

SPARTA

BUSINESS

JOURNAL



★★★
S



12. HRÁČ

NA SROUČI S

NA SPARTU

ACS 1893

37 ÚSPĚCH A ZÁVAZEK.

Co jste dělali, když Sparta po devíti letech znovu získala mistrovský titul? Byli jste na obchodní večeři? Nebo s rodinou? Anebo jste společně s námi sledovali utkání A-týmu na Slovácku v prostorách stadionu na Letné a následně si užili první vítězné emoce s managementem a zaměstnanci klubu? Cestovali jste snad přímo do Uherského Hradiště a první radost jste si užili v noci na dálnici po cestě do Prahy?

Ať jste vlastně byli kdekoliv, tento úspěch vnímáme také jako ocenění Vaší podpory AC Sparta Praha. Na zisku titulu se společně s těmi nejdůležitějšími – hráči a realizačním týmem – podíleli všichni, s nimiž se můžete při zápasech a například při setkáních Sparta Business Clubu potkat. Tedy zástupci top managementu, zaměstnanci, ale i zástupci společností, které Spartu podporují. Dobře víte, co za úspěchem stojí. Ve sportu, v byznysu. Je to pyramida správných rozhodnutí, plánování, vůle a odhodlání i soustředění, doplněná správnou vnitřní motivací.

Platí, že z úspěchu se radujete mnohem kratší dobu, než jak dlouho Vás užírá případný neúspěch. Proto je zisk 37. mistrovského titulu zároveň závazkem. Na hřišti, ale i při naší spolupráci s obchodními partnery. Musíme, ale hlavně chceme dál růst a zlepšovat se.

Děkujeme za Vaši důvěru.

Jedeme dál.

Sparta. Tečka.

130. NAROZENINY AC SPARTA PRAHA.

Do jubilejní 130. sezony vstupujeme s jedinečnou černou výroční sadou dresů, které dominuje nejdůležitější písmeno našeho klubu i českého a československého fotbalu. „S“. Navíc ve zlaté barvě! Oslavy zastřešuje idea GEN ACS. Právě #GENACS je součástí DNA každého sparťana a sparťanky, čímž nás spojuje a dělá nás výjimečnými. Už 130 let!



S

Klíčové prvky výroční identity

Na srdci S

„S“ na výročním dresu nepředstavuje nové logo – to je od rebrandingu z roku 2021 stále stejné. Jde o alternativní logo vycházející z klubové identity ACS, určené primárně pro to nejvýznamnější místo, na kterém lze brand Sparty nosit. Na dresu. Na srdci sparťanů.

Z úcty k tradici v černém

Z úcty k tradici prvních spartánských dresů nastoupíme v maximálním možném počtu zápasů výroční sezony tak jako první spartáné. V černých dresech. Primární barvou dresů ACS pro sezonu 2023/2024 však zůstává rudá.

Zlatě s ambicí šampionů

Jako úřadující šampioni. Jako rekordní sedmatřicetinásobní mistři. Výroční černý dres bude zdobit barva, která definuje pouze ty nejlepší. Zlatá!

Šetrné k životnímu prostředí

Dres s logem společnosti adidas je vyroben z lehkého recyklovaného polyesteru s technologií AEROREADY, která udrží hráče v suchu a umožní jim soustředit se na samotnou hru.

Gen ACS

Je součástí DNA každého spartana a spartanky, který nás spojuje a dělá nás výjimečnými. Už 130 let.



AC SPARTA PRAHA

130 LET NEJÚSPĚŠNĚJŠÍHO KLUBU.

37

mistrovských titulů



21

vítězství v českém poháru

8

trofejí v Československém poháru

3

triumfy ve Středoevropském poháru



41

sezón v řadě v evropských pohárech

ACS
ACS
ACS

KLÍČOVÉ UDÁLOSTI NAŠÍ HISTORIE.

