

# Uloga menadžmenta u Premiershipu kao najpopularnijoj nacionalnoj nogometnoj ligi u Europi

---

Šepac, Fran

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:759703>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom](#).

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE  
ZAGREB**

**FRAN ŠEPAC**

**ZAVRŠNI RAD  
ULOGA MENADŽMENTA U PREMIERSHIPU KAO  
NAJPOPULARNIJOJ  
NACIONALNOJ NOGOMETNOJ LIGI U EUROPI**

**Zagreb, ožujak 2023.**

**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE  
ZAGREB**

**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ  
MENADŽMENT ŠPORTA I ŠPORTSKIH DJELATNOSTI**

**ULOGA MENADŽMENTA U PREMIERSHIPU KAO  
NAJPOPULARNIJOJ  
NACIONALNOJ NOGOMETNOJ LIGI U EUROPI**

**KANDIDAT: FRAN ŠEPAC**

**KOLEGIJ: PROJEKTNI MENADŽMENT**

**MENTORICA: DR. SC. ANA MARKUZ**

**Zagreb, ožujak 2023.**

# SADRŽAJ

SAŽETAK.....	1
ABSTRACT .....	2
1. UVOD .....	3
1.1. Cilj rada .....	4
1.2. Struktura rada .....	4
2. RED IZ KAOSA – KRATKA POVIJEST PREMIER LIGE.....	5
2.1. Format natjecanja .....	6
3. POSLOVNI ASPEKTI .....	8
3.1. Vlasništva .....	8
3.2. Porast važnosti sportskih direktora.....	10
3.3. Sponzorstva .....	14
3.4. Službena partnerstva.....	19
4. PRIJENOS UTAKMICA.....	22
4.1. Televizijska prava.....	22
5. TRANSFER POLITIKA.....	27
5.1. Nogometni agenti .....	28
5.2. Dominantne naknade .....	29
5.3. Manchester City.....	31
5.4. Manchester United.....	32
5.5. Chelsea.....	32
5.6. Liverpool .....	32
5.7. Arsenal.....	33
5.8. Tottenham Hotspur .....	33
6. NAVIJAČI I KULTURA.....	34
7. ZAKLJUČAK .....	37
LITERATURA.....	38
POPIS ILUSTRACIJA.....	41

## SAŽETAK

Nogomet je, kao i ostatak sportske industrije, u suvremenom svijetu iznimno unosan posao. S obzirom na rastuću kvalitetu igrača, trenera, menadžera te sve veću količinu pratitelja i sponzora, opravdanost uključivanja novih sudionika u svijet ovoga sporta zasigurno nije upitna. Svi sportski klubovi imaju dvije osnovne zadaće koje žele ispunjavati iz sezone u sezonu: ostvarivanje sportskih uspjeha i financijskih rezultata. Za sportske uspjehe brinu se igrači i treneri, koji funkcioniraju na operativnoj razini i sudjeluju u svakodnevnom obavljanju zadataka kroz treninge i utakmice, dok su za financijske rezultate zaduženi klupski menadžeri i direktori, koji svoje glavne obveze ispunjavaju za vrijeme prijelaznih rokova, tijekom sklapanja sponzorskih ugovora, u slučajevima nadograđivanja trening centara ili stadiona, u kriznim situacijama, primjerice smjenjivanju i dovođenju novih trenera, te razvijanju odnosa s raznim individualcima i grupama koje u budućnosti mogu biti od koristi klubu. I operativni i visoki menadžeri dužni su funkcionirati u skladu, kako ispunjavanje zadaća ne bi bilo ugroženo te kako bi se klub mogao razvijati u željenome smjeru.

**Ključne riječi:** Nogomet; unosan posao; sportski uspjesi; financijski rezultati

## **ABSTRACT**

Football, like the rest of the sports industry, is an extremely lucrative job in the modern world. Considering the growing quality of players, coaches and managers and a growing amount of fans and sponsors, the justification for the involvement of new participants in the world of this sport is certainly not questionable. All sports clubs have two basic tasks that they want to fulfill from season to season: achievement of sports successes and financial results. Sports successes are taken care of by players and coaches, who function at the operating level and participate in daily tasks through training and matches, while club managers and directors, who fulfill their main obligations during the transfer deadlines, conclusion of sponsorship contracts, in cases like upgrading training centers or stadiums, in crisis situations such as replacing and bringing in new coaches and through developing relationships with various individuals and groups that may benefit the club in the future, are in charge of the financial results. Both operational and top managers are obliged to function in accordance, so that the completion of the tasks is not endangered and clubs can develop in the desired direction.

**Keywords:** Football; lucrative job; sports successes; financial results

## 1. UVOD

Po mnogima najkvalitetnija, a svakako najpopularnija nogometna liga u Europi, engleski Premiership, zasigurno je i jedno od najgledanijih sportskih natjecanja na svijetu. Kako je došlo do toga? Formula je pronađena u kombinaciji odličnog menadžmenta, besprijekornog marketinga i uvjerljive transfer politike. Vrhunski profesionalci, na terenu i izvan njega, svojim radom i eksponencijalnim povećanjem kvalitete privlače ogromnu publiku koja nogometnu igru integrira u kulturu društva i uistinu je pretvara u najvažniju sporednu stvar na svijetu. No, zanimljiva činjenica je da nije uvijek bilo tako. Štoviše, prije otprilike 40 godina, tijekom 1980-ih, nogomet u Engleskoj je kroz percepciju javnosti dotaknuo samo dno. Kako su se uspjeli izvući iz toga i razviti u tako prepoznatljivo sportsko natjecanje bit će elaborirano u nastavku rada. Najveći zaokret u kontekstu interesa javnosti za nogomet u Engleskoj dogodio se tijekom ranih 1990-ih godina kada se donijela odluka o formiranju novog natjecanja koje će, kako je vrijeme pokazalo, kroz samo 30 godina postati jedno od najpopularnijih na svijetu. Zbog specifičnih, otvorenih modela vlasništva i slobodnog ulaganja stranih investitora u klubove, Premier liga nudi drugačiju dimenziju od onih koje imamo prilike vidjeti u primjerice njemačkoj Bundesligi ili španjolskoj La Ligi. Svako novo preuzimanje klubova ostvaruju ulagači iz različitih dijelova svijeta, od Sjedinjenih Američkih Država, do Kraljevine Saudijske Arabije, a iznosi otkupa penju se i do gotovo 5 milijardi eura. S rastom klubova, raste i količina poslovnih obveza, pa tako i broj menadžera odnosno direktora. Oni su ti koji u moderno doba imaju glavnu riječ kada je u pitanju upravljanje klubovima, za razliku od trenera, koji su prijašnjih godina bili kamen temeljac svake uspješne momčadi. Popularnost Premiershipa vidljiva je i u količini prepoznatljivih sponzora, koji klubovima omogućuju ogromnu količinu novčanih sredstava i dovođenje velikih nogometnih zvijezda, a za funkcioniranje lige izuzežno su bitni i službeni partneri, koji sudjeluju u održavanju utakmica i prezentiranju istih navijačima u najvećoj mogućoj kvaliteti. Za optimalan užitak gledanja utakmica brinu se i vodeće sportske televizijske mreže, koje uz prijenose uživo nude i brojne emisije te analize stručnih gostiju, od kojih su većina bivši nogometaši, koji su najveći dio svoga potencijala ispunili upravo nastupajući za klubove Premier lige. Za igrače koji u njoj trenutno nastupaju brinu se poznati nogometni agenti, koji imaju sve veću moć nad klubovima i među najzaslužnijima su za astronomske iznose transfera koji se dogovaraju. Nikako se ne smije podcijeniti ni navijače, jer bez njih Premiership ne bi doživio takvu atraktivnost, a kultura koja ga prati ne bi bila ni približno toliko izražajna.

## 1.1. Cilj rada

Cilj ovog rada je istražiti kako je nastala i započela funkcionirati engleska Premier liga te kako je teкао njen daljnji razvoj u smjeru i opsegu u kakvom je danas poznajemo. Točnije, istražiti kako specifični načini poslovnog upravljanja i vođenja klubova, ugovaranja sponzorskih i televizijskih prava, pristupanja tržištu transfera te uključenosti navijača kroz posjećenost na utakmicama, oblikuju ligu i čine je privlačnom. Nameće se zaključak da je važno stvoriti predodžbu o tome koliko je ona uspješna te da je potrebno istražiti i utvrditi što je to presudno kod ove lige da ona nadmašuje svoje konkurente, tj. ostale najbolje nacionalne nogometne lige u Europi.

## 1.2. Struktura rada

Ovaj je rad sadržajno uređen kroz sedam poglavlja od kojih je prvo *Uvod*, u kojem se daje pregled razmatranja u okviru teme – upravljanja i formule kroz povijest za upravljanje ovom najznačajnijom europskom nacionalnom nogometnom ligom.

Kroz drugo poglavlje, *Red iz kaosa – kratka povijest lige*, razmatraju se počeci lige tijekom 1990-ih godina, proučava njezino nastajanje i formiranje u oblik u kakvom je danas poznajemo, tj. opis njezinog sustava natjecanja gdje se može vidjeti koje uvjete klubovi moraju ispuniti kako bi uopće sudjelovali te one koje moraju ispuniti kako bi ušli u europska natjecanja, ali i njihov sustav relegiranja (ispadanja) odnosno ulaska u ligu.

Predmet trećeg poglavlja, *Poslovni aspekti*, elaborira strukturu vlasništva, sponzorstva i partnerstva, a na njega se nadovezuje i četvrto, *Prijenosi utakmica*, gdje se razmatraju udjeli u televizijskoj gledanosti koji postaju sve važniji faktor rasta prepoznatljivosti lige.

U *Transferu politika*, petom poglavlju, obrađuje se uloga nogometnih agenata u popularizaciji sporta, a u šestom poglavlju, *Navijači i kultura*, raspravlja se o društvenoj odgovornosti lige prema zajednici u Engleskoj te ljudima koji ovaj sport čine najpopularnijim na svijetu, a to su navijači.

U *Zaključku* se obrazlažu njezine pozitivne i negativne strane te se pretpostavlja u kojem bi se smjeru mogla kretati u doglednoj budućnosti.

Na kraju se nalaze popis literature, koji sadrži izvore korištene za ovaj rad, što su prije svega stručni i znanstveni članci te knjige iz područja upravljanja, a posebice samog menadžmenta sporta, te popis ilustracija.



## 2. RED IZ KAOSA – KRATKA POVIJEST PREMIER LIGE

Engleska Premier liga, popularno zvana „Premiership“<sup>1</sup>, najviši je rang natjecanja u toj državi koji predstavlja vrhunac sportske izvrsnosti kojom se ponosi cijelo Ujedinjeno Kraljevstvo (UK). Objektivno gledajući, liga je relativno mlada, a nastala je kao odgovor na nagli pad popularnosti i značaja sporta u UK-u tijekom 1980-ih godina. Brojni engleski stadioni bili su zanemarivani i nezbrinuti. Travnjaci se nisu propisno uređivali i navodnjavali, tribine su bile zastarjele i oronule, a elektronika prikaza rezultata često je zakazivala i ostavljala gledatelje zbunjenima. Mnogi klubovi bili su izbačeni iz europskih natjecanja zbog katastrofe koja je zadesila Heysel stadion u Bruxellesu tijekom odvijanja turnira Europskog kupa 1985. godine. Tada je, naime, 39-tero ljudi izgubilo život, a još njih 400 bilo je ozlijeđeno kada se dio navijača našao toliko pritisnut uza zid koji se jednostavno urušio u finalnoj utakmici između Juventusa i Liverpoola, a sve je kulminiralo kada su navijači Liverpoola nasrnuli prema navijačima Juventusa. Svi engleski klubovi izbačeni su na pet godina iz Europe, a ionako „razbojnička“ reputacija njihovih navijača dodatno se pogoršala (Backhouse, 2022.). U tom je razdoblju Football League (tadašnje ime lige još od 1888.) značajno zaostajala za ostalim vrhunskim europskim ligama, poput španjolske i talijanske, a rezultat toga bile su velike migracije najboljih engleskih nogometaša izvan UK-a. No, početkom 1990-ih stvari su se počele mijenjati nabolje nakon što je reprezentacija Engleske stigla do polufinala Svjetskog prvenstva 1990. godine u Italiji. Posljedično, krovna europska nogometna organizacija UEFA ukinula je zabranu sudjelovanja u europskim natjecanjima njihovim klubovima. Nakon toga je engleski nogomet doživio rapidan rast i postao jedno od najgledanijih sportskih natjecanja na svijetu. Naposljetku, došao je 20. veljače 1992. godine, odnosno datum rođenja Premier lige, kada su 22 kluba napustila tadašnju Football League, a zatim je tri mjeseca kasnije, točnije 27. svibnja 1992. službeno uspostavljen Premiership. Samo nastajanje je započelo već od listopada 1990. godine, kada se direktor glavne televizijske mreže u Londonu, London Weekend Television, Greg Dyke, susreo s predstavnicima klubova tadašnje „Velike Petorke“, koju su činili Arsenal, Everton, Liverpool, Manchester United i Tottenham Hotspur. Naime, dok je postojala Football League, novac od TV prava bio je ravnopravno raspoređivan kroz sve tri divizije natjecanja. Dykeov plan bio je da se uspostavi nova liga odnosno novi sustav u kojem će veći klubovi u državi biti izloženiji na nacionalnoj televiziji i tako imati veći udio u sredstvima od TV prava. Već tijekom osnivanja postojala je namjera da se broj klubova smanji na 20 kako bi se povećala sveukupna kvaliteta natjecanja te razvoj igrača na klupskoj i

---

<sup>1</sup> Naziv potječe iz 1993. sklapanjem sponzorstva Premier lige s britanskim proizvođačem piva Carling

reprezentativnoj razini. To se ostvarilo na kraju sezone 1994./1995., kada su četiri tima bila relegirana iz lige, a samo dva promovirana. Zanimljivo je da danas u natjecanju sudjeluje 12 klubova od početnih 22, a uz već spomenutu „Veliku Petorku“ jedino još Chelsea nije nijednom ispao u niži rang. Prve sezone prvaci su bili igrači Manchester Uniteda, što je prikazano u Tablici 1. – Poredak momčadi na kraju prve sezone Premier lige (Bettingsites, 2022.). Time su prekinuli 26-godišnju „sušu“ odnosno razdoblje bez osvojene titule engleskog prvaka, a momčad legendarnog Sir Alexa Fergusona imala je 10 bodova prednosti ispred drugoplasirane Aston Ville. Prvi pogodak novonastale lige zabio je igrač Leeds Uniteda, Brian Deane (Lewis, 2022.).

