

Estudo do IPAM

Impacto económico do SL Benfica – FC Porto ultrapassa os 25 milhões de euros

- **Estimativa supera valores de últimos anos em jogos semelhantes**
- **Audiência televisiva de cerca de 4 milhões de telespectadores**
- **65 000 Adeptos no Estádio da Luz**
- **Receitas diretas - 4.118.000 euros**
- **Receitas indiretas - 21.020.000 euros**

Porto, 30 de Março de 2017 – O Gabinete de Estudos de Marketing para Desporto do IPAM avaliou o impacto económico do jogo entre o SL Benfica e FC Porto em 25.138.000 euros. A estimativa foi calculada através da soma das receitas diretas (4.118.000 euros) e receitas indiretas (21.020.000 euros). O impacto económico apurado supera os valores avaliados em jogos semelhantes - 2009 (19,5 milhões) e 2015 (23,2 milhões).

O jogo entre o SL Benfica e FC Porto decide o título da 27ª jornada da Liga NOS e decorre no Estádio da Luz, no próximo sábado, dia 1 de abril. De acordo com o estudo do IPAM, o jogo deverá ter uma audiência televisiva variável entre 3,5 e 4 milhões de telespectadores, a par dos 65.000 adeptos esperados nas bancadas do Estádio da Luz.

Nesse âmbito, foram analisados os potenciais beneficiários das receitas diretas e indiretas do jogo, nomeadamente, Clubes, Liga Portuguesa de Futebol Profissional, agências de publicidade, agências de meios, empresas de *catering*, transportes, hotelaria, cafés, restaurantes, segurança e limpeza, Polícia de Segurança Pública (PSP), empresas de apostas, jornais, canais de televisão, rádio, gasolinhas, empresas concessionárias de autoestradas, marcas desportivas, cervejeiras, hipermercados, entregas de comida ao domicílio, tabaqueiras, entre muitos outros.

Na análise das receitas diretas calculadas – 4.118.000 euros – foram contabilizadas todas as receitas diretamente relacionadas com a organização das partidas de futebol. A estimativa analisou o impacto das receitas de bilheteira do Estádio da Luz; os direitos de transmissão assegurados pela Benfica TV mas também difundidos internacionalmente, considerando as transmissões pela internet; a publicidade e as ações promocionais no estádio, a segurança que envolve a contratação de empresas de segurança privada, a PSP que deverá destacar 600



elementos para o Estádio da Luz; a hospitalidade que envolve diversas empresas na prestação destes serviços e, por último, a restauração.

As receitas indiretas associadas ao jogo, e que estão relacionadas com a sua organização, foram calculadas em 21.020.000 euros. Este valor contabiliza a publicidade, as assinaturas da Benfica TV, o acréscimo de vendas de jornais com particular incidência nos meios desportivos, as apostas *on-line*, o *merchandising* em redor dos estádios e nas próprias lojas dos clubes, as deslocações de adeptos, o consumo em casa e na restauração, tendo em conta o fenómeno recente das transmissões pelo canal Benfica TV em cafés e restaurantes e que proporciona um valor elevado do consumo nestes locais onde se replica um pouco o efeito do estádio.

Ficha Técnica do Estudo

O estudo Análise do Impacto Económico do SL Benfica - FC Porto foi elaborado pelo Gabinete de Estudos de Marketing para Desporto do IPAM e coordenado pelo Professor Daniel Sá, Diretor Executivo do IPAM.

A metodologia científica utilizada pelo IPAM neste estudo assenta nos pressupostos do “Modelo de Previsão Económica”, desenvolvido pela UKSport, que analisa o quadro do impacto dos eventos, a tipologia de evento desportivo, os gráficos dos impactos e dos impactos diários, o gráfico das despesas e visitantes e da organização, o gráfico de espectadores e de impacto económico bruto e os padrões de despesa por grupos chave.

O IPAM inovou ainda o estudo ao acrescentar mais e novos elementos de avaliação, que abrangem a definição de seis momentos distintos de impacto do evento, nomeadamente a sua preparação, o estágio, o jogo, a descompressão, o regresso e o rescaldo; a caracterização e quantificação dos indicadores económicos; a relação com a realidade social e económica do país; e a introdução do fator de relação associado ao poder de compra do país.

Foram consultadas as seguintes fontes: Markest, AC Nielsen, Football Insights – APEME, Liga Portuguesa de Futebol Profissional, Cision, FIFA, UEFA, Federação Portuguesa de Futebol, Observatório do Comércio, Football Finance, Fórum Olímpico de Portugal, UEFA, Mastercard, BWIN e Sport TV.



Sobre o IPAM

O IPAM foi fundado em 1984, sendo a mais antiga e a maior escola de Marketing que existe em Portugal. Com um *Campus* no Porto e outro em Lisboa, formou nos seus 30 anos de atividade mais de 9.000 alunos. O IPAM é uma das instituições da rede Laureate International Universities em Portugal que detém ainda a Universidade Europeia e a sua mais recente unidade orgânica, o IADE, pioneiro no ensino do Design.

A Laureate International Universities é líder mundial na oferta de instituições de ensino superior. Com mais de 70 escolas em todos os continentes, recebe mais de 1 milhão de estudantes em todo o mundo e desenvolveu uma rede de professores e investigadores com o objetivo de contribuir para a inovação e produção de conhecimento global.

Dispersas por 25 países, as instituições da rede Laureate oferecem programas de licenciaturas, mestrado e doutoramento em áreas tão distintas como a Arquitetura, Gestão, Turismo, Desporto, Design, Engenharia, Ciências da Saúde, Medicina e Direito, entre outras. A comunidade Laureate acredita no poder transformador da Educação e tem como missão influenciar de forma positiva e duradoura a vida dos seus estudantes, professores e colaboradores: "Quando os nossos estudantes brilham, os países prosperam e as sociedades evoluem".

Para mais informações sobre o IPAM: www.ipam.pt

Para mais informações sobre o Grupo Laureate: www.laureate.net