1893

založení klubu



1896 – první derby



1912 – první titul

1917

více než 106 let na Letné



1927 – první vítězství ve
Středoevropském poháru



1906 – rudé dresy po vzoru
Arsenalu



1923 – doma čtyři roky bez porážky

1934

požár stadionu



1953 – změna názvu na
Spartak Praha Sokolovo



1964 – třetí vítězství ve
Středoevropském poháru



1965 – Sparta znovu Spartou

1973

semifinále Poháru
vítězů pohárů

1975

jediný sestup
z nejvyšší soutěže



1976 – okamžitý návrat

1983

výřazení Realu Madrid
v Poháru UEFA



1999 – postup do osmifinále
Ligy mistrů z prvního místa
skupiny



1984 – titul po 17 letech

1992

třetí místo v nultém
ročníku Ligy mistrů



adidas

★ ★ ★
ŠAMPIONI
1893 Z L37NÉ 2023

TITUL?

EUFORIE A NADŠENÍ DO DALŠÍ PRÁCE.



FRANTIŠEK ČUPR, VÝKONNÝ MÍSTOPŘEDSEDA PŘEDSTAVENSTVA

Necelých pět let působil ve funkci generálního ředitele. Za tu dobu prošel klub zásadní vnitřní transformací, došlo k výstavbě patra pro první tým v tréninkovém centru na Strahově, A-tým se vrátil do soutěží UEFA, Sparta vyhrála MOL Cup – a po devíti letech konečně také získala titul. Došlo ke změnám na klíčových pozicích ve vedení, Tomáš Rosický se etabloval v roli sportovního ředitele. Vedení realizovalo z ekonomického pohledu mimořádné transfery Adama Hložka či Dávida Hancka do zahraničí. Vítězstvím v nejvyšší české soutěži se uzavřela etapa, v níž byl František Čupr CEO. Manažer skupiny EPH se nyní posouvá do role výkonného místopředsedy představenstva. >>>

K1.7. jste předal pozici generálního ředitele Tomáši Křivdovi. Vy jste výkonným místopředsedou představenstva. Můžete upřesnit, co přerozdělení znamená?

Řízení procesů, práce se zaměstnanci, vedení porad, spousta věcí ohledně byznysových partnerů a provozu stadionu, to všechno přechází na Tomáše. Ale vzhledem k tomu, že v poslední době většinu provozních věcí řešil právě on, je to logické.

Tomáš převezme řízení denní agendy na úrovni top managementu, bude mít na starosti provozní záležitosti. Výrazně mu s tím pomůže finanční ředitel Jakub Urbaník. Je pro mě důležité, že jsme schopni pracovat při řešení personálních otázek s vlastními lidskými zdroji a nepřivádíme člověka zvenčí. Tak by to ve správně nastaveném prostředí principiálně mělo být.

Já si na sebe nakládám povinnosti, které se týkají zejména komunikace směrem ven ze Sparty. Chci se více věnovat tomu, jak klub funguje v českých i mezinárodních fotbalových strukturách. Jde mi o intenzivnější spolupráci s vrcholnými představiteli UEFA, řešení problémů směrem k FAČR, četnější setkávání se s ostatními kluby, mimo jiné i na půdě LFA.

Zároveň se budu nadále intenzivně věnovat spolupráci s Tomášem Rosickým a Petrem Hrdličkou při transferech hráčů. Dále se chci zaměřit na rozvoj klubové sportovní infrastruktury, ať už se bavíme o potenciálu nového stadionu, výstavbě sportovních areálů v oblasti hlavního města nebo o dalším zlepšování prostředí na Strahově.

V průběhu posledních pěti let od vašeho příchodu do Sparty došlo k poměrně zásadní vnitřní transformaci klubu. Nastavení jasných odpovědností a kompetencí, proběhly také personální změny v klíčových pozicích. Znamená váš posun do pozice výkonného místopředsedy představenstva, že Vaše představa o přerodu klubu je vlastně ukončená a Sparta vstupuje do další fáze vývoje?


