

# Kluby Fortuna 1 Ligi zanotowały rekordowe 194 mln zł przychodów

## Informacja prasowa

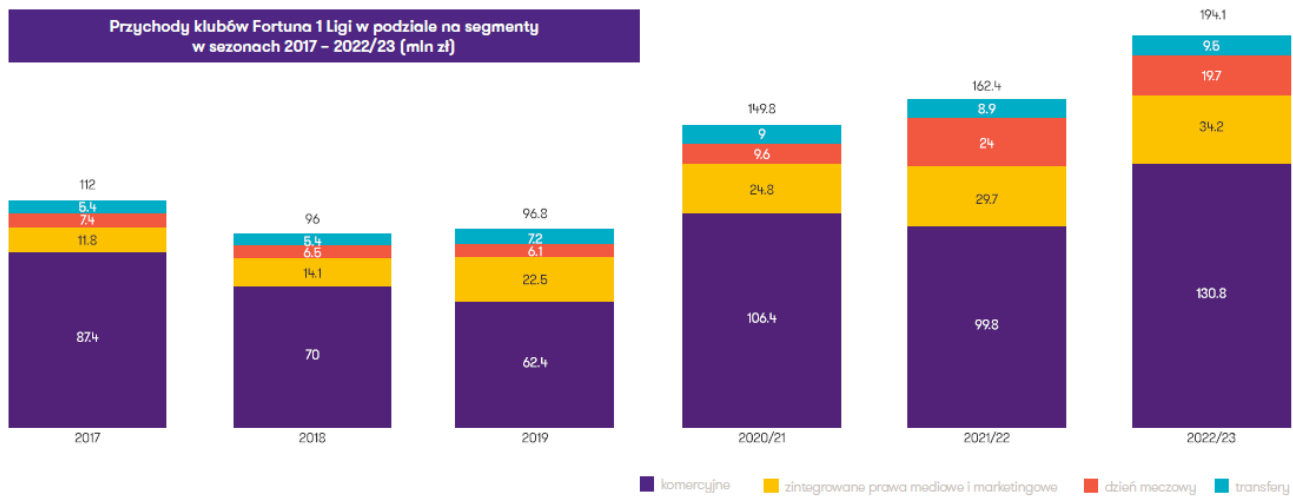
Warszawa, 25 października 2023 r.

Miniony sezon był pod względem komercyjnym najlepszym w historii rozgrywek Fortuna 1 Ligi. Kluby odnotowały 194 mln zł przychodów, czyli najwięcej w historii - wynika z raportu „Finansowa pierwsza liga”, przygotowanego przez firmę audytorsko-doradczą Grant Thornton we współpracy z Pierwszą Ligą Piłkarską.

Od kilku lat władze Fortuna 1 Ligi podsumowują raz w roku, jak kluby biorące udział w rozgrywkach rozwijają się pod względem biznesowym – jak zmieniają się ich przychody czy struktura kosztów. Od bieżącego roku raport pokazujący wyniki badania przygotowywany jest wspólnie z nowym partnerem, Grant Thornton, jedną z największych firm audytorsko-doradczych na świecie.

Według raportu „Finansowa pierwsza liga”, w sezonie 2022/2023 **przychody ogółem** wszystkich klubów biorących udział w rozgrywkach Fortuna 1 Ligi wyniosły **194,1 mln zł** (dane nie uwzględniają klubu Bruk-Bet Termalica Nieciecza, który nie zdecydował się udostępnić danych). To najwyższy wynik w historii, o 20% wyższy niż w sezonie poprzednim i o 102% więcej niż pięć lat temu.

- Sezon 2022/2023 w Fortuna 1 Lidze trzymał kibiców w napięciu do samego końca. Do ostatniej kolejki kilka drużyn miało szansę na bezpośredni awans do PKO BP Ekstraklasy. Tego rodzaju emocje na boisku to esencja pracy wykonywanej w klubach, ale dla nas jako Pierwszej Ligi Piłkarskiej równie istotny jest rozwój biznesowy i wizerunkowy Fortuna 1 Ligi. Dlatego cieszymy się, że liga się rozwija, zarówno na poziomie klubów, które generują coraz wyższe przychody, jak i na poziomie centralnym, w którym widoczny jest rozwój rozgrywek jako produktu sportowego - komentuje **Marcin Janicki**, prezes zarządu Pierwszej Ligi Piłkarskiej.