*Tablica 1. - Poredak momčadi na kraju prve sezone Premier lige*

Position	Team	Points	Played	Wins	Draw	Loss	GD
1	Manchester United	84	42	24	12	6	36
2	Aston Villa	74	42	21	11	10	17
3	Norwich City	72	42	21	9	12	-4
4	Blackburn Rovers	71	42	20	11	11	22
5	Queens Park Rangers	63	42	17	12	13	8
6	Liverpool	59	42	16	11	15	7
7	Sheffield Wednesday	59	42	15	14	13	4
8	Tottenham Hotspur	59	42	16	11	15	-6
9	Manchester City	57	42	15	12	15	5
10	Arsenal	56	42	15	11	16	2
11	Chelsea	56	42	14	14	14	-3
12	Wimbledon	54	42	14	12	16	1
13	Everton	53	42	15	8	19	-2
14	Sheffield United	52	42	14	10	18	1
15	Coventry City	52	42	13	13	16	-5
16	Ipswich Town	52	42	12	16	14	-5
17	Leeds United	51	42	12	15	15	-5
18	Southampton	50	42	13	11	18	-7
19	Oldham Athletic	49	42	13	10	19	-11
20	Crystal Palace	49	42	11	16	15	-13
21	Middlesbrough	44	42	11	11	20	-21
22	Nottingham Forest	40	42	10	10	22	-21

*Izvor: <https://www.bettingsites.co/sports/football/premier-league/>, pristupljeno 15.01.2023.*

Osnovana još 1888. godine, Football League postoji i danas, ali u drugačijem obliku te sadrži 72 kluba koji su podijeljeni na tri divizije: Championship, League One i League Two. Iako je prestala biti najviši natjecateljski nogometni rang 1992., može se ponositi titulom najstarijeg ligaškog natjecanja u povijesti nogometa (Lewis, 2022.).

## **2.1. Format natjecanja**

Premier liga predstavlja sami vrh engleskog nogometa u kojoj se 20 momčadi bori za slavu i čast, odnosno naslov engleskog prvaka. S obzirom na činjenicu da se u njoj natječu mnogi klubovi, a igrače i trenere se drži među najboljima u tom sportu, Premiership je najgledanija sportska liga na svijetu, koju prati oko milijardu ljudi raspoređenih u čak 188 zemalja (Lewis,

2022.). Uobičajeno, sezona traje od kolovoza do svibnja, sve ekipe međusobno igraju dva puta, jednom kod kuće i jednom u gostima, što dovodi do brojke od 380 utakmica po sezoni. Kao i u svim ostalim nogometnim natjecanjima pobjeda u utakmici donosi 3 boda, neriješen ishod 1 bod, poraz 0 bodova, a momčad s najviše sakupljenih bodova nakon 38 odigranih utakmica okrunjena je prvakom Engleske. Posljednja tri tima na kraju sezone bivaju relegirani u Championship, tj. drugi rang engleskog nogometa. Vezano na to, prve tri ekipe iz Championshipa ulaze u Premier ligu i to na način da prve dvije ulaze izravno, a treća se bori kroz dodatni playoff sustav.<sup>2</sup> Ako više klubova završi sezonu s istim brojem bodova, pozicija svakog pojedinog dodatno se određuje na temelju gol razlike, a ako ni to nije dovoljno za poredak, još se može temeljiti i na broju postignutih pogodaka. Ako se momčadi i dalje ne mogu rangirati, dodjeljuje im se ista pozicija. Od 1992. sedam klubova bilo je okrunjeno naslovom prvaka Engleske: Manchester United, Manchester City, Chelsea, Arsenal, Liverpool, Blackburn Rovers i Leicester City (Lewis, 2022.). Manchester United je najuspješnija momčad s 13 naslova u 30 sezona, uključujući i posljednju 2021./2022. Najzbudljivijom sezonom moglo bi se proglasiti sezonu 2011./2012., kada je prvak odlučen boljom gol razlikom nakon što je Sergio Agüero postigao dobro poznati pogodak u sudačkoj nadoknadi u posljednjoj utakmici sezone i donio Manchester Cityju njihov prvi naslov. Arsenalovi „The Invincibles“ (od engl. „Nepobjedivi“) tada pod vodstvom Arsènea Wengera, jedini se mogu pohvaliti kompletiranjem sezone bez ijednog poraza, a zasigurno najiznenađujući naslov osvojio je Leicester City u sezoni 2015./2016., kada su ispisali jednu od najnevjerojatnijih sportskih priča u povijesti. Unatoč tome što su im kladionice prije početka sezone davale šanse za osvajanje naslova od 5000/1 te što su sezonu ranije bili na rubu ispadanja iz Premier lige kada su relegaciju izbjegli za samo 6 bodova, igrači Claudija Ranierija ispunili su dječjačke snove i osvojili dugo priželjkivani trofej. Manchester City je aktualni prvak iz sezone 2021./2022., a dominaciju momčadi Pepa Guardiole potvrđuje činjenica da su osvajali ligu četiri puta u razdoblju od 2018. do 2022. Ukupno je 50 momčadi nastupilo u Premiershipu s time da je Brentford posljednji debitant koji je u prošloj sezoni 2021./2022. ušao u najviši rang engleskog nogometa prvi put nakon 1947. godine. Uvijek je najveća borba za pozicije koje odvođe klubove u Europu, a u sezoni 2022./2023. prva četiri će se kvalificirati u grupnu fazu UEFA Lige prvaka, dok će peti izboriti mjesto u grupnoj fazi UEFA Europske lige (Lewis, 2022.).

---

<sup>2</sup> Uključuje dvije polufinalne i jednu finalnu utakmicu u kojima sudjeluju timovi koji su završili na trećem, četvrtom, petom i šestom mjestu u regularnom dijelu sezone

### 3. POSLOVNI ASPEKTI

Ključni elementi Premier lige koji joj omogućuju kontinuirano podizanje popularnosti i kvalitete pronalaze se u organizacijskim strukturama klubova i znakovitoj marketinškoj privlačnosti. Investicije stranih ulagača i sponzora veliki su dio razloga zašto je Premiership vodeća nacionalna liga Europe te pokazuju koliko je u moderno doba snažan utjecaj internacionalizacije na sport.

#### 3.1. Vlasništva

Po tipu vlasništva nogometnih klubova prepoznaju se tri ključna oblika: vlasništvo domaćih investitora, vlasništvo stranih investitora i vlasništvo putem dionica. S vremenom, zbog problema oko vrijednosti dionica i upravljačkih ciljeva model vlasništva putem dionica drastično se smanjio i u potpunosti su ga zamijenila druga dva oblika. Strane investitore privlači intenzivna komercijalizacija industrije. Nastavno, troškovi klubova su se s godinama drastično povećali, a to je, pak, dovelo do nemogućnosti tradicionalnih vlasnika da pružaju dovoljne količine financijskih sredstava kako bi klubovi ostvarivali željene rezultate. Osim samog sudjelovanja, onima koji su tradicionalno u samome vrhu bitan je i „ideal trofeja“, odnosno osvajanja naslova koji skreće dodatnu pozornost novim sponzorima, a one postojeće podiže u očima javnosti, tj. donosi bolju reputaciju vlasnicima. Također, značaj televizijskih prava i mogućnost globalnog širenja nogometa kroz prijenose utakmica uživo u velikom broju država za sobom povlače osjetne prihode i čine jedan od ključnih koraka prema ostvarivanju dobiti (Hamil & Chadwick, 2010.).

Ipak, ekonomski podaci pokazuju kako su klubovi Premiershipa pod snažnim utjecajem velikih dugova<sup>3</sup>, a što dovodi do paradoksa da s većim prihodima klubovi ostvaruju lošije financijske rezultate. Diljem Europe postoji nesrazmjer između prihoda i troškova klubova iz najboljih europskih liga. Rezultati određenih izvješća koja opisuju financijsku stabilnost klubova, dali su detaljne opise neravnoteže između prihoda i troškova u odnosu na vlasništvo i poziciju u ligi. Primjerice, Wilson i Plumley (2011.) su koristili pet pokazatelja koji određuju ekonomski učinak klubova, kao što su rast, profitabilnost, povrat na uloženi kapital, likvidnost i obrambeno pozicioniranje. Svaki je klub rangiran s obzirom na financijske rezultate te je kreirana tablica kasnije uspoređena s tablicom sportskih rezultata u natjecanju. Istraživanje je pokazalo kako ne postoji nikakva sustavna poveznica između financijske učinkovitosti i

---

<sup>3</sup> Gotovo 3 milijarde britanskih funti 2010. godine (Wilson & Plumley, 2011.)

sportske učinkovitosti, tj. klubovi koji su uspješniji u ekonomskom smislu nisu nužno i uspješniji po rezultatima, ali i obratno. Dakle, dokazano je da ne postoji jasna veza između strukture vlasništva i ostvarivanja sportskih rezultata (Wilson & Plumley, 2011.).

Kada se, pak, govori o vlasništvu najboljih klubova Premiershipa svakako treba započeti s poznatim ruskim oligarhom Romanom Abramovičem, bivšim vlasnikom nogometnog kluba Chelsea, koji je „težak“ otprilike 12,5 milijardi eura. Klub je preuzeo 2003. godine i smatra se glavnim krivcem za pokretanje trenda kupovanja klubova od strane milijardera. Uz to, bio je izrazito kritiziran zbog sudjelovanja u pokretanju propalog pokušaja formiranja Superlige 2021<sup>4</sup>. No, unatoč svim tim kritikama Chelsea je u njegovom mandatu osvojio 18 trofeja uključujući dvije Lige prvaka. Abramovič je u travnju 2022. zbog invazije Rusije na Ukrajinu izgubio kontrolu nad klubom, nakon što mu je britanska vlada zamrzнула imovinu, a vlasništvo je u svibnju 2022. preuzeo američki milijarder Todd Boehly u otkupu vrijednom 5,4 milijardi američkih dolara (Porterfield, 2022.). Nadalje, vlasnik Manchester Cityja, Mansour bin Zayed al Nahyan, bolje znan pod imenom Sheikh Mansour, zamjenik je premijera UAE-a i član kraljevske obitelji Abu Dhabija. Njegova neto vrijednost iznosi oko 19 milijardi eura, klub je preuzeo 2008. godine, a Man City je pritom osvojio 14 naslova (The Athletic UK Staff, 2022.). Osim Cityja posjeduje još nekoliko nogometnih klubova diljem svijeta, a njegova vlasništva su često etiketirana kao pokušaj UAE-a da ostvari politički utjecaj kroz sport. Američka obitelj Glazer, uz vlasništvo nad momčadi američkog nogometa Tampa Bay Buccaneers, 2003. je kupila udio u Manchester Unitedu. Do 2005. njihova tvrtka Red Football ostvarila je udio od 98% (The Athletic UK Staff, 2022.). Preuzimanje je bilo financirano uglavnom putem kredita, što je dovelo klub u velike dugove, a navijače do masovnog prezira prema vlasnicima. United nije osvojio ligu od 2013., a nezadovoljstvo navijača povećalo se, također, prilikom pokušaja osnivanja Superlige. John Henry i Tom Werner, koji uz Boston Red Soxve većinski posjeduju i Liverpool, preuzeli su ga krajem 2010. od Toma Hicksa i Georgea Gilletta Jr., koji su bili snažno kritizirani od strane navijača zbog dugova, lošeg ophođenja sa stručnim stožerima i neuspjavanja izgradnje novog stadiona. Pod novim vlasnicima Liverpool je 2020. osvojio svoj prvi ligaški naslov nakon 20 godina. Stan Kroenke, američki milijarder, djelomični je vlasnik Arsenala od 2007., a njegova neto vrijednost procjenjuje se na oko 6 milijardi eura.<sup>5</sup> Udio u vlasništvu povećao je 2018. na čak 90% u poslu vrijednom 700 milijuna eura (The Athletic UK Staff, 2022.). Uz mušku i žensku

---

<sup>4</sup> Zatvoreni tip natjecanja, u kojem bi sudjelovalo 12 najvećih nogometnih klubova na svijetu (uz još nekoliko koji bi dobili pozivnicu), koje bi im omogućilo dodatno povećanje prihoda (Panja & Smith, 2021.)

<sup>5</sup> Supruga mu je nasljednica lanca supermarketa Walmart, a posjeduje i poduzeće za nekretnine

momčad Arsenalu posjeduje još nekoliko ekipa američkog nogometa i košarke. Vlasnici londonskog kluba Tottenham Hotspur su Joe Lewis, s neto vrijednosti od oko 5 milijardi eura, te Daniel Levy, suvlasnik kluba od 2001., ali i najdugovječniji predsjednik neke premijerligaške momčadi. Obojica imaju udio u kompaniji ENIC International koja ima 80% vlasništva nad Tottenhamom. Uz sve njih treba još spomenuti i nedavno preuzimanje kulturnog kluba Newcastle United, kojega je otkupila grupa investitora iz Saudijske Arabije koju vodi Javni Investicijski Fond te grupacije PCP Capital Partners i RB Sports&Media. Njihova neto vrijednost procjenjuje se na vrtoglavih 350 milijardi eura, a momčad su preuzeli od sportskog direktora Mikea Ashleyja koji je 2021. klub napustio nakon dugih 14 godina. Zaključno, u rasprave o vlasništvima uključuje se i britanska vlada, koja pokušava uvesti njemački model u kojem bi 51% udjela pripadalo navijačima. No, ekonomski stručnjaci upozoravaju da taj model ne može uspjeti u Engleskoj, ali nude rješenje u obliku tzv. „zlatnog udjela“, kojim bi se predstavnicima navijača dodijelilo mjesto za upravljačkim stolom i spriječili budući tajni dogovori čelnika klubova o apstraktnim idejama, kao što je bila ona o jedinstvenoj europskoj Superligi (The Athletic UK Staff, 2022.).

