

Futebol nacional



LÁ É BEM DIFERENTE

Inveja dos europeus

Estádios lotados rendem fortunas na Europa, mas pouco inspiram clubes do Brasil

ARTE DE VINÍCIUS FERNANDES

Média de público em 2010

Brasileiros sofrem em relação aos europeus



RECEITA TOTAL DOS CLUBES BRASILEIROS EM 2009

R\$ 600.828,22 ATLÉTICO-MG	R\$ 889.263,51 VASCO	R\$ 1.173.625,22 GRÊMIO
R\$ 497.677,58 CRUZEIRO	R\$ 25.804,02 * FLUMINENSE	R\$ 798.191,58 INTERNACIONAL
R\$ 2.009.732,74 CORINTHIANS	R\$ 1.473.416,01 SANTOS	R\$ 798.191,58 PALMEIRAS
R\$ 656.583,02 FLAMENGO	R\$ 265.876,01 BOTAFOGO	R\$ 1.034.592,04 SÃO PAULO

*Teve a renda penhorada

MANCHESTER UNITED (ING)	127,7 milhões de euros (R\$ 311,6 milhões)	75.304
BORUSSIA DORTMUND (ALE)	22,2 milhões de euros (R\$ 54,2 milhões)	74.748
BARCELONA (ESP)	35,2 milhões de euros (R\$ 233 milhões)	71.045
REAL MADRID (ESP)	101,4 milhões de euros (R\$ 247,4 milhões)	70.816
BAYERN DE MUNIQUE (ALE)	80,6 milhões de euros (R\$ 147,9 milhões)	69.000
SCHALKE 04 (ALE)	29,2 milhões de euros (R\$ 71,3 milhões)	61.442
ARSENAL (ING)	117,5 milhões de euros (R\$ 286,7 milhões)	60.040
MILAN (ITA)	33,4 milhões de euros (R\$ 81,5 milhões)	59.757
CELTIC (ESC)	31,3 milhões de euros (R\$ 76,4 milhões)	57.366
HAMBURGO (ALE)	55,5 milhões de euros (R\$ 135,4 milhões)	54.881

Média por jogo referente aos campeonatos nacionais *Receita total com ingressos de toda a temporada. Dados de Deloitte Football



DANIEL LEAL
danielcamara@lance.com.br

Enquanto os estádios brasileiros vivem às moscas durante os estaduais, os europeus gozam de alta lotação durante toda a temporada. Relatórios recentemente divulgados mostram que o Velho Continente é bem-sucedido não apenas na ocupação de suas arenas, mas também na arrecadação com elas.

O Manchester United (ING) foi o recordista de público na Europa durante a temporada passada. Em média, levou 75.304 torcedores ao Old Trafford por jogo do Campeonato Inglês. Apenas com bilheteria, o clube faturou 127,7 milhões de euros (R\$ 311,6 milhões) – mais do que a receita anual de qualquer clube brasileiro.

A quem atribuiu o resultado apenas à grandeza do Manchester, vale lembrar a presença de clubes como o Borussia Dortmund (ALE), que há tempos não conquista um título de expressão e deixou os badalados Barcelona e Real Madrid para trás, com média de 74.748 torcedores por partida. A arrecadação com ingressos chegou a 22,2 milhões de euros (R\$ 54,2 milhões).

A explicação para o sucesso nas arquibancadas não passa apenas pelo desempenho em campo (entenda no quadro ao lado). O Borussia, por exemplo, não conquista o Alemão desde 2002. Na temporada passada, foi apenas o sexto colocado e, ainda assim, teve casa cheia.

NO BRASIL

Por aqui, entre os quatro principais estaduais do país, quem mais tem levado gente ao estádio neste

Clubes brasileiros ainda engatinham na tentativa de transformar as partidas de futebol em grandes eventos

início de ano é o Atlético-MG, com média de 29.768 torcedores por jogo. O número é considerado bom para os padrões brasileiros.

Há outros, no entanto, que são enganadores. O Cruzeiro, por exemplo, é o segundo da lista (20.868 pessoas por partida). No entanto, tem sua média impulsionada por conta do clássico contra o próprio Atlético-MG, que teve 41.591 pagantes. Nos demais jogos que fez como mandante, sequer chegou a 15 mil.

Com a palavra

João Henrique Areias

CONSULTOR DE MARKETING ESPORTIVO

Ainda são poucas as iniciativas no Brasil

No Brasil, ainda são poucas as eficientes iniciativas para oferecer melhores condições ao público. Por incrível que pareça, o Avai pode ser considerado um clube referência em relação a isso. Apesar de não ser um estádio com grande capacidade, a Ressacada é responsável por grande parte das receitas do clube. É um dos raros casos de maximização do potencial do estádio. Um dos principais motivos para isso é a bem-sucedida estratégia de venda de carnês, através de um programa de sócios. É esse o caminho que os demais clubes devem seguir o quanto antes.

Lá funciona porque...

Evento completo

Na Europa, já é tradição para os torcedores chegar com antecedência ao estádio para desfrutar de outras opções de lazer, como restaurantes, museus e lojas. Além de aumentar a possibilidade de receitas do clube, isso estimula a presença do público nas arenas.

Carnês

Os clubes oferecem pacotes vantajosos para que, ao contrário de comprar

ingresso para um único jogo, o torcedor já se comprometa a ir ao estádio durante toda a temporada. Antes mesmo do início da temporada, o clube tem a garantia de casa cheia.

Estrutura

Reclamações frequentes no Brasil em relação a segurança e falta de estrutura são raras na Europa. Tais garantias motivam e ajudam a diversificar o público, com crianças e famílias.

Receitas seguem distantes no Brasil



Ainda que lotassem seus estádios em todos os jogos, os clubes brasileiros não alcançariam as cifras europeias. Por conta da falta de estrutura e organização em estádios, os valores cobrados por ingressos aqui ainda são, proporcionalmente, bem inferiores aos do Velho Continente.

E, para atrair público, alguns clubes diminuem ainda mais os preços das entradas, como fez o Atlético-MG no Bra-

leirão de 2009. Mesmo com a segunda melhor média de público do campeonato (38.761 por jogo), o Galo foi apenas o quinto em receitas com bilheteria (R\$ 10,5 milhões, de acordo com o site especializado Futebol Finance).

Com ingressos salgados, o Corinthians conseguiu o oposto: teve a segunda maior arrecadação (R\$ 12,5 milhões) e foi o sexto em público (20.213).