowane prawa marketingowe

oraz z UEFA za grę w europejskich pucharach. Z tego tytułu kluby zaksięgowały 321,6 mln zł przychodu. Kolejne lata powinny przynieść wzrosty w tej kategorii ze względu na nowy kontrakt telewizyjny oraz – mamy nadzieję – na coroczną grę w fazie grupowej europejskich pucharów co najmniej jednego polskiego zespołu.

Możliwości wzrostu przychodów należy upatrywać w źródle przychodów z dnia meczowego. Z naszej analizy wynika, że przy wypełnieniu stadionów w 80%, możliwe jest zwiększenie przychodów z tego źródła o ok. 76 mln zł. Z kolei zwiększona frekwencja może oznaczać wzrost przychodów z tytułu sprzedaży koszulek klubowych oraz ma szansę nakłonić sponsorów do zwiększenia puli środków reklamowych przeznaczanych na sport. Kolejnym czynnikiem wpływającym na poprawę ogólnej kondycji finansowej klubów i budowy dochodowej polityki transferowej powinien być udział w europejskich pucharach. W poprzednim sezonie, w europejskich pucharach najlepiej zaprezentowała się Legia Warszawa, która dzięki występom w Lidze Europy uzyskała łącznie 48,1 mln zł z europejskiej federacji.

Przychody transferowe z roku na rok stają się coraz bardziej istotnym i powtarzalnym źródłem finansowania polskich klubów. W sezonie 2021/2022 kluby Ekstraklasy zaksięgowały aż 145,6 mln zł przychodów z tytułu transferów wychodzących, a 93% tych przychodów stanowią transfery zagraniczne. Najwięcej przychodów transferowych zaksięgowała Pogoń Szczecin, bo aż 43,2 mln zł, głównie z transferu Kacpra Kozłowskiego.

Nota metodologiczna

Nasz ranking oparty jest na analizie wielkości przychodów klubów Ekstraklasy pochodzących z działalności sportowej. Zasady oraz okres objęty raportem nie uległy zmianie w porównaniu do poprzedniej edycji. Zaprezentowane przez nas dane dotyczą przychodów, które zostały wygenerowane w okresie od 1 lipca 2021 roku do 30 czerwca 2022 roku, czyli obejmują pełny sezon ligowy.

Zaprezentowane przez nas przychody klubów nie uwzględniają takich kategorii jak transfery bądź wypożyczenia piłkarzy, gdyż są to przesunięcia środków pomiędzy klubami. Z punktu widzenia klubów Ekstraklasy jest to jednak ważne źródło przychodów, dlatego w raporcie prezentujemy osobne zestawienie przychodów z transferów. W celu uzyskania pełnej kwoty przychodów dotyczącej danego klubu w dalszej części raportu sumujemy wartość przychodów zaprezentowaną w rankingu oraz wartość przychodów z transferów.

Przychody sportowe, które zostały wzięte pod uwagę, podzieliśmy na trzy kategorie stanowiące źródło budowania wartości klubu:



- **Dzień meczu** – wpływy ze sprzedaży biletów, karnetów, łóż VIP oraz catering na stadionie.



- **Transmisje** – wpływy klubów z transmisji telewizyjnych i radiowych oraz scentralizowanych praw marketingowych pochodzących od Ekstraklasy S.A. za udział w rozgrywkach, premii za udział w pucharach krajowych oraz zagranicznych, Pro Junior System.



- **Komercyjne** – wpływy z umów sponsorskich (podpisywanych przez kluby), reklam, sprzedaży koszulek, pamiątek klubowych oraz inne przychody komercyjne.

Do udziału w rankingu zostały zaproszone kluby, które w sezonie 2021/2022 grały w Ekstraklasie. Dane, w wyżej przedstawionym podziale, zostały dostarczone bezpośrednio przez kluby.

Nasze rankingi zostały przygotowane za lata kalendarzowe od roku 2006 do 2019 oraz za sezony 2020/21 i 2021/2022. W przeszłości występowały pojedyncze sytuacje, w których kluby przekazywały nam dane za odmiennie okresy niż reszta zespołów. Opisane te sytuacje znajdują się w ubiegłorocznych raportach. Okres porównawczy beniaminków 2020/2021 dotyczy okresu, w którym te kluby grały w 1 Lidze.

Wszystkie kluby przedstawiły nam swoje dane finansowe za sezon 2021/2022 **z wyjątkiem klubu Bruk-Bet Termalica Nieciecza**.

Aby oddać możliwie jak najbardziej dokładny obraz finansowy klubów Ekstraklasy, wartość przychodów tego klubu została przez nas estymowana. W kategorii transmisji przypisaliśmy temu klubowi wartość faktycznie przekazanych środków przez Ekstraklasę S.A., a w przypadku źródeł przychodów z dnia meczu oraz komercyjnych, przypisaliśmy najniższą wartość prezentowaną przez inne kluby w obu tych kategoriach.

Jeśli dane dostarczone przez kluby były nieprecyzyjne, wątpliwości były wyjaśnianie bezpośrednio z klubami, tak aby zawarte w rankingu dane możliwie najpełniej odzwierciedlały rzeczywiste wygenerowane przychody.

Dane prezentujemy z dokładnością do dziesiątych części miliona oraz dziesiątej części procentów. Ewentualne niezgodności matematyczne wynikają z zaokrągleń i nie wpływają istotnie na prezentowane przez nas dane.

Biznesowy lider doradztwa dla sportu



Wyjątkowy model biznesowy podmiotów z branży sportu i rozrywki wymaga niestandardowego podejścia. Z tego względu w ramach Deloitte, funkcjonuje interdyscyplinarna grupa specjalistów zajmujących się doradztwem dla tej branży.

Dostarczamy międzynarodowy i lokalny know-how z zakresu m. in. finansów, prawa, podatków oraz konsultingu, dopasowany do specyfiki sektora. Oferujemy najwyższej jakości produkty i szerokie spectrum usług w każdej dyscyplinie sportu, o czym mogą zaświadczyć nasi klienci na całym świecie.

Audit & Assurance

Badanie sprawozdań finansowych to znacznie więcej niż tylko liczby. To potwierdzenie osiągnięć i wyzwań, a także pomoc przy zapewnieniu solidnych podstaw dla przyszłych planów.

Konsulting

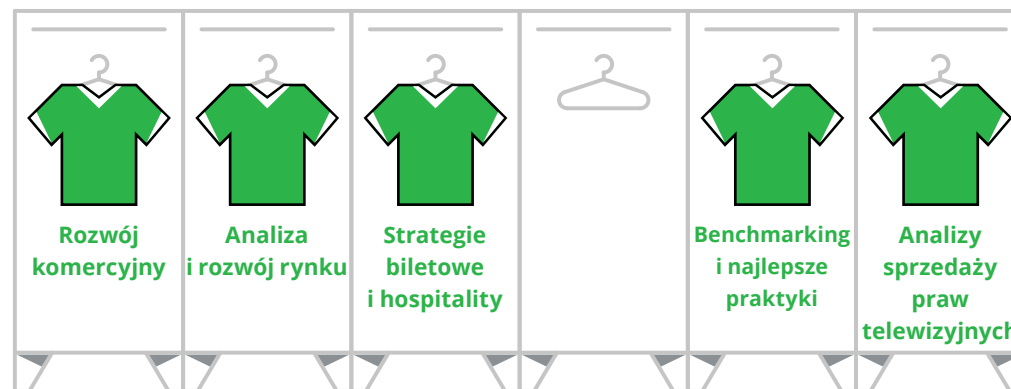
Innowacje, transformacja i przywództwo w biznesie mogą przybierać różne formy. Unikalne podejście Deloitte pomaga klientom rozwiązywać najbardziej skomplikowane problemy. Tworzymy strategię oraz wdrażamy rozwiązania biznesowe, które pozwalają firmom zbudować i zachować czołową pozycję na rynku.

• Brand Strategy & Consumer Research

Pomagamy klientom budować silne marki, które realizują ich cele biznesowe. Zespół Deloitte opracowuje strategię marketingową oraz realizuje pełen zakres badań konsumenckich. Do tworzenia strategii marek wykorzystujemy także nasze autorskie metody analizy trendów kulturowych - foresight.

• Zrównoważony rozwój i CSR - Społeczna odpowiedzialność biznesu

Wspieramy związki i kluby sportowe w rozwoju programów CSR.





Deloitte Digital

Doradztwo strategiczne Deloitte Digital pozwala organizacjom sportowym osiągnąć doskonałość operacyjną firmy dzięki realizacji długoterminowych planów rozwoju. Wypracowanie pełnego planu transformacji cyfrowej przeprowadzane jest w kilku etapach:

- Dojrzałość cyfrowa organizacji
- Wypracowanie ambicji cyfrowej
- Plan rozwoju cyfrowego
- Analityka i optymalizacja
- Komunikacja i zaangażowanie
- Zarządzanie procesem transformacji

Doradztwo podatkowe

Doradztwo podatkowe świadczone przez Deloitte to kompleksowe usługi obejmujące wszystkie aspekty działalności gospodarczej. Na świecie Deloitte zatrudnia ponad 200 tys. specjalistów podatkowych w 150 krajach.

Doradztwo prawne

Deloitte Legal, Ostrowski, Gizicki i Wspólnicy sp.k. posiada sieć biur w największych polskich miastach. Świadczymy kompleksowe usługi w zakresie wszystkich zagadnień prawnych. Korzystamy z zasobów globalnej sieci kancelarii prawnych stowarzyszonych w Deloitte.

Doradztwo finansowe

Doradztwo finansowe Deloitte to usługi dla przedsiębiorstw, inwestorów i jednostek administracji publicznej obejmujące m.in. obsługę transakcji kapitałowych, wyceny, badania due diligence i restrukturyzacje.



Ekstraklasa

Szanowni Państwo,

Z satysfakcją podsumowujemy sezon 2021/2022 PKO Bank Polski Ekstraklasy, który był niezwykle emocjonujący pod względem sportowym oraz rekordowy pod względem finansowym. Mimo wciąż trwającej pandemii i ograniczeń mogliśmy cieszyć się obecnością kibiców na stadionach w całym sezonie. Dzięki ciężkiej pracy, dyscyplinie i sprawnym reagowaniu na zmiany, za które wszystkim zaangażowanym raz jeszcze dziękuję, rozegraliśmy sezon zgodnie z planem bez większych zmian terminarowych.

W wymiarze finansowym sezon 2021/2022 był rokiem o najwyższych w historii przychodach klubów. Łącznie osiągnęły one 861 mln zł. Warto odnotować także kolejny rekord, jeśli chodzi o wypłaty z Ekstraklasy przekazane z tytułu scentralizowanych praw mediowych i marketingowych. Środki te stanowiły jednocześnie najważniejszą grupę przychodów klubów, a kwota do podziału wyniosła 245 mln zł i była o 15 mln zł wyższa niż w poprzednim sezonie. Polska liga w tym zakresie odnotowała niebywały skok finansowy – jeszcze dekadę wcześniej, w sezonie 2011/2012, kluby do podziału miały ok. 105 mln zł, co było kwotą o 140 mln zł mniejszą. Obecnie Ekstraklasa jest na dziesiątym miejscu w Europie pod względem wartości praw mediowych. Tak wysoka wycena polskiej ligi nie byłaby

jednak możliwa bez ciągłej pracy nad wzrostem jej wartości dla nadawców i partnerów oraz bez inwestycji technologicznych. Wśród nich jest nowoczesny sprzęt do produkcji i nadawania meczów w jakości 4K, a także szereg narzędzi cyfrowych, w tym platformy online dające kibicom szerokie możliwości śledzenia wyników i statystyk oraz nasz własny serwis video-streamingowy – Ekstraklasa. TV. Z początkiem sezonu 2021/2022 zaprezentowaliśmy jego nową odsłonę, przygotowaną z partnerem technologicznym, Red Bee Media. Dzięki temu serwisowi kibice za granicą mogą oglądać wszystkie mecze PKO Bank Polski Ekstraklasy wykupując abonament lub dostęp PPV. To ważny element promocji polskiej ligi za granicą, a także źródło dodatkowych przychodów.

Rozgrywki polskiej ligi są dostępne również w zagranicznych telewizjach. Z początkiem sezonu 2021/2022 Ekstraklasa była dostępna w 24 krajach poza Polską. Jesienią 2021 r. dostęp ten znacznie się poszerzył – do ponad 200 krajów – dzięki umowie z Onefootball podpisanej za pośrednictwem organizacji European Leagues, do której należy Ekstraklasa. Celem wszystkich tych działań jest zwiększenie zasięgu i dotarcia do kibiców, co następnie przekłada się na wymierne korzyści dla naszych partnerów mediowych i marketingowych. W sezonie 2021/2022 w telewizji ligową

kolejkę śledziło ok. 1 mln widzów w Polsce. Z kolei możliwość kibicowania z trybun stadionu była ograniczona przez dużą część sezonu. Zniesienie limitów publiczności na stadionach nastąpiło dopiero z początkiem marca 2022 r. Sumarycznie jednak, spragnieni widowisk piłkarskich kibice wnieśli z tytułu przychodów z dnia meczu do budżetów klubowych najwyższą w historii kwotę 103 mln zł. Ograniczenia związane z pandemią przełożyły się jednocześnie na rozwój alternatywnych strategii sprzedażowych, a zwłaszcza e-commerce w klubach. W przyszłości ten element będzie odgrywał coraz większą rolę w klubowych finansach.

Ekstraklasa mimo pandemii utrzymuje trend wzrostowy w zakresie finansowym i rozwija się sportowo. Obszary te są ściśle powiązane we współczesnym futbolu i jestem przekonany, że coraz większe pieniądze, które zarabiają kluby, będą przekładać się na jeszcze ciekawsze widowiska sportowe na polskich i międzynarodowych stadionach w kolejnych sezonach.



Marcin Animucki
Prezes Zarządu Ekstraklasa S.A.

Ranking – przychody polskich klubów i ich zmiany

Tegoroczna edycja rankingu przynosi rozsadę na trzecim miejscu rankingu, na którym debiutuje **Raków Częstochowa**. Nie zmieniają się natomiast dwa najwyższe stopnie podium.

Niezmienne od roku 2011 w dziedzinie generowanych przychodów sportowych w Ekstraklasie dominuje **Legia Warszawa**. Drugie miejsce również nie będzie specjalnym zaskoczeniem dla obserwatorów finansów polskich klubów – zajmuje je **Lech Poznań**.

Legia Warszawa po raz jedenasty z rzędu wygrywa przygotowywane przez Deloitte raporty „Piłkarska liga finansowa”. Legia Warszawa, dzięki swojej rozpoznawalnej marce oraz obecności w stolicy, generuje bardzo wysokie przychody komercyjne (53,2 mln zł) oraz z dnia meczowego (36,3 mln zł). Do tegorocznego wyniku finansowego przyczyniają się również w dużej mierze świetne występy w europejskich pucharach, w których Legia wygrała z mocnymi zespołami, takimi jak: Bodø/Glimt, Slavia Praga, Spartak Moskwa czy Leicester City. **Wpływ z UEFA wyniósł łącznie 48,1 mln zł.**

Miejsce 2. w tegorocznym rankingu przychodów kolejny rok z rzędu zajmuje Lech Poznań. W analizowanym przez nas sezonie Lech wywalczył Mistrzostwo Polski. W porównaniu do sezonu 2020/2021, zmniejszeniu uległy przychody z transmisji

(o 17,7 mln zł - z 49,9 mln zł do 32,2 mln zł). Było to spowodowane spadkiem przychodów z UEFA oraz jednoczesnym wzrostem przychodów otrzymanych od Ekstraklasy S.A. w wyniku zdobytego 1 miejsca w Ekstraklasie. Aż o blisko 300% wzrosły natomiast przychody z dnia meczowego, w sezonie 2021/2022 Lech z tego tytułu osiągnął 19,3 mln zł. W sezonie 2021/2022 Lech Poznań otrzymał również większą ilość środków ze źródła komercyjnego – 27,7 mln zł, a to oznacza wzrost o 41% sezon do sezonu.