### **3.2. Porast važnosti sportskih direktora**

Nogomet u Engleskoj jedan je od posljednjih sportova u kojem se mogla osjetiti autonomija trenera. U godinama prošlog stoljeća i s početka trenutnog jasno je bilo vidljivo čija je riječ posljednja i tko ima najveći autoritet. Jedan od tih posljednjih velikana, Arsène Wenger, pred odlazak s klube Arsenalu u svibnju 2017. osvrnuo se na odluku kluba da postavi novog nogometnog direktora rekavši kako ne razumije kakvu moguću ulogu bi taj čovjek trebao imati u klubu te da je on menadžer i dokle god će obnašati tu funkciju odlučivat će o svemu što se događa na tehničkom planu (Olley, 2021.). Njegov otpor promjenama bio je rezultat dugotrajne frustracije zbog postepene erozije njegova autoriteta, koju su donositelji važnih odluka iznad njega opravdavali s namjerom moderniziranja kluba, a uslijed postupnog pada rezultata. Bila je to interna odluka koja je završila Wengerovim odlaskom s klube 2018. No, pogleda li se šira slika, njegovo umirovljenje, nakon što je Sir Alex Ferguson već 2013. napustio Manchester United, značilo je odlazak zadnjeg istinski autokratskog menadžera u zaborav. Nakon toga, najbolji primjer koliko poteškoća su engleski klubovi morali iskusiti ako su htjeli implementirati ovakav sustav bio je onaj Arsenalu kada je odlučio odstupiti od trenera koji će nadgledati sve aspekte na operativnoj razini te se posvetiti hijerarhijskom načinu djelovanja s devet novih voditelja raznih odjela, od kojih je tada Wenger postao jedan od njih. Eksperimentirali su i razne titule, koje bi njihov posao nosio pa je tako Wenger bio

„menadžer“, Unai Emery, njegov nasljednik na klupi, „glavni trener“, a Mikel Arteta, koji i danas obnaša tu funkciju, koji je također počeo kao „glavni trener“, ali se naposljetku vratio u ulogu „menadžera“. Iz svih je previranja vidljivo i može se zaključiti da se Premiership, iako je najgledanija i najunosnija nacionalna liga na svijetu, i dalje prilagođava sustavu koji je u ostatak Europe uveden još davnih dana. U današnje doba trener više nije osoba koja će isključivo određivati ili stvarati misiju, viziju i kulturu momčadi. Klubovi ciljano grade mehanizam koji će biti otporan na volju jednoga čovjeka i temeljen na dugotrajnim vrijednostima koje žele zastupati. O manjku razumijevanja uloge sportskih direktora govori i David Webb, koji je u svojoj karijeri obnašao brojne dužnosti u raznim klubovima: bio je direktor nogometnih operacija u Huddersfieldu, direktor elitne potencijalne identifikacije pod Mauricijom Pochettinom u Tottenhamu te tehnički direktor u Ostersunds u Švedskoj (Olley, 2021.). On vjeruje da je jasnoća pozicije najveći problem. Za primjer je objasnio situaciju kada je razgovarao s predstavnicima kluba iz Championshipa, drugog razreda engleskog nogometa, o poziciji sportskog direktora. Po njemu, ni ljudi iz kluba nisu u potpunosti znali objasniti kakvu bi ulogu imao, što bi ona značila te kako bi se preklapala s njihovim postojećim menadžerskim sustavom. U suštini, posao je bio isti kao onaj kojeg je obavljao u Huddersfieldu gdje je bio na poziciji direktora nogometnih operacija, no u ovome, kao i mnogim drugim slučajevima, ta pozicija često je nosila naziv sportskog ili tehničkog direktora. Stoga je prepoznato da je najvažnije transparentno objasniti navijačima tko vodi klub i kakvu ulogu ima, a same titule manje su bitne. Ostale momčadi također imaju ovakve probleme, samo u drugim verzijama. Primjerice, Evertonov nogometni direktor, Marcel Brands, morao je napustiti svoju poziciju jer se nije slagao s dovođenjem trenera Rafaela Beníteza, s kojim je imao vrlo napet odnos kratko vrijeme koje su radili zajedno ili postavljanje Nuna Espírita Santa na klupu Tottenhamu u ljeto 2021. koje je podiglo veliku medijsku prašinu, a samo da bi ga otpustili nakon 17 utakmica po dolasku Fabija Paraticija kao novog nogometnog direktora uz predsjedavajućeg Daniela Levyja. U studenom 2021. katastrofalan kraj glavnog trenera Man Uniteda, Olea Gunnara Solskjæra, doveo je klub u situaciju potpunog restrukturiranja njihove dugoročne strategije. To je bio i jedan od faktora koji je privukao njegovog zamjenika, Ralfa Rangnicka, usred sezone. Obećana mu je pozicija savjetnika kluba na dvije godine, nakon trenerske uloge, a tijekom kojih je trebao pomoći u donošenju bitnih odluka koje su bile pod konstantnim kritikama još od odlaska Sir Alexa Fergusona 2013. Razumijevalo se da je uistinu važno da klub bude transparentan, kako bi se lakše uspostavila snažna veza s navijačima i da bi oni razumjeli tko je za što odgovoran. Nakon toga, započelo je stvaranje filozofije kluba i skidanje dodatnog pritiska s trenera i to na

način da su oni „glavno lice“, predstavljaju stil i ugled momčadi, ali u konačnici su samo prolaznici koji bi trebali učiniti sve što mogu da povedu klub u traženom smjeru, a ako ostvare željene rezultate znači da je sportski direktor uspio održati zdrav krvotok unutar kluba i pronaći trenera koji će prenijeti filozofiju kluba na svoje igrače. Na službenoj web stranici lige iznad glavnih trenera ili menadžera svakog kluba prikazano je do pet osoba koje obavljaju značajne uloge tehničkih direktora, izvršnih direktora, predsjednika pa čak i tajnika.<sup>6</sup> Gotovo svi imaju drugačiju poziciju, a to, prema mišljenju brojnih navijača, stvara nepotrebnu zbuđenost oko toga tko što radi (Olley, 2021.). Nogometni sudirektor Brentforda, Phil Giles, smatra kako je sve samo stvar imenovanja te da su sportski direktor, tehnički direktor ili nogometni direktor više-manje ista pozicija te da je do svakog pojedinog kluba kako određena varijanta funkcionira, tko kome odgovara i kakav je definiran odnos s upravom. Ipak, po njemu, jedno je jasno: sportski je direktor taj koji bi trebao odlučivati o imenovanju trenera (Olley, 2021.). Prednost je u tome da se tada može formirati snažna veza i postaviti jasni ciljevi pred trenere te da i oni znaju u što se upuštaju, kada preuzimaju trenirati igrače. Giles je jednom prilikom detaljno opisao šestogodišnju suradnju s Rasmusom Ankersenom, bivšim nogometnim sudirektorom, i trenerom Thomasom Frankom, te kako su srednjerazredni klub iz Championshipa doveli do Premier lige 2020. Objasnio je kako su svi imali precizno određene zadatke i obveze. Frank se brinuo za svakodnevne treninge, menadžment igrača i sve ostale operativne zadatke u trening centru, dok su Ankersen i Giles radili na izgradnji kluba, ugovorima, imidžu i privlačenju novih igrača i trenera. Razjasnio je kako su njih dvojica veoma različiti individualci. Ankersen je ekstrovert, željan razgovora s ljudima i stvaranja kontakata te uvijek gleda dugoročno. S druge strane, Giles inzistira na obavljanju svakodnevnih operacija unutar klupskih postrojenja te svoje zadatke uglavnom odrađuje u uredu bez previše interakcije s drugima. Oni su zapravo upravljali njihovim trening centrom na višoj razini i izvan prijelaznog roka uglavnom su bili fokusirani na građenju temelja kako bi ideja vlasnika kluba, Matthewa Benhama, bila integrirana i ostvarena. On je imao jasne koncepte, a oni su bili arhitekti koji su nastojali te koncepte pretočiti u stvarnost. Pred svaku sezonu kreirali su dokument u kojem su objasnili strategiju s ciljevima i zadacima, a tijekom sezone nastojali su te ciljeve, zajedno s ostalim osobljem i stručnim stožerom, ispuniti. Krajem 2021. Ankersen je odlučio napustiti klub kako bi osnovao vlastitu sportsku agenciju, a Giles je sada jedini nogometni direktor Brentforda (Olley, 2021.). Dodatna posljedica tog neučinkovitog prijelaza uzrokovana je bila nedostatkom domaće radne

---

<sup>6</sup> Utjecaj američkog vlasništva, primjerice braće Glazer u Manchester Unitedu



snage koja bi obavljala navedene funkcije, a vrhunski klubovi nastavljaju tražiti iskusnije strane direktore i ne oslanjaju se toliko na bivše igrače (kao npr. nizozemski Ajax s Edwinom van der Sarom ili njemački Bayern s Hasanom Salihamidžićem). Tako u Arsenalu poziciju tehničkog direktora zauzima Brazilac Edu Gaspar, Chelsea je u prosincu 2022. doveo bivšeg skauta RB Leipziga, Nijemca Christophera Vivella, Tottenhamovu transfer politiku i sve važnije odluke provodi Talijan Fabio Paratici, a Man City se već cijelo desetljeće uvelike oslanja na Španjolca Txikija Begiristaina. Iznimke su Darren Fletcher u Man Unitedu, koji je većinu karijere proveo u Engleskoj, iako je doduše Škot, kao i Julian Ward, koji je, uz to što već deset godina obavlja razne funkcije u Liverpoolu, i rođen u tom gradu. Potvrđuje to i Webb (Olley, 2021.), koji je u Premier ligu došao s Bournemouthom i zadržao se ondje pet sezona, a prema kojemu postoji određena diskriminacija prema Englezima na tim položajima zbog europske kulture koju su nametnuli Talijani, Nijemci, Španjolci, Francuzi i Nizozemci. Oni takav sustav imaju puno duže od Britanaca koji se i dalje nastoje odvojiti od trenerske autokracije. Zanimljivo, i Webb i Giles imali su vrlo netradicionalan put do pozicija tehničkih direktora. Prvi je radio u školi i oglašavačkom poduzeću te putovao Europom u nadi da iskusi i nauči različite metode treniranja. Čak petnaest intervjua odradio je prije nego ga je zaposlio Crystal Palace. Drugi je imao intervju s investicijskim fondovima prije nego što se priključio Smartoddsu, poduzeću vlasnika Brentforda Matthewa Benhama, gdje je započeo kao sportski analitičar i prikupio dragocjeno iskustvo koje mu pomaže u borbi s trenutnim izazovima (Olley, 2021.). Kada se govori o upravljanju u sportu, govori se o upravljanju sportašima i sportskim organizacijama teorijskim znanjem i praktičnim vještinama. One se temelje na sposobnostima menadžera da u svakom trenutku iskorištava dolazne informacije kako bi mogao efikasno planirati, komunicirati, delegirati i donositi odluke. U Premiershipu je količina tih informacija ipak prevelika za samo jednog menadžera, tako da je potrebno formirati cijele menadžerske timove čiji članovi imaju različite vještine i znanja. Dakako, za uspjeh klubova na poslovnoj razini nije važan broj članova, ako su zadaci koje oni obavljaju efikasno ispunjeni. Za ulogu direktora postoje određene kvalifikacije koje je poželjno imati ili ispuniti, primjerice potrebno je položiti dvogodišnji tečaj koji organizira Engleski nogometni savez i to razinu 5 za tehničke direktore, koja uključuje samo kandidate koji već obavljaju tu funkciju ili one koje odabere određeni klub ili savez, jer prema njima ima potencijal da zauzme tu poziciju unutar sljedeće tri godine (Olley, 2021.). Uspjesi direktora ovise o mnogočemu, iako su pod najvećim povećalom tijekom prijelaznih rokova. Oni su pravi upravitelji klubova i shodno tome nose najveću odgovornost te moraju ispunjavati brojne uvjete i kvalifikacije kako bi mogli djelovati i u najnepovoljnijim situacijama. Iako u

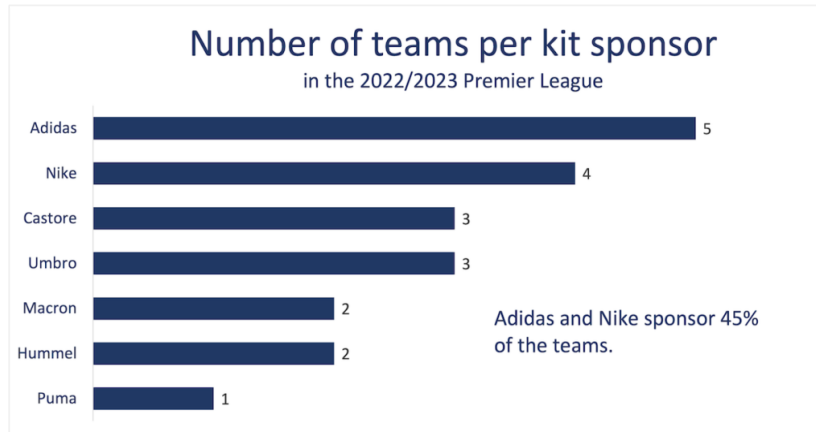
porastu, broj direktora daleko sporije raste u odnosu na broj posrednika od 2015. kada je FIFA deregulirala način proboja u industriju. Procjena je da je od 400 do 500 agenata operiralo u Engleskoj prije odluke da nisu potrebne nikakve službene kvalifikacije ili prijamni ispiti. Prve godine (2016.) taj broj je porastao na 2 000, a 2021., kada je Savez objavio popis registriranih zastupnika u Engleskoj, taj dokument protegnuo se na čak 54 stranice (Olley, 2021.). Kada se govori o sklapanju igračkog ugovora vrlo je važna uloga agenta. Prilikom sklapanja ugovora najjednostavniji slučajevi su oni u kojima igrača zastupa samo jedan agent kojemu on u tom slučaju plati određeni postotak. Ipak, često se događa da direktori, nakon što odrade skauting, tehničko i taktičko profiliranje te svu papirologiju, misleći da je jasno s kime trebaju sklopiti posao, nalete na više različitih predstavnika kojima je igrač dao ovlast da zastupaju njegove interese. To mogu tvrditi primjerice član obitelji, prijatelj, agencija ili individualni agent i svatko od njih će tražiti naknadu od sklopljenog posla. Tada se ponekad u potpunosti odustane od dogovora, jer sve postane prekomplikirano. Klubovi, naravno, ne žele plaćati višestruke iznose, a agenti često ne pristaju na podjelu naknade. Potonje je zaista samo jedan od ilustrativnih primjera kako obavljanje posla tehničkog/sportskog/nogometnog direktora nikako nije jednostavno (Olley, 2021.).

### **3.3. Sponzorstva**

Konstantno pojavljivanje na europskoj sceni, sposobnost pobjeđivanja u najvećim utakmicama i široki kadar popularnih igrača predispozicije su za ogromnu bazu navijača i stalnu prisutnost na društvenim mrežama i u medijima. To pokazuje kako iako neke od tih momčadi u posljednje vrijeme ostvaruju nezadovoljavajuće rezultate, njihova komercijalna privlačnost i dalje je izrazito dominantna u odnosu na ostale klubove. Upravo to im omogućuje privlačenje bogatih sponzora iz širokog spektra tržišta, a velike prihode od komercijalizacije ostvaruju jer uspijevaju izvući vrijednost iz partnerskih ugovora koje sklapaju, a uz to uspijevaju i monetizirati vrijednosti njihovih brendova. Procjena je da su u sezoni 2021./2022. klubovi zaradili 1,3 milijarde eura prihoda od sponzorstava, a 81% tog iznosa otišlo je na „Veliku Šestorku“ (Manchester United, Manchester City, Arsenal, Chelsea, Liverpool i Tottenham). Primarni faktor tih prihoda su „kit deals“, tj. ugovori kojima se sponzori eksponiraju na dresovima, a njihova vrijednost je otprilike 500 milijuna eura. Manchester United tako ostvaruje najveće prihode sa zaradom od skoro 90 milijuna eura po sezoni koje im isplaćuje njemački div Adidas. Upravo Adidas, uz Nike, već godinama dominira kao glavni dobavljač dresova, a kao što prikazuje Slika 1. – Broj momčadi po pojedinim dobavljačima dresova u sezoni 2022./2023. (Score and Change, 2022.), slijede ih

britanski proizvođač Castore, koji se tek prošle sezone probio na tržište, Umbro, Macron, Hummel i Puma koja dresovima opskrbljuje Manchester City (Score and Change, 2022.).