17

Największym źródłem przychodów klubów pierwszoligowych były – podobnie jak w poprzednich latach - tzw. przychody komercyjne, a więc przede wszystkim od sponsorów. W sezonie 2022/2023 wyniosły one 131 mln zł, czyli stanowiły 67,4% generowanych wpływów ogółem, a w porównaniu z sezonem 2021/2022 wzrosły o 31% (31 mln zł). Drugim największym segmentem przychodów były tzw. zintegrowane prawa mediowe i marketingowe, czyli wpływy wynikające z udziału klubu w Fortuna 1 Lidze (np. wpływy ze scentralizowanych umów dotyczących transmisji telewizyjnych czy sponsorów rozgrywek). Kluby otrzymały z tego tytułu w ostatnim sezonie 34,2 mln zł, czyli 17,6% przychodów ogółem, co oznacza wzrost o 15% (4,49 mln zł).

Co ważne, na stadionach klubów Fortuna 1 Ligi dynamicznie rośnie również frekwencja. W minionym sezonie na trybunach zasiadło łącznie ponad milion kibiców, co średnio na każdy mecz daje 3,5 tys. osób, czyli o 25% więcej niż rok wcześniej. To efekt nie tylko rosnącej popularności rozgrywek wśród kibiców, ale też rozwoju stadionów i innej infrastruktury klubów.

- To kolejny dobry rok dla polskiej piłki klubowej. Fortuna 1 Liga odnotowała w ostatnim roku wzrost większości kluczowych mierników obrazujących sytuację finansową i biznesową klubów - od frekwencji, przez przychody od sponsorów i innych partnerów czy przychody z transferów po przychody ogółem – wylicza **Tomasz Mleczak**, partner w zespole Corporate Finance w Grant Thornton.

Choć Wisła Kraków nie zdołała awansować do PKO BP Ekstraklasy, to pod względem biznesowym krakowski klub miniony sezon mimo wszystko może zaliczyć do udanych. Osiągnął przychody ogółem na poziomie 35,9 mln zł, czyli zdecydowanie najwięcej ze wszystkich klubów ligi. Wysokimi przychodami mogą pochwalić się również beniaminek Stal Rzeszów (drugie miejsce w rankingu, z

przychodami ogółem na poziomie 19,4 mln zł) oraz Podbeskidzie Bielsko-Biała (trzecie miejsce, 14,4 mln zł przychodów).

- Wisła wygenerowała przychody, jakich mogłoby jej pozazdrościć nawet kilka klubów PKO BP Ekstraklasy. Wiele innych klubów Fortuna 1 Ligi również dobrze sobie radzi od strony biznesowej. W sezonie 2022/2023 tylko cztery odnotowały spadek przychodów w stosunku do poprzedniego sezonu - komentuje **Marcin Diakonowicz**, partner w Departamencie Audytu w Grant Thornton.

Ranking przychodów z podstawowej działalności w sezonie 2022/2023 (mln zł)					
Miejsce w rankingu	Klub	Przychody z podstawowych segmentów	Przychody transferowe	Przychody ogółem	Miejsce w lidze w sezonie 2022/23
1	Wisła Kraków	32,33	3,58	35,91	4
2	Stal Rzeszów	19,19	0,20	19,39	6
3	Podbeskidzie Bielsko-Biała	13,17	0,86	14,04	7
4	Ruch Chorzów	12,61	1,11	13,72	2
5	Arka Gdynia	12,89	0,80	13,69	8
6	ŁKS Łódź	12,97	0,15	13,12	1
7	Górnik Łęczna	12,80	0,32	13,12	12
8	GKS Tychy	10,71	0,06	10,77	13
9	GKS Katowice	10,24	0,13	10,37	10
10	Odra Opole	8,17	0,38	8,55	15
11	Zagłębie Sosnowiec	7,70	0,36	8,06	11
12	Chrobry Głogów	7,52	0,40	7,91	9
13	Chojniczanka Chojnice	6,71	0,22	6,93	17
14	Resovia Rzeszów	5,10	0,35	5,45	14
15	Puszcza Niepołomice	5,02	0,24	5,26	5
16	Skra Częstochowa	4,63	0,23	4,86	16
17	Saneczka Nowy Sącz	2,92	0,08	3,00	18