Miejsce 3. w tegorocznym rankingu przychodów sportowych zajął Raków Częstochowa, który od momentu awansu do Ekstraklasy notuje coroczne, bardzo wysokie wzrosty przychodów, które zasługują na miano imponujących i w ostatnich trzech latach prezentowały się następująco: 23,5 mln zł (2019/2020), 38 mln zł (2020/2021) i 47,9 mln zł (2021/2022). Taki wynik możliwy był w dużej mierze dzięki zdobyciu przez klub Wicemistrzostwa Polski, wygraniu Pucharu Polski oraz grze w eliminacjach europejskich pucharów. Łącznie źródło transmisji i premii za wyniki sportowe wyniosło 33 mln zł. Przychody komercyjne wzrosły o 0,8 mln zł, do 11,3 mln zł, natomiast przychody z dnia meczowego z 1 mln zł do 3,6 mln zł (wzrost o 2,6 mln zł).

Ranking łącznych przychodów w sezonie 2021/2022 (mln zł)

Miejsce w rankingu	Klub	Przychody (mln zł) za 2021/2022	Wzrost/spadek przychodów sezon do sezonu	Awans/spadek w stosunku do poprzedniego raportu
1	Legia Warszawa	155,18	↑	—
2	Lech Poznań 🏆	79,08	↑	—
3	Raków Częstochowa	47,91	↑	↑
4	Pogoń Szczecin	44,65	↑	—
5	Wisła Kraków	43,74	↑	↑
6	Lechia Gdańsk	41,03	↓	↓
7	Górniki Zabrze	40,36	↑	↑
8	Cracovia	35,02	↓	↓
9	KGHM Zagłębie Lubin	33,78	↓	↓
10	Śląsk Wrocław	32,77	↑	—
11	Jagiellonia Białystok	28,67	↑	↑
12	Piast Gliwice	26,57	↓	↓
13	Radomiak Radom	21,45	↑	🔄
14	Wisła Płock	20,10	↓	↓
15	Warta Poznań	17,25	↑	↓
16	PGE FKS Stal Mielec	16,56	↑	↓
17	Górniki Łęczna	15,89	↑	🔄



Wzrost



Bez zmian



Spadek



Awans

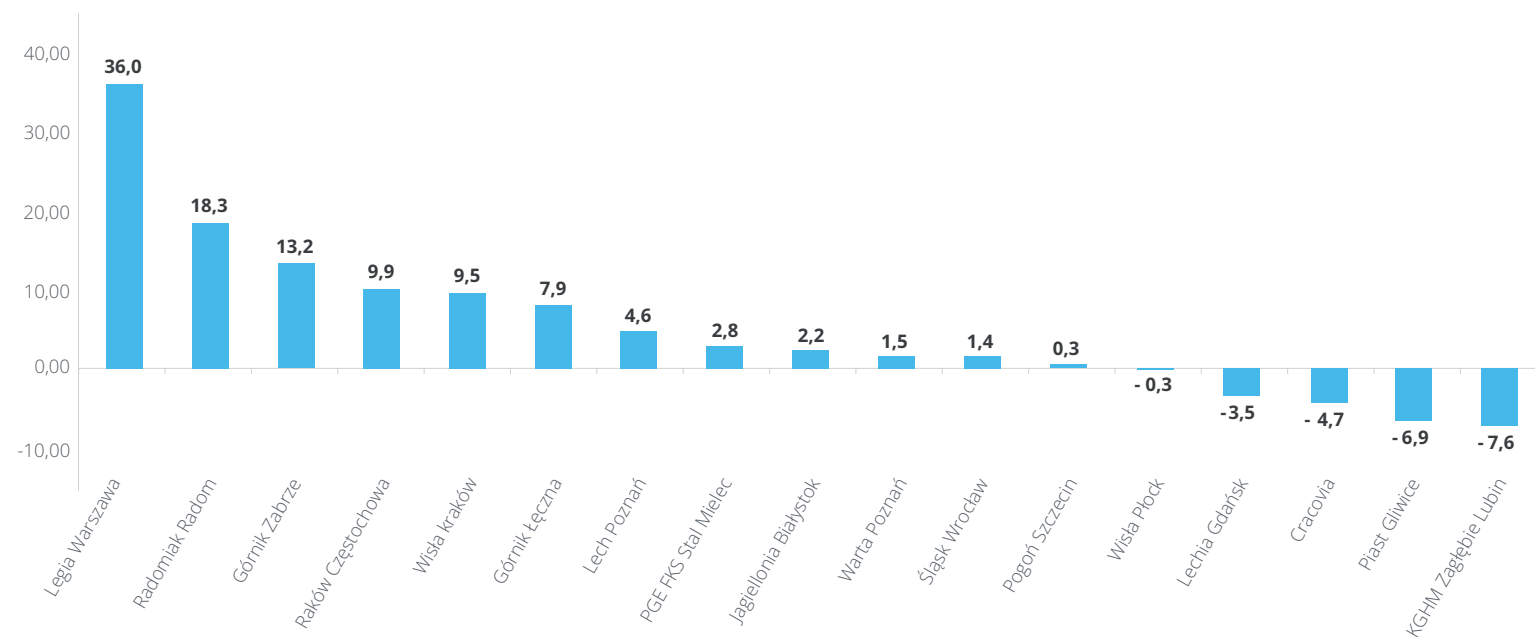


Beniaminek

Wśród klubów, które w sezonie 2021/2022 występowały na boiskach Ekstraklasy, łącznie wzrost przychodów w stosunku do danych z sezonu 2020/2021 zanotowało aż 12 drużyn (część klubów w tym okresie rozgrywała swoje mecze w I lidze). Najbardziej z tej grupy wyróżniają się: Legia Warszawa, Radomiak Radom, Górnik Zabrze, Raków Częstochowa i Wisła Kraków. Łącznie, ww. kluby powiększyły swoje przychody o 87,8 mln zł.

Spadek łącznych przychodów sportowych odnotowało 5 klubów: Wisła Płock, Lechia Gdańsk, Cracovia, Piast Gliwice i KGHM Zagłębie Lubin.

Różnice w przychodach klubów sezon do sezonu (mln zł)

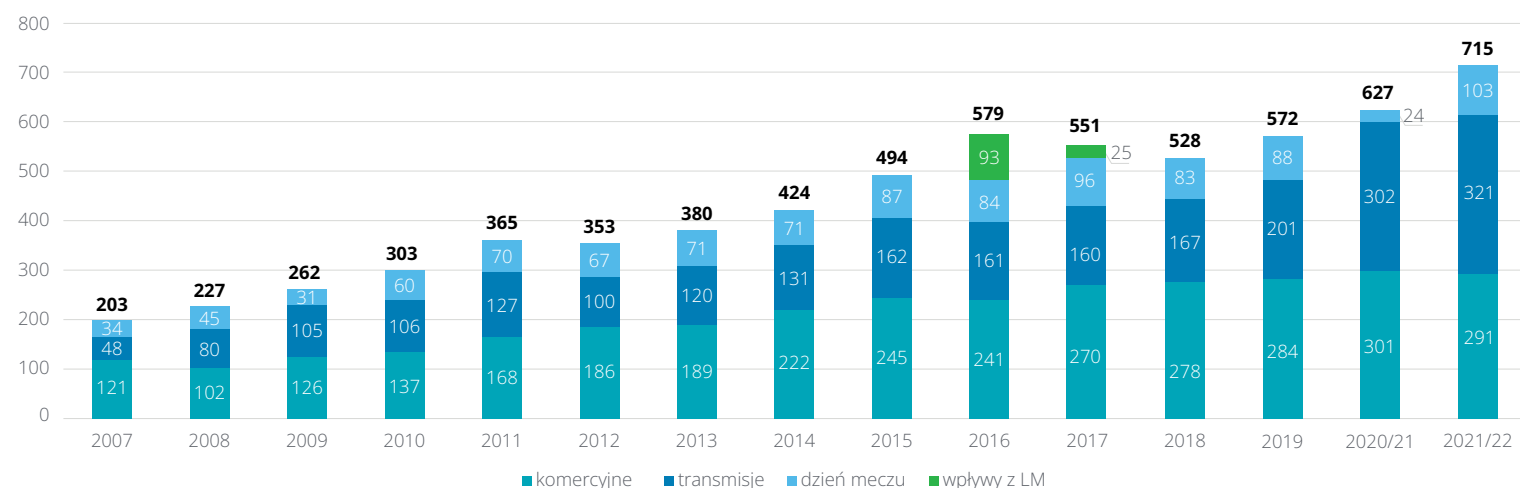


Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby

Kluby Ekstraklasy w trakcie sezonu 2021/2022 wypracowały 715,1 mln zł przychodów z trzech podstawowych źródeł – jest to wynik aż o 87,9 mln zł wyższy niż w sezonie ubiegłym. Tym samym, kluby ustanowiły kolejny już rekord przychodów. W ciągu 10 lat, przychody klubów Ekstraklasy urosły ponad dwukrotnie, z 353 mln zł w roku 2012 do ponad 715 mln zł w sezonie 2021/2022.

Gdyby począwszy od roku 2007 przychody polskich klubów piłkarskiej Ekstraklasy rosły tylko o inflację, wyniosłyby 387 mln zł, co oznacza, że polskie kluby zdołały wygenerować nadprogramowe 328 mln zł. W naszej opinii, było to możliwe dzięki profesjonalizacji polskiej piłki oraz coraz większej otwartości i przejrzystości w działaniu klubów, także w dziedzinie finansów. Niemniej jednak, potencjał wzrostu przychodów w naszej ocenie nadal istnieje.

Przychody klubów Ekstraklasy w okresie 2007-2021/22



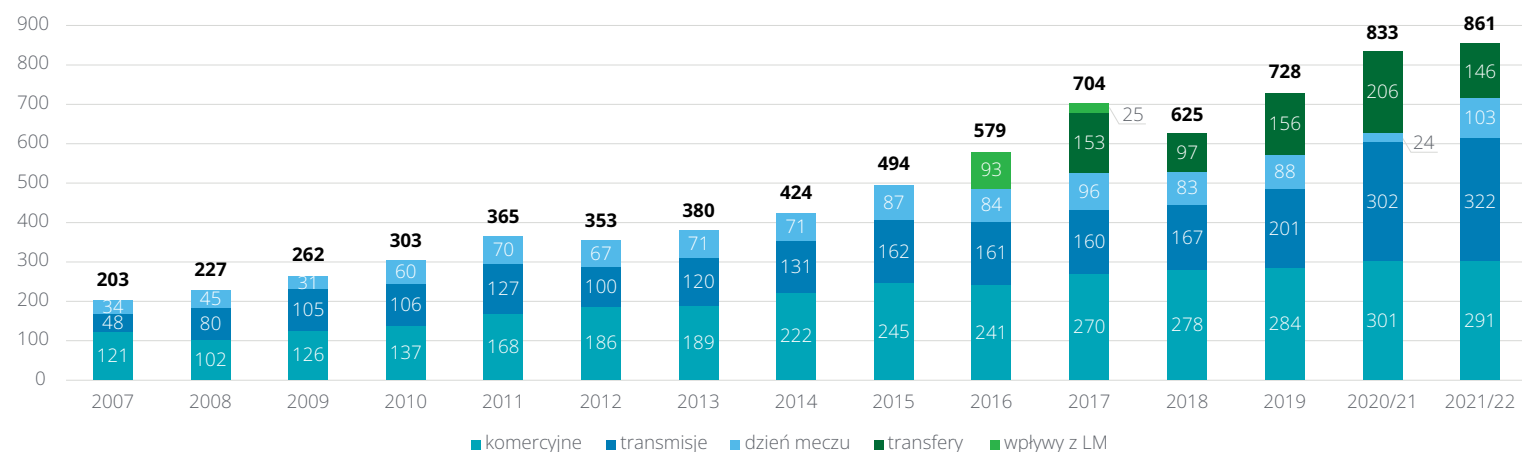
Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.

Według naszych przewidywań możliwe jest to, aby kluby Ekstraklasy osiągnęły **powyżej 1 miliarda zł przychodów** z uwzględnieniem transferów już w sezonie 2023/2024. Jest to zależne od polityki transferowej oraz od obecności polskich klubów w fazie grupowej europejskich pucharów. Pozytywnie na finanse klubów może zadziałać nowy kontrakt telewizyjny Ekstraklasy, natomiast na moment pisania tego raportu nieznane są wyniki przeprowadzonego przetargu. Niewiadomą pozostaje na ten moment skala wpływów z Programu Wsparcia Mistrzów. Beneficjentami mają być przedstawiciele Polski w europejskich pucharach, ale oddzielna pula wsparcia ma być kierowana na dotacje celowe dotyczące rozwoju infrastruktury.

Łącznie kluby Ekstraklasy oraz 1 Ligi w trakcie sezonu 2021/2022 wypracowały ponad 1 miliard zł przychodów

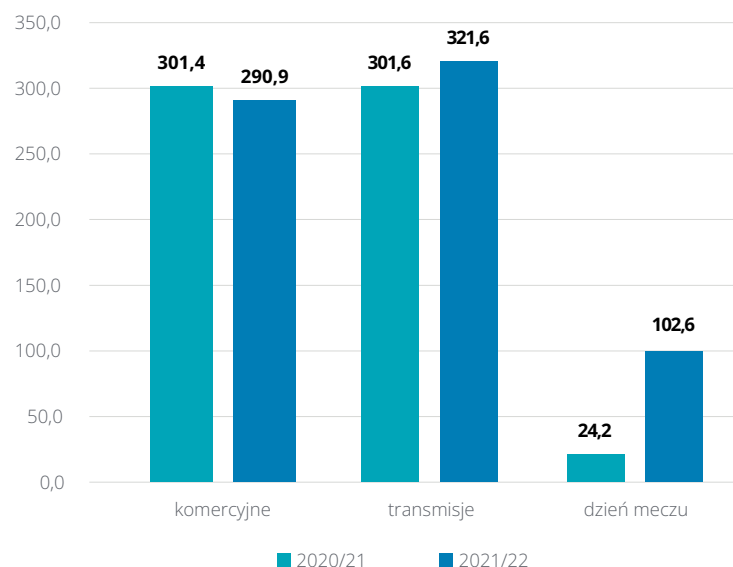
z uwzględnieniem transferów. Tym samym sprawdził się przewidywany przez nas scenariusz w poprzednim raporcie, w którym stwierdziliśmy, że prawdopodobne jest przekroczenie bariery miliarda złotych łącznie przez kluby Ekstraklasy i 1 Ligi. Kolejnym finansowym kamieniem milowym jest osiągnięcie tej kwoty tylko przez kluby Ekstraklasy.

Przychody klubów Ekstraklasy w okresie 2007-2021/22 z uwzględnieniem przychodów transferowych

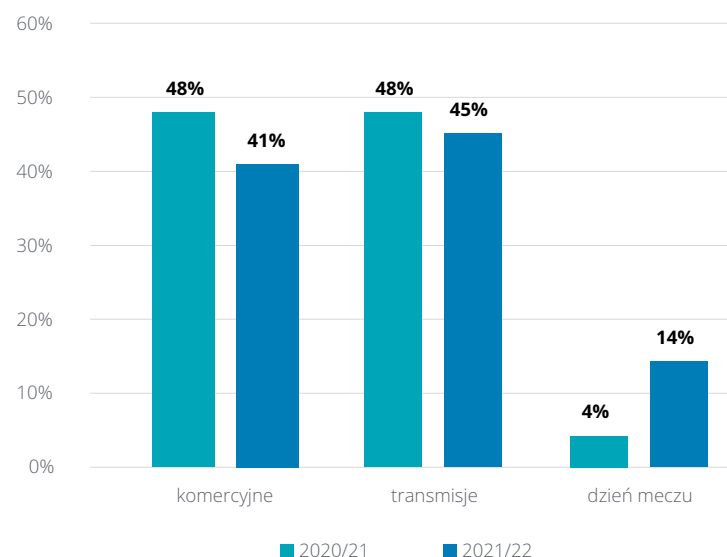


Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.