*Slika 1. - Broj momčadi po pojedinim dobavljačima dresova u sezoni 2022./2023.*

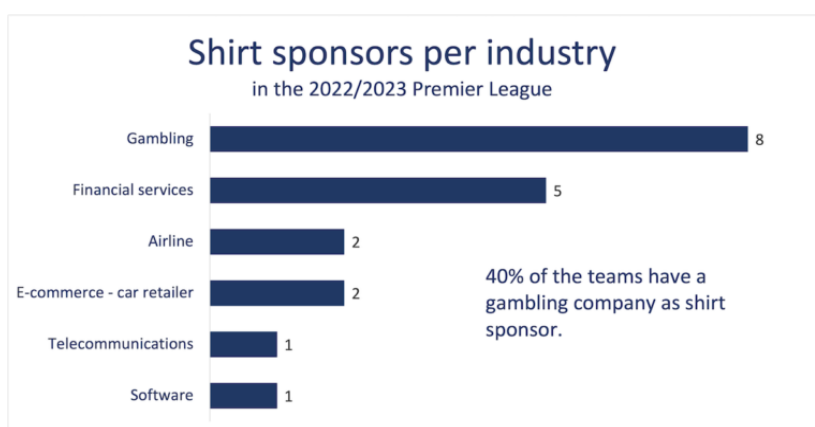


*Izvor: <https://www.scoreandchange.com/overview-of-the-2022-2023-premier-league-sponsors/>, pristupljeno 18.01.2023.*

U sezoni 2022./2023. sedam sportskih brendova sudjeluje u sponzorstvima premijerligaških momčadi ove sezone, a pad je to s prošlogodišnjih deset. 2020./2021. sudjelovalo ih je također sedam, 2019./2020. osam, a 2018./2019. samo šest. Listu predvodi Adidas s pet momčadi, uključujući trenutne favorite za naslov Arsenal, ali i Man United, Leeds United, Leicester City i Fulham koji se vratio u ligu nakon jedne sezone u Championshipu. Partnerstvo Fulhama i Adidasa najduže je od svih u Premiership, a traje od 2013. godine. Nike na drugo mjesto najzastupljenijih brendova svrstava suradnja s tri diva, Chelseajem, Liverpoolom i Tottenhamom, te sve impresivnijim Brightonom, kojeg opskrbljuju još od 2014. Najveći rast u sportskoj industriji ostvaruje britanski proizvođač Castore, kojeg je na scenu 2019. lansirao legendarni tenisač Andy Murray. Danas surađuju s tri premijerligaša kluba, Newcastle Unitedom, Wolverhamptomom i od ove sezone Aston Villom, a s obzirom da su postigli četverogodišnji dogovor sa španjolskom Sevillom, može se reći kako njihova globalizacija tek počinje (Score and Change, 2022.). Umbro također zastupa tri kluba, a to su West Ham, Brentford i Bournemouth, koji je zamijenio relegirani Burnley, s kojim su surađivali sezonu ranije. Za zanimljiv potez opredijelio se Brentford, koji je odlučio da će njihovi prošlosezonski dresovi ostati isti, što je inače prava rijetkost u današnje doba, kako bi svojim navijačima dao određenu financijsku podršku. Po dvije momčadi sponzoriraju talijanski proizvođač Macron (Crystal Palace i Nottingham Forest) te danski Hummel (Everton i Southampton). Puma osim Manchester Cityja sponzorira i sve ostale klubove iz

grupacije City Football Group s kojom su potpisali desetogodišnji ugovor pred sezonu 2019./2020. u vrijednosti od 740 milijuna eura (Score and Change, 2022.). Što se tiče sponzora na prednjem dijelu dresova i rukavima, klubovi su za sezonu 2022./2023. uprihodili rekordnih 462,5 milijuna funti, što je potvrda nastavka ekspanzionističkog marketinškog rasta nakon globalne pandemije. Man City je novi predvodnik glavnih sponzora čiji se ugovor s Etihad Airwaysom povećao na vrijednost od 50 milijuna funti po sezoni. Nadmašuje tako Manchester United, čiji ugovor s TeamViewerom vrijedi 3 milijuna funti manje. Međutim, Man United se zajedno s Chelseajem može pohvaliti najunosnijim ugovorima sa sponzorima na rukavima. Naime, oba kluba će ove sezone zaraditi 20 milijuna funti od tehnoloških tvrtki DXC i AmberGroup. Nadalje, čak 14 klubova steklo je određenu suradnju s kripto sektorom, koji obuhvaća kripto tvrtke, platforme za investiranje te imovinu u vidu NFT-a ili ostalih tokena. Iako je navedeni sektor i dalje značajno nereguliran, nastavlja imati sve veću ulogu u izvorima sredstava za klubove. Man United predvodi ligu i na ovom području poslovanja sporazumom s platformom za trgovanje kriptovalutama Tezos. Svi klubovi, osim Nottingham Foresta, osigurali su pred početak sezone određene ugovore s glavnim sponzorima. Oni nisu uspjeli postići zadovoljavajući dogovor s nekolicinom potencijalnih ulagača, iako su se navodni prihodi penjali i do 10 milijuna funti, sve do prosinca prošle godine kada su potpisali partnerstvo s UNHCR-om do kraja tekuće sezone (Score and Change, 2022.).

*Slika 2. - Sponzorstva po sektorima u sezoni 2022./2023.*



*Izvor: <https://www.scoreandchange.com/overview-of-the-2022-2023-premier-league-sponsors/>, pristupljeno 18.01.2023.*

Kako je vidljivo na Slici 2. – Sponzorstva po sektorima u sezoni 2022./2023., koja pokazuje sektore koji su uključeni u sponzorske ugovore s prikazom naziva poduzeća s prednje strane dresova, listu predvode kladionice i poduzeća za financijske usluge, a slijede ih avionska i

automobilska industrija te po jedna telekomunikacija i softverska tvrtka. Najveći potrošač je avionska industrija s iznosom od oko 90 milijuna eura na samo dva ugovora u ligi.<sup>7</sup> Između 2017. i 2022. gotovo deset klubova svake godine postizalo je sponzorske sporazume s kladionicama, što ih je redovito svrstavalo na vrh popisa. Međutim, to bi se ubrzo trebalo promijeniti s obzirom na zahtjev lige, koji je pod pritiskom vladajućih tijela, upućen klubovima da „dobrovoljno“ prestanu stavljati imena kladionica na dresove u iduće tri godine. Kako najveći broj klubova i dalje ima važeće ugovore s takvim kompanijama postoji određena doza zabrinutosti prvenstveno jer bi to značilo značajno smanjenje prihoda koje klubovi godinama zadovoljno primaju, odnosno nerado traženje novih izvora sredstava. Unatoč tome, čak tri kluba su pred tekuću sezonu 2022./2023. potpisala ugovore s kladionicama, a to su Bournemouth, Everton i Fulham, dok su Crystal Palace i Wolverhampton odlučili prekinuti sporazume s kladionicama i prebaciti se u financijski sektor odnosno automobilsku industriju. Konačan popis klubova i njihovih glavnih sponzora za tekuću sezonu prikazan je u Tablici 2. – Popis klupskih sponzora na prednjem dijelu dresova za sezonu 2022./2023. Vidljivo je kako sponzori originalno potječu iz raznih država diljem svijeta i imaju široku globalnu prepoznatljivost. Samo četiri dolaze iz Ujedinjenog Kraljevstva, ukupno njih deset iz Europe, šest poduzeća ima sjedište u Aziji, dva su registrirana u Južnoj Americi, a po jedno u Sjevernoj Americi i Africi (GlobalData Sport, 2021.).

*Tablica 2. - Popis klupskih sponzora na prednjem dijelu dresova za sezonu 2022./2023.*

KLUB	SPONZOR	SEKTOR	SJEDIŠTE
Arsenal	Emirates	Avionska industrija	UAE
Aston Villa	Cazoo	Autoindustrija	UK
Bournemouth	Dafabet	Kladionice	Filipini
Brentford	Hollywoodbets	Kladionice	Južna Afrika
Brighton	American Express	Financijske usluge	SAD
Chelsea	Three	Telekomunikacije	Hong Kong
Crystal Palace	Cinch	Autoindustrija	UK
Everton	Stake.com	Kladionice	Curaçao
Fulham	W88	Kladionice	Filipini
Leeds United	SBOTOP	Kladionice	Otok Man
Leicester City	FBS	Financijske usluge	Cipar

<sup>7</sup> Sklopili su ih Manchester City i Arsenal koji zbog svog statusa ostvaruju unosnije ugovore sa sponzorima

Liverpool	Standard Chartered	Financijske usluge	UK
Manchester City	Etihad Airways	Avionska industrija	UAE
Manchester United	TeamViewer	Software	Njemačka
Newcastle United	Fun88	Kladionice	Otok Man
Nottingham Forest	UNHCR	Dobrotvorna agencija	Švicarska
Southampton	Sportsbet.io	Kladionice	Curaçao
Tottenham Hotspur	AIA	Financijske usluge	Hong Kong
West Ham United	Betway	Kladionice	Malta
Wolverhampton	AstroPay	Financijske usluge	UK

*Izvor: Sistematizacija autora prema (Score and Change, 2022.), pristupljeno 18.01.2023.*

Premier liga je u sezoni 2017./2018. dopustila klubovima da potpisuju ugovore s poduzećima čija će imena nositi na rukavima svojih dresova. Takvi ugovori smiju biti sklapani u rasponu od 500 000 funti do 10 milijuna funti. Iako zvuči primamljivo, mnoge momčadi nisu odmah iskoristile tu novu priliku. Ipak, uključujući jedanaest novih sporazuma, ove sezone (2022./2023.) devetnaest klubova nosi tzv. „sleeve“ (od engl. „na rukavima“) sponzore, a najzastupljenija poduzeća dolaze iz područja e-trgovine i financijskih usluga, slijede ih turističke agencije i kladionice. No, imajući na umu vjerojatnu zabranu kladionica kao sponzora na prednjem dijelu dresova, izgledno je da će sve veći broj istih biti prikazan na rukavima. Popis svih sponzorstava na rukavima dresova prezentiran je u Tablici 3.

*Tablica 3. - Popis klupskih sponzora na rukavima dresova za sezonu 2022./2023.*

KLUB	SPONZOR	SEKTOR
Arsenal	Visit Rwanda	Turizam
Aston Villa	Kaiyun	Kladionice
Bournemouth	DeWalt	Proizvodnja električnih alata
Brentford	SafetyCulture	Tehnologija zaštite na radu
Brighton & Hove Albion	SnickersUK.com	Proizvodnja zaštitne opreme
Chelsea	WhaleFin	Financijske usluge
Crystal Palace	Mukuru	Financijske usluge
Everton	Boxt	E-trgovina
Fulham	World Mobile	Telekomunikacije
Leeds United	Wish	E-trgovina
Leicester City	Bia Saigon (ThaiBev)	Proizvodnja piva
Liverpool	Expedia	Turizam

Manchester City	Nexen Tire	Autoindustrija
Manchester United	DXC Technology	IT usluge
Newcastle United	Noon	E-trgovina
Nottingham Forest	–	–
Southampton	JD	Sportska proizvodnja
Tottenham Hotspur	Cinch	E-trgovina, autoindustrija
West Ham United	Scope Markets	Financijske usluge
Wolverhampton Wanderers	12bet.com	Kladionice

*Izvor: Sistematizacija autora prema (Score and Change, 2022.), pristupljeno 18.01.2023.*

### **3.4. Službena partnerstva**

Za organizaciju i održavanje utakmica Premiershipa na najvišem nivou brinu se mnogobrojni partneri i nositelji licenca. Od sezone 2016./2017. glavni partner lige je EA SPORTS, poduzeće za videoigre, kojem je omogućeno brendiranje prilikom prijenosa uživo kod svih TV kuća. Nagrade za igrača mjeseca i sezone nose njihovo ime, a emisije prije početka utakmica dužne su ih uključiti u prijenos. Za dodatnu online prisutnost stvoreno je i službeno natjecanje, ePL, u kojem se može sudjelovati preko videoigre EA SPORTS FIFA. Također, posjeduju Licencu elektroničkih igara koja navijačima omogućuje univerzalno iskustvo igranja. Predvodnik su u svome području djelovanja već trideset godina te svake sezone prilikom izlaska tradicionalne videoigre FIFA uključuju svaki premijerligaški klub, stadion, dres i igrače, kako bi njihovi potrošači imali najbolje moguće iskustvo igranja. Sljedeći partner je britanski Barclays, službena banka natjecanja, koja postoji već preko 330 godina, a duže od jednog stoljeća nudi svoje usluge i pomoć razvoju nogometa. Bili su glavni sponzor lige od 2001. do 2017., kada je njihovo mjesto zauzeo EA SPORTS. Službeno pivo lige je Budweiser s kojim su višegodišnji dogovor sklopili u lipnju 2019. Osim s Premier ligom, poznati proizvođač surađuje i sa španjolskom nacionalnom ligom, dugogodišnji je partner FIFA Svjetskog prvenstva, a svoju prisutnost povećava i raznim drugim suradnjama u nogometu, poput one s nizozemskim prvacima Ajaxom ili Engleskom ženskom nogometnom reprezentacijom. Castrol je najnoviji partner lige koji ima uloge prezentiranja nagrada Zlatne kopačke za najboljeg strijelca lige i Zlatne rukavice za najboljeg čuvara mreže. Također, u pripremi su i uvođenja novih nagrada koje će navijačima omogućiti glasovanje za najbolje igrače, izvedbe i ključne trenutke sezone. Hublot je 2020. godine zamijenio Tag Heuer kao službeni mjeritelj vremena. Zanimljivo, oba proizvođača dolaze iz Švicarske i članovi su LVMH-a, kompanije luksuznih brendova. Osim što se utakmice odigravaju prema njihovom

vremenu, partnerstvo uključuje i pametne satove Hublot Big Bang, koje koriste suci uz odgovarajuću aplikaciju te table za zamjene, koje nose njihovo ime te su oblikovane po uzoru na poznati Hublot Big Bang Unico sat. Za službenog dobavljača lopti Premier liga je odabrala Nike. Još od sezone 2000./2001., kada su predstavili loptu Nike Geo Merlin, opskrbljuju ligu loptama vrhunske kvalitete i zavidne inovativnosti. Najnovija prekretnica u proizvodnji dogodila se prošle sezone kada su prikazali loptu Nike Flight s novostima u dizajnu i aerodinamici koristeći novu AerowSculot tehnologiju koja je predstavila kraj uspješnog osmogodišnjeg istraživanja u njihovom inovacijskom laboratoriju. Izvan terena, s Premier ligom čvrsto surađuju u pomoći zajednici kroz razne kampanje za borbu protiv rasizma i ostalih oblika diskriminacije. Pružatelj tehnoloških rješenja od 2021. je američka korporacija Oracle. Oni nude prvoklasne statističke i grafičke prikaze brojnih zanimljivosti tijekom prijenosa uživo. Temeljeno na podacima koji se kreiraju u stvarnom vremenu te rezultatima i statistikama mnogobrojnih utakmica iz prošlosti, modeli strojnog učenja kreiraju instantne rezultate koje gledatelji mogu vidjeti prilikom uživanja u prijenosu utakmica uživo ili provjeravanja rezultata u službenoj aplikaciji na svojim mobilnim uređajima. Dva su službena nositelja licenci s kojima liga surađuje. Prvi je Avery Dennison s kojim je partnerstvo dogovoreno do kraja sezone 2024./2025. Proizvođač sportske opreme opskrbljuje ligu s natpisima imena i brojeva te logotipima na dresovima svih momčadi, kako onih koje nose igrači, tako i onih koji se prodaju u trgovinama. Ispod natpisa i logotipa ugrađena je „smart“ (od engl. „pametna“) tehnologija<sup>8</sup> koja omogućuje kupcima pristup raznim sadržajima na službenoj aplikaciji lige. Također, Avery Dennison sudjeluje u borbi protiv diskriminacije, nedavno uvedenom projektu Kuće slavnih te brojnim eventima koje liga organizira van samog natjecanja. Drugi nositelj je Panini, talijanski proizvođač albuma i naljepnica, koji nudi sakupljanje u fizičkom i digitalnom obliku. Bezvremenski brend, kojeg obožavaju djeca i odrasli, također ima licencu za isporuku službenih premijskih kolekcija i nagrada vjernosti (Premier League, 2023.).

