

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	15
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	31
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	33
ΠΡΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	35

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ	37
1. Η ευρωπαϊκή ποδοσφαιρική αγορά	37
2. Δαπάνες για μεταγραφές κορυφαίων ευρωπαϊκών ομάδων ...	39
3. Προσέλευση στους εντός έδρας αγώνες κορυφαίων ευρωπαϊκών ομάδων	40
4. Αγοραστική αξία κορυφαίων ευρωπαϊκών ομάδων	41
5. Χρέη ομάδων σύμφωνα με την UEFA	42
6. Οικονομικά στοιχεία κορυφαίων ευρωπαϊκών ομάδων	43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	45
1. Χρηματοδότηση/Πηγές εσόδων των αθλητικών εγκαταστάσεων	45
2. Το μάρκετινγκ των αθλητικών εγκαταστάσεων	47
2.1. Marketing mix	48
2.2. Το προϊόν και η «συσκευασία» του προϊόντος	48
2.3. Ο καθορισμός της τιμής	48
2.4. Η διανομή του προϊόντος	49
2.5. Η προώθηση	49
3. Διαφήμιση εγκατάστασης	50
4. Διαφήμιση αθλητικού γεγονότος ή εκδήλωσης	50
5. «Εικόνα» της εγκατάστασης	51
6. Το κοινό των αθλητικών εγκαταστάσεων	51
7. Ο ρόλος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ)	52

8. Ανάπτυξη σημασίας αθλητικών γεγονότων	52
9. Έρευνα Αγοράς	52
10. Το μάρκετινγκ μιας εκδήλωσης	53
10.1. Οι προσδοκίες του κοινού και η ανάγκη για μάρκετινγκ	53
10.2. Το μίγμα του μάρκετινγκ	54
10.3. Κίνητρα και ανάγκες των συμμετεχόντων	56
10.4. Τμηματοποίηση της αγοράς	57
10.5. Η εκδήλωση ως προϊόν	58
10.6. Η ικανοποίηση του επισκέπτη-πελάτη	58
10.7. Η χορηγία των εκδηλώσεων	59

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	63
1. Αθλητισμός και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	63
2. Η εξέλιξη των τηλεοπτικών αθλητικών μεταδόσεων	64
3. Η γιγάντωση των τηλεοπτικών δικαιωμάτων του επαγγελματικού ποδοσφαίρου	66
4. Η ευρωπαϊκή αγορά των τηλεοπτικών δικαιωμάτων ποδοσφαίρου	68
5. Τα μοντέλα πώλησης των τηλεοπτικών δικαιωμάτων επαγγελματικού ποδοσφαίρου	71
6. Το πωλούμενο προϊόν και το επίπεδο πώλησής του	73

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	75
1. Super League	75
1.1. «Γιατί πρέπει να πάτε στο γήπεδο»	80
1.2. Σκοπός	82
1.3. Σημαντικότερα γεγονότα από τη δημιουργία της Super League:	83
1.4. Εταιρική κοινωνική ευθύνη Super League	83
1.5. Εέργειες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της Super League	83
2. Η Ελληνική Ομοσπονδία Ποδοσφαίρου	85
2.1. Σκοποί της Ε.Π.Ο.	86
3. Υφυπουργείο Αθλητισμού	89
3.1. Προτεινόμενο Οργανόγραμμα Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού	91
3.2. Η αποστολή της Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού (Γ.Γ.Α.)	92
3.3. Στρατηγικές, Γενικές Κατευθύνσεις, Κεντρικοί Στόχοι	92
4. Επιτροπή Επαγγελματικού Αθλητισμού	93
4.1. Κεντρικοί Στόχοι της Επιτροπής	93

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ: Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ & ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΣΥΛΛΟΓΩΝ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ FINANCIAL FAIR PLAY	95
1. Τα οικονομικά του επαγγελματικού ποδοσφαίρου	95
2. Ευρωπαϊκό ποδόσφαιρο	102
3. Ο νέος κανονισμός «Financial Fair Play»	106
4. Η οικονομική κατάσταση των ευρωπαϊκών συλλόγων πριν και μετά την υιοθέτηση του «Financial Fair Play»	114
4.1. Ελλάδα	116
4.2. Γερμανία	118
4.3. Ιταλία	119
4.4. Ισπανία	121
4.5. Ηνωμένο Βασίλειο	122
4.6. Εισαγωγή στο Χρηματιστήριο: Επιπτώσεις στα οικονομικά των ποδοσφαιρικών συλλόγων	124
4.7. Νομική μορφή: Επιπτώσεις στα οικονομικά των ποδοσφαιρικών συλλόγων	127
5. Επίλογος-Συμπεράσματα	132

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΤΗΣ ΣΟΥΠΕΡ ΛΙΓΚΑ ΤΟ 2003-2013	135
1. Η Κίνηση των Εισιτηρίων στο Ελληνικό Πρωτάθλημα	138
2. Χρήματα που δαπανήθηκαν για μεταγραφές	147
2.1. Σύγκριση εξόδων μεταγραφών Ελλάδας με τα 5 πέντε μεγαλύτερα ευρωπαϊκά πρωταθλήματα	147
3. Έσοδα ομάδων	151
3.1. Οικονομικό υπόβαθρο Ευρώπης	152
3.2. Ελληνική οικονομία & ΑΕΠ	153
3.3. Ελλάδα & δημοσιονομικό έλλειμμα	154
4. Ομάδες Super League	155
4.1. Ολυμπιακός	155
4.2. Παναθηναϊκός	167
4.3. ΠΑΟΚ	186
4.4. Ατρόμητος	189
4.5. Αστέρης Τρίπολης	192
4.6. ΠΑΣ Γιάννινα	195
4.7. Skoda Ξάνθη	199
4.8. Λεβαδειακός	201
4.9. Πανιώνιος	203
4.10. Πλατανιάς	206
4.11. ΟΦΗ	208
4.12. Πανθρακικός	210