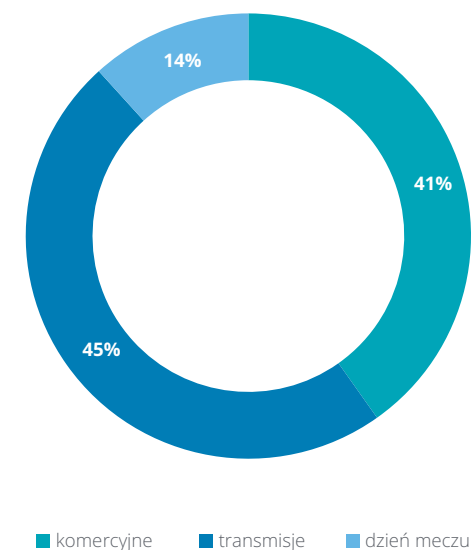
Przychody z poszczególnych kategorii w ostatnich dwóch sezonach



Udział % poszczególnych kategorii w ostatnich dwóch sezonach



Udział % poszczególnych kategorii 2021/22



PRZYCHODY MLN ZŁ															
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020/21	2021/22
Komercyjne	121,0	102,0	126,0	137,0	168,0	186,0	189,0	222,0	245,0	241,0	270,0	278,0	283,6	301,4	290,9
Transmisje	48,0	80,0	105,0	106,0	127,0	100,0	120,0	131,0	162,0	254,2	185,0	167,0	201,1	301,6	321,6
Dzień meczu	34,0	45,0	31,0	60,0	70,0	67,0	71,0	71,0	87,0	84,0	96,0	83,0	87,6	24,2	102,6
Razem	203,0	227,0	262,0	303,0	365,0	353,0	380,0	424,0	494,0	579,2	551,0	528,0	572,3	627,2	715,1
ZMIANA PROCENTOWA															
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020/21	2021/22
Komercyjne	-	-16%	24%	9%	23%	11%	2%	17%	10%	-2%	12%	3%	2%	12%	-3%
Transmisje	-	67%	31%	1%	20%	-21%	20%	9%	24%	57%	-27%	-10%	20%	55%	7%
Dzień meczu	-	32%	-31%	94%	17%	-4%	6%	0%	23%	-3%	14%	-14%	6%	-61%	325%
UDZIAŁ PROCENTOWY															
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020/21	2021/22
Komercyjne	60%	45%	48%	45%	46%	53%	50%	52%	50%	42%	49%	53%	50%	48%	41%
Transmisje	24%	35%	40%	35%	35%	28%	32%	31%	33%	44%	34%	32%	35%	48%	45%
Dzień meczu	17%	20%	12%	20%	19%	19%	19%	17%	18%	15%	17%	16%	15%	4%	14%

Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.

Transfery

Suma przychodów z tytułu transferów klubów Ekstraklasy w sezonie 2021/22 wyniosła **145,6 mln zł**, z czego **136,1 mln zł** pochodzi od klubów zagranicznych. Ubiegłoroczny rekord transferowy w tym sezonie nie został pobity, a wartość przychodów transferowych jest niższa od poprzedniego sezonu o 29,3%, kiedy z transferów kluby Ekstraklasy zaksięgowały łącznie 206 mln zł przychodów. Transfery cechują się nieprzewidywalnością, a wartość sprzedaży zawodników zależy

w największej mierze od dobrej gry młodych zawodników z potencjałem, gdyż to właśnie za potencjał w dzisiejszych czasach płaci się najczęściej. Przyszłość może przynieść kolejne rekordy zarobionych środków z tytułu transferów, o ile znajdą się kluby, które będą skłonne zapłacić za zdolną młodzież wychowaną w polskich klubach.

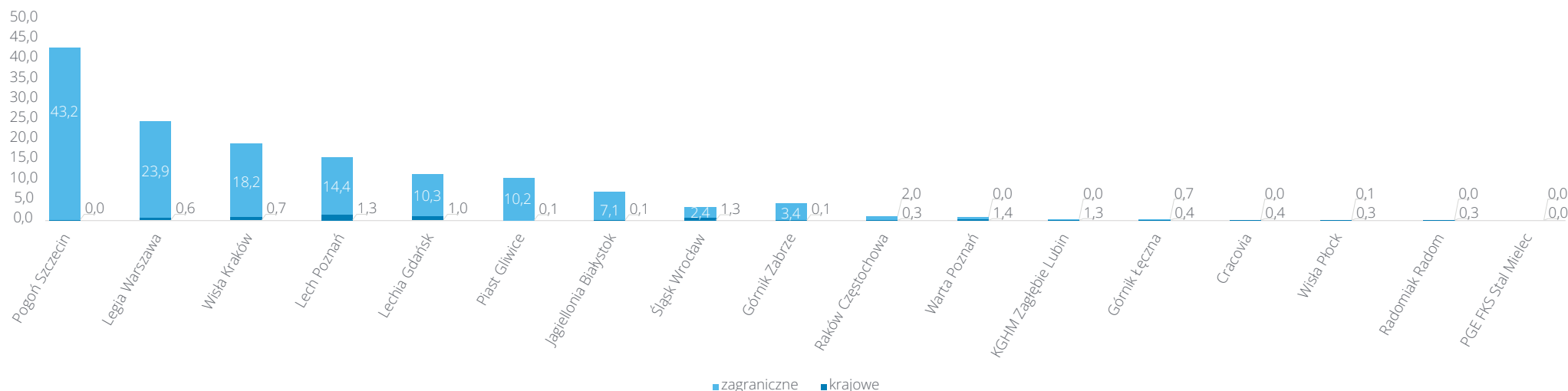
Udział przychodów z transferów w przychodach ogółem zaprezentowanych w raporcie

wynosi 20,8%, w porównaniu do 32,8% w roku poprzednim. Oznacza to, że średnio każdy klub osiągnął dodatkową 1/5 część przychodów z transferów w stosunku do trzech podstawowych źródeł.

Transfery zawodników to przesunięcie środków między klubami, które nie budują globalnej wartości klubowej piłki nożnej. Dlatego przychodów z tytułu transferów nie uwzględniamy w naszym raporcie. Niemniej,

aby pokazać pełniejszy obraz możliwości generowania przychodów przez kluby występujące w Ekstraklasie, prezentujemy dane o transferach oddzielnie. Oznacza to, że przychody z tytułu transferów są oddzielną dodatkową kategorią przychodów nieujętych we wcześniej prezentowanych danych. Aby osiągnąć pełną kwotę przychodów w danym roku kalendarzowym należy zsumować przychody ujęte w rankingu oraz przychody z transferów.

Przychody z transferów w sezonie 2021/2022 (mln zł)



Niekwestionowanym liderem rankingu przychodów transferowych w sezonie 2021/2022 jest **Pogoń Szczecin**.

Budżet szczecińskiego klubu został zasilony kwotą **ponad 43 mln zł**. To kwota zbliżona do sumy trzech podstawowych źródeł przychodu, z których Pogoń uzyskuje łącznie 44,7 mln zł. Osiągnięcie takiego wyniku było możliwe dzięki sprzedaży **Kacpra Kozłowskiego** do angielskiego Brighton & Hove Albion F.C. Pogoń łącznie osiągnęła blisko 88 mln zł przychodów po uwzględnieniu transferów. Według deklaracji Jarosława Mroczka, Prezesa Pogoni Szczecin, transfer Kacpra Kozłowskiego był najwyższym transferem z Ekstraklasy, a pojedynek korespondencyjny w tym zakresie był prowadzony z Lechem Poznań i transferem Jakuba Modera. Mimo tej deklaracji, Pogoń nie ujawniła dokładnej kwoty transferu. Ze względu na tajność umów, nie możemy jednoznacznie rozstrzygnąć tego pojedyńku.

Drugie miejsce w rankingu transferów zajmuje **Legia Warszawa (24,5 mln zł)**.

W ostatnich latach Legia sprzedawała głównie młodych, polskich zawodników, natomiast

w sezonie 2021/22 na powyższą kwotę złożyły się głównie dwa transfery: Luquinhasa do amerykańskiego New York Red Bulls oraz Josipa Juranovica do szkockiego Celticu Glasgow. Transfery powiększyły podstawowe przychody sportowe o 16%.

Trzecie miejsce w rankingu transferów zajęła **Wisła Kraków (19,0 mln zł)**.

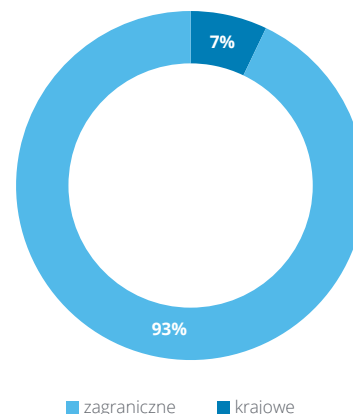
Wiślakom udało się osiągnąć taki wynik głównie dzięki transferom Aschrafa El Mahdouiiego do saudyjskiego Al-Tawoon, Yaw Yeboaha do amerykańskiego Columbus Crew oraz Mateusza Lisa do tureckiego Altay. Przychody transferowe są dla Wisły istotnym źródłem przychodów, stanowią 43% podstawowego budżetu klubowego. Po uwzględnieniu transferów, Wisła Kraków zajęła 4 miejsce w naszym rankingu z łącznymi przychodami na poziomie 62,7 mln zł. Pomimo osiągnięcia tak wysokich przychodów, nie uchroniło to jednego z bardziej zasłużonych klubów w Ekstraklasie przed spadkiem do 1 Ligi.

Poniżej podium znajdują się jeszcze 3 kluby z przychodami transferowymi powyżej 10 mln zł, a są to: Lech Poznań (15,7 mln zł), Lechia Gdańsk (11,3 mln zł) oraz Piast Gliwice

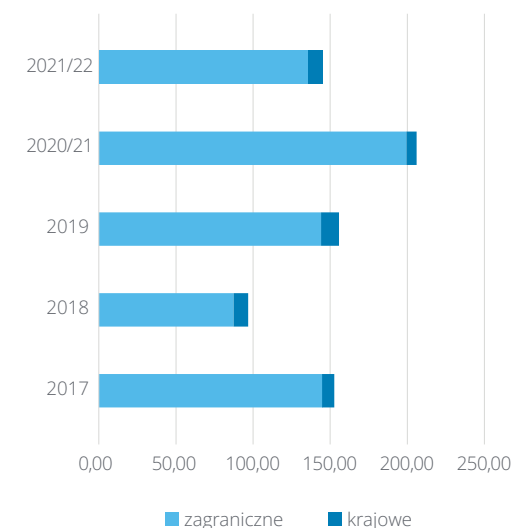
(10,3 mln zł). Warto wspomnieć, że Lech Poznań sfinalizował w zimie 2022 roku transfer Jakuba Kamińskiego do niemieckiego Wolfsburga; formalnie jest on jednak uwzględniony w księgach klubu w sezonie 2022/23.

Przeważającą część przychodów z transferów generują transfery zagraniczne – 93%. Udział transferów krajowych wynosi zaledwie 7% (w poprzednim sezonie 3%). Oznacza to, że wewnętrzny rynek transferowy praktycznie nie istnieje, lub większość zmian klubów przez zawodników jest bezgotówkowa.

Rozkład przychodów z transferów 2021/22



Przychody z transferów w okresie 2017-2021/2022 w mln zł



Przedstawiane przez nas transfery oraz przychody z tych transferów w naszych raportach dotyczą głównie młodych polskich piłkarzy, świadczy to o wysokim potencjale inwestycji w szkolenie młodych zawodników, a następnie wprowadzanie ich do pierwszego składu. Mogą oni nie tylko stanowić o sile zespołu na boisku, ale także przynieść duże korzyści finansowe dla klubu.

Po uwzględnieniu przychodów transferowych nie dochodzi do zmian na pierwszych dwóch miejscach podium – największe przychodów osiąga Legia Warszawa z wynikiem 179,7 mln zł, drugie miejsce – Lech Poznań, z wynikiem 94,8 mln zł, a na trzecie miejsce rankingu przychodów awansuje Pogoń Szczecin. Raków Częstochowa ze względu na stosunkowo niskie przychody transferowe z trzeciego miejsca spada na miejsce szóste.

Łączne przychody klubów Ekstraklasy wynoszą blisko 861 mln zł. **Według naszych przewidywań możliwe jest, aby kluby Ekstraklasy osiągnęły powyżej 1 miliarda zł przychodów z uwzględnieniem transferów już w sezonie 2023/24.** Jest to jednak zależne od polityki transferowej oraz od obecności polskich klubów w fazie grupowej europejskich pucharów. Osiągnięcie tego wyniku może wesprzeć Program Wsparcia Mistrzów – rządowy program wsparcia reprezentantów Polski poza granicami kraju oraz program wsparcia rozbudowy infrastruktury.

Ranking przychodów z uwzględnieniem przychodów transferowych w sezonie 2021/22 (mln zł)

Klub	Przychody z podstawowych źródeł	Przychody transferowe	Suma	Różnica do poprzedzającego klubu	Udział tranferów w podstawowym budżecie
Legia Warszawa	155,2	24,5	179,7	-	16%
Lech Poznań	79,1	15,7	94,8	84,9	20%
Pogoń Szczecin	44,7	43,2	87,9	6,9	97%
Wisła Kraków	43,7	19,0	62,7	25,2	43%
Lechia Gdańsk	41,0	11,3	52,4	10,3	28%
Raków Częstochowa	47,9	2,3	50,2	2,2	5%
Górnik Zabrze	33,7	3,5	37,2	13,0	10%
Piast Gliwice	26,6	10,3	36,9	0,3	39%
Śląsk Wrocław	32,8	3,6	36,4	0,5	11%
Jagiellonia Białystok	28,7	7,2	35,8	0,6	25%
Cracovia	35,0	0,4	35,4	0,4	1%
KGHM Zagłębie Lubin	33,8	1,3	35,1	0,4	4%
Radomiak Radom	21,4	0,3	21,8	13,3	1%
Wisła Płock	20,1	0,4	20,5	1,3	2%
Warta Poznań	17,3	1,4	18,7	1,8	8%
Górnik Łęczna	15,9	1,1	17,0	1,7	7%
PGE FKS Stal Mielec	16,6	0,0	16,6	0,4	0%

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby

Wynagrodzenia

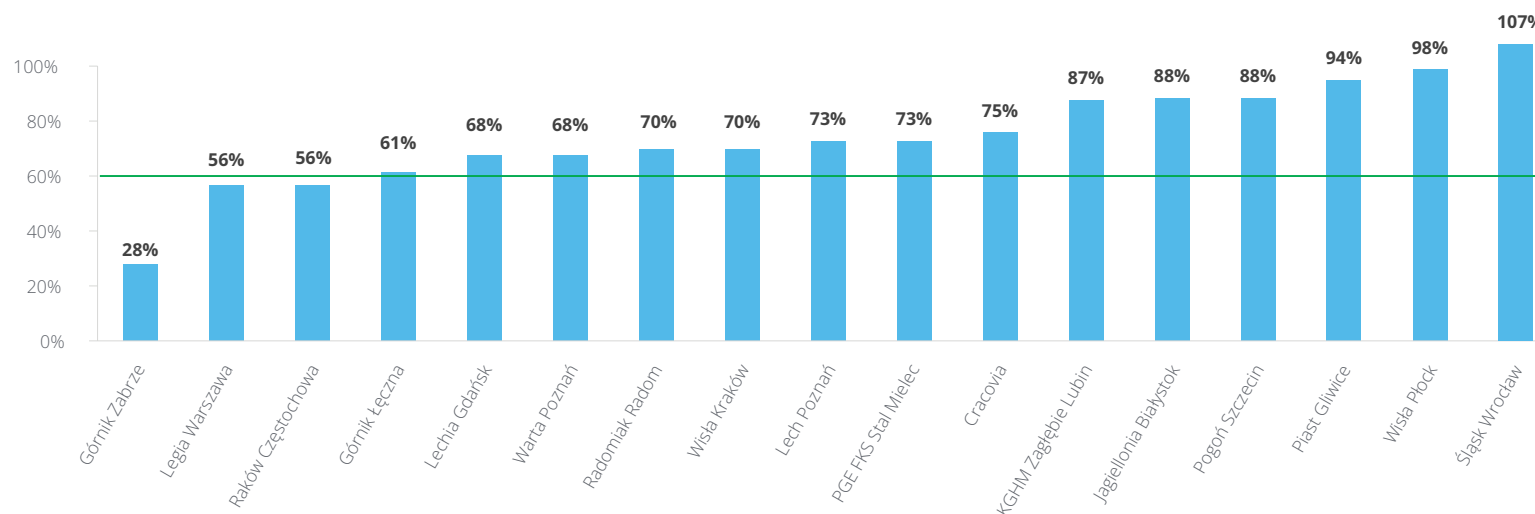
Koszty wynagrodzeń to największa część składowa kosztów w klubach piłkarskich, w związku z tym bardzo ważne jest odpowiedzialne zarządzanie kontraktowaniem graczy, by utrzymać w ryzach koszty wynagrodzeń w porównaniu do przychodów.