Takto jsem si to v hlavě nastavil a opravdu to tak vnímám. To, co jsem si při svém příchodu do Sparty předsevzal, se dle mého podařilo naplnit. Chtěl jsem, aby ve Spartě fungovaly procesy, kompetence, abychom měli správné personální nastavení. Dnes máme fungující personální politiku a specializované HR oddělení, každý zaměstnanec ví, jaká je jeho role a hráči mají od těch nejmenších až po áčko velmi dobré zázemí. Na stadionu jsme provedli hodně stavebních úprav, proběhly klíčové změny ve vedení a řízení celého klubu. Tyto věci jsem měl od začátku působení na Letné a na Strahově v hlavě a transformaci považuji vnitřně za završenou. Spousta věcí trvala déle, než jsem původně zamýšlel, nicméně si myslím, že teď vstupujeme do fáze, kdy máme základy správně nastavené a dále budeme zlepšovat všechno, co budeme moct. Jsem rád, že jsme uplynulou sezonu zakončili titulem a garantovanou účastí v soutěžích UEFA, nicméně vnitřně jsem byl o změně na pozici CEO přesvědčen už v průběhu uplynulého ročníku.

Co pro klub vaší optikou znamená zmíněný zisk titulu?

Obrovské nadšení a euforii pro další práci. A opětovné získání sebevědomí, které jsem v některých momentech v klubu postrádal. Jsem rád, že jsme před více než rokem přivedli realizační tým, který nebyl zatížen minulostí a tím, že jsme dlouho neměli úspěch. A teď už nikdo nemůže říct, že jsme sedm, osm, devět let nevyhráli ligu... Máme titul. A budeme pracovat na tom, abychom ho v následujících letech získávali znovu. Proto vidím vítězství v lize také jako skvělou motivaci pro další práci.

V průběhu času, kdy jste vedl Spartu jako generální ředitel, jste byl hodně k dispozici Tomáši Rosickému. Bylo jedním z vašich přání poskytnout Tomášovi prostor pro manažerský růst?

Určitě ano. Poté, co jsem se ocitl v pozici CEO, jsem vedl s Danielem Křetínským diskuzi o Tomášovi jako sportovním řediteli. Jsem dnes opravdu rád za to, že jsme se tenkrát rozhodli a Toma jsme do funkce uvedli. I když v té pozici teprve začínal. Má velký cit pro fotbal, pro hráče, jejich vnímání situací. A udělal obrovský manažerský posun. Zůstaly mu silné stránky, které měl, a zároveň vidím, jak dnes jedná s agenty, hráči, trenéry... Pro mě je to dnes naprosto komplexní sportovní ředitel.

Tomáš před rokem uvedl, že své setrvání v pozici sportovního ředitele konzultoval právě s vámi a také s předsedou představenstva Danielem Křetínským. V té době byl celý klub a konkrétně Tomáš velmi silně kritizován. A za necelých 





dvanáct měsíců jsme slavili titul. Ted' je možná správný čas se k tomuto dění vrátit. Jak jste v té době uvažoval a co jste Tomášovi řekl?

Na toto téma jsem se s Tomášem skutečně hodně bavil. A řekl jsem mu, že za mě absolutně není téma, aby končil. Naopak jsem Tomovi řekl, že musí zůstat a dokončit práci, kterou jsme rozdělali. Měl jsem k tomu jasné důvody: sledoval jsem jeho velký osobnostní rozvoj. Vnímám jsem, jak uvažuje, jak intenzivně pracuje, jak posouvá spoustu věcí dopředu. Nicméně po sportovní stránce se nám to nedařilo dotáhnout k úspěchu, který jsme si přáli. Ale já si nedokázal představit na Tomášově pozici jiného člověka. Pro mě to skutečně vůbec nebylo téma.

