



Julho, 2018

Impactos para o futebol francês do título da Copa de 2018

Quem é a Sports Value?

A **Sports Value**, especializada em marketing esportivo, branding, patrocínios, avaliação de marcas e de propriedades esportivas acaba de lançar um novo estudo.

A empresa tem o objetivo de oferecer a patrocinadores, clubes, ligas, atletas, grupos de comunicação e federações uma nova visão do marketing esportivo e suas possibilidades.

A Sports Value norteia-se na busca por agregar valores positivos para os projetos de seus clientes, sempre com retorno efetivo, tanto em termos tangíveis como intangíveis.

Os projetos para os clientes utilizam o conceito de retorno sobre investimento e retorno sobre objetivos.

A empresa conta com o maior banco de informações do mercado, com dados das últimas três décadas do esporte brasileiro e mundial.

As avaliações contam com uma metodologia sólida para que todas as estratégias sejam fundamentadas nos negócios de seus clientes, com o uso de premissas confiáveis, testadas e que valorizem as marcas e os projetos.

Metodologia do estudo

 A Sports Value acaba de finalizar sua análise sobre o título da França na Copa de 2018.



 Foram considerados os dados financeiros históricos publicados pela Liga, os balanços dos times e outras fontes secundárias de economia e marketing.



 O futebol francês tem um modelo de gestão bastante estruturado, com o controle da administração dos times e bons projetos de categorias de base.



Modelo de gestão do futebol francês

O futebol francês possui um modelo de gestão bastante interessante.

Há um órgão, o **DNCG**- Direção Nacional de Controle de Gestão, que controla tudo o que ocorre com os times e a Liga.

É um órgão independente responsável pela fiscalização do esporte profissional francês. (futebol, rúgbi, basquete e handebol).

O DNCG é composto por diferentes representantes da sociedade civil francesa, como ministros de estado, ex-atletas, ex-treinadores, ex-árbitros, dentre outros.

A FFF- Federação Francesa de Futebol cuida das seleções e a Liga (Ligue 1 e Ligue 2) da liga.

O DNCG é o órgão verificador dos riscos financeiros da gestão dos times.

Muitos times inclusive já foram punidos e tiveram punições pesadas, por problemas em sua administração.



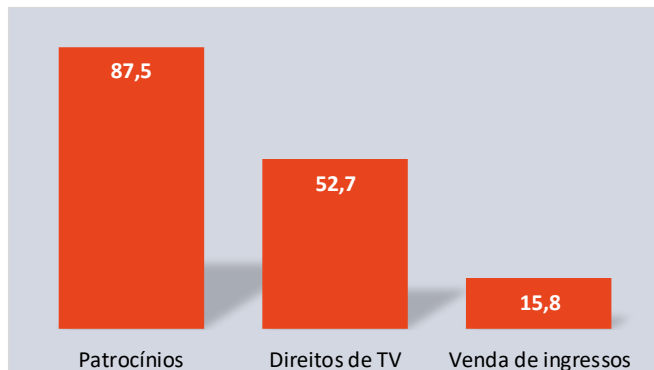
Receitas da FFF

O título da França na Copa do Mundo de 2018 trará enormes ganhos para a Federação Francesa de Futebol. **Em termos digitais o impacto já foi altíssimo.** A FFF é uma das maiores seleções nas redes sociais, com mais de 13 milhões de seguidores.

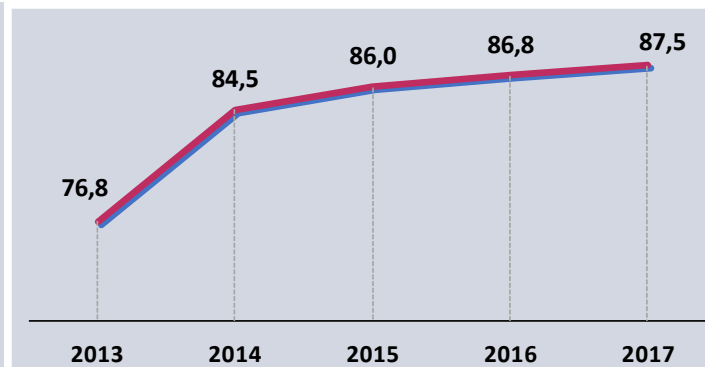
Assim como ocorreu com o título da França em 1998, com o Brasil em 2002, Itália em 2006, Espanha em 2010 e Alemanha em 2014, o bicampeonato francês impactará muito os negócios em torno da seleção. **Atualmente o faturamento da FFF é de € 156 milhões anuais.**

O interesse pela marca cresce exponencialmente e a valorização é natural. Antes da Copa da Rússia a FFF faturava **€ 87,5 milhões** com seus patrocinadores. Seguramente aumentará, essa que é a sua principal fonte de receita.

Receitas FFF – 2017- € milhões



Patrocínios FFF - € milhões



Haverá também um incremento de receitas com amistosos, vendas de produtos e diferentes explorações.