Jako optymalny wskaźnik wynagrodzeń uznajemy 60%. Ten próg jest najczęstszym punktem odniesienia na całym świecie.

Podobnie jak w poprzednim raporcie, na cele wskaźnika wynagrodzeń uwzględniamy dodatkowo przychody transferowe, ze względu na poniższe fakty:

- wysoki poziom przychodów transferowych klubów Ekstraklasy jest coraz bardziej powtarzalny,
- trend jest niewątpliwie wzrostowy, a kluby Ekstraklasy budżetują przychody ze sprzedaży zawodników,
- większość tych przychodów pochodzi z zagranicy, a więc nie buduje wartości globalnej piłki nożnej, natomiast zwiększa wartość polskiej piłki nożnej.

Wskaźnik wynagrodzeń bez uwzględnienia przychodów transferowych w sezonie 2021/2022

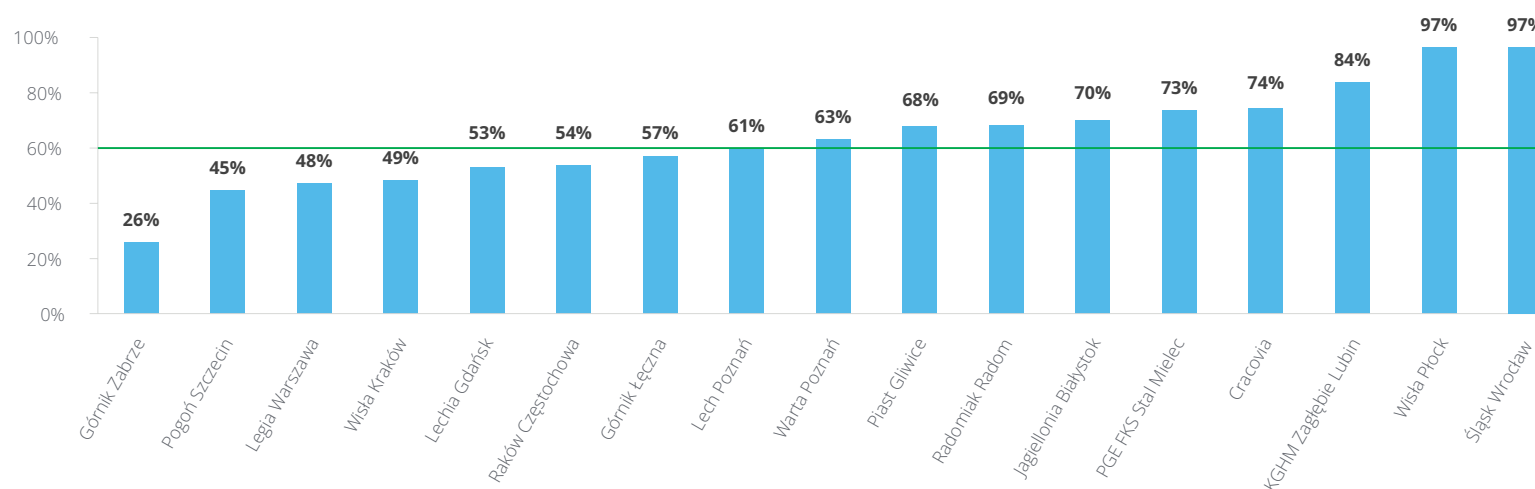


Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby

W raporcie prezentujemy wskaźniki: nieuwzględniający przychodów transferowych oraz uwzględniający przychody transferowe. W obu przypadkach wyróżnia się Górnik Zabrze, który według przesłanych nam danych, na zawodników, sztab i administrację wydał ok. 1/3 swoich przychodów. Do grona klubów ze zbliżonym do wzorcowego odsetka wynagrodzeń do przychodów zaliczyć możemy Legię Warszawa, Raków Częstochowa, Górnika Łęczna, Lechię Gdańsk i Wartę Poznań, Piast Gliwice, Radomiaka Radom i Jagiellonię Białystok. Jako dopuszczalne odchylenie od optymalnego wskaźnika 60% przyjęliśmy wartość dziesięciu punktów procentowych. Pozostałe 5 klubów wydaje więcej na wynagrodzenia niż wynika z optymalnego wskaźnika, a największą część swoich przychodów wydał Śląsk Wrocław oraz Wisła Płock – po 97%.

Wskaźnik w zmodyfikowanej wersji pokazuje natomiast, że pięć klubów wydaje więcej na wynagrodzenia niż jest to przyjęte – PGE FKS Stal Mielec (73%), Cracovia (74%), KGHM Zagłębie Lubin (84%), Wisła Płock (97%) i Śląsk Wrocław (97%).

Wskaźnik wynagrodzeń z uwzględnieniem przychodów transferowych w sezonie 2021/2022



Po uwzględnieniu zwiększenia kapitałów własnych, Śląsk Wrocław obniżyłby wskaźnik wynagrodzeń do 71%, Wisła Płock do 71%, Wisła Kraków do 45% oraz PGE FKS Stal Mielec do 62%.

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby.

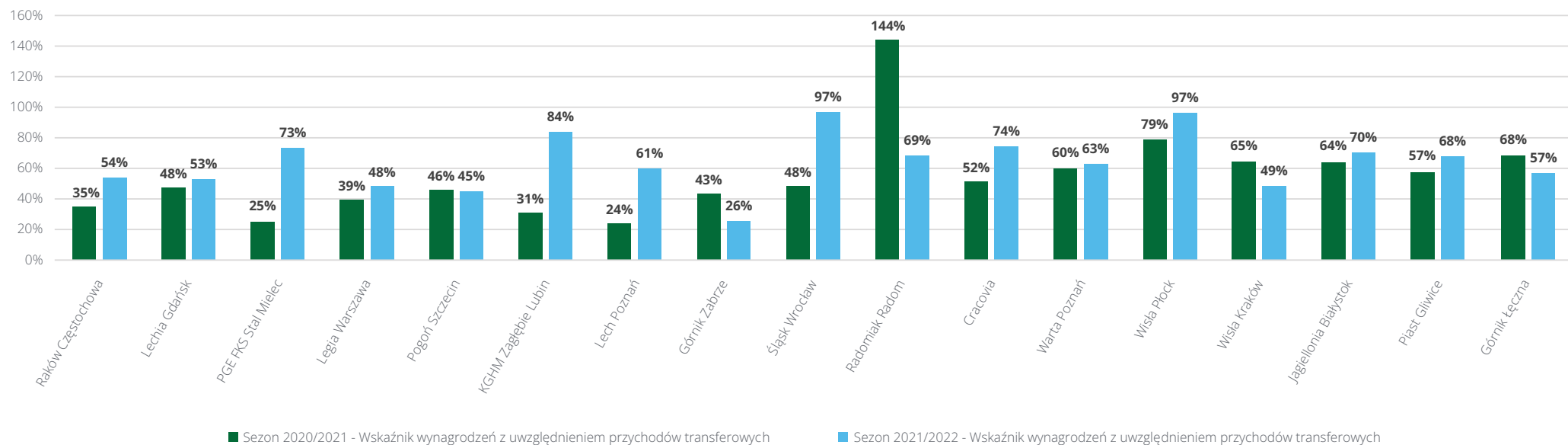
Cztery kluby Ekstraklasy otrzymały wsparcie w postaci zwiększenia kapitału własnego, ta kategoria nie jest przychodem według zasad rachunkowości i nie jest objęta naszą analizą. Po uwzględnieniu natomiast tego źródła finansowania, Śląsk Wrocław obniżyłby wskaźnik wynagrodzeń do 71%, Wisła Płock do 71%, Wisła Kraków do 45% oraz PGE FKS Stal Mielec do 62%.

W związku ze zmianą zasad Financial Fair Play UEFA, kluby, aby uczestniczyć w europejskich pucharach, będą zobligowane do utrzymania wskaźnika wynagrodzeń (z włączeniem wydatków na transfery oraz na prowizje agentów) poniżej 90% przychodów w sezonie 23/24, poniżej 80% w sezonie 24/25 oraz poniżej 70% w sezonie 25/26. Nasz jedyny reprezentant w pucharach – Lech Poznań – posiada bezpieczny bufor i nowe zasady

nie wpłynęłyby na ich bieżącą działalność. Mimo to, przy planowaniu budżetów płacowych i transferowych na kolejne lata, kluby muszą pamiętać o powyższych zasadach. Celem jest spowodowanie, by rywalizacja sportowa była „fair” – kwoty wydawane przez kluby mają mieć solidne podstawy w generowanych przychodach. Z naszych przewidywań wynika, że środowisko regulacyjne w przyszłości może obejmować również inne wskaźniki finansowe,

a w pewnej perspektywie takie zasady mogą być również zaimplementowane w Polsce. Łącznie, wszystkie kluby Ekstraklasy wydają na wynagrodzenia 70% przychodów bez uwzględnienia przychodów transferowych oraz 58% z ich uwzględnieniem.

Wskaźnik wynagrodzeń uwzględniający przychody transferowe - porównanie sezonu 2020/2021 i 2021/22



W przypadku Radomiaka Radom i Górnika Łęczna wskaźnik wynagrodzeń za sezon 2020/2021 obejmuje ewentualne powiększenia kapitałów własnych

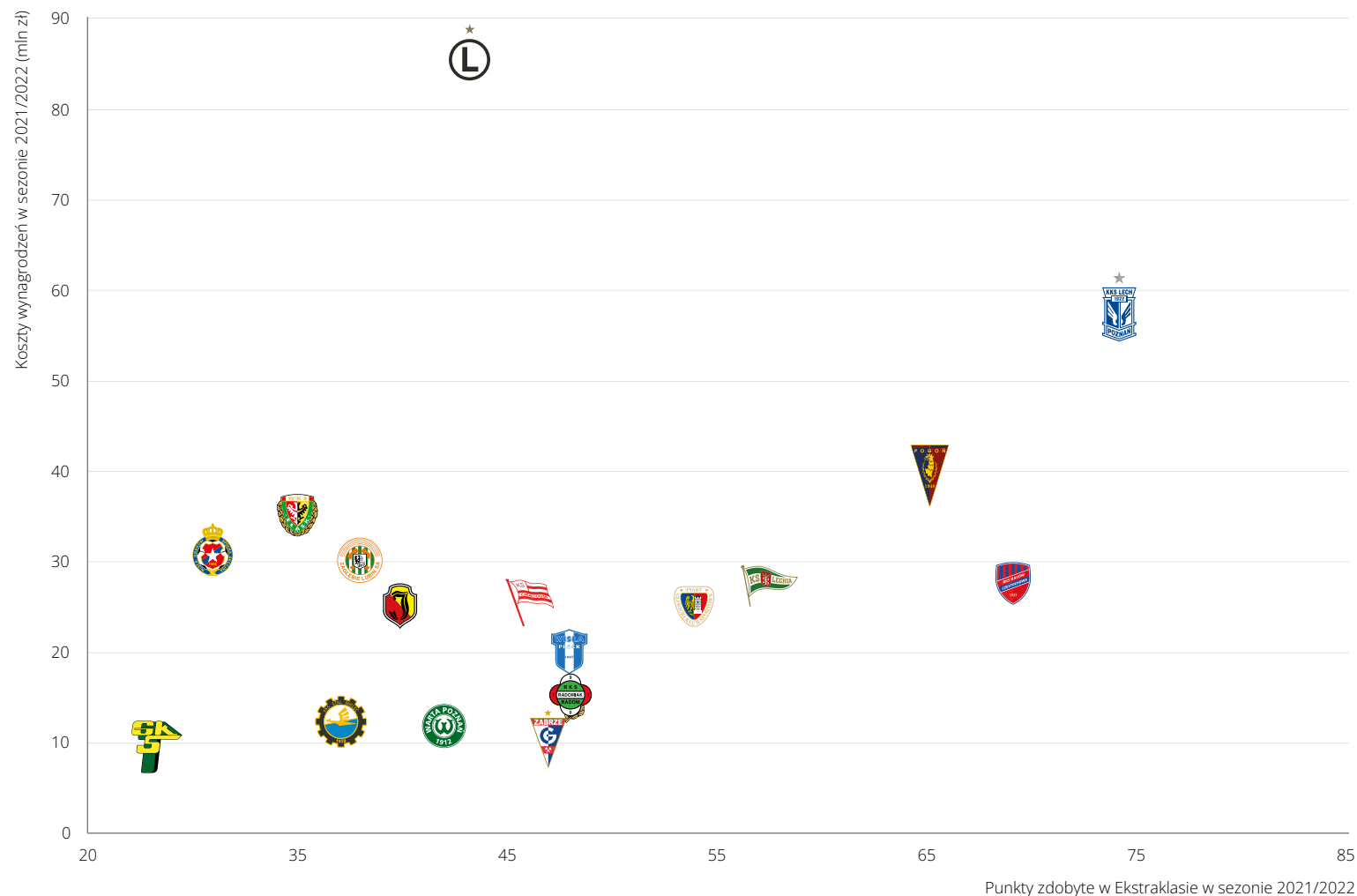
Wysokie wynagrodzenia graczy nie zawsze przekładają się na sukces w Ekstraklasie, chociaż żeby konkurować w europejskich pucharach, przeznaczenie wysokich kwot na wynagrodzenia piłkarzy jest niewątpliwie nieuniknione.

Lech Poznań posiadał drugi najwyższy budżet płacowy w Ekstraklasie, który okazał się być wystarczający do wygrania Mistrzostwa Polski (57,4 mln zł). Każdy punkt w Ekstraklasie kosztował Lecha ok. 780 tys. zł.

Legia Warszawa, która w ostatnich latach przyzwyczaiła nas do wydawania najwięcej na wynagrodzenia, po trudnym dla siebie sezonie zajęła dopiero 10 miejsce w Ekstraklasie. Każdy punkt w lidze kosztował Legię prawie 2 mln zł, czyli dwuipółkrotnie więcej niż Lecha.