Od začetka novog formata lige, u sezoni 1991./1992., Premiership je imao tri velika sponzora po kojima je nosio ime (tzv. „title sponsors“<sup>9</sup>). Prvi je bio Carling s kojim je liga održavala suradnju između 1993. i 2001. godine. Liga se tada službeno zvala „FA Carling Premiership“, a posao je bio vrijedan 12 milijuna funti prve četiri godine te 36 milijuna funti sljedeće četiri, što je značilo povećanje od vrtoglavih 300%. Za iduće tri godine liga je postigla dogovor s

---

<sup>8</sup> Funkcionira na način da se broj na dresu skenira mobilnim uređajem za pristup brojnim digitalnim značajkama

<sup>9</sup> Od engl. „naslovni sponzori“



Barclaycardom koji je vrijedio ukupno 48 milijuna funti, odnosno 16 milijuna funti po sezoni, a službeni naziv lige bio je „Barclaycard Premiership“. 2004. britanska banka Barclays uspjeta je produžiti partnerstvo s Engleskim nogometnim savezom do 2007. za 65,8 milijuna funti odnosno malo manje od 22 milijuna funti po sezoni. Ugovor s Barclaysom produžen je ponovno do sezone 2016./2017., a vrijednost mu je iznosila 30 milijuna funti godišnje. Sljedeće sezone Premier liga je odlučila prestati ostvarivati suradnje s naslovnim sponzorima i okrenuti se poslovnom modelu koji im omogućuje što više izvora prihoda. Tako je Barclays u sezoni 2022./2023. samo jedan od niza partnera s kojima liga surađuje sa službenom funkcijom „Official Banking partner“, a Premiership više ne nosi ime po nikome. Službeni logotipi Premier lige za vrijeme trajanja njezine suradnje s naslovnim sponzorima prikazani su na Slici 3. – Evolucija logotipa Premier lige za vrijeme naslovnih sponzora (TotalSportal, 2022.).

*Slika 3. - Evolucija logotipa Premier lige za vrijeme naslovnih sponzora*



*Izvor: <https://www.totalsportal.com/money/premier-league-official-title-sponsors-deals-history/>, pristupljeno 20.01.2023.*

## 4. PRIJENOS UTAKMICA

Prenošenje utakmica uživo glavni je izvor prihoda za Premiership. Tijekom sezone 2021./2022. naknade za prenošenje iznosile su preko 3 milijarde britanskih funti, što je gotovo dvostruko veći iznos od onoga kojega su doprinijeli sponzorski ugovori odnosno četverostruko veći od prihoda od prodaje ulaznica (Statista Research Department, 2022.).

### 4.1. Televizijska prava

U pogledu vrijednosti TV prava, Premier liga je oduvijek bila u prednosti u odnosu na ostale lige. Njihov raniji model raspodjele naknada za prenošenje može se opisati kao model centralizirane distribucije, gdje je liga ravnopravno raspoređivala novac od prava svim momčadima. Od 1992. na snazi su nova pravila koja su motivirana profitom i postala su kamen temeljac organizacije klubova, a strategija Lige u tom smislu prikazana je u Tablici 4. – Ugovorena TV prava od 1992. do 2019. (Gazapo, 2019.).

Tablica 4. - Ugovorena TV prava od 1992. do 2019.

Period	Years	TV broadcaster	Games per year	Total Games	Total Cost	Cost per game
1992-97	5	Sky	60	300	191m	£ 0,6m
1997-01	4	Sky	60	240	670m	£ 2,8m
2001-04	3	Sky	110	330	1,2bn	£ 3,6m
2004-07	3	Sky	138	414	1bn	£ 2,5m
2007-10	3	Sky/ Setanta	138	414	1,7bn	£ 4,1m
2010-13	3	Sky/ ESPN	138	414	1,8bn	£ 4,3m
2013-16	3	Sky/ BT	154	462	3bn	£ 6,5m
2016-19	3	Sky/ BT	168	504	5,1bn	£ 10,2m

Izvor: <https://www.sbibarcelona.com/newsdetails/index/403>, pristupljeno 21.01.2023.

Jedno od glavnih tehnoloških inovacija bilo je uvođenje prenošenja baziranog na pretplatama, koje koristi satelitsku enkripciju<sup>10</sup> kako bi se omogućio pristup prijenosu, ali i korištenje puno više kamera kako bi se pokrili svi uglovi terena. Ekipe posjeduju svoja prava onako kako

<sup>10</sup> Kodiranje digitalnih podataka tako da se mogu dešifirati isključivo putem ispravnog algoritma i sigurnosnih ključeva prijemnika

Premiershipu daju mandat da licencira ta prava za potencijalne kupce. Uvjeti posjedovanja i licenciranja su uređeni statutom lige, a svaka promjena mora biti odobrena dvotrećinskom većinom klubova (Gazapo, 2019.). Prijenos utakmica u UK-u funkcionira na vrlo zanimljiv način. Ondje u popodnevnom terminu od 14.45 do 17.15 sati nastupa tzv. „blackout“ (od engl. „zatamnjenje“) kada nijedna utakmica nije prenošena uživo jer se želi potaknuti navijače da dolaze na stadione. Taj sustav bio je privremeno ukinut tijekom pandemije, ali početkom sezone 2021./2022. navijači su ponovno počeli dolaziti na stadione u punom kapacitetu. Televizijske mreže koje trenutno imaju prava prijenosa utakmica unutar UK-a su Sky Sports<sup>11</sup>, BT Sport, Amazon Prime Video i BBC Sport. Sky Sports je glavna TV kuća koja prenosi premijerligaške utakmice od 1992. Danas imaju pravo na prienos utakmica petkom od 19.30 ili 20.00 sati, subotom u 19.45 i ponedjeljkom u 20.00 sati. Svaka utakmica nudi i emisiju u kojoj sudjeluju vrhunski komentatori, analitičari i bivši nogometaši. BT Sport je u Premier ligu ušao u sezoni 2013./2014., a ove sezone (2022./2023.) ima pravo na prienos 52 utakmice uključujući svih 20 koje se odigravaju sredinom tjedna. Također, pružaju i stručnu emisiju u kojoj sudjeluju voditelj Jake Humphrey, bivši sudac Peter Walton te mnogobrojni gosti, premijerligaške legende, poput Rija Ferdinanda, Paula Scholesa, Petera Croucha i ostalih. Amazon Prime Video dio je Premiershipa od sezone 2019./2020. i zadržava pravo na prienos 20 utakmica po sezoni, dok BBC Sport prenosi najzanimljivije trenutke svakog kola i najdugoročniju nogometnu emisiju u UK-u, Match of the Day, koja se emitira subotama navečer i nedjeljama ujutro, a od nedavno i tijekom radnog dijela tjedna nakon odigranih utakmica. Voditelj emisije je bivši engleski napadač Gary Lineker, a u goste mu također dolaze brojne bivše nogometne zvijezde poput Alana Shearera, Iana Wrighta ili Phila Nevilla. Match of the Day 2 uveden je kao dodatni sadržaj nedjeljom navečer koji pruža dublju analizu cijelog kola, a Match of the Day X, kojeg vodi Jermaine Jenas, prikazuje se sredinom tjedna i fokusira se na kulturološku stranu nogometa. Sve navedene TV kuće dio sadržaja prikazuju i na svojim digitalnim platformama kao i profilima na društvenim mrežama. Prema nekim saznanjima u borbu za sljedeći set prava prijenosa uključit će se i američki Apple (Dixon, 2023.). Kako trenutni ugovori s mrežama traju do sezone 2024./2025., ciklus predavanja novih prava počet će već krajem ove godine. Trenutni sporazum vrijedan je ukupno 5,6 milijardi eura, a potpisan je nastavno na Odluku o izuzeću Zakona o natjecanju iz 1998. britanske vlade koju su podržali premijerligaški klubovi (Dixon, 2023.). Odluka je nastala zahvaljujući pandemiji, a njome se omogućuje ligi da produžuje prava bez potrebe prijašnjeg

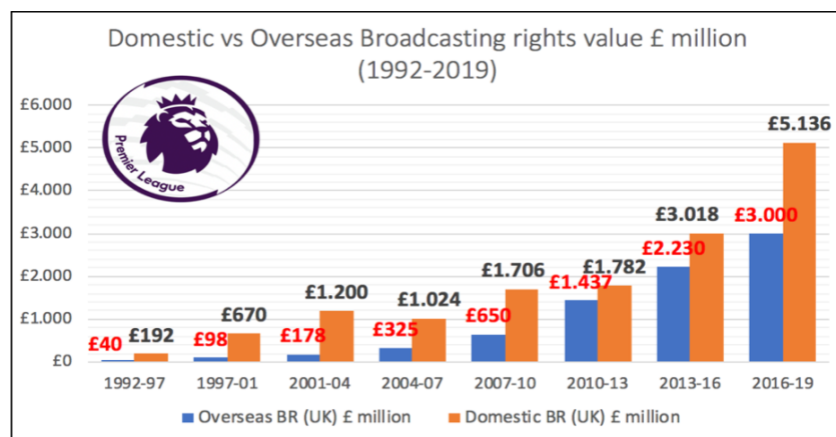
---

<sup>11</sup> Dio satelitske pay-TV kompanije Sky koja je u vlasništvu američkog konglomerata Comcast

dugotrajnog procesa koji je otežavao sklapanja. Amerikanci smatraju da je ugovor na snazi, iako težak preko 5 milijardi eura, ispod tržišne vrijednosti te da će njihovom intervencijom cijena sporazuma značajno rasti (Dixon, 2023.). Iako je Premier liga godinama vjerna Sky Sports-u i BT Sport-u, Apple je uvjeren da će se to promijeniti što bi značilo modificiranje kulture prenošenja utakmica. Hoće li se navedeno ispuniti vrijeme će pokazati, no ono što je sigurno jest njihova jasna posvećenost prenošenju sportskih događaja, pogotovo nogometa. Na domaćem terenu već imaju osiguranu desetogodišnju suradnju s američkom prvom nogometnom ligom MLS u vrijednosti od 250 milijuna američkih dolara po sezoni. Prijenosi će biti uspostavljeni putem nove streaming platforme koja će funkcionirati na principu pretplate i biti isključivo usmjerena na MLS. Međutim, u ovom slučaju Apple će najvjerojatnije trebati redefinirati svoj poslovni model probijanja i ostvarivanja ekskluzivnih prava, jer je britansko tržište ipak teže osvojiti, pogotovo što se tiče prijenosa sportskih sadržaja uživo. Izglednije je da će ostvariti sličan dogovor kakav imaju s profesionalnom američkom bejzbolskom ligom MLB. On je vrijedan 85 milijuna dolara i omogućuje im samo prenošenje utakmica petkom navečer s ciljem privlačenja šire nacionalne i međunarodne publike. Ono što je sigurno je da će novi konkurent podići cijenu prava što će posljedično podići prihode klubovima, a oni to nesumnjivo neće odbiti. No, godinama se već spominje probijanje tehnoloških velikana na sportsko tržište i, iako se taj proces počeo odvijati, on je još uvijek vrlo ograničen. Ukoliko streaming platforme ne počnu značajno uzimati udio u prenošenju utakmica uživo, tradicionalne TV kuće nemaju razloga za zabrinutost. Nadalje, valja spomenuti i radijske postaje BBC Radio 5 Live te talkSPORT koje su izrazito popularne i rasprostranjene diljem države. BBC Radio 5 Live prenosi utakmice od početka Premier lige 1992., a nudi komentare uživo te reportera na svakoj utakmici koju prenose, ukupno njih 140 po sezoni (Premier League, 2023.). TalkSPORT je u ligu ušao 2007. i nedavnim osiguranjem prava na prijenose utakmica nedjeljom u 12.00 sati sada pokriva više utakmica nego ikada prije. Jedina je to komercijalna radio postaja koja prenosi premijeligaške utakmice te ima ekskluzivna međunarodna prava na komentiranje svih 380 utakmica po sezoni na raznim jezicima, uključujući primjerice španjolski ili mandarinski. Izvan UK-a mogu se istaknuti Canal+ u Francuskoj, DAZN u Španjolskoj, Ziggo u Nizozemskoj, Arena Sport TV na Balkanu te Sky Italia i Sky Deutschland, podružnice Sky kompanije u Italiji i Njemačkoj. Konkretno razlike u iznosima od TV prava u UK-u i ostatku Europe vidljive su u grafikonu ispod. Pred početak prošle sezone, 2021./2022., liga je produžila ugovore o TV pravima sa Sky-em, BT-om i Amazonom u poslu vrijednom 4,5 milijardi eura. Dugo su se dogovarali uvjeti o produženju s navedenim partnerima u koje se uključila i vlada koja ima mogućnost

blokiranja izravnih ugovora. Posao je sklopljen za razdoblje od 2022. do 2025. godine, a sadrži i injekciju od dodatnih 100 milijuna eura, koja će pomoći nogometnim zajednicama koje su najviše pogođene utjecajem pandemije, ali i poduprijeti mnoge projekte poput borbe s diskriminacijom. Pad vrijednosti prava natjerao je Premiership da se odmakne od uobičajenog sistema dražbe. Procjena je da bi vrijednost ugovora na taj način pala za preko 500 milijuna eura zbog hiperinflacije izazvane od strane Sky-a i BT-a kroz desetljeće borbe za dominaciju. To odmicanje je zakinulo ostale televizijske mreže poput DAZN-a koji u tom slučaju nije mogao dati ponudu za TV prava, ali sve je opravdano pandemijom te je naglašeno da je ovo privremeni model i da će se u budućnosti i druge televizijske mreže moći kandidirati za prijenose (Dixon, 2023.).

*Grafikon 1. - Usporedba vrijednosti domaćih (britanskih) i stranih TV prava*



Izvor: <https://www.sbibarcelona.com/newsdetails/index/403>, pristupljeno 21.01.2023.