4.13. Βέροια	213
4.14. ΑΡΗΣ	215
4.15. ΠΑΕ Διεθνής Ένωση Εργοτέλης	217
4.16. Απόλλων Σμύρνης	220
4.17. Καλλονή	223
4.18. Παναιτωλικός	225
5. Τα Τηλεοπτικά δικαιώματα του Ελληνικού Ποδοσφαίρου	232
5.1. Η Ελληνική Αγορά των Τηλεοπτικών Δικαιωμάτων	232
5.2. Συμφωνίες τηλεοπτικών δικαιωμάτων	232
6. Οι εμπορική αξία των ομάδων στους χώρους κοινωνικής δικτύωσης	239
6.1. Οικονομικά στοιχεία Super League	240
6.2. Social Media και ομάδες Super League	242

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΤΩΝ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΩΝ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΤΟΝ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΟΣΜΟ	245
1. Ιταλία	245
1.1. Η οικονομική κατάσταση της Lega Calcio	245
1.2. Το μοντέλο πώλησης των τηλεοπτικών δικαιωμάτων στην Ιταλία	246
1.3. Συμφωνίες τηλεοπτικών δικαιωμάτων	246
2. Γαλλία	247
2.1. Η δομή της Ligue 1	247
2.2. Οικονομική κατάσταση της Ligue 1	247
2.3. Συμφωνίες τηλεοπτικών δικαιωμάτων	249
3. Γερμανία	251
3.1. Η δομή της Bundesliga	251
3.2. Η οικονομική κατάσταση της Bundesliga	252
3.3. Συμφωνίες τηλεοπτικών δικαιωμάτων	253
4. Αγγλία	257
4.1. Η δομή της Premier League	257
4.2. Η οικονομική κατάσταση της Premier League	258
4.3. Τηλεθέαση των αγώνων της Premier League και επίδραση της τηλεοπτικής μετάδοσης στην προσέλευση του φίλαθλου κοινού στους εντός έδρας αγώνες	260
4.4. Συμφωνίες τηλεοπτικών δικαιωμάτων	261
5. Νέες τάσεις στη μετάδοση αθλητικών γεγονότων - Ψηφιακή και pay per view τηλεόραση	268
5.1. Αγγλία	268
6. Νέα μέσα στην πώληση του αθλητικού προϊόντος - Διαδίκτυο	269
6.1. Internet και Ποδόσφαιρο	269
6.2. Γαλλία	274
6.3. Γερμανία	275

6.4. Αγγλία	275
7. Το ρυθμιστικό πλαίσιο της πώλησης των τηλεοπτικών δικαιωμάτων	276
7.1. Ιταλία	279
7.2. Γαλλία	279
7.3. Γερμανία	280
7.4. Αγγλία	281
8. Αναδιανομή των εσόδων και ανταγωνιστική ισορροπία	282
8.1. Γαλλία	284
8.2. Γερμανία	285
8.3. Αγγλία	285
9. Παράγοντες που συνυπολογίζονται από τα σωματεία στη διαδικασία λήψης της απόφασης για την πώληση των τηλεοπτικών δικαιωμάτων τους	285
9.1. Τα αναμενόμενα έσοδα των σωματείων	286
9.2. Η προσέλευση φιλάθλων στους εντός έδρας αγώνες των σωματείων	287
9.3. Η τηλεθέαση των εντός έδρας αγώνων των σωματείων	289
9.4. Η προσβασιμότητα των τηλεοπτικών νοικοκυριών στους εντός έδρας αγώνες των σωματείων	289

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ

Η ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΛΟΙΠΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΑ ΜΑΤΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ	291
1. Χαρακτηριστικά των σωματείων βάσει των απαντήσεων των στελεχών	291
2. Προβλήματα στο επαγγελματικό ποδόσφαιρο	295

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ

ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΠΩΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΠΤΙΚΗ ΓΩΝΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ	301
1. Μοντέλα πώλησης και γενικές παράμετροι τηλεοπτικών δικαιωμάτων	302
2. Αξιολόγηση του μοντέλου πώλησης τηλεοπτικών δικαιωμάτων	314
3. Επίδραση του μοντέλου πώλησης των τηλεοπτικών δικαιωμάτων στα έσοδα των σωματείων	315
4. Επίδραση του μοντέλου πώλησης των τηλεοπτικών δικαιωμάτων στην προσέλευση στους εντός έδρας αγώνες των σωματείων	335

5. Επίδραση του μοντέλου πώλησης των τηλεοπτικών δικαιωμάτων στην τηλεθέαση των εντός έδρας αγώνων των σωματείων	339
6. Επίδραση του μοντέλου πώλησης των τηλεοπτικών δικαιωμάτων στην προσβασιμότητα των τηλεοπτικών νοικοκυριών στη μετάδοση των εντός έδρας αγώνων των σωματείων	342
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	347