Pozostałe dwa kluby, które prawie do końca sezonu walczyły o Mistrzostwo Polski, Raków Częstochowa i Pogoń Szczecin, wydały na wynagrodzenia kolejno 27,1 mln zł i 39,3 mln zł. Mniejszy budżet płacowy w ostatecznym rozrachunku nie był wystarczający do zdobycia pierwszego miejsca. Wisła Kraków posiadała piąty najwyższy budżet płacowy w Ekstraklasie, natomiast nie wystarczyło to do utrzymania.

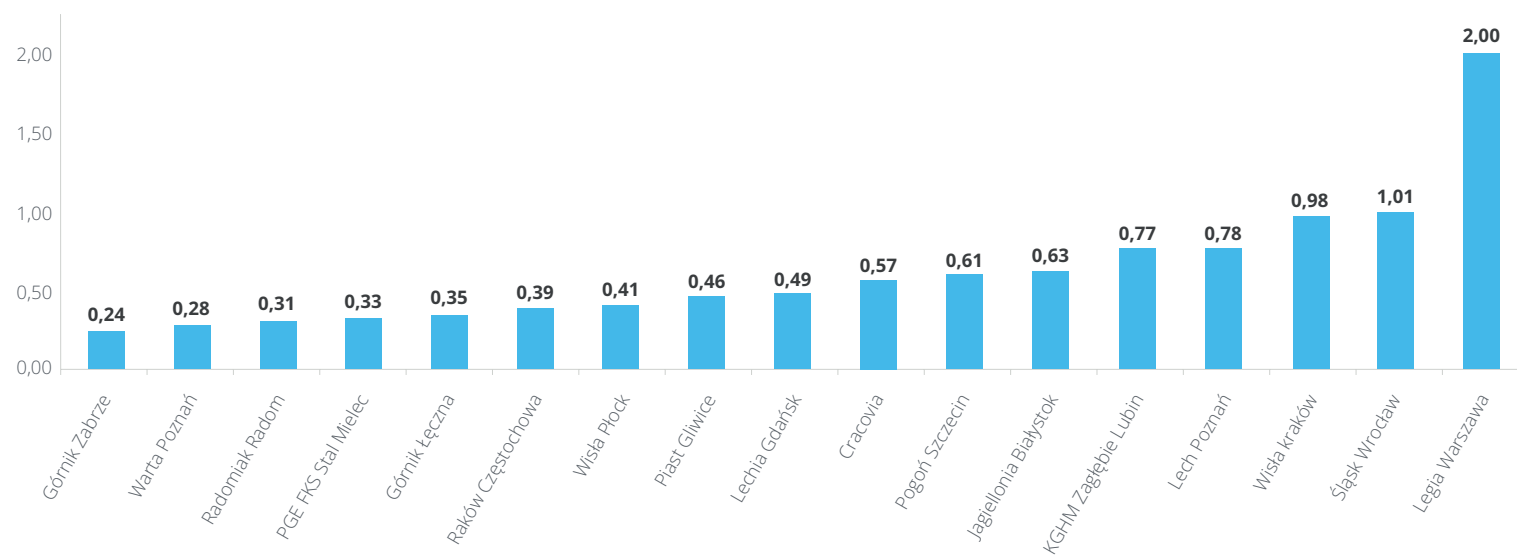
Zdobyte punkty a koszty wynagrodzeń



Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby

Powyższe przypadki w pewnym stopniu potwierdzają, że pieniądze w piłce to nie wszystko. Widać jednak pewną liniowość, szczególnie w pierwszej ósemce ligowej, każdy klub, poczynawszy od Górnika Zabrze, wydawał na wynagrodzenia coraz więcej. Wyjątkiem jest Raków Częstochowa, który przeczy tej regule. Zespół Marka Papszuna był szóstym najbardziej ekonomicznym klubem w Ekstraklasie pod kątem zdobytych punktów w stosunku do wynagrodzeń, każdy punkt kosztował mniej niż 0,4 mln zł. Pierwszy zespół w Ekstraklasie - Lech Poznań - wydawał blisko dwa razy więcej.

Koszt wynagrodzeń w przeliczeniu na punkt ligowy w sezonie 2021/22 (mln zł)



Frekwencja

Wysoka frekwencja na meczach piłkarskich jest jednym z kluczowych czynników sukcesu sportowego i finansowego klubów. Kluby mocnych lig zachodnich generują przychody z dnia meczowego wynoszące kilkanaście procent łącznych przychodów. Podobnie w Ekstraklasie przychody z dnia meczowego stanowią istotną część przychodów. Pełne trybuny na meczach piłkarskich dają bezpośrednie korzyści w postaci większych wpływów z biletów, ale także korzyści niemierzalne, takie jak wzrost wartości marki.

Sezon 2020/21 rozgrywany w warunkach pandemicznych nie pozwalał widzom na swobodne uczestnictwo w meczach. W tym zakresie sezon 2021/22 przyniósł znaczącą zmianę. Swobodny dostęp do stadionów i brak restrykcji przełożył się na wzrost przychodów z dnia meczowego o 78,4 mln zł, z 24,2 mln zł w sezonie 2020/21 do 102,6 mln zł w sezonie 2021/22.

W sezonie ubiegłym mecze ekstraklasowych drużyn oglądało z trybun średnio 7 614 widzów.

Największym zainteresowaniem cieszyły się spotkania rozgrywane na stadionie Lecha Poznań.

Ranking przychodów z uwzględnieniem przychodów transferowych w sezonie 2021/22 (mln zł)

Klub	Średnia frekwencja 21/22 w Ekstraklasie	Pojemność stadionu	Średnie zapętnienie stadionu	Frekwencja: suma z uwzględnieniem meczów w Pucharze Polski i europejskich pucharach	Średni przychód z dnia meczowego na widza	Przychody możliwe do osiągnięcia przy zapętnieniu stadionu do 80% (szacunek Deloitte)
Lech Poznań	22 560	41 609	54%	383 520	50	9 200 000
Wisła Kraków	15 275	33 130	46%	259 675	32	6 100 000
Legia Warszawa	14 487	30 720	47%	419 704	86	12 400 000
Górnik Zabrze	12 043	24 563	49%	220 136	56	7 700 000
Śląsk Wrocław	9 287	42 673	22%	194 170	21	8 700 000
Lechia Gdańsk	8 788	41 620	21%	149 396	28	11 800 000
Pogoń Szczecin	7 665	8 990	85%	136 920	29	10 000 000
Cracovia	6 996	15 016	47%	118 932	16	1 300 000
Jagiellonia Białystok	6 977	22 372	31%	122 883	19	3 600 000
Raków Częstochowa	4 256	5 500	77%	77 852	47	100 000
Radomiak Radom	3 843	4 566	84%	65 331	31	0
Piast Gliwice	3 731	9 913	38%	67 607	13	1 000 000
PGE FKS Stal Mielec	3 529	6 840	52%	61 403	17	600 000
KGHM Zagłębie Lubin	3 165	16 032	20%	53 805	14	2 300 000
Górnik Łęczna	2 835	7 464	38%	48 195	14	800 000
Wisła Płock	2 139	3 000	71%	36 363	8	0
Warta Poznań	1 854	5 078	37%	31 518	13	500 000
RAZEM	7 614		41%			76 100 000

Źródło: Raport bezpieczeństwa PZPN, transfermarkt.pl. Nie uwzględniono w danych meczów rozegranych przez Raków Częstochowa na stadionie w Bielsku-Białej.

Na mecze Kolejorza przychodziło średnio 22 560 kibiców. Drugie miejsce zajęła Wisła Kraków. Spotkania „Białej Gwiazdy” gromadziły na trybunach blisko 15,3 tys. widzów. Na ostatnim miejscu podium znalazła się Legia Warszawa ze średnią frekwencją 14,5 tys. widzów.

Rekord frekwencyjny w sezonie 2021/22 padł podczas spotkania pomiędzy Lechem Poznań a Zagłębiem Lubin podczas ostatniej kolejki PKO BP Ekstraklasy. Na trybunach Lecha Poznań zasiadło wtedy 41 tys. widzów.

W tegorocznym raporcie oszacowaliśmy możliwość zwiększenia bazy przychodów w źródle dnia meczowego. Przyjęliśmy następujące założenia:

- Docelową frekwencję wyznaczyliśmy na poziomie 80% zapewnienia stadionu, by uwzględnić zmniejszoną liczbę dostępnych miejsc ze względu na strefy buforowe czy strefy dla kibiców gości.

- Zwiększenie frekwencji będzie możliwe dzięki akcjom marketingowym oraz mobilizacji kibiców.
- W przypadku Pogoni Szczecin, przyjęliśmy szacunek Klubu – możliwość wzrostu przychodów z dnia meczowego do 14-15 mln zł po oddaniu całego stadionu do użytkowania.

Z naszej analizy wynika, że kluby Ekstraklasy mają możliwość zwiększenia przychodów dnia meczowego o 76,1 mln zł. Nie jest to oczywiście proces łatwy i nie jest możliwe uzyskanie takich wzrostów w bardzo krótkim czasie, natomiast jest to kierunek, którym warto podążać. Zwiększona frekwencja przyniesie skutek krótkoterminowy w postaci zwiększonych przychodów z dnia meczowego, natomiast długoterminowo zwiększona frekwencja wpłynie na prestiż całej ligi, a także zwiększy wpływy z cateringu czy sprzedaży koszulek klubowych oraz innych towarów marketingowych.

Największe rezerwy ma Pogoń Szczecin, ale wynika to z faktu budowy nowego stadionu. Po jego realizacji, Pogoń według deklaracji klubu może zwiększyć przychody z dnia meczowego nawet do 15 mln zł.

Bardzo dużo mogą zyskać również: Legia Warszawa (możliwość wzrostu przychodów o 12,4 mln zł), Lechia Gdańsk – 11,8 mln zł oraz Lech Poznań – 9,2 mln zł.

Średnia frekwencja 21/22 w Ekstraklasie

7 614

Średnie zapewnienie stadionu

41%

Przychody możliwe do osiągnięcia przy zapewnieniu stadionu do 80% (szacunek Deloitte)

76 100 000

Przychody klubów

1. Legia Warszawa	24
2. Lech Poznań	25
3. Raków Częstochowa	26
4. Pogoń Szczecin	27
5. Wisła Kraków	28
6. Lechia Gdańsk	29
7. Górnik Zabrze	30
8. Cracovia	31
9. Zagłębie Lubin	32
10. Śląsk Wrocław	33
11. Jagiellonia Białystok	34
12. Piast Gliwice	35
13. Radomiak Radom	36
14. Wisła Płock	37
15. Warta Poznań	38
16. PGE FKS Stal Mielec	39
17. Górnik Łęczna	40



1. Legia Warszawa

Dominacja – tak jednym słowem można określić wyniki Legii Warszawa w naszych rankingach. Począwszy od 2011 roku Legia zajmuje pierwsze miejsce w rankingu przychodów sportowych. Wartość całkowitych przychodów osiągniętych przez Klub w sezonie rozgrywkowym 2021/22 wynosi 155,2 mln zł, co przełożyło się na 36% wzrost w relacji do poprzedniego sezonu. Najbardziej istotnym źródłem przychodów jest źródło transmisji i nagród za wyniki sportowe, które odpowiadały za 42,3% przychodów. Na te środki złożyło się głównie 12,5 mln zł uzyskanych od Ekstraklasy S.A. (sezon wcześniej 31,7 mln zł) oraz 48,1 mln zł od UEFA za udział w europejskich pucharach. To świetny wynik, ale kolejny sezon przyniesie spadek w tej kategorii, nawet gdyby Legia osiągnęła pierwsze miejsce w Ekstraklasie. Drugim największym źródłem są przychody komercyjne, które stanowią 34,3% przychodów ogółem. W ramach tych

środków Legia uzyskuje najwięcej od sponsorów – 35,7 mln zł (w poprzednim sezonie – 31,7 mln zł). W sezonie 2021/22 sponsorem głównym klubu była globalna spółka Plus500 specjalizująca się w internetowym handlu instrumentami finansowymi. Logo Sponsora widniało na froncie koszulek „Wojskowych”. Legia osiąga także 8,5 mln zł z wpływów spoza dnia meczowego – np. organizacji eventów czy konferencji. W obu tych kategoriach Legia zarabia najwięcej w Ekstraklasie. Zaksięgowała także 7,9 mln zł przychodów z tytułu sprzedaży koszulek i innych towarów klubowych. Więcej od warszawskiego klubu w ramach tej kategorii zarobił jedynie Lech Poznań. Trzecim źródłem, który zanotował dużą dynamikę wzrostu – aż 254% sezon do sezonu są przychody dnia meczowego. Legia z tego tytułu osiągnęła 36,3 mln zł, o 26,1 mln zł więcej sezon do sezonu. Jest to oczywiście związane z możliwością rozgrywania meczów przy pełnych trybunach

oraz grą Legii w fazie grupowej Ligi Europy. Legia uzyskała także przychód na poziomie 24,5 mln zł ze sprzedaży swoich zawodników, z czego 23,9 mln zł dotyczy sprzedaży zawodników za granicę. Dwa największe transfery gotówkowe dotyczyły sprzedaży Luquinhasa do New York Red Bulls oraz Josipa Juranovica do Celtic Glasgow. Dzięki rozwinętemu kompleksowi treningowemu Legia Training Center przychody transferowe w przyszłości mogą stanowić istotne i powtarzalne źródło finansowania zespołu. Wychowankowie mogą także podwyższyć poziom sportowy klubu.

Legia zakończyła rozgrywki ligowe na 10. miejscu w tabeli, co dla drużyny ze stolicy Polski jest wynikiem poniżej oczekiwań klubu oraz kibiców. Legia obecnie jest w trakcie przebudowy drużyny. Wysoki budżet klubu pozwala jednak sądzić, że Legia powróci do walki o najwyższe cele w najbliższej przyszłości.



Pozycja w Lidze

10

2020/2021



8,6%

2021/2022



23,4%

Dzień meczu



32,6%

Transmisje



42,3%



58,8%

Komercyjne



34,3%

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	33,6	34,7	40,0	42,1	53,1	52,1	46,7	70,9	70,4	70,0	53,2
Transmisje	10,5	30,1	32,8	34,8	114,8	50,1	25,3	25,2	32,0	38,8	65,7
Dzień meczu	22,2	30,0	30,8	31,1	39,6	36,2	28,2	27,8	21,9	10,2	36,3
RAZEM	66,3	94,9	103,6	108,1	207,4	138,3	100,2	123,9	124,3	119,1	155,2

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



2. Lech Poznań

Klub z Poznania odnotował wzrost przychodów w sezonie ligowym 2021/22 o 4,6 mln zł w porównaniu do poprzedniego sezonu, co pozwoliło uzyskać Lechitom drugą lokatę w rankingu Deloitte.

Lech uzyskał łącznie 79,1 mln zł przychodów. Największe wpływy klub uzyskał w źródle transmisji, których wartość wyniosła 32,2 mln zł. W poprzednim sezonie Lech uzyskał z tego źródła blisko 50 mln zł, z czego większość pochodziła od UEFA. W tym sezonie 91% przychodów z transmisji pochodzi bezpośrednio z Ekstraklasy S.A. w związku z wygraniem przez Lecha Mistrzostwa Polski w sezonie 2021/2022. Dzięki awansowi do fazy grupowej Ligi Konferencji w obecnie trwającym sezonie, Lech zapewnił sobie dodatkowe źródło finansowania dzięki wpływom z UEFA. Drugim najbardziej dochodowym źródłem dla klubu z Poznania są wpływy komercyjne,

w których Lech uzyskał 27,7 mln zł, co przełożyło się na wzrost tych przychodów o 41% sezon do sezonu. W ramach źródła komercyjnego Lech najwięcej osiąga przychodów z tytułu umów sponsorskich i reklam – 13,1 mln zł (Sponsorem strategicznym Lecha jest STS) oraz z tytułu sprzedaży koszulek i innych towarów klubowych – 10,4 mln zł. Z tytułu merchandisingu Lech zarobił najwięcej w całej Ekstraklasie. Najmniejszym źródłem przychodów są wpływy z dnia meczowego, które rosły sezon do sezonu o blisko 300%. W sezonie 2021/2022 Lech z tego tytułu osiągnął 19,3 mln zł.