Model sadašnje distribucije novca od TV prava funkcionira na sljedeći način: 50% prihoda od britanskih TV kuća ravnopravno je raspoređeno svim klubovima, 25% prihoda je isplaćeno u obliku nagrada za ostvarenu poziciju na tablici i ostalih 25% prihoda je isplaćeno u obliku naknade za stadione (Gazapo, 2019.). Sav prihod od međunarodnih mreža i reklama podijeljen je ravnopravno svim klubovima. Grafikon 1. pokazuje kako je vrijednost TV prava konstantno rasla do 2019. Mnoge TV kuće bore se za njih, no hiperinflacija je dovela do toga da nekolicina nije više spremna plaćati ogromne iznose koje je plaćala i zbog toga vrijednost prava počinje sporije rasti. Tijekom sezone 2019./2020. Premier liga je provela detaljno istraživanje o cijenama ulaznica koje je pokazalo da ih većina gledatelja kupuje po cijeni od 30£ ili manje, iako se mogu kupiti i one s posebnim pogodnostima po cijeni od 40, 50 ili čak 60£. Cijena karata za gostujuće utakmice bila je u prosjeku 29£, a skoro pola od ukupno prodanih sezonskih karata se prodalo ispod pune cijene što je donijelo navijačama uštedu od 19 milijuna eura (Premier League, 2023.). Gledatelji često ostvaruju razne popuste poput onih

za kupovinu paketa ulaznica, subvencija za putovanja na gostujuće utakmice ili darovnih paketa za škole i ostale zajednice. Kapacitet svih stadiona iznosio je blizu 800 000 mjesta, s time da je preko 70% standardnih, a ostalih 30% se dijeli na obiteljska, gostujuća, VIP, za osobe s invaliditetom i ona koja se koriste za odvajanje domaćih i gostujućih navijača, novinare i slično. Procjenjuje se da se te sezone prodalo više od 13 milijuna ulaznica. Sezonu kada je provedeno istraživanje obilježio je koronavirus koji je onemogućio gledanje utakmica uživo i brojnim klubovima uzrokovao financijske gubitke.<sup>12</sup> No, navijači su se vratili na stadione i klubovi ponovno ostvaruju one iznose od prodaje ulaznica kao i prije pandemije. Tako su Arsenal i Man United zaradili gotovo 100 milijuna eura na kraju sezone 2021./2022., odnosno tri puta više od prosjeka lige, a to im donosi udio od 20-30% u ukupnim prihodima (GlobalData Sport, 2021.).

---

<sup>12</sup> Npr. klubovi Leeds United i Aston Villa izgubili se gotovo 15 milijuna eura, dok su Manchester City, Burnley i Chelsea izgubili samo 4-5% prihoda od ulaznica u odnosu na sezonu 2018./2019.

## 5. TRANSFER POLITIKA

Pojam „transfer“ podrazumijeva prebacivanje registracije igrača iz jednog kluba u drugi, a te akcije se obavljaju samo unutar utvrđenog prijelaznog roka. Tada momčadi smiju prodavati i kupovati nogometaše unutar Engleske, Europe, ali i cijeloga svijeta. Datumi prijelaznog roka mogu varirati svake godine ovisno o odlukama nacionalnih saveza. Prema pravilima FIFA-e ljetni rok između dvije sezone smije trajati do 12 tjedana, a zimski, koji obično traje tijekom siječnja, do 4 tjedna. Načini na koji se oni odvijaju također variraju. Obično, predstavnici zainteresiranog kluba upute upit klubu igrača i ako su oni spremni na prodaju predstavnici mogu pristupiti njemu i njegovom agentu s kojim dogovaraju uvjete prelaska. Ekipe se o transferu mogu dogovoriti u bilo kojem trenutku sezone, no on će uslijediti tek u prijelaznom roku. Iznimke su izvanredne situacije, primjerice kada su svi vratari tima ozlijeđeni i potrebno je dovesti novog. Igrač ga ima pravo tražiti od svoje momčadi, ali do kluba je hoće li to dopustiti. Kada se sve strane usuglase nogometaš potpisuje ugovor s novim timom na rok ne duži od 5 godina. U ljetnom prijelaznom roku zna se ostvarivati i do 30 transfera na sat vremena. Besplatni se događaju kada igrač prijeđe u drugu momčad bez odštete, a to se dogovara kada mu je ostalo 6 mjeseci ili manje u ugovoru sa starim klubom ili kada mu je ugovor već istekao. Ako u određenom trenutku nogometaši nemaju važeći ugovor (tzv. „free agents“<sup>13</sup>), novi mogu potpisati bilo kada tijekom godine. Nove regulacije transfera došle su na snagu povodom Brexita krajem 2020. (Sky Sports, 2020.). Tako sada oni iz Europske unije trebaju radnu vizu da bi igrali u UK-u, ekipe ne smiju potpisivati igrače izvan Europe ako nemaju barem 18 godina, a potpisivanje mlađih od 21 godinu je ograničeno na samo 3 u zimskom prijelaznom roku odnosno 6 po sezoni. Uveden je sistem bodovanja za nogometaše iz EU po kojem se gleda jesu li oni kvalificirani za prelazak. Bodovanje ovisi o nastupima za juniorske i seniorske reprezentacije, broju klupskih utakmica te kvaliteti kluba iz kojeg dolaze. Kao i u svim ostalim ligama vrijednosti prelazaka već godinama ruše sve rekorde. Premiership je daleko najveći potrošač od svih europskih liga. 2016. je po prvi puta utrošeno više od milijardu eura, a taj trend se nastavio sljedeće 4 godine, sve do pojave pandemije, s time da se opet vratio u ljeto 2021. kada je potrošeno preko 1,4 milijardi eura. U posljednjih 10 godina najveći potrošači su Manchester United, Manchester City i Chelsea (svaki po otprilike 1,5 milijardi eura), a potonji klub zaslužan je za najskuplji transfer u povijesti Premier lige; u siječnju 2023. kupljen je Enzo Fernández iz portugalske Benfice za 121 milijun eura (Transfermarkt, 2023.).

---

<sup>13</sup> Od engl. „slobodni igrači“

## 5.1. Nogometni agenti

Na svim razinama nogometne igre agenti rade iza kulisa. Iza svakog profesionalnog igrača u moderno doba stoji kvalitetan posrednik koji vuče konce u njihovu korist. Agenti igraju ključnu ulogu u pozadini dok nastoje pridobiti najbolje uvjete za svoje klijente. Ne može se poreći da je to vrlo unosna industrija, ali može biti i iznimno konkurentna i zahtijeva određeni niz talenata za uspjeh na tom položaju. Agent u nogometu predstavlja i posreduje te se brine za interese jednog ili više igrača. Njegove temeljne dužnosti su pregovori o ugovoru, dobivanje unosnog sponzorstva, koordinacija nastupa na TV-u, radiju i online medijima te pružanje pristupa novinarima za novinske članke i intervju s njihovim klijentima (Goal, 2019.). Uz rješavanje složenih financijskih pitanja, agenti su povremeno odgovorni za upravljanje odnosima s javnošću igrača i upravljanje njihovim profilima na društvenim mrežama. U tom prvenstveno poslovnom odnosu neki agenti razviju i bliže veze sa svojim klijentima, pretvore se u vrlo dobre prijatelje koji pružaju potporu u trenucima osobne krize. Iako nije rijetkost vidjeti jednog agenta koji radi sam, oni su obično dio većih poduzeća koja se brinu o nekolicini klijenata. Ponekad će ih predstavljati članovi obitelji, najčešće na početku njihove karijere. Isto tako, početak karijere nogometnog agenta nije nešto što se olako shvaća jer je itekako zahtjevno doći do tog položaja. Nema posebnih tečajeva ili ispita koji se mogu položiti da bi netko postao posrednik. Prikladno obrazovanje je korak u pravom smjeru, ali s obzirom na prirodu posla, od ključnog je značaja imati temeljno znanje i razumijevanje ekonomije, prava i upravljačkog menadžmenta. Od 2001. ne postoje agenti licencirani od strane FIFA-e jer to međunarodno upravno tijelo vjeruje da će pojedinačna udruženja nadzirati licenciranje i poslovanje posrednika (Goal, 2019.). Osoba mora biti ovlaštena za obavljanje posla službenog agenta odnosno posrednika od strane saveza nacije u kojoj nastupaju njihovi klijenti. Oni koji namjeravaju raditi kao agenti u Engleskoj dužni su položiti poseban ispit koji provodi Engleski nogometni savez te imati potvrdu o nekažnjavanju. Nadalje, postoji trošak od 500 funti i dodatna godišnja registracijska naknada od 250 funti. Koliko će agenti zarađivati ovisi o vrsti klijentata koje zastupaju i broju tih klijenata. Od sportaša koje zastupaju ostvaruju proviziju koja najčešće iznosi do 10%, a po klijentu Premier lige svake godine mogu zaraditi između 1 200 i 550 000 funti (Goal, 2019.). Dakako, neki agenti zarađuju milijune eura godišnje, ali oni pripadaju odabranoj grupi koju mnogi nazivaju „super agentima“. Oni obično imaju širok spektar klijenata, od kojih su neki najveće zvijezde ovoga sporta i stoga najviše zarađuju. Ističu se kao snažne i pomalo izazovne osobe za suradnju jer imaju karakterističnu reputaciju, pregovaračke sposobnosti, kontakte i raspored.



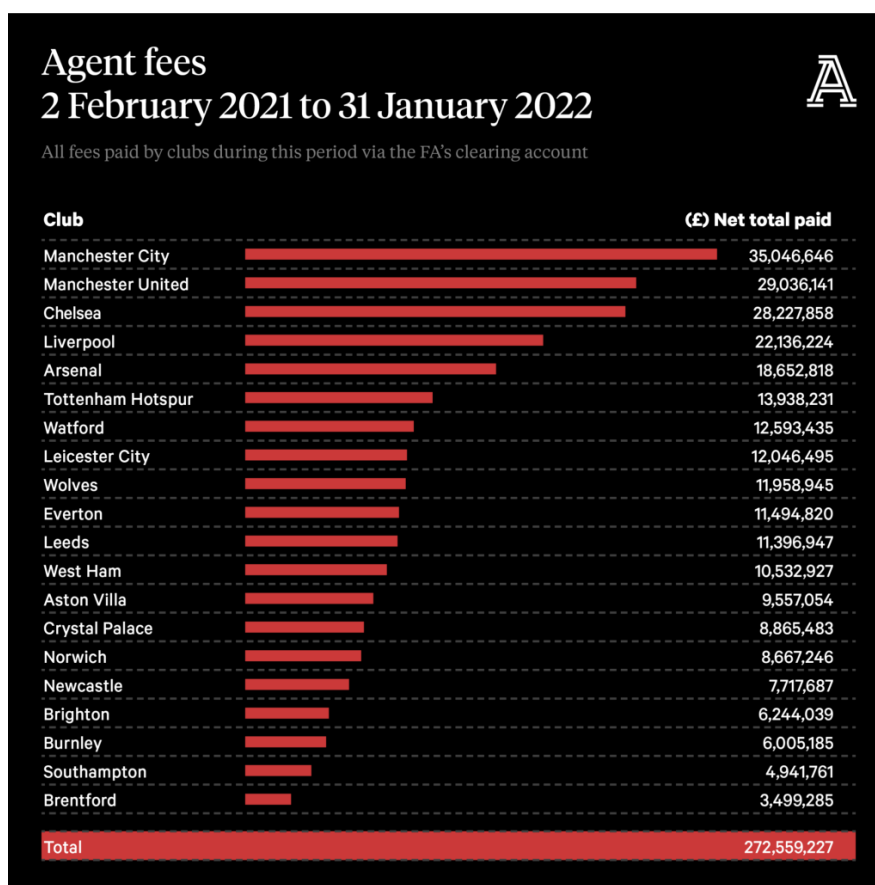
Posljednjih godina, ljudi poput nedavno preminulog Mina Raiole, Jorgea Mendesa i Jonathana Barnetta nazvani su „super agentima“. Ništa neobično s obzirom na igrače koje predstavljaju – između ostalih Raiolini klijenti bili su Erling Haaland, Zlatan Ibrahimović i Paul Pogba, Mendesovi su igrači poput Cristiana Ronalda, Ángela Di Maríe i Bernarda Silve, a Barnettovi su primjerice Eduardo Camavinga, James Ward-Prowse i donedavno Gareth Bale koji se odlučio umiroviti. Sportaši obično ne moraju predugo tražiti da bi pronašli svoga zastupnika, jer je industrija prepuna agenata i organizacija spremnih za stvaranje veza s igračima. Unatoč tome, povremeno se igrač može naći bez posrednika pri isteku ugovora, što mu može izazvati ozbiljne nevolje kada traži novi tim ili pregovara o novom sporazumu. U skladu s time, postoje brojne agencije koje djeluju diljem svijeta. Od onih glavnih valja izdvojiti Gestifute, CAA Stellar i CAA Base te Mondial Sport Management, iako treba napomenuti da ih još barem desetak djeluje na sličnoj razini i s jednako sjajnim klijentima. Kako bi igrači, njihovi roditelji i klubovi, koji su u potrazi za zastupništvom, mogli kontaktirati posrednike, Engleski nogometni savez svake godine objavljuje popis ovlaštenih agencija (Goal, 2019.).

## **5.2. Dominantne naknade**

Moderni nogomet temeljen je na zamamnim plaćama i grandioznim naknadama za igrače. Sviđalo se to nekima ili ne, čak i trenutni moćnici malošto mogu poduzeti po tom pitanju. Svaki veliki transfer uključuje nekoliko strana, od kojih je jedna najčešće agent. Nominalno, to bi trebali biti ljudi koji operiraju iz pozadine i o kojima se ne zna puno. Međutim, imena poput već spomenutog Jorgea Mendesa ili sve značajnijeg Piniya Zahavija učestalo su na naslovnica sportskih magazina, novina, portala te društvenih mreža. Prema očekivanjima klubovi koji su najrastroniji kada su u pitanju agentske naknade su velikani. Manchester City i Chelsea poznati su po svojim izrazitim izdacima, barem u ovome stoljeću, a za njima ne zaostaje ni Manchester United. Osim što su dakako divovi engleskog i europskog nogometa, njihove veze s unosnim Raiolom odigrale su veliku ulogu u zapanjujućim brojkama koje stoje iza transfera koji su se odvijali proteklih sezona. Između 2. veljače 2021. i 31. siječnja 2022. na svim razinama engleskog nogometa, od Premier lige do amatera, potrošeno je nevjerojatnih 367,9 milijuna eura na agentske naknade. Time je oboren prethodni rekord od 363,2 milijuna eura koji je bio postavljen u sezoni 2019./2020., a rekordi sežu sve do 2015./2016. Potrošnja Man Cityja na agente u navedenom razdoblju treća je najveća u povijesti. Jedino su Chelsea, u sezoni 2020./2021., s 40,3 milijuna eura i Liverpool, u sezoni 2018./2019., s 50 milijuna eura nadmašili „Građane“. Ako u potpunosti okrenemo ploču, Bath City iz Nacionalne lige potrošio je samo 662 eura na naknade za nogometne

agente. Zadnji dan ožujka rezerviran je za godišnji podsjetnik o financijskoj moći koju agenti nameću klubovima. Naime, Engleski nogometni savez od sezone 2015./2016. redovito objavljuje iznose koji su plaćeni onima koji omogućuju sve te transfere i produženja ugovora u Premier ligi. Naravno, oni su astronomski. Slika 4. – Naknade (u £) za agente u razdoblju između 2. veljače 2021. i 31. siječnja 2022., pokazuje da je u prijelaznim rokovima tijekom ljeta 2021. i zime 2022. potrošeno 272,6 milijuna britanskih funti. Iako malen, porast je to sa 272,2 milijuna funti koje su bile isplaćene u prethodnom 12-mjesečnom razdoblju što potvrđuje nastavak uzlaznog trenda koji prati ovu tradiciju od njezinog nastanka (Buckingham, 2022.).