Liga francesa

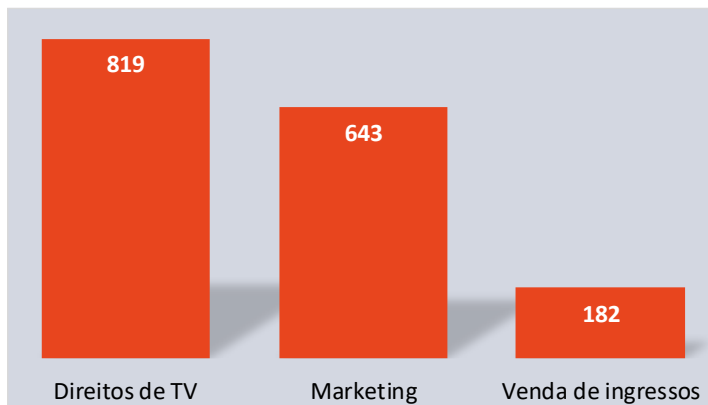
O título de Copa do Mundo é um fator importante para a valorização da liga do país que sagrou-se campeão.

No caso francês, isso sem dúvida ocorrerá. A liga francesa é a quinta força do futebol europeu e tem muito espaço para crescer, tanto no mercado doméstico, como internacional.

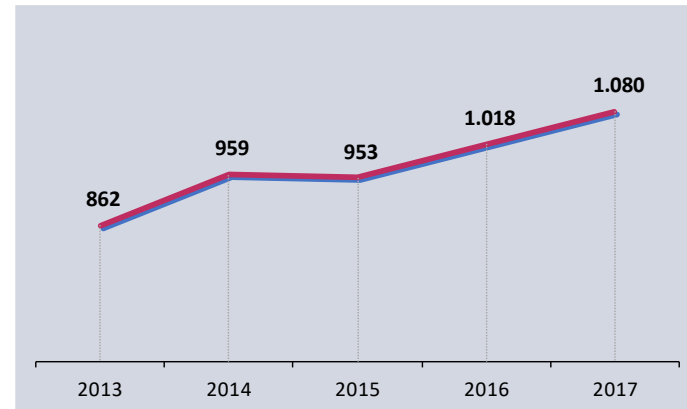
A maior empolgação do torcedor francês, ampliação do interesse de empresas patrocinadoras e aumento da projeção global da competição ampliarão os ganhos da liga e seus times participantes.

A Ligue 1 faturou **€ 1,64 bilhão** em 2017 e pode com esse título crescer e se aproximar em alguns anos da Série A da Itália, a quarta força da Europa e que fatura **€ 2,1 bilhões** por ano.

Receitas Ligue 1 – 2017- € milhões



Gastos Salariais- Ligue 1 € milhões



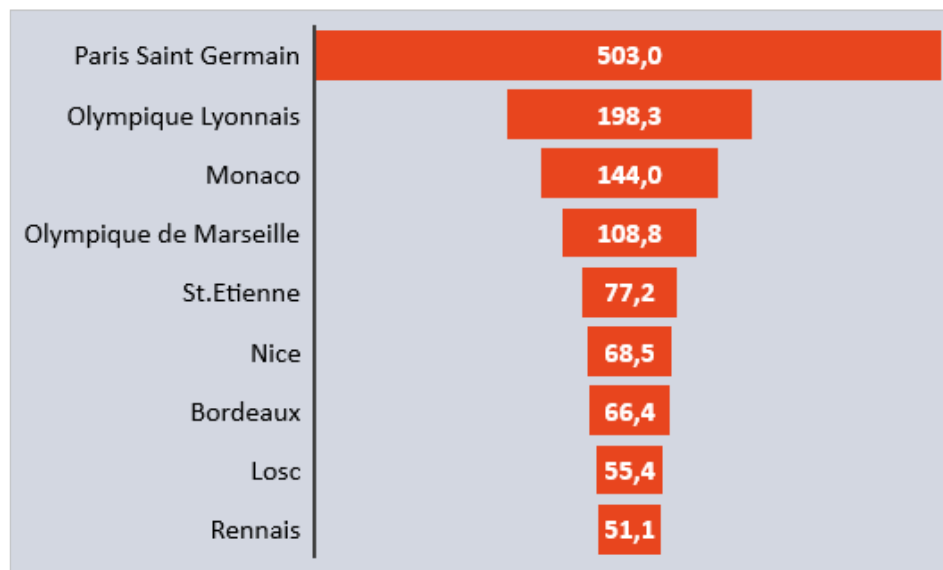
Receitas dos times franceses

Nos últimos anos, boa parte do crescimento da Liga francesa foi consequência da pesada injeção de recursos no PSG.

O clube parisiense saiu de um faturamento de pouco mais de € 100 milhões para mais de € 500 milhões atualmente. **Hoje o PSG representa mais de 30% do faturamento da liga.**

O bicampeonato mundial pode ser importante para o crescimento de todo o mercado, impactando positivamente outros importantes times.

Maiores receitas – Futebol francês – 2017- € milhões



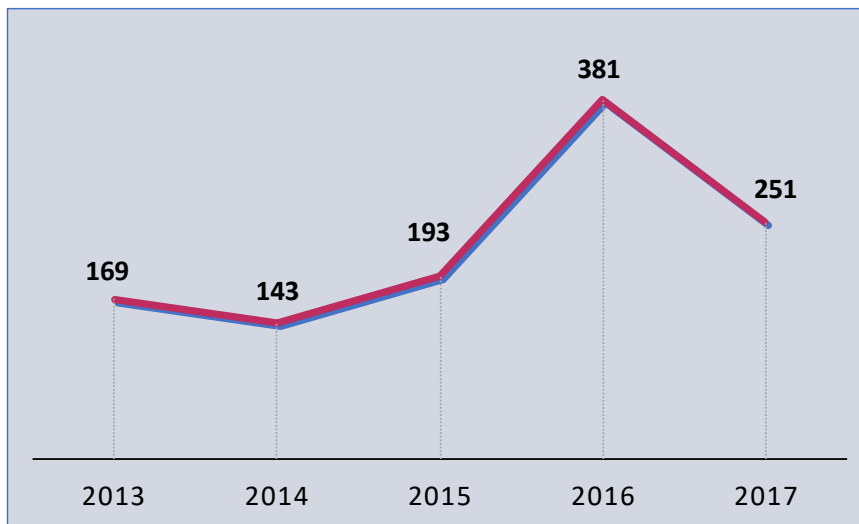
Valorização das transferências

Indiscutivelmente um título em uma Copa do Mundo valoriza os jogadores da seleção campeã. Isso já foi possível avaliar em diferentes ocasiões.

Recentemente isso ocorreu com os jogadores da Alemanha, que antes da Copa de 2014 produziam cerca de € 171 milhões em transferências para a Bundesliga, valor que alguns anos depois passou para € 582 milhões.

Sem dúvida o futebol francês vivenciará o mesmo efeito sobre as transferências. Os números atuais das receitas com transferências da Ligue 1 já mostram certa pujança.

Receitas com transferências da Ligue 1- € milhões



Concluindo

O bicampeonato da França impactará positivamente em todos os players do futebol francês.

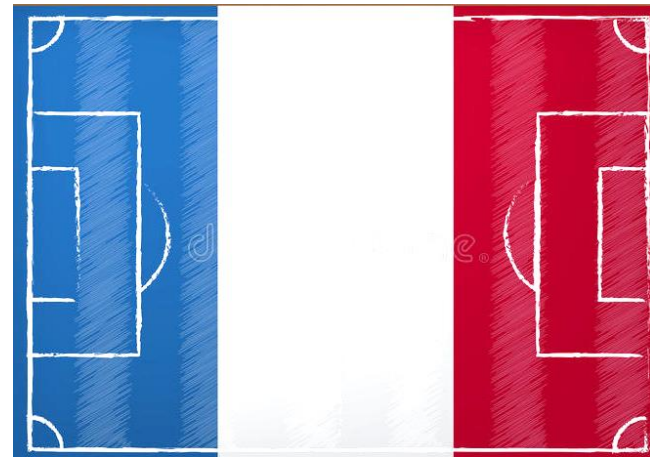
Isso já ocorreu em outros mercados, que se estão bem estruturados, podem colher grandes benefícios.

A seleção se valorizará. Haverá mais interesse pela marca.

A liga e os times se beneficiam, com mais audiência, público nos jogos, interesse dos patrocinadores e consumo de produtos.

Há um aumento do interesse global da competição, com aumento da audiência internacional.

Os jogadores se valorizam e os valores das transferências se ampliam.



Contato



Marketing esportivo, branding, patrocínios/ativações, avaliação de marcas e de propriedades esportivas.

Amir Somoggi
Sócio diretor
amir.somoggi@sportsvalue.com.br
Cel. +55 11 99749-2233

Av. Brig. Faria Lima, 1811 – 9º andar– Conj.918
<https://www.sportsvalue.com.br/>

Serviços

NOSSOS SERVIÇOS



Marketing Esportivo

O esporte oferece uma plataforma única de valorização de marcas, engajamento e fidelidade do consumidor e ampliação efetiva de vendas.



Branding no Esporte

No mundo atual, em constante transformação e com cada vez mais exigência do consumidor, o branding, ou gestão da marca torna-se ainda mais essencial.



Patrocínios e Ativações

O patrocínio esportivo e suas ações complementares de ativação são comprovadamente a melhor ferramenta de marketing para os dias atuais.



Avaliação de Marcas

A avaliação de marcas é uma ferramenta fundamental no mundo dos negócios. As marcas são ativos em constante evolução e devem estar no centro de toda gestão.



Valuation de propriedades esportivas

A Sports Value é a primeira empresa do mercado brasileiro que avalia ativos esportivos, com uma metodologia própria e premissas extremamente consistentes.



Relações Internacionais

O mundo em rápida evolução exige que os projetos de marketing esportivo tenham um caráter global atualmente.

www.sportsvalue.com.br