Lech zakończył sezon na 1. miejscu w tabeli, zdobywającym tym samym 8. Mistrzostwo Polski. Dzięki temu „Kolejorz” będzie miał przywilej gry w Lidze Konferencji Europy, gdzie nie tylko można uzyskać wysokie wpływy od UEFA, ale także wypromować młodych

zawodników. Wszyscy liczymy na pozytywne wyniki w fazie grupowej ze względu na konieczność budowania rankingu klubowego UEFA, który w wpływa na liczbę drużyn i fazę, od której zespoły z danego kraju rozpoczynają udział w rozgrywkach. Lech stawia na szkolenie młodzieży i z finansowego punktu widzenia, jest to doskonały kierunek.

„Mistrzostwo Polski na stulecie klubu było możliwe dzięki konsekwentnej pracy nad budową przychodów (szczególnie sezon 20/21), a następnie przeznaczeniu środków zarobionych na transferach i grze w Lidze Europy na istotne powiększenie budżetu i zespołu oraz transfery przychodzące do klubu.”
p. **Tomasz Kacprzycki**,
Dyrektor Finansowy Lecha Poznań.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	15,3	20,4	21,4	23,7	29,2	28,8	25,8	20,4	24,0	19,6	27,7
Transmisje	8,1	9,8	11,7	33,7	14,4	18,9	18,2	14,7	27,3	49,9	32,2
Dzień meczu	12,0	12,7	11,5	20,6	11,4	18,1	13,2	11,0	8,3	4,9	19,3
RAZEM	35,4	42,9	44,6	78,0	55,1	65,8	57,1	46,1	59,6	74,5	79,1

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

1

2020/2021



6,6%

2021/2022



24,3%

Dzień meczu



67,0%



40,7%

Transmisje



26,4%



35,0%

Komercyjne



3. Raków Częstochowa

Zespół z Częstochowy od momentu pobytu w Ekstraklasie notuje świetne wyniki, w ostatnich dwóch sezonach podopieczni Marka Papszuna zdobyli dwukrotnie wicemistrzostwo Polski oraz Puchar Polski. W ślad za wynikami sportowymi idą również wyniki finansowe. Raków, w naszym przedostatnim raporcie finansowym zajmował 14 pozycję, w ostatnim już 7 pozycję, natomiast w obecnym Raków plasuje się już na 3 miejscu podium. Wpływają na to głównie świetne wyniki sportowe oraz zwiększające się wpływy z tytułu transmisji. Raków w zakończonym sezonie 2021/22 uzyskał sumarycznie przychody na poziomie 47,9 mln zł, co stanowi wzrost o 26% względem sezonu 2020/21. Patrząc na dane historyczne łatwo możemy zauważyć, że w stosunku do przychodów z roku 2017, podstawowe przychody Rakowa urosły już **ośmiokrotnie!** Długoterminowa praca Marka Papszuna przynosi świetne efekty na boisku, ale także w dziedzinie finansów. Najwięcej zespół

spod Jasnej Góry zarabia na przychodach z transmisji i nagród za wyniki sportowe. Na tę kwotę składają się wpływy z Ekstraklasy S.A. w ramach kontraktu mediowego oraz scentralizowanych praw marketingowych, a także 5,1 mln zł z UEFA oraz sumarycznie 6,2 mln zł z tytułu nagród za wyniki sportowe – w tym 5 mln zł za ponowne wygranie Pucharu Polski. Drugim najważniejszym strumieniem przychodów dla Rakowa Częstochowa są wpływy komercyjne, które odpowiadają za 11,3 mln zł całkowitych wpływów do klubowej kasy. Sponsorem głównym klubu jest firma x-kom. Z tytułu sprzedaży koszulek klubowych i innych gadżetów Raków osiągnął przychody na poziomie 1,3 mln zł. Przychody z organizacji dnia meczowego wyniosły 3,6 mln zł. Wzrost w tym źródle był możliwy dzięki rozgrywaniu meczów na stadionie w Częstochowie od sierpnia 2021 roku. Ograniczona pojemność stadionu nie pozwoli jednak Rakowowi istotnie zwiększyć

tej części przychodów w najbliższej przyszłości. Raków zakończył sezon na wysokim 2. miejscu w tabeli. Ponadto zespół po raz kolejny w klubowej historii zdobył Puchar Polski oraz Superpuchar Polski. W obecnym sezonie mogliśmy zachwycić się wynikami Rakowa w eliminacjach europejskich pucharów. Niestety pomimo dobrej gry częstochowianie odpadli w fazie play-off Ligi Konferencji. Pozostaje nam mieć nadzieję, że spełni się przysłowie: do trzech razy sztuka!

„Brak awansu do fazy grupowej Ligi Konferencji nie zachwieje naszym budżetem. Nasz klub ma zdrowe fundamenty finansowe i rośnie organicznie. Naszym celem jest dalsze umacnianie swojej pozycji zarówno na arenie krajowej, jak i międzynarodowej.”
p. **Bartosz Kuc**,
Kierownik Działu Finansowego
Rakowa Częstochowa.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	5,4	9,4	11,0	10,0	10,5	11,3
Transmisje	0,2	0,8	6,4	12,6	26,5	33,0
Dzień meczu	0,5	0,7	1,1	0,8	1,0	3,6
RAZEM	6,0	11,0	18,5	23,5	38,0	47,9

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

2

2020/2021



2,6%

2021/2022



7,6%

Dzień meczu



69,8%



68,8%

Transmisje



27,7%



23,6%

Komercyjne



4. Pogoń Szczecin

Pogoń w tegorocznym rankingu przychodów zajęła czwarte miejsce, utrzymując tę pozycję od zeszłego sezonu. Portowcy odnotowali 44,7 mln zł przychodów, co jest kwotą niemal identyczną do ubiegłorocznej 44,3 mln zł. Szczecinianie połowę swoich przychodów uzyskali z transmisji, które przyniosły 22,7 mln zł. Niemal całość tej kwoty pochodziła z praw telewizyjnych do rozgrywek Ekstraklasy. Oprócz tego 0,4 mln zł Pogoń otrzymała od UEFA za rozegrane eliminacje Ligi Konferencji Europy. 40% przychodów Pogoni pochodziło ze źródeł komercyjnych, wśród których 6,6 mln zł miało swoje źródło w umowach sponsorskich. Sezon 2021/22 był kolejnym, w którym Pogoń nie posiadała sponsora głównego. Mimo to, w przyszłym sezonie może się to zmienić:

„Klub nie posiadał Sponsora Głównego, jednak istnieje duża szansa, że w trakcie

sezonu 22/23 taka umowa zostanie zawarta. Na razie na koszulkach pojawiło się logo Betcris - Partnera Kluczowego” – tłumaczy p. **Tomasz Adamczyk**, Wiceprezes Zarządu.

Partnerem strategicznym pozostaje w dalszym ciągu Miasto Szczecin. Podobnego rzędu kwoty, bo 3,1 mln zł i 3,15 mln zł Pogoń uzyskała odpowiednio ze sprzedaży towarów klubowych oraz z wpływów od miasta. Niecałe 9% przychodów (3,9 mln zł) Pogoń uzyskała z organizacji dnia meczowego. Przez cały sezon pojemność stadionu była ograniczona z uwagi na jego gruntowną przebudowę. W związku z ograniczoną dostępnością miejsc na stadionie, Pogoń w ciągu sezonu miała najwyższe średnie wypełnienie stadionu w całej lidze - na poziomie 85%. Według szacunków klubu, po przejęciu całego stadionu (pojemność ok. 21 tys. widzów)

przychody z dnia meczowego istotnie wzrosną do 14-15 mln zł. Niezwykle istotnym wydarzeniem w czasie przerwy zimowej 2021/22 była dla Pogoni sprzedaż Kacpra Kozłowskiego, który za rekordową (według deklaracji klubu) kwotę w polskiej Ekstraklasie przeszedł do angielskiego Brighton. Pogoń z tytułu transferów zarobiła w tym sezonie 43,24 mln zł. Jeśli chodzi o transfery przychodzące, za gotówkę zakupiono również w zimie Wahana Biczakczjana. Na zawodników przychodzących do klubu wydano łącznie 1,91 mln zł. Pogoń walczyła o mistrzostwo Polski niemal do końca sezonu, jednak ostatecznie ponownie zakończyła rozgrywki na najniższym stopniu podium. Dało to Portowcom awans do eliminacji rozgrywek Ligi Konferencji Europy, w których to po wyeliminowaniu w 1. rundzie KR Reykjavík, w kolejnej odpadli z duńskim Brøndby IF.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	7,3	10,8	16,0	14,2	14,8	17,6	15,5	17,3	17,1	17,8	18,1
Transmisje	2,3	5,3	4,4	8,7	9,7	8,8	9,0	13,5	12,4	26,4	22,7
Dzień meczu	1,8	1,9	2,2	1,9	2,4	2,1	1,8	1,4	0,9	0,2	3,9
RAZEM	11,4	18,1	22,7	24,9	26,9	28,5	26,3	32,2	30,4	44,3	44,7

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

3

2020/2021



0,4%

2021/2022



8,8%

Dzień meczu



59,6%

Transmisje



50,7%



40,1%

Komercyjne



40,5%

5. Wisła Kraków

Na wysokim piątym miejscu w rankingu przychodów znalazł się niespodziewany tegoroczny spadkowiec – Wisła Kraków. Świetny wynik finansowy nie pomógł Wiślakom utrzymać się na najwyższym szczeblu rozgrywkowym.

Przychody Wisły wzrosły rok do roku o 9,5 mln zł, o przeszło 27% i dały awans o 3 pozycje w stosunku do ubiegłego sezonu. To wiadomość bardzo istotna dla sympatyków „Białej Gwiazdy” po pamiętnych zawirowaniach finansowych i właścicielskich sprzed kilku laty.

Wisła Kraków największe przychody zawdzięcza źródłom komercyjnym – otrzymała z nich 55% wszystkich środków, co dało w sumie 24,1 mln zł. W tej kategorii Wisła otrzymała

15,8 mln zł tytułu umów sponsorskich i reklam, a głównymi sponsorami klubu byli LV Bet Zakłady Bukmacherskie, a także Orlen Oil. LV Bet po 5 latach sponsorowania, wraz z końcem czerwca 2022 zakończył współpracę z Wisłą. Środki Wiśle dostarczyła również zbiórka w organizacji Socios Wisła, w której kibice zostając członkami stowarzyszenia, wspierają klub.

Sezon 2021/22 przyniósł klubowi bardzo duże przychody z dnia meczowego w porównaniu do poprzedniego sezonu. Spowodowane to było naturalnie zniesieniem obostrzeń covidowych na stadionach. Wisła w sezonie 2021/22 miała drugą najwyższą frekwencję w Lidze.

Wisła Kraków zajęła ponadto drugie miejsce w klasyfikacji Pro Junior System, lecz z uwagi na spadek z ligi otrzymała tylko połowę należnej kwoty – 1,125 mln zł. Pozostała kwota została przeznaczona na rzecz Fundacji Ekstraklasy. Spadek Wisły z Ekstraklasy jest wydarzeniem, które wielu kibicom, nie tylko tym z Krakowa, mogłoby nie przejść nawet przez myśl. Mimo to, sympatycy „Białej Gwiazdy” liczą na szybki powrót do elity. Na drugim poziomie rozgrywkowym Wiślaczy będą drużyną ze zdecydowanie największym budżetem i frekwencją, niejako zamieniając się miejscami z Łódzkim Widzewem, który w ostatnich dwóch sezonach dominował finansowo w Fortuna 1. Lidze.



Pozycja w Lidze

17

2020/2021



2,6%

2021/2022



18,8%

Dzień meczu



32,3%

Transmisje



26,0%



65,1%

Komercyjne



55,1%

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	13,3	15,0	14,1	15,3	14,0	9,5	9,3	13,0	15,1	22,3	24,1
Transmisje	8,8	6,9	8,5	7,3	9,2	9,0	9,8	11,7	10,9	11,1	11,4
Dzień meczu	9,3	5,5	5,9	7,2	6,1	8,1	7,4	11,9	8,2	0,9	8,2
RAZEM	31,4	27,4	28,4	29,8	29,3	26,6	26,5	36,6	34,1	34,2	43,7

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



6. Lechia Gdańsk

W tegorocznej edycji raportu „Piłkarska Liga Finansowa” Lechii Gdańsk przypadło szóste miejsce. Klub z Pomorza osiągnął przychody operacyjne w wysokości 41,0 mln zł. W porównaniu do sezonu 2020/21 nastąpił spadek przychodów o 3,5 mln zł. Lechia od kilku lat zajmuje wysokie miejsce w rankingu przychodów, natomiast świetne wyniki finansowe Rakowa Częstochowa i Pogoni Szczecin spowodowały, że Lechia spadła w naszym rankingu o trzy miejsca w porównaniu do poprzedniego sezonu. Głównym czynnikiem odpowiadającym za wzrost przychodów w sezonie 2021/22 były większe wpływy z transmisji, pochodziły one głównie z Ekstraklasy S.A.

Przychody z transmisji rosną sezon do sezonu o 32%, lub 4,4 mln zł. Aż o 451%, ale już „tylko” o 3,4 mln zł rosną przychody z dnia meczowego. Stadion Lechii był zapełniony średnio w 21%.

Według naszych wyliczeń wynika, że jeśli Lechii udało się zwiększyć frekwencję do 80% pojemności stadionu, możliwe byłoby osiągnięcie dodatkowych 11,8 mln zł przychodów. Lechia Gdańsk notuje spadek przychodów o 38% w źródle komercyjnym. W sezonie 2021/22 Lechia z tego źródła osiągnęła 18,7 mln zł przychodów, w tym od Gminy Miasta Gdańsk blisko 9,0 mln zł. Sponsorem głównym Klubu w sezonie 2021/22 była firma eToro, a sponsorem Premium Energa. Klub osiągnął również istotne wpływy z transferów wychodzących, które wyniosły 11,3 mln zł.

Lechia zakończyła sezon na 4. miejscu w tabeli. Pozwoliło to na grę w eliminacjach europejskich pucharów. Ostatecznie Lechia odpadła w drugiej rundzie w emocjonującym i niestety pełnym kontrowersji meczu z Rapidem Wiedeń.