Slika 4. - Naknade (u £) za agente u razdoblju između 2. veljače 2021. i 31. siječnja 2022.



Izvor: <https://theathletic.com>, pristupljeno 23.01.2023.

Ono što je Manchester City stavilo na vrh ove tablice prvenstveno je potpisivanje Jacka Grealisha. Čak 40 milijuna eura otišlo je u ruke posrednika koji su dogovarali taj i ostale njihove transfere. Manchester United, koji je vratio velikog Cristiana RONALDA na Old Trafford te postigao zapažene dogovore s igračima poput Raphaëla Varanea i Jadona Sancha bio je sljedeći s 33 milijuna, a nedaleko od njih bio je Chelsea s 32 milijuna eura. Ta tri kluba sama

čine trećinu potrošnje cijele lige. Kroz dva navedena prijelazna roka, momčadi su potrošile otprilike 1,64 milijarde eura na pojačanja od kojih je oko 311 milijuna prebačeno na izdašne račune nogometnih agenata, što rezultira iznosom od 19% ukupne potrošnje. Više od 2 000 posrednika, kojima posao postaje sve unosniji, registrirano je u Engleskom nogometnom savezu. Uz proviziju koju osiguravaju ostvarivanjem transfera, svoj novac također zarađuju prilikom produljenja ugovora igrača ili čak u nekim slučajevima otkazivanja ugovora. Zastupajući igrača agent će uobičajeno zarađivati 5-10% njegove plaće. U usporedbi s ostalim vodećim nogometnim ligama „Starog Kontinenta“, Premier liga na posrednike troši uvjerljivo najviše. Klubovi talijanske Serie A potrošili su „samo“ 174 milijuna eura tijekom 2021., a prema izvješću koje je u prosincu 2021. objavila FIFA, Španjolska, Njemačka i Francuska također uvelike zaostaju za Englezima. Iako FIFA već godina zaziva za uvođenje restrikcija i ograničenja pomoću raznih prijedloga zakona i ostalih propisa kako bi se osigurala transparentnost, zasad je ovo poslovno područje sporta i dalje vrlo neuređeno i daje puno prostora za ostvarivanje velikih novčanih dobitaka koji možda i nisu uvijek legalno stečeni (Buckingham, 2022.).

O potrošnji i načinu poslovanja najboljih engleskih klubova s dežurnim agencijama govori članak objavljen na uglednoj sportskoj web stranici „The Athletic“ (The Football Association (FA), 2022.). Napisan je promatrajući izvješća koja objavljuje Engleski nogometni savez od sezone 2015./2016., a u nastavku su izdvojeni zanimljivi podaci koji se u njemu mogu pronaći.

### **5.3. Manchester City**

Prema najnovijem izvješću, „Intermediary Fees 2021-2022“ (The Football Association (FA), 2022.), City se vratio na vrh liste po potrošnji na agente nakon što su se prvi puta ondje našli u sezoni 2016./2017., kada su potpisali brojne zvijezde poput İlkaya Gündoğana, Leroya Sanéa, Gabriela Jesusa, Johna Stonesa i Claudia Brava. Taj pristup dovođenju igrača nastavili su i u sljedećoj sezoni kada su doveli Edersona, Kylea Walkera, Danila, Aymerica Laportea i Bernarda Silvu, no, unatoč brojnim pojačanjima potrošili su manje na isplate agentima od primjerice Liverpoola. To pokazuje kako nije nužno da količina vrijednih igrača diktira pristojbe plaćene posrednicima, već puno veću ulogu igra udio koji agenti mogu zatražiti od svakog sklopljenog posla. Dakako, što više ogromnih transfera i ugovora neki klub zaključi to će i njihova potrošnja na posrednike biti veća. U njihovom slučaju kada se izdvoje popisi obavljenih transakcija u kojima sudjeluju agenti po sezoni, City se vrlo često iznova pronalazi

na tim popisima iz razloga što često produljuju postojeće ugovore, kako u klubu, tako i u akademiji, ali također su gotovo uvijek uključeni u dovođenje i prodaju velikog broja vrlo skupih igrača. Od 2015./2016. „Građani“ su utrošili nešto više od 198 milijuna eura, odnosno prosječno preko 28 milijuna eura po sezoni na posrednike (Lee, 2022.).

#### **5.4. Manchester United**

U ljeto 2021. „Crveni Vragovi“ su ostvarili tri velika transfera od kojih je najveći povratak Cristiana Ronalda nakon 12 godina igranja u Italiji i Španjolskoj. Taj posao s talijanskim divom Juventusom odrađen je pod budnim okom Jorgea Mendesa, jednog od najutjecajnijih nogometnih agenata na svijetu, te njegove agencije Gestifute International Limited. Uz njega, United je još doveo iskusnog provjerenog stopera Raphaëla Varanea, koji je prelazak iz Real Madrida ostvario uz pomoć brata Anthonyja, što potvrđuje činjenicu da nije rijetkost da braća, očevi i ostali članovi obitelji zastupaju interese određenih igrača te Jadona Sancha iz Borussia Dortmund za 89 milijuna eura, što je zasigurno usrećilo i njegovog agenta Emekea Obasija iz Elite Project Group agencije. Sveukupno su 33 milijuna eura isplatili zastupnicima prošle sezone, što je pad sa 34 milijuna iz sezone prije, no, i dalje ih drži visoko iznad ostatka Premier lige (Buckingham, 2022.).

#### **5.5. Chelsea**

Samo su dva velikana iz Manchestera platila više od 32 milijuna eura, koje je posrednicima na račune prebacio Chelsea. Vrlo zanimljivo, ako uzmemo u obzir činjenicu da su u tom razdoblju ostvarili samo dva značajna transfera – dovođenje Romelua Lukakua iz Intera i posudbu Saúla Ñígueza iz Atletico Madrida, a još zanimljivije je da su se oba igrača nakon samo jedne sezone i brojnih nezapaženih utakmica vratili u matične klubove. Ovdje se jasno vidi kako ponekad klubovi i igrači izvuku deblji kraj, dok se agenti, u ovom slučaju Federico Pastorello, dobro okoriste. Chelsea je dolaskom bivšeg vlasnika Romana Abramovicha 2003. postao jednim od najvećih europskih „potrošača“ (od engl. „spender“), a tradiciju nastavlja i novi vlasnik Todd Boehly, koji je na osam pojačanja, u trenutnom, zimskom prijelaznom roku isplatio 329,5 milijuna eura odnosno ukupno preko 600 milijuna eura od njegovog dolaska prošloga ljeta (Twomey, 2022.).

#### **5.6. Liverpool**

Četvrti najveći potrošač posrednicima je isplatio 25,21 milijuna eura između veljače 2021. i siječnja 2022., što je blago povećanje s 24,66 milijuna koliko su utrošili između veljače 2020.

i siječnja 2021. Značajan udio tog iznosa povezan je s dovođenjem stopera Ibrahime Konatéa za 41 milijun eura iz RB Leipziga te krilnog napadača Luisa Diaza kojeg su doveli iz Porta za 57 milijuna. Kao i kod Man Cityja, veliki dio ukupnog iznosa otišao je na produljenja postojećih ugovora, ali i isplate agentima za pomoć u izlaznim transferima Harryja Wilsona, Marka Grujića i Taiwa Awoniyija. Liverpool zadnjih sezona sustavno smanjuje svoje izdatke prema posrednicima nakon što su prije tri godine bili na vrhu ljestvice po potrošnji s 34,50 milijuna eura (Pearce, 2022.).

### **5.7. Arsenal**

Bilo je za očekivati da će Arsenal biti i više na listi najvećih potrošača s obzirom na to da su u ljetnom prijelaznom roku 2021. potrošili više novca na pojačanja od svih ostalih klubova Premier lige. Stoga, iznos od 21 milijun eura pomalo iznenađuje, no za to je zaslužan odličan menadžment i uprava kluba, koji pronalaze kvalitetna rješenja već nekoliko sezona zaredom te brojne mlade i potentne igrače na koje će se osloniti u budućnosti. Također, za vrijeme prijašnjih vlasnika dalo se naslutiti kako se Arsenal previše oslanjao na mali broj vrlo utjecajnih agenata. U ljeto 2021. potpisali su šestoricu novih igrača, a sva šestorica imala su različite agente. Uz to, nijedan od posrednika nije imao zapažene prijašnje suradnje s klubom, niti je ijedan svrstan među one najbolje „super agente“ (Buckingham, 2022.).

### **5.8. Tottenham Hotspur**

Tottenham je tradicionalno najskromniji što se potrošnje tiče od svih klubova „Velike Šestorke“<sup>14</sup>. Nadalje, oni su uvjerljivo ispod najrastrušnijih poput Man Uniteda ili Chelseaja, koji redovito troše duplo više od njih, a Man City skoro i trostruko. Štoviše, puno su bliže ostatku momčadi kada su u pitanju naknade agentima nego spomenutoj trojci. Everton, Leicester City, Wolverhampton, Leeds United i Watford su unutar samo par milijuna eura od „Spursa“ što pokazuje da trenutno nemaju financijsku moć kakvu pokazuje ostatak najboljih. To im zasigurno otežava borbu za sam vrh, stavlja dodatni pritisak na leđa te nesumnjivo oduzima konkurentnu prednost na tržištu. Iako je zasada novi sportski direktor, Fabio Paratici, uspio ostvariti neke vrlo kvalitetne transfere u svom relativno novom mandatu poput Cristiana Romera, Dejana Kuluševskog ili Rodriga Bentancura, pitanje je kako će se nositi s pritiskom u narednim sezonama (Buckingham, 2022.).

---

<sup>14</sup> Naziv za najprestižnije engleske klubove: Arsenal, Chelsea, Liverpool, Manchester City, Manchester United i Tottenham Hotspur

## 6. NAVIJAČI I KULTURA

Kao i u većini slučajeva, navijači klubova Premier lige podržavaju momčadi ovisno o mjestu prebivališta, no ono što obilježava kulturu navijanja u Engleskoj je prenošenje odanosti klubu s generacije na generaciju. Velika je vjerojatnost da, ako su nečiji djed ili baka podržavali primjerice Arsenal ili West Ham, njihovi unuci također navijaju za istu momčad. U mnogim gradovima diljem Ujedinjenog Kraljevstva nema dječaka, pa ni djevojčice, koji nisu barem jednom zaigrali nogomet sa svojim vršnjacima iza škole ili na nekom igralištu u lokalnom kvartu poslije nastave. Glavni predstavnik nogometne kulture je radnička klasa, ali treba naglasiti kako se sport uvelike promijenio u posljednjih desetak godina. Budući da je nogomet sada unosna industrija, to za sobom povlači i utjecaj na gledatelje koji puno više plaćaju svoje mjesto na stadionu nego prije; pogotovo za gostujuće utakmice koje uključuju znatne troškove prijevoza i smještaja. No, unatoč tome, postoji nešto što nadjačava te troškove, a to je strast. Nogomet nije način života u Engleskoj, on jest život. Navijači dijele svaki trenutak uspjeha, pada, tuge i sreće zajedno s klubom. Pivnice su tijekom svake utakmice pune, a pjeva se ili tješi do kasnih večernjih sati. Međutim, ta strast i rivalitet, na žalost, znaju prijeći u negativne aspekte pa se često svjedoči raznim oblicima huliganizma ili rasizma, o kojem se mnogo govori u posljednje vrijeme i protiv kojeg cijela liga čvrsto stoji. Također, pokrenuti su razni projekti putem kojih se promoviraju solidarnost i jednakost, a jedan je to od načina koje, uz svoje predstave na terenu, koriste igrači kako bi inspirirali ljude diljem svijeta, posebice djecu. Pravi primjer je Marcus Rashford, igrač Man Uniteda, koji je 2020. godine vodio kampanju za pomoć siromašnoj djeci kojoj su se osigurali besplatni školski obroci. Snaga navijačke kulture viđena je nedavnim slomom planova nekolicine premijerligaških timova o uvođenju europske Superlige (2021.), natjecanja koje bi najbogatije ekipe učinilo još bogatijim, a siromašne, ili bolje rečeno manje bogate, siromašnijim i čime bi došlo do dodatnih podjela koje ionako već krasi moderno društvo. Gotovo svi simpatizeri uključenih momčadi tada su kritizirali ovu ideju imućnih vlasnika okarakteriziranu riječima poput „izdajnička“ ili „pohlepna“ i koja je zasigurno ukaljala same klupske identitete. Tada je čak i britanska vlada intervenirala, ali tko bolje zna kakve bi dodatne razlike to prouzročilo nego srednja građanska klasa, koja nesrazmjer i iskorištavanje viđa svakodnevno. Svi sportski klubovi, pa tako i nogometni, isprazni su bez svojih pratitelja, a privrženost njima je nešto što se stvara desetljećima i zato su, shvativši svoju moć i utjecaj u tom trenutku, navijači odlučili oduzeti nogomet iz ruku kapitalista i vratiti ga običnim građanima, kojima i pripada. U konačnici i to je bio samo još jedan dokaz inspiracije koja može poslužiti drugim

antikapitalističkim grupama koje se bore protiv neravnoteže i ugnjetavanja radničke klase (Attfield, 2021.). Kada je riječ od kulturi ophođenja u nogometnom svijetu Premier liga nema toleranciju na određena ponašanja, a u tome je nastojanju da se neprihvatljiva ponašanja svedu na minimum te da se širi tolerantno ozračje razvila i snažne odnose s krovnim nogometnim organizacijama kao što su FIFA i UEFA. Zajedno s njima shvaća svoju ulogu u društvenoj odgovornosti kao najgledanija sportska liga svijeta. Stoga, nerijetko sudjeluje u kampanjama koje podižu moralna pitanja i kojima se zauzima za ugroženije članove zajednice, čak i ako oni ne prate ili nemaju veze s nogometnom igrom. Premiership funkcionira na temelju četiri principa koji determiniraju njihove postupke i odluke – ambicija, inspiracija, povezanost i pravednost. Njihovo političko uvjerenje zasniva se na blokiranju svih oblika diskriminacije i omalovažavanja, integritetu, solidarnosti i zaštiti. Glavni cilj im je stvoriti i očuvati najkonkurentniju nogometnu ligu u kojoj će najkvalitetniji igrači iz najprestižnijih klubova pružati najatraktivnije utakmice. Objektivno gledajući nisu daleko od toga. Jedan od faktora koji im to omogućuje je zasigurno ravnopravna distribucija prihoda od prijenosa utakmica i ostvarivanje komercijalnih prihoda kroz sponzore i partnere. Premda je Premier liga u privatnom vlasništvu 20 klubova koji se u njoj natječu, Engleski nogometni savez, kao nacionalno tijelo za upravljanje nogometom u Engleskoj, ima najveći utjecaj na strukturiranje i reguliranje lige te jamči i pruža pravila upravljanja sportom i brine se da igrači, klubovi, vlasnici i ostali sudionici poštuju donesene propise (Premier League, 2023.). Također, svi klubovi funkcioniraju kao neovisni dioničari, koji se okupljaju na sastancima nekoliko puta po sezoni i odlučuju o aktualnim prijedlozima i problemima s kojima se liga možebitno suočava. Kao najpopularnija nacionalna liga u Europi, Premiership se vrlo često suočava s mnogobrojnim pitanjima nemilosrdnih engleskih medija i nezadovoljne javnosti. Generalno, kada se pojavi neki skandal vrlo su strogi i ne prezaju povući drastične poteze. Najčešći primjeri uključuju rasizam, nasilje i socijalnu nekorektnost, koji se uobičajeno rješavaju novčanim kaznama, suspenzijama ili određenim zabranama. Među najvećim skandalima valjalo bi izdvojiti rasnu uvredu koju je 2011. kapetan Chelsea, John Terry, uputio igraču Queens Park Rangersa, Antonu Ferdinandu. Terry je tada dobio suspenziju od 4 utakmice neigranja, a optužila ga je i policija. Unatoč tome što je priznao svoju krivicu, bio je oslobođen optužbi u sudskom postupku, godinu dana poslije. Ovo pokazuje koliko nisku toleranciju Premier liga ima kada je takvo ponašanje u pitanju, iako, po nekima, suspenzija je tada trebala biti i duža (Carfagnini, 2020.). U zadnjih nekoliko sezona brojne probleme na tom području Savezu zadaje upotreba društvenih mreža. Igrači su nerijetko mete rasističkih poruka i prijetnji, pogotovo ako njihove izvedbe i rezultati nisu u skladu s očekivanjima navijača.