Transformaci, kterou klub prošel v posledních pěti letech, výrazně ilustruje personální politika. Vy si na týmové spolupráci hodně zakládáte, že ano?

Když jsem na Letnou přicházel, viděl jsem individuality, menší týmy a skupinky. Postupem času sleduji naprosto úžasný a skvěle fungující tým lidí. Když jsem dorazil na stadion po vítězství na Slovácku, které zpečetilo náš zisk titulu, byli tady sponzoři a většina zaměstnanců. Hodně kolegů slavilo až do rána a spalo v kancelářích. Pár hodin se vyspali a znovu začali pracovat, připravovat mistrovské oslavy a řešit svoje úkoly. To je pro mě signál, že všichni ten titul opravdu hodně chtěli. Historicky bylo Spartě vyčítáno, že si každý hájí svoje zájmy, dnes to u lidí v klubu nevidím. A jsem za to vděčný. Mimochodem, když se bavím s Brianem

Priskem, tak mi taky říká, že vidí, jak Sparta uvnitř výborně funguje. Jsme jeden tým a vidí to i realizační tým a kabina. A všichni chtějí úspěch. To je základ.

Výraznou inovací prošlo klubové zázemí. Mnoho dílčích i pár zásadnějších úprav na hlavním stadionu, přístavba dalšího patra v tréninkovém centru na Strahově, výstavba nové umělky, vyhřívání hřiště s přírodním povrchem. Byl i tohle jeden ze základních stavebních kamenů proměny Sparty?

Z mého pohledu tyto věci nebyly tak důležité jako nastavení lidí v klubu, nicméně důležité to bylo, ano. Protože je to stejné, jako kdybych chtěl vybudovat firmu s miliardovou hodnotou, ale moje kancelář by byla na lavičce v parku s notebookem. Možná to někdy klapne i v takových podmínkách, ale mnohem větší je pravděpodobnost, že k tomu nedojde.

Takže když chci mít úspěšnou firmu, musím jí vytvořit adekvátní zázemí. A když chci mít fungující klub, tak k tomu musí mít lidi a hráči odpovídající prostor. Aby se nemuseli bát hrozby výronu v kotníku na staré umělce nebo být v zimě bez přírodního povrchu pro trénink. Motivace je určitě lepší, když se člověk nemusí soustředit na okolní prostředí, ale jen na práci, na kterou se soustředit má.

Pojďme k dalšímu tématu. Jaká je aktuální ekonomická situace klubu?

Naše logika je taková, že v ideálním světě povedou k vyrovnanému rozpočtu příjmy ze sponzoringu, ticketingu, merchandisingu



a transferů plus příjmy z účasti v soutěžích UEFA a finance od LFA, což čítá i vysílací práva a prémie za sportovní úspěch. Musíme však prodávat hráče za významně vyšší hodnotu, než za jakou je nakupujeme.

Pokud se bavíme o jménech jako Adam Hložek nebo Dávid Hancko, tak je to ideální scénář. Minimálně je pak rozpočet výrazně vyrovnanější, než tomu bylo v minulosti. Mimo jiné jsme také za posledních pět let poměrně snížili provozní nákladovou stránku rozpočtu a zvýšili příjmovou. Nejen z transferů, ale i z ticketingu, sponzoringu a dalších oblastí generujeme vyšší zisky. Nejsme úplně soběstační a vyrovnání, když mluvíme o výsledné bilanci. V naprosto dokonalém světě, kde hrajeme Ligu mistrů, bychom měli provozní rozpočet krytý pouze účastí v základní skupině.

Samozřejmě nám hodně pomáhá, že Dan Křetínský je ochoten dávat do Sparty finance tak, aby byl rozpočet vždy vyrovnaný. Není téma, že bychom měli mít nějaké těžkosti. Budeme mít mírně či více deficitní rozpočet podle toho, zda se nám povede zajímavý transfer či zda budeme mít úspěch v soutěžích UEFA. Nicméně vždy to bude tak, že finanční zdroje na provoz klubu mít budeme.

Klub tedy plní finanční pravidla UEFA?

Samozřejmě. Striktně si hlídáme hospodaření tak, abychom se nedostali mimo rámec pravidel a nepřekročili kumulovanou ztrátu. Díky tomu jsme schopni fungovat na běžných principech.

V poslední době jste byl velmi aktivní při přípravách tendru na držitele vysílacích práv na profesionální fotbalové soutěže od ročníku 2024/2025. Můžete být konkrétnější, jak tento proces probíhal?

Na Ligovém grémium, které proběhlo ve druhé polovině června, jsem poděkoval kolegům, kteří s námi na přípravě tendru spolupracovali. Protože jsme vytvořili velice profesionální tendr s tím, že máme připravenou veškerou zadávací dokumentaci. Ta obsahuje všechna kritéria, která jsme potřebovali vydefinovat.

Máme stanovené minimální požadavky na uchazeče, abychom byli schopni zlepšovat kvalitu přenosů, precizovat VAR a přidat kalibrovanou ofsajdovou čáru. Máme vzorovou smlouvu, která se bude soutěžit. Toto jsme byli schopni odpracovat.

Naše práce rezultuje v zájem uchazečů zúčastnit se tendru. A není to o jednom, ale o více zájemcích. Naše základní cíle jsou dva: prvním je zvýšení samotné hodnoty audiovizuálních práv. Věřím, že budeme schopni dostat se někam, kde bychom to třeba ještě před rokem nečekali. Za mě cílíme někam k 400 milionům korun za sezonu pro profesionální fotbal. Druhým cílem je zvýšení kvality produktu, což znamená zvyšování úrovně televizních přenosů, zlepšování mediální prezentace, tvorba dokumentů, úroveň televizního studia... Myslím, že právě toto nás dokáže posunout o další kus dopředu v tom, jak chceme, aby v České republice profesionální fotbal vypadal. ■



FANOUŠEK JAKO CÍLOVÁ SKUPINA PRO KLUB I PARTNERA.

Běžný fanoušek si všimne pěkného videa nebo povedeného vizuálu, případně personalizovaného e-mailu před či po utkání. Sparťanský marketing je vidět i u odborné veřejnosti, kde každoročně sbírá řadu ocenění. Péče o značku je ale podstatná pro fanouška i obchodního partnera. Efektivní propletení oblastí B2C (zaměřené na fanoušky) a B2B (zaměřené na partnery) tak na Spartě vnímáme jako klíčové.

„Kvalitní a silný brand pomáhá fanouškům identifikovat se s klubem a podporovat ho," říká šéf spartánského marketingu Kamil Veselý. Dobře vybudovaná značka je pak zároveň atraktivní pro sponzory a obchodní partnery. Její hodnota díky mediálnímu dosahům pomáhá zvyšovat komerční potenciál z prodeje lístků, merchandisingu, mediálních práv, digitálního obsahu a dalších aktivit. V neposlední řadě má i reputační vliv, který vytváří silný přesah do společnosti.

Vzhledem k tomu, že Sparta je pod drobnohledem médií a veřejnosti, jakékoliv chyby nebo kontroverze mají daleko větší

dopad na reputaci klubu. Proto je pro Spartu ještě důležitější pečovat o svůj brand a neustále posilovat vztahy s fanoušky a partnery. „K tomu slouží čtyři základní hodnoty. Ambice. Odvaha. Tradice. Respekt. K nim vztahujeme všechny naše činnosti," přibližuje Veselý tvorbu věcí, které v klubu vznikají.

Neviditelnější to bývá při skládání obsahu na web a sociální sítě, které slouží jako hlavní komunikační kanál klubu. „Můžeme to rozdělit na tři části, kdy sportovně-zpravodajskou všichni znají ze zápasových dnů. K tomu pak máme zábavu v podobě Buď v týmu a různých

videí a článků, díky kterým se dostanete za oponu," vypočítává Veselý. „Z pohledu brandu je za mě nejdůležitější video, respektive obsah a vizuály ke každé sezoně. Tím říkáme, co nás čeká, a zároveň nejvíce ukazujeme spartánské hodnoty."

V sezoně, kdy Sparta slaví 130 let své existence, se přidává ještě jeden prvek, který chyběl. Outdoorová kampaň po celé Praze. Billboardy, polepy v metru, tramvajích. Všechno má jeden cíl, ukázat Spartu širšímu publiku. „Dlouho jsme se tím nezabývali. Necítili jsme, že jsme v situaci, by jádro našich fanoušků mělo přehled o všech aktivitách. Proto jsme se

soustředili výhradně na ně. Nyní už máme nastavenou jasnou komunikaci a vidíme, že můžeme jít i mimo ně. Proto chceme oslovit další," vysvětluje marketingový ředitel.

Stále větší důležitost mají i mimozápasové aktivity jako Sparta opening, Piknik nebo Letenská noc. K dalšímu rozšíření dojde i u prohlídek stadionu, které by měly být o víkendech, kdy Spartu na Letné nečeká domácí zápas.

„Nechat fanoušky zažít něco, co normálně nejde, pozvat je do kabiny, vstoupit na trávník, to podle nás přesně koresponduje s tím, jak se vytváří osobní vztah ke značce," poddhaluje Veselý aktivity v rám-

ci placeného členství ve Sparta Clubu.

Nejhlouběji do srdce Sparty se už třetí sezonu dostávají sparťanští partneři prostřednictvím Sparta Business Clubu – B2B platformy pro byznysový networking. Členům, kterými jsou zástupci malých i velkých firem, je pak umožněn pohled za oponu. Na pravidelných setkáních nahlíží pod pokličku, diskutují s vedením, zástupci sportovního úseku i legendami klubu. To vše většinou u dobrého vína nebo brunche, na zajímavých místech. Sparta Business Club svým členům navíc nabízí účast na výjezdech s A-týmem na evropské soutěže, což je v sezoně 2023/24 výhodou nejméně pětinasobnou.

Efekt propojení B2C, tedy práce s fanouškou, a B2B, tedy práce s partnery, je nejviditelnější v samostatných projektech sponzorských aktivací. Firma prostřednictvím klubu promlouvá k fanouškovi. Při dobře promyšlené aktivaci pak partner může skrze klub dosáhnout na svůj stanovený obchodní cíl. Ať už je takovým cílem brand awareness, akvizice klientů či jednorázový prodej. Příklady konkrétních aktivací a jak se jimi na Spartě dařilo plnit obchodní cíl partnera v sezoně 2022/23, najdete v další části magazínu.

Přirozenou součástí brandové strategie je bezesporu společenská odpovědnost. Sparta je v české společnosti přítomna





už 130 let. I proto se od ní očekává, že bude svým způsobem odpovídat na aktuální společenská témata. „Hodnoty, které máme, potřebujeme naplňovat i jinak než hezkým obsahem. Proto jsme měli na Letné očkovací centrum, pomáhali jsme po tornádu na jižní Moravě nebo pořádali sbírku po vypuknutí válečného konfliktu na Ukrajině.

Máme ambici lídra, tak je třeba ji konkrétně naplňovat,“ říká Veselý.

Popsaná skládačka vytváří obrazy brandu, k němuž si buduje svůj osobní vztah fanoušek a byznysovou vazbu obchodní partner. Aby vztahový trojúhelník klub-fanoušek-partner fungoval efektivně po všechny tři jeho součásti, vnímáme na



Spartě jako podstatnou vzájemnou otevřenost. Ta je stavebním kamenem pro cestu partnera skrze klub k jeho fanouškovi