„Łączne przychody klubu wzrosły w sezonie 2021/22, w porównaniu z sezonem 2020/21 z 44,57 mln zł do 52,37 mln zł. Po raz pierwszy od kilku lat klub osiągnął również **dodatni wynik finansowy**, a dyscyplina finansowa pozwoliła na zredukowanie zadłużenia Spółki. Wiosną 2022 roku Klub podpisał niemal 2,5-letnią umowę promocyjną z Miastem Gdańsk oraz jednocześnie z Areną Gdańsk Operator Sp. z o.o. na dzierżawę stadionu i najem biur; dzięki temu wszystkie strony zyskały biznesową stabilizację związaną z dłuższą niż dotychczas długością trwania umowy. Klub zawarł również **długoterminową, 4-letnią umowę z marką Adidas**, która będzie ubierać piłkarzy Lechii, zaś sama wartość kontraktu jest najwyższa w dotychczasowej historii Klubu.”
p. **Paweł Żelem**,
Prezes Zarządu Lechii Gdańsk.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012/13	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	13,6	14,5	11,7	28,5	24,4	23,3	34,7	21,3	22,3	30,1	18,7
Transmisje	6,5	5,4	8,0	10,2	12,5	10,6	8,6	21,9	8,0	13,7	18,1
Dzień meczu	3,7	3,3	5,2	6,0	4,7	6,0	5,0	8,0	4,6	0,8	4,2
RAZEM	23,8	23,2	24,9	44,7	41,5	39,9	48,3	51,2	34,9	44,6	41,0

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

4

2020/2021



1,7%

2021/2022



10,3%

Dzień meczu



30,7%



44,1%

Transmisje



67,6%



45,6%

Komercyjne

7. Górnik Zabrze

Zabrzanie w sezonie 2021/22 zajęli siódme miejsce w rankingu Deloitte, awansując aż o 4 pozycje od zeszłego sezonu. Przychody klubu wzrosły z 27,16 mln zł do 40,36 mln zł. Górnik jest kolejnym klubem gromadzącym na stadionie wielu kibiców co mecz, w związku z czym zniesienie obostrzeń na stadionie przyniosło istotny wzrost przychodu z dnia meczu z 2,6mln do 12,4mln zł. Frekwencja w sezonie 2021/22 była czwartą największą w kraju. Kibice 14-krotnego Mistrza Polski są również jednymi z tych, którzy wydają w dniu meczu najwięcej w lidze – z wydatkiem średnio 56 zł na mecz jest to drugi wynik w lidze.

Klub z Zabrza posiada najrówniej w Ekstraklasie rozdystrybuowane źródła przychodów – każdy ze strumieni, według których dokonywana jest analiza (dzień meczu, transmisje, komercyjne), odpowiada za mniej więcej 1/3 przychodów.

Górnik pole do poprawy posiada w przychodach z tytułu umów sponsorskich i reklam, gdyż pod tym względem zajął dopiero trzynaste miejsce w lidze, otrzymując 6,1 mln zł. Wydaje się, że władze klubu są tego świadomi – partnerem strategicznym oprócz Węgłokoksu, na początku kolejnego sezonu został niemiecki Polygon Group.

Według przekazanych przez Górnik danych, Zabrzanie wydają na wynagrodzenia bez przychodów transferowych jedynie 28% swoich przychodów. To zdecydowanie najmniej z całej ligi. Wskaźnik ten obniżył się od poprzedniego analizowanego sezonu i to pomimo przybycia do klubu Lukasa Podolskiego.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	8,5	8,7	6,9	5,9	2,8	7,4	15,5	8,8	6,1	11,3	13,8
Transmisje	6,3	8,5	8,2	7,3	3,7	3,1	10,3	9,4	9,7	13,3	14,2
Dzień meczu	0,6	0,8	0,7	1,2	2,8	5,5	5,9	5,2	4,9	2,6	12,4
RAZEM	15,4	18,1	15,8	14,4	9,3	16,0	31,8	23,4	20,7	27,2	40,4

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

8

2020/2021



9,6%

Dzień meczu

2021/2022



30,7%



48,8%

Transmisje



35,2%



41,6%

Komercyjne



34,1%



8. Cracovia

Na kolejnym miejscu w rankingu przychodów raportu „Piłkarska Liga Finansowa” znalazła się Cracovia. Przychody „Pasów” wyniosły 35,02 mln zł, co oznacza spadek o 4,66 mln zł. W rankingu Deloitte ten spadek przychodów oznacza o dwa miejsca niższą pozycję niż w zeszłym sezonie. Najwięcej przychodów Cracovii pochodziło ze źródeł komercyjnych, aż 59,4%. Spośród nich umowy sponsorskie przyniosły 11,2 mln zł, głównie za sprawą sponsora głównego Comarchu. Ponadto Cracovia odnotowała aż 7,7 mln zł z tytułu wpływów spoza dnia meczowego. Wynikało to z głównie najmu obiektów w kompleksie sportowym poza dniami meczowymi, czego nie było w sezonie poprzednim z powodu obostrzeń covidowych. Więcej przychodów w dniach pozameczowych miała jedynie Legia.

Cracovia spośród drużyn Ekstraklasy najmniej odczuła brak kibiców w zeszłym sezonie, na tle całej ligi jej przychody z dnia meczu wzrosły najmniej, o 1,14 mln zł do 1,9 mln zł w sezonie 2021/22.

W przypadku Cracovii warto wspomnieć o zajęciu 7. miejsca w klasyfikacji Pro Junior System. Jest to jeden ze znaków przemiany, jaką przechodzi znany w poprzednich latach ze swojej międzynarodowości, zespół.

Sezon 2021/22 drużyna „Pasów” zakończyła na 9 miejscu w tabeli. Miejsce to jest zbliżone do wyniku w rankingu finansowym Deloitte, a więc w przypadku „Pasów” budżet klubowy jest skorelowany z wynikami sportowymi na tle rywali.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	8,6	9,0	18,8	18,4	20,5	22,2	19,9	19,3	19,0	19,8	20,8
Transmisje	2,2	2,6	5,1	7,4	11,7	6,9	8,4	14,3	13,0	19,1	12,3
Dzień meczu	1,1	1,9	2,8	2,9	3,1	3,0	2,9	4,0	1,6	0,7	1,9
RAZEM	11,9	13,6	26,8	28,8	35,3	32,2	31,3	37,6	33,6	39,7	35,0

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

9

2020/2021

2021/2022



1,9%



5,4%

Dzień meczu



48,2%



35,2%

Transmisje



49,9%



59,4%

Komercyjne



9. Zagłębie Lubin

„Miedziowi” w rankingu przychodów znaleźli się na 9. miejscu, spadając o 4 pozycje w rankingu Deloitte od zeszłego sezonu. Przychody Zagłębia wyniosły 33,8 mln zł w porównaniu do 41,4 mln zł w roku ubiegłym. Wpływy do klubu z Lubina w największym stopniu zależą od źródeł komercyjnych, z których pochodziło 61,9% wszystkich przychodów.

Niemal jedynym tytułem w tej kategorii były umowy sponsorskie i reklamy, za sprawą właściciela – KGHM Polskiej Miedzi S.A. Po 0,5 mln zł Zagłębie zarobiła na wpływach spoza dnia meczowego i ze sprzedaży towarów klubowych.

Procentowo sezon do sezonu największy spadek przychodów dotyczył źródeł telewizyjnych. Z tytułu transmisji Zagłębie otrzymało 11,3 mln zł przy 17,8 mln zł w zeszłym roku. Ponadto w przeciwieństwie do roku poprzedniego w zespole „Miedziowych” wystarczająco często nie grali młodzieżowcy, aby otrzymać premię z Pro Junior System.

W Lubinie istnieją rezerwy w zakresie generowanych przychodów z dnia meczowego – pomimo stadionu na ponad 16 tysięcy widzów w sezonie 2021/22 mecze oglądało średnio 3 165 osób. Dało to przychody z dnia meczowego w wysokości 0,75 mln zł, co jest jednym z niższych wyników w lidze.

Zagłębie stosunkowo dużo wydaje na płace, wynagrodzenia (obejmujące: wynagrodzenia, opłaty za podpisanie umowy, premie, składki ZUS oraz inne koszty świadczeń związanych z zawodnikami, sztabem szkoleniowym i pozostałymi pracownikami) stanowią 84% przychodów klubu, co jest najwyższym współczynnikiem w lidze po uwzględnieniu transferów oraz podwyższenia kapitałów własnych.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	33,2	30,5	28,5	25,4	23,6	25,7	24,5	24,8	26,1	23,3	20,9
Transmisje	5,8	6,6	2,7	2,8	13,6	10,1	10,4	12,7	11,4	17,8	12,1
Dzień meczu	1,0	1,2	1,0	0,8	1,6	1,2	1,1	1,0	0,9	0,3	0,8
RAZEM	40,0	38,3	32,2	29,1	38,8	37,0	36,0	38,5	38,4	41,4	33,8

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

13

2020/2021



0,6%

2021/2022



2,2%

Dzień meczu



43,1%



35,9%

Transmisje



56,3%



61,9%

Komercyjne



10. Śląsk Wrocław

Przychody drużyny ze stolicy Dolnego Śląska dały jej w rankingu 10. pozycję. Wrocławianie odnotowali 32,8 mln zł przychodów, co było wynikiem podobnym do zeszłego sezonu, gdy kwota ta zamknęła się w 31,3 mln zł. W największym stopniu Śląsk polegał na przychodach z transmisji, które stanowią 45% budżetu. 10 mln zł pochodziło stricte z Ekstraklasy S.A. w ramach kontraktu telewizyjnego oraz za scentralizowane prawa marketingowe. Ponadto 4,5 mln zł klub otrzymał od UEFA za występy w kwalifikacjach do Ligi Konferencji Europy, w których uległ Hapoelowi Beer Szewa, z którym notabene w sezonie 2022/23 w fazie grupowej tych rozgrywek będzie się mierzyć Lech Poznań.

Śląsk uzyskał również 6,1 mln zł z tytułu umów sponsorskich – głównym sponsorem klubu były zakłady bukmacherskie LV BET, z którym

umowa obowiązuje do końca sezonu 2024/25. Pozostałe 1,2 mln zł przychodów komercyjnych pochodziło ze sprzedaży towarów klubowych. Śląsk jedyne środki od miasta Wrocław otrzymał w formie podwyższenia kapitału zakładowego - 13 mln zł. Była to najwyższa inwestycja kapitałowa wniesiona do klubu przez samorząd w Ekstraklasie w poprzednim sezonie.

Wynagrodzenia w relacji do przychodów w Śląsku Wrocław w sezonie 2021/22 były jedne z najwyższych w lidze. Należy jednak zaznaczyć, że wypłacane przez klub pensje nie były wyłącznie przeznaczone na utrzymanie zespołu występującego w Ekstraklasie. Śląsk w ostatnim czasie bardzo rozwinął sekcję kobiecą, wprowadził drużynę mężczyzn do II ligi, a także zainwestował w rozwój akademii, co miało przełożenie na ogólny wzrost kosztów wynagrodzeń.

W ramach źródła przychodów z dnia meczowego Śląsk zarobił 4 mln zł. To szósty wynik w lidze. Pod względem frekwencji z kolei na stadion we Wrocławiu przychodziło średnio 9 287 widzów na mecz, co było piątą najwyższą frekwencją. Obiekt nie był wykorzystywany w pełni, zajęte przez kibica było tylko co piąte krzesło.

Wrocławianie w tabeli końcowej zajęli dopiero 15. miejsce, do końca bijąc się o utrzymanie w lidze z Wisłą Kraków. Pozycja ta była zaskakująca biorąc pod uwagę fakt, że jeszcze kilka miesięcy wcześniej Śląsk walczył w eliminacjach europejskich rozgrywek.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	20,3	13,4	17,2	11,6	8,9	21,7	19,9	20,9	8,0	12,5	14,0
Transmisje	8,8	10,6	5,4	10,5	7,9	7,3	8,0	7,2	9,8	17,9	14,7
Dzień meczu	6,9	4,8	3,7	4,0	2,7	2,8	2,8	4,2	3,7	1,0	4,0
RAZEM	36,0	28,8	26,4	26,1	19,5	31,8	30,6	32,4	21,4	31,3	32,8

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

15

2020/2021



3,2%

2021/2022



12,2%

Dzień meczu



57,0%



45,0%

Transmisje



39,8%



42,8%

Komercyjne



11. Jagiellonia Białystok

„Jaga” w rankingu przychodów Deloitte za sezon 2021/22 zajęła jedenaste miejsce, o jedno oczko wyżej, niż w sezonie ubiegłym. Białostoczanie odnotowali 28,7 mln zł przychodów. Oznacza to wzrost o 2,2 mln zł sezon do sezonu.

Najwyższy udział w przychodach klubu miały wpływy z transmisji, które wyniosły 14,2 mln zł (lub 49,5% wszystkich przychodów). Większość tej kwoty to przychody z transmisji meczowych – Jagiellonia z tytułu osiągniętego miejsca w lidze otrzymała wynagrodzenie od Ekstraklasy S.A. w kwocie ok. 11,3 mln zł. Ponadto za zajęcie 3. miejsca w klasyfikacji Pro Junior System, klub otrzymał 1,75 mln zł od Ekstraklasy S.A. oraz PZPN.

Wpływy komercyjne przyniosły klubowi 12,1 mln zł. W ramach tej kwoty 4,4 mln zł pochodziło z umów sponsorskich. Głównym sponsorem, widniejącym na koszulkach, był STS Zakłady Bukmacherskie. Od Urzędu Marszałkowskiego klub otrzymał 1 mln zł. Jagiellonia uzyskała również 0,9 mln zł z tytułu wynajmu boisk oraz organizacji turniejów. Klub z Białegostoku ponadto wykazał 2 mln zł tytułem umorzenia subwencji otrzymanych z Polskiego Funduszu Rozwoju.

Klub z Podlasia wykazał również 7,11 mln zł z tytułu transferów wychodzących. Zespół opuścili m. in. Karol Struski, który przeniósł się na Cypr do Arisu Limassol, Jakov Puljic do Puskas AFC, a także Zoran Arsenić, który odszedł do Rakowa Częstochowa.

W tabeli Ekstraklasy Jagiellonia zakończyła zmagania na 12. miejscu, co jest pozycją o jedną niższą niż ta w rankingu przychodów Deloitte. Miejsce w tabeli przychodów dobrze odwzorowuje poziom piłkarski klubu.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	9,5	10,0	15,9	12,4	4,3	9,6	11,3	10,3	10,5	10,0	12,1
Transmisje	2,6	1,4	4,3	5,5	8,3	15,6	18,3	13,7	13,7	16,3	14,2
Dzień meczu	0,9	0,8	1,4	4,0	2,9	4,9	6,5	4,5	3,3	0,3	2,3
RAZEM	13,0	12,1	21,6	21,9	15,4	30,1	36,1	28,5	27,6	26,5	28,7

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

12

2020/2021



1,0%

2021/2022



8,2%

Dzień meczu



61,4%



49,5%

Transmisje



37,6%



42,3%

Komercyjne



12. Piast Gliwice

Gliwiczanie w rankingu przychodów w porównaniu z poprzednim sezonem spadli o 3 pozycje, zajmując dwunaste miejsce. Przychody klubu spadły aż o 20%, przez co w kasie pojawiło się o 6,9 mln zł mniej niż w poprzednim sezonie.

Taki stan rzeczy wynika ze spadku zarówno przychodów komercyjnych, jak i z tytułu transmisji, odpowiednio o 4,2 mln zł i 3,3 mln zł. Przychody komercyjne były zaśługą głównie środków z samorządu terytorialnego – Piast otrzymał 6 mln zł od Miasta Gliwice, co było największym wsparciem samorządu w lidze, nie wliczając podwyższeń kapitału zakładowego. Od sponsorów klub otrzymał 3,9 mln zł. Sponsorami głównymi Piasta są Miasto Gliwice,

Betclit zakłady bukmacherskie oraz Kar-Tel – dostawca usług telekomunikacyjnych. Spadek wpływów komercyjnych wynika z faktu, że w zeszłym roku Piast umorzył subwencję Polskiego Funduszu Rozwoju, co nie powtórzyło się w obecnym sezonie.

Przychody z tytułu transmisji w znacznej większości pochodziły z Ekstraklasy S.A. w ramach kontraktu telewizyjnego oraz za scentralizowane prawa marketingowe. W stosunku do poprzedniego sezonu klub nie otrzymał żadnych środków od UEFA. Właśnie to było powodem spadku (o 18%) przychodów „Piastunek” z tego źródła.