Putem kampanje „No Room For Racism“, liga, u suradnji sa Savezom, Championshipom, svojevrsnim nogometnim sindikatom naziva „Udruga profesionalnih nogometaša“, pokretom „Kick It Out“ i policijom, nastoji iskorijeniti rasizam iz nogometne zajednice te pokušava promovirati inkluzivnost i jednakost na terenu i izvan njega. Osim mogućnosti prijavljivanja takvih slučajeva, nude i edukaciju po školama, kako bi djeca prepoznala rasizam i znala kako se boriti protiv istog. Osim edukacije, pružaju i razne programe potpore koje promoviraju klubovi diljem zemlje, a kroz dobrotvorni fond „Football Foundation“ osiguravaju financijsku potporu za ulaganja u nogometne centre, terene i opremu. Od 2019. do 2022. provodila se i posebna strategija „Community Programmes Strategy“ koja se koncentrirala na privlačenje djece i mladih u sport (Premier League, 2023.). Četiri cilja strategije bila su: stvaranje snažnijeg osjećaja zajedništva, poboljšavanje fizičkog i mentalnog zdravlja djece, razvoj društvenih vještina i kreiranje novih odnosa te porast prilika u obrazovanju, bavljenju sportom i zapošljavanju. Za ostvarivanje strategije koristili su se trima programima: Premier League Primary Stars (poticanje djece od 5 do 11 godina na fizičku aktivnost), Premier League Inspires (poticanje djece na razvoj društvenih vještina i pozitivnog načina razmišljanja) te Premier League Kicks (poticanje djece na zajedništvo, timski rad i inkluzivnost). Također, liga je 2010. osnovala poseban fond naziva Premier League Charitable Fund (PLCF) s ciljem potpore mladima da ostvare svoj potencijal. Do danas je preko 1,5 milijuna mladih iskusilo njegove koristi kroz razne aktivnosti, programe i festivale. PLCF-om se nastoje dodatno ojačati već navedena četiri cilja i principa omogućavajući raspodjelu sredstava koja osiguravaju liga i njezini partneri u iznosu od oko 35 milijuna funti godišnje. Fond opskrbljuje barem 92 organizacije koje stvaraju kvalitetne programe za razvoj infrastrukture. Uz to, Premier liga u suradnji sa Savezom, i britanskom vladom financira najveću sportsku dobrotvornu udrugu pod imenom Football Foundation. Pomoću nje se nastoje renovirati ili izgraditi novi nogometni tereni i ustanove u manjim lokalnim područjima kako bi se privuklo što više djece i odraslih na bavljenje sportom. Unaprjeđuju se tereni s umjetnom travom, održavanje i navodnjavanje prirodnih terena, reflektori i ostala rasvjeta, svlačionice te klupske prostorije. Partnerstvo lige i udruge počelo je 2000., a do sada je i više nego urodilo plodom. Preko 17 000 projekata je provedeno u vrijednosti od skoro 700 milijuna funti, a uz investicije koje su omogućili ostali partneri, taj iznos se penje i do 1,5 milijardi funti. Zaključno, može se reći kako Premiership raste u skladu sa svojom zajednicom i iako nailazi na razne neželjene situacije, pogotovo u zadnjih nekoliko sezona, pokazuje da je ozbiljna liga na koju pratitelji najvažnije sporedne stvari na svijetu, ali i oni koji to nisu, mogu računati (Carfagnini, 2020.).



## 7. ZAKLJUČAK

Djeca odrastaju uz nju, a odrasli žive s njom. Engleska Premier liga, odnosno Premiership, najpopularnije je nacionalno sportsko natjecanje u Europi. U potpunosti ispunjuje vikende mnogima diljem „Starog Kontinenta“, a u Ujedinjenom Kraljevstvu, posebice u nogometnoj državi poput Engleske, predstavlja svojevrsni kulturni i društveni kamen temeljac već desetljećima. Legendarni igrači i treneri koji su kročili travnjacima bezvremenskih stadiona, kulturni klubovi i količina osvojenih naslova i priznanja proželi su to natjecanje i oni će zauvijek biti dijelom nogometne povijesti i predmet sjećanja sadašnjih i nadahnuća sljedećim generacijama. Za navijače će uvijek biti tema za razgovor i sredstvo povezivanja, a često i povod za nesuglasice te sukobe koji se neće uvijek rješavati debatama, već i šakama. U svakom slučaju, većina će ih proći bez ozbiljnijih posljedica za društvo u cjelini i smatrat će se samo segmentom rivaliteta, bez kojeg sport ne bi bio sport. Budućnost za Premiership, kao i za ostale europske lige, vjerojatno donosi daljnji napredak; sportski, medijski, tehnološki, financijski i mnoge druge. Iako zvuči odlično, za prave fanatike, koji prate nogomet duže vrijeme i razumiju ga u potpunosti, to razvija i pomalo srceparajuću i iritirajuću posljedicu. Gube se čar i duša natjecanja, sve se kreće u savršenom smjeru, ali taj napredak proporcionalno vuče i regres. Pojedini igrači na nogomet na tko zna kojem mjestu prioriteta iza novca, slave, medija, mode, videoigrica i ostalih opstrukcija. Sve više na sceni izostaju oni kojima je na pameti isključivo odraditi što bolji trening i odigrati što bolju utakmicu. Nedostaje časti i borbenog duha, fizički dueli za loptu su praktički izumrli, jer se na svaki malo jači kontakt pada i traži se prekršaj. U suštini, klub se cijeni manje, a ugovor više, a to je prije samo 10-15 godina bilo nezamislivo i nedopustivo. No, takav je danas realno cijeli svijet. Mediji, kako bi zadovoljili nezasićene želje publike za informacijama, kreiraju preveliku eksponiranost sporta. Znamo previše, a poput ovisnika želimo znati još. Dolazi do zasićenja, sve je predostupno i kada usporedimo to sa prošlošću moglo bi se zaključiti da je ponekad blagoslov živjeti u neznanju odnosno da ono do čega je teže doći cijeni više i tada to samo po sebi ima veći značaj i veću vrijednost. Istina je da se vrijeme ne može vratiti, promjene su sastavni dio sporta i života te ako želimo i dalje uživati u njima ne preostaje nam ništa drugo nego da prihvatimo novo doba i pokušamo od njega stvoriti bolje društvo, ono jednakih, ravnopravnih po bilo kojoj osnovi i bez predrasuda, a mladima, svojim primjerom, pokazati da ono zaista takvo može i postati, ako se potrudimo i ako to silno želimo te poduzimamo važne akcije u tom smjeru, koristeći dostupnu tehnologiju i sve prednosti današnjeg modernog doba.

# LITERATURA

## Knjige, stručni članci i izvješća te internetske stranice

1. Attfield, S. (2021), *English Football and Working-Class Culture*, <https://workingclasstudies.wordpress.com/2021/04/26/english-football-and-working-class-culture/>, pristupljeno 23.01.2023.
2. Backhouse, F. (2022), *Heysel Stadium disaster*, <https://www.britannica.com/event/Heysel-Stadium-Disaster>, pristupljeno 14.01.2023.
3. Buckingham, P. (2022), *Analysed: Premier League clubs' £272m spending on agents' fees*, <https://theathletic.com/3223559/2022/04/02/analysed-premier-league-spent-272m-agents-fees-transfers/>, pristupljeno 23.01.2023.
4. Carfagnini, J.-P. (2020), *Organizational Analysis of the English Premier League*, <https://www.jpccarfagnini.com/organizational-analysis-governance-english-premier-league/>, pristupljeno 26.01.2023.
5. Dixon, E. (2023), *Report: Apple circles Premier League domestic broadcast rights*, <https://www.sportspromedia.com/news/apple-premier-league-tv-broadcast-streaming-rights-sky-bt-amazon/>, pristupljeno 20.01.2023.
6. Gazapo, C. (2019), *TV Rights in Football - Premier League Analysis*, <https://www.sbibarcelona.com/newsdetails/index/403>, pristupljeno 21.01.2023.
7. GlobalData Sport, (2021), *Business of the English Premier League 2021-22*, London: GlobalData Plc.
8. Goal, (2019), *Football agents: Salary, what they do & how to become a player intermediary*, <https://www.goal.com/en/news/football-agents-salary-what-they-do-how-become-player-intermediary/>, pristupljeno 23.01.2023.
9. Hamil, S., Chadwick, S. (2010), *Managing Football: An International Perspective*, Oxford: Elsevier.
10. Lee, S. (2022), *Analysed: Premier League clubs' £272m spending on agents' fees*, <https://theathletic.com/3223559/2022/04/02/analysed-premier-league-spent-272m-agents-fees-transfers/>, pristupljeno 20.01.2023.

11. Lewis, R. (2022), *English Premier League History: The Origins And Formation*, <https://historyofsoccer.info/premier-league-founded>, pristupljeno 15.01.2023.
12. Olley, J. (2021), *The Premier League's shift from all-powerful managers to directors of football and split responsibilities*, <https://www.espn.com/soccer/english-premier-league/story/4544765/the-premier-leagues-shift-from-all-powerful-managers-to-directors-of-football-and-split-responsibilities>, pristupljeno 24.01.2023.
13. Panja, T., Smith, R. (2021), *Europe's New Super League, Explained*, <https://www.nytimes.com/2021/04/19/sports/soccer/super-league-explainer.html>, pristupljeno 20.01.2023.
14. Pearce, J. (2022), *Analysed: Premier League clubs' £272m spending on agents' fees*, <https://theathletic.com/3223559/2022/04/02/analysed-premier-league-spent-272m-agents-fees-transfers/>, pristupljeno 20.01.2023.
15. Porterfield, C. (2022), *Billionaire Todd Boehly-Led Group Completes \$5.4 Billion Purchase Of Chelsea FC*, <https://www.forbes.com/sites/carlieporterfield/2022/05/30/billionaire-todd-boehly-led-group-completes-54-billion-purchase-of-chelsea-fc/>, pristupljeno 20.01.2023.
16. Premier League, (2023), *Premier League, Partners*, <https://www.premierleague.com/partners>, pristupljeno 25.01.2023.
17. Score and Change, (2022), *Overview of the 2022/2023 Premier League sponsors*, <https://www.scoreandchange.com/overview-of-the-2022-2023-premier-league-sponsors/>, pristupljeno 18.01.2023.
18. Sky Sports, (2020), *Brexit's effect on Premier League transfer window: Would Paul Pogba and Cesc Fabregas have still signed?*, <https://www.skysports.com/football/news/11095/12149187/brexit-effect-on-premier-league-transfer-window-would-paul-pogba-and-cesc-fabregas-have-still-signed>, pristupljeno 22.01.2023.
19. Statista Research Department, (2022), *Premier league soccer clubs revenue in England (UK) from season 2014/2015 to 2021/2022, by revenue stream*, <https://www.statista.com/statistics/874020/revenue-of-premier-league-football-clubs-by-stream/>, pristupljeno 19.01.2023.

20. The Athletic UK Staff, (2022), *Analysed: Premier League clubs' £272m spending on agents' fees*, <https://theathletic.com/3441998/2022/07/25/premier-league-owners/>, pristupljeno 21.01.2023.
21. The Football Association (FA), (2022), *Intermediary Fees 2021-2022*, dostupno na: <https://www.thefa.com/football-rules-governance/policies/intermediaries/intermediaries-transactions>, preuzeto 20.01.2023.
22. TotalSportal, (2022), *Premier League Official Title Sponsorship Deals History From 1992-2017. And Why No More Title Sponsors?*, <https://www.totalsportal.com/money/premier-league-official-title-sponsors-deals-history/>, pristupljeno 20.01.2023.
23. Transfermarkt, (2023), *Chelsea sign Fernández and break multiple records - Highest spending in football history*, <https://www.transfermarkt.com/chelsea-sign-fernandez-and-break-multiple-records-highest-spending-in-football-history/view/news/415823>, pristupljeno 01.02.2023.
24. Twomey, L. (2022), *Analysed: Premier League clubs' £272m spending on agents' fees*, <https://theathletic.com/3223559/2022/04/02/analysed-premier-league-spent-272m-agents-fees-transfers/>, pristupljeno 20.01.2023.
25. Wilson, R., Plumley, D. (2011), *Ownership Structure and Financial Crisis in English Premier League*, London: Routledge.

## POPIS ILUSTRACIJA

### Popis slika

<i>Slika 1. - Broj momčadi po pojedinim dobavljačima dresova u sezoni 2022./2023. ....</i>	15
<i>Slika 2. - Sponzorstva po sektorima u sezoni 2022./2023. ....</i>	16
<i>Slika 3. - Evolucija logotipa Premier lige za vrijeme naslovnih sponzora ....</i>	21
<i>Slika 4. - Naknade (u £) za agente u razdoblju između 2. veljače 2021. i 31. siječnja 2022. ...</i>	30

### Popis tablica

<i>Tablica 1. - Poredak momčadi na kraju prve sezone Premier lige .....</i>	6
<i>Tablica 2. - Popis klubskih sponzora na prednjem dijelu dresova za sezonu 2022./2023. ....</i>	17
<i>Tablica 3. - Popis klubskih sponzora na rukavima dresova za sezonu 2022./2023. ....</i>	18
<i>Tablica 4. - Ugovorena TV prava od 1992. do 2019. ....</i>	22

### Popis grafikona

<i>Grafikon 1. - Usporedba vrijednosti domaćih (britanskih) i stranih TV prava .....</i>	25
--	----