Wyzwaniem sezonu 2022/2023 dla Fortuna 1 Ligi było utrzymanie wysokiej wartości mediowej całej ligi po awansie Widzewa Łódź do PKO BP Ekstraklasy. Tymczasem jak wskazują wyniki badań firmy Pentagon Research przedstawione w raporcie, wartość ekspozycji marek nie tylko nie zmniejszyła się, ale wręcz wyraźnie wzrosła – z 462,1 mln zł do 866,7 mln zł. Jest to zasługą przede wszystkim ciekawej walki klubów o awans do wyższej ligi, praktycznie do ostatnich minut, co przełożyło się na wysoką oglądalność meczów.

- Podstawą budowania wartości dla sponsorów są dobre i emocjonujące mecze największych zespołów – wówczas logotypy marek, ich slogany, charakterystyczne kolory pokazują się w mediach o dużym

zasięgu. Wpływ na wysoką wartość w sezonie 2022/2023 miała m.in. obecność w rozgrywkach Wisły Kraków. Pojawił się element ciekawości, jak Wisła poradzi sobie w niższej klasie rozgrywkowej – komentuje **Adam Pawlukiewicz**, research and development executive officer w Pentagon Research.

Dobre wyniki sportowe i biznesowe klubów Fortuna 1 Ligi cieszą też sponsora tytularnego rozgrywek, firmę Fortuna.

- Od 7 lat, czyli od momentu startu naszej współpracy z Pierwszą Ligą Piłkarską, jesteśmy bezpośrednim świadkiem ogromnego rozwoju organizacji na polu medialnym, biznesowym i marketingowym. Sponsoring Fortuna 1 Ligi dzięki zbudowanej już marce rozgrywek i obecności uznanych klubów to dziś gwarancja dotarcia do najbardziej zaangażowanej grupy fanów piłki nożnej, na których w naturalny sposób szczególnie nam zależy - uważa **Konrad Komarczuk**, prezes Fortuna Online Zakłady Bukmacherskie.

Podobnego zdania jest **Marian Kmita**, dyrektor ds. sportu Telewizji Polsat.

- Mimo że jesteśmy stacją komercyjną, to w przypadku nabywania praw do transmisji polskiego sportu kierujemy się misją. Budujemy i wzmacniamy rozgrywki trafiające do naszego portfolio, co w dłuższej perspektywie zawsze daje korzyść dyscyplinie, kibicom oraz nadawcy. Nie inaczej było w 2015 roku, gdy wyciągnęliśmy pomocną dłoń do piłkarskiej 1 Ligi. Ukute przez kibiców hasło „Pierwsza Liga - styl życia”, zadomowiło się w redakcji sportowej Polsatu na owocnych osiem lat, a piłkarska 1 Liga stała się w tym czasie mocniejsza niż kiedykolwiek wcześniej - zaznacza Marian Kmita.

## Kontakt:

### **Jacek Kowalczyk**

Dyrektor marketingu i PR

Grant Thornton

T +48 505 024 168

E [jacek.kowalczyk@pl.gt.com](mailto:jacek.kowalczyk@pl.gt.com)

### **Bartosz Wiśniewski**

Dyrektor ds. komunikacji i marketingu

Fortuna 1 Liga

T +48 668 836 431

E [bartosz.wisniewski@1liga.org](mailto:bartosz.wisniewski@1liga.org)