Przychody klubu z dnia meczowego wyniosły 0,9 mln zł, co było spowodowane frekwencją na meczach, która wyniosła średnio 3 731 widzów na mecz.

Przychody transferowe Gliwiczian wyniosły 10,3 mln zł. Do tego wyniku przyczynił się głównie Jakub Świerczok, który w lipcu 2021 roku odszedł do japońskiego Nagoya Grampus.

Rozgrywki Ekstraklasy w sezonie 2021/22 Piast ukończył na wysokim 5. miejscu, jedno oczko poniżej pozycji premiowanej kwalifikacjami do europejskich rozgrywek.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	7,3	10,8	16,0	14,2	14,8	17,6	15,5	17,4	13,8	14,6	10,4
Transmisje	2,3	5,3	4,4	8,7	9,7	8,8	9,0	17,3	24,2	18,5	15,2
Dzień meczu	1,8	1,9	2,2	1,9	2,4	2,1	1,8	2,0	1,5	0,3	0,9
RAZEM	11,4	18,1	22,7	24,9	26,9	28,5	26,3	36,7	39,5	33,4	26,6

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

5

2020/2021

2021/2022



1,0%



3,4%

Dzień meczu



55,4%



57,3%

Transmisje

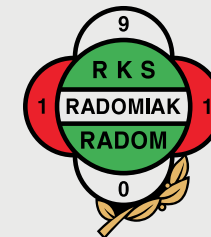


43,5%



39,3%

Komercyjne



13. Radomiak Radom

Drużyna z Radomia w ubiegłym sezonie była rewelacją 1. Ligi, gdy wg Raportu Deloitte z najniższym budżetem w całej lidze zajęła 1. miejsce i awansowała do Ekstraklasy. W sezonie 2021/22, już na szczycie Ekstraklasy, Radomiakowi udało się zająć pod względem przychodów 13. miejsce.

Najwyższy udział w tej kwocie, bo 48,5% miały transmisje. Radomiak sportowo ponownie zadziwił wszystkich większość sezonu zajmując miejsca w górze tabeli. Dopiero słabsza wiosna sprawiła, że „Zieloni” zajęli nadal wysokie jak na beniaminka, 7. miejsce. Dało to zespołowi znaczny zastrzyk gotówki ze środków Ekstraklasy w wysokości 9,3 mln zł oraz 1,2 mln zł w postaci nagród.

Radomiak otrzymał również 5 mln zł z tytułu umów sponsorskich. Część z tej kwoty pochodziła od Sponsora Strategicznego, Enea S.A. Drugim Sponsorem Strategicznym jest Miasto Radom – ze środków samorządowych do kasy wpłynęło 3,4 mln zł.

Prawie 10% przychodów drużyny z Radomia, czyli 2,1 mln zł pochodziło z wpływów z dnia meczowego. Kibice klubu z Mazowsza wspierają swój klub – z frekwencją średnio 3 843 widzów na mecz, mogą pochwalić się średnio 84% wypełnieniem stadionu, drugim najwyższym w lidze.

Dzięki awansowi Radomiaka na najwyższy poziom rozgrywkowy, klub miał możliwość uzyskania znacznie wyższych przychodów. Sprawilo to, że wskaźnik wynagrodzeń, który w zeszłym roku był mocno nadwyrężony (wynosił aż 144%), w sezonie 2021/22 spadł do 69%, zbliżając się do uznawanego za optymalny poziomu 60%.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2019	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	3,1	1,9	9,0
Transmisje	0,9	0,9	10,4
Dzień meczu	0,9	0,3	2,1
RAZEM	4,8	3,1	21,4

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

7

2020/2021



9,3%

2021/2022



9,6%

Dzień meczu



29,5%



48,5%

Transmisje



61,2%



41,9%

Komercyjne



14. Wisła Płock

Zespół Wisły Płock w raporcie „Piłkarska Liga Finansowa” zajął 14. miejsce, pozostając na tym samym miejscu od ubiegłorocznego raportu. Przychody klubu z Mazowsza nieznacznie spadły, bo o 0,3 mln zł. Podobnie jak w sezonie ubiegłym, Wisła mogła liczyć ponownie na wsparcie od samorządu. Dodatkowe finansowanie klub otrzymał dzięki podwyższeniu kapitału zakładowego w wysokości 7,5 mln zł. Wpływ ten nie jest zaliczany jednak do przychodów w naszym rankingu.

Płócczanie 58,9% przychodów, czyli 11,8 mln zł otrzymali z tytułów transmisji – przeważająca część tej kwoty pochodziła ze środków otrzymanych od Ekstraklasy S.A. za zajęcie 6. miejsca w tabeli ligowej.

Przychody komercyjne odpowiadały za 39,6% przychodów. 7,4 mln zł Wisła otrzymała z tytułu umów sponsorskich i reklamy. Głównymi sponsorami klubu są koncern paliwowo-energetyczny PKN Orlen, producent dachów, elewacji oraz systemów rynnowych Budmat oraz Miasto Płock.

Z powodu prowadzonej w Płocku przebudowy stadionu, jego pojemność była istotnie ograniczona. Średnia frekwencja na meczach Wisły wyniosła 2 139 widzów, co dało 71% zapęłnienia stadionu i 284 tys. zł przychodu z tytułu dnia meczowego.

Wisła Płock pozostaje klubem wydającym największą część swoich przychodów na pensje – po uwzględnieniu kwoty otrzymanej tytułem podwyższenia kapitału zakładowego oraz transferów, aż 71% przychodów zostało wydanych na wynagrodzenia. Wisła posiada wysoki budżet na wynagrodzenia, korzystając od wielu lat z dużego wsparcia od miasta Płock i Orlenu.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	2,7	5,0	7,3	8,0	7,0	9,5	13,8	8,0
Transmisje	0,2	5,2	6,2	8,0	8,5	6,4	6,5	11,8
Dzień meczu	0,2	0,7	0,6	0,5	0,5	0,4	0,0	0,3
RAZEM	3,1	11,0	14,2	16,5	16,0	16,3	20,4	20,1

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

6

2020/2021



0,2%

2021/2022



1,4%

Dzień meczu



32,0%

Transmisje



58,9%



67,8%

Komercyjne



39,6%



15. Warta Poznań

Na piętnastej pozycji plasuje się Warta Poznań, bez zmian do edycji 2020/21 rankingu Deloitte. Zespół z Poznania odnotował 17,3 mln zł przychodu, o 1,5 mln zł więcej niż w poprzednim sezonie.

61,2% przychodów „Warciarzy” pochodziło z transmisji. 9,6 mln zł klub otrzymał od Ekstraklasy, a niecały milion z funduszu solidarnościowego UEFA – z tej kwoty mała część dotyczyła nagrody za występy Roberta Ivanova na EURO 2020 w reprezentacji Finlandii.

5,1 mln zł Warta otrzymała z umów sponsorskich. To istotny wzrost przychodów z tego źródła. Sponsorem Głównym były zakłady bukmacherskie TOTALbet, a także BeGreen – przedsiębiorstwo zajmujące się sprzedażą i instalacją fotowoltaiki.

Z końcem sezonu klub poinformował o zakończeniu współpracy z tym drugim sponsorem. Warta Poznań będąc jednym klubów plasujących się w dolnej części rankingu przychodów, otrzymała mimo to stosunkowo małe wsparcie samorządowe, bo w wysokości 120 tys. zł.

Dzień meczowy przyniósł 0,4 mln zł. Warta zaznacza, że przychody z kateringów są ujęte w przychodach sponsorskich, ta kwota obejmuje jedynie sprzedaż biletów. Należy wspomnieć, że klub z Poznania swoje mecze rozgrywa w Grodzisku Wielkopolskim, ponieważ stadion Warty nie spełnia wymogów licencyjnych Ekstraklasy. Zapewne przez ten fakt Warta miała najniższą średnią frekwencję w Ekstraklasie, która wyniosła 1 854 widzów na mecz.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	1,0	0,4	2,2	4,5	6,3
Transmisje	0,5	1,7	1,8	11,2	10,6
Dzień meczu	0,0	0,0	0,0	0,1	0,4
RAZEM	1,5	2,1	4,0	15,8	17,3

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

11

2020/2021



0,7%

2021/2022



2,4%

Dzień meczu



70,9%



61,2%

Transmisje



28,4%



36,4%

Komercyjne



16. PGE FKS Stal Mielec

Zespół Stali Mielec w rankingu Deloitte uplasował się na 16. pozycji, powtarzając tym samym wynik z zeszłego roku. Przychody Stali wzrosły o 2,8 mln zł w stosunku do poprzedniego sezonu.

Najważniejszym źródłem dla klubu były przychody komercyjne, stanowiące 55,1% całości przychodów. Stal uzyskała 7,1 mln zł z tytułu umów sponsorskich i reklam. Sponsorem Głównym klubu jest PGE Polska Grupa Energetyczna S.A.

Stal posiada również wsparcie od Miasta Mielec – od samorządu w sezonie 2021/22 wpłynęło 0,8 mln zł, a 3,2 mln zł zostało wniesionych dodatkowo jako podwyższenie kapitału własnego. Kwota ta nie jest przychodem w rozumieniu zasad rachunkowości i nie jest

ujęta w przedstawianych przez nas liczbach. Około 0,5 mln zł Stal zarobiła na sprzedaży koszulek i towarów klubowych. Tytułem transmisji, Stal otrzymała 6,3 mln zł od Ekstraklasy, a 0,1 mln zł pochodziło z nagród od PZPN.

Dzień meczowy Stali przyniósł 1 mln zł, na mecze przychodziło średnio 3 529 widzów, a stadion przeciętnie był wypełniony w połowie (52%).

Zawodnicy sprowadzani do Mielca, ale również odchodzący z niego, przechodzili między klubami jedynie na zasadzie wolnego transferu – wedle przedstawionych danych, Stal nie przeprowadziła żadnego transferu gotówkowego w poprzednim sezonie.

Stal zmagania Ekstraklasy zakończyła na 14. miejscu, co biorąc pod uwagę poziom finansowy klubu, jest wynikiem ponad możliwości. Utrzymanie w Ekstraklasie, mimo rywalizacji z rywalami o bardziej zasobnych portfelach, pozwala Stali zaliczyć poprzedni sezon do udanych.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2017	2018	2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	3,5	4,2	4,1	5,1	6,9	9,1
Transmisje	0,3	0,4	0,7	0,7	6,8	6,4
Dzień meczu	0,6	0,6	0,6	0,5	0,0	1,0
RAZEM	4,3	5,2	5,4	6,3	13,8	16,6

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

14

2020/2021



0,3%

2021/2022



6,3%

Dzień meczu



49,2%



38,6%

Transmisje



50,4%



55,1%

Komercyjne



17. Górnik Łęczna

Górnicy z Łęcznej zajęli ostatnie, 17. miejsce w rankingu przychodów Ekstraklasy. Blisko podwojone przychody od zeszłego roku (wzrost o 98,3%) nie wystarczyły Górnikowi, żeby przeskoczyć choćby jeden klub Ekstraklasy.

Całkowite wpływy wyniosły 15,9 mln zł, a połowę z tej kwoty Górnik uzyskał ze źródeł transmisji – głównym powodem były wpływy od Ekstraklasy. Ze źródeł komercyjnych zespół z Łęcznej wypracował 6,7 mln zł z umów sponsorskich – Sponsorem Strategicznym „Dumy Lubelszczyzny” była Bogdanka S.A. Dzień meczowy dał Górnikowi wpływy na poziomie 0,7 mln zł.

Polegając głównie na dwóch wyżej opisanych źródłach przychodów Górnik starał się rywalizować do końca na poziomie Ekstraklasy, musiał jednak pogodzić się z zajęciem ostatniego miejsca w tabeli. Przyszły sezon piłkarze z Łęcznej po raz kolejny rozpoczną na poziomie 1 Ligi.

Przychody na poziomie prawie 16 mln zł byłyby drugim wynikiem na tle klubów występujących na drugim szczeblu rozgrywkowym, jednak naturalnym następstwem spadku będzie w kolejnym sezonie mniejszy przychód ze źródeł transmisji. Zespołowi w powrocie do Ekstraklasy nie pomoże również fakt, że do Korony Kielce sprzedany został jego najlepszy strzelec, Bartosz Śpiączka.

Struktura przychodów klubu (mln zł)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020/2021	2021/2022
Komercyjne	6,6	7,1	7,7	8,2	7,9	brak danych	brak danych	7,0	7,1
Transmisje	0,0	3,2	5,2	6,7	2,4	brak danych	brak danych	0,9	8,1
Dzień meczu	0,0	0,7	0,8	0,9	0,4	brak danych	brak danych	0,1	0,7
RAZEM	6,6	11,0	13,7	15,8	10,7	-	-	8,0	15,9

Źródło: Analiza Deloitte na podstawie danych przekazanych przez kluby. Kategoria transmisje zawiera również przychody z zintegrowanych praw marketingowych, premii za udział w pucharach krajowych i zagranicznych oraz z Pro Junior System.



Pozycja w Lidze

18

2020/2021



1,0%

2021/2022



4,3%

Dzień meczu



11,8%



50,7%

Transmisje



87,2%



45,0%

Komercyjne

Kontakt



Przemysław Zawadzki
Dyrektor

Lider Sports Business Group
Tel.: +48 (22) 511 03 91
E-mail: pzawadzki@deloitteCE.com



Mateusz Korytkowski
Project Manager

Audit & Assurance
Tel.: +48 (22) 166 72 11
E-mail: mkorytkowski@deloitteCE.com



Karol Furmanek
Senior Manager

Audit & Assurance
Tel.: +48 (22) 348 37 43
E-mail: kfurmanek@deloitteCE.com



Krzysztof Szczygielski
Senior Consultant

Audit & Assurance
Tel.: +48 918 811 695
E-mail: kszczygielski@deloitteCE.com

Partnerzy biznesowi

Deloitte.

PARTNER



Deloitte.
OFICJALNY PARTNER



ZPRP

ZWIĄZEK PIŁKI RĘCZNEJ
W POLSCE





Nazwa Deloitte odnosi się do jednej lub kilku jednostek Deloitte Touche Tohmatsu Limited, prywatnego podmiotu prawa brytyjskiego z ograniczoną odpowiedzialnością i jego firm członkowskich, które stanowią oddzielne i niezależne podmioty prawne. Dokładny opis struktury prawnej Deloitte Touche Tohmatsu Limited oraz jego firm członkowskich można znaleźć na stronie www.deloitte.com/pl/onas.

Deloitte świadczy usługi audytorskie, konsultingowe, doradztwa podatkowego, prawnego i finansowego klientom z sektora publicznego oraz prywatnego, działającym w różnych branżach. Dzięki globalnej sieci firm członkowskich obejmującej 150 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. Ponad 264 000 pracowników Deloitte na świecie realizuje misję firmy: wywierać pozytywny wpływ na środowisko i otoczenie, w którym żyją i pracują.

Powyższa publikacja zawiera jedynie informacje natury ogólnej. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, firmy członkowskie oraz podmioty stowarzyszone nie świadczą tym samym, ani nie przedstawiają w tej publikacji porad księgowych, podatkowych, inwestycyjnych, finansowych, konsultingowych, prawnych czy innych. Nie należy także wyłącznie na podstawie zawartych tu informacji podejmować jakichkolwiek decyzji dotyczących Państwa działalności. Przed podjęciem jakichkolwiek decyzji lub działań dotyczących kwestii finansowych czy biznesowych powinni Państwo skorzystać z porady profesjonalnego doradcy. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, firmy członkowskie oraz podmioty stowarzyszone nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody wynikające z wykorzystania informacji zawartych w publikacji ani za Państwa decyzje podjęte w związku z tymi informacjami. Osoby korzystające z powyższej publikacji robią to na własne ryzyko i ponoszą pełną związaną z tym odpowiedzialność.