

Futebol.

Dez maiores da Europa valem três mil milhões de euros

Benfica entrou para o 28º lugar da tabela dos 30 clubes mais valiosos da Europa. O top 10, agora liderado pelo Manchester United, alargou o fosso para os 10 clubes seguintes

FILIPE PAIVA CARDOSO
filipe.cardoso@ionline.pt

O United tomou de assalto o primeiro lugar, por troca com o Madrid. O “outro clube” de Manchester, o City, saltou da 19ª posição para a 11ª graças aos novos contratos de publicidade, Liga dos Campeões e a grandes contratações. Já o Barcelona reforçou o lugar de bronze, estando cada vez mais perto dos merengues – a marca catalã vale menos 10 milhões que o clube de Mourinho. Em 2010 a distância era de 30 milhões.

Estes são os principais destaques da tabela de 2011 dos clubes europeus com as marcas mais valiosas que, a título mais doméstico, fica marcada pela entrada do Benfica no grupo dos 30 clubes mais valiosos. Os encarnados, e graças “ao impacto nas receitas de 2011 dos bons resultados obtidos em 2010”, entraram para a 28ª posição no ranking da Brand Finance. A

marca Benfica foi avaliada em 43 milhões de euros ao longo de 2011, valor suficiente para superar a Fiorentina e a Lazio, respectivamente 29º e 30º clube na lista.

OS LÍDERES Mais troféus, mais receitas... o ano do costume para o United, portanto. Esta marca valorizou 10,6% em 2011, salto que conjugado com o crescimento

Top ten em 2011

CLUBE	VALOR*	EVO %
Manchester United	490	11%
Real Madrid	477	4%
Barcelona	467	9%
Bayern Munique	367	2%
Chelsea	233	-2%
Arsenal	224	-13%
AC Milan	202	2%
Inter Milan	195	3%
Liverpool	186	11%
Juventus	137	-10%
(28º) Benfica	43	--

*em milhões de euros.

de apenas 3,9% do valor da marca Real Madrid, foi suficiente para os Red Devils tomarem de assalto a liderança. Em terceiro lugar surge o “futebol sublime” do Barcelona que, graças ao primeiro patrocínio pago nas camisolas, conseguiu aproximar-se do valor do Madrid. A marca catalã valorizou 8,5% em 2011.

Destaque ainda para o 11º classificado. A marca Manchester City está a subir lado a lado com o crescimento desportivo do clube. A entrada na Liga dos Campeões e a conquista de um troféu pela primeira vez em 35 anos valeram ao clube a quase duplicação de valor de 2010 para 2011: de 64 milhões para 126 milhões de euros.

Contas feitas, o top 10 do ranking está agora avaliado em 2,98 mil milhões de euros, valor que contrasta com os 2,89 mil milhões de 2010, uma subida de 2,9% que foi suficiente para alargar o fosso com os clubes entre a 11ª e 20ª posição, que fecharam o ano a valer 903 milhões. Se o top 10 vale 3,3 vezes mais que os dez clubes seguintes, em 2010 a diferença era de 3,1 vezes.

AS DESILUSÕES O Arsenal (6º), a Roma (12º) e o Werder Bremen (26º) são os grandes derrotados do ano passado. As duas primeiras marcas desvalorizaram cerca de 13%. No caso dos londrinos, a Brand Finance culpa “os patrocínios abaixo dos valores esperados” e a perda “de algumas superestrelas”. Já em Roma, a queda no total de espectadores e a falha em garantir troféus são os culpados. Quanto ao Bremen, a desvalorização de 24,9% deveu-se à pobre prestação na Bundesliga (13º).

A MELHOR ESTREIA Além do Benfica, outros cinco clubes estrearam-se neste ranking: Atlético de Madrid, Bordeaux, Nápoles, Fiorentina e Lazio. O prémio de melhor “rookie” por assim dizer coube ao clube de Falcao, avaliado pela Brand Finance em 65 milhões de euros.

Ratings. Benfica não é lixo, mas dois do top 30 são

Brand Finance passou a avaliar perspectivas dos clubes. Fiorentina e Everton são “junk”, Benfica aguenta-se



O relatório de 2011 da Brand Finance traz uma novidade face aos anos anteriores. A normalização e os sucessivos cortes de rating pelas agências arrastaram estas avaliações para as conversas mais comuns do dia-a-dia, podendo agora facilmente ser adaptadas a quase todos os sectores.

Conforme explica o Futebol Finance, que publicou os dados da Brand Finance, o ranking deste ano “tem a interessante particularidade de classificar com ratings o valor da marca” que, no caso dos clubes de futebol, “são calculados tendo em consideração a força, o risco, e o potencial futuro associado à marca”.

Se os cinco clubes que lideram a tabela têm todos direito ao rating máximo (AAA), nos lugares seguintes já ninguém tem direito ao mesmo (entre o 6º e o 10º são todos AA, menos o AC Milan que vem com AA-, com alguma perspectiva negativa face aos seus rivais na tabela). Abaixo do 10º apenas o Lyon assegura um rating com a letra “A”, os restantes, porém, já acarretam consigo alguma incerteza face às perspectivas futuras.

À imagem da avaliação feita ao Benfica (BBB), a maioria dos clubes entre o 10º e o 30º lugar situa-se nesta classificação que, em economês significa “situação financeira adequada, ainda que vulnerável a eventuais alterações de circunstâncias”. Abaixo desta classificação só o Everton e a Fiorentina, ambos com BB+, ou seja, “enfrentam grandes incertezas e uma exposição a eventuais condições adversas”. Esta nota já é considerada no mundo económico como “junk”, ou lixo. *F.P.C.*



Rooney e Nani vão assegurando a hegemonia financeira e desportiva do United

DARREN STAPLES/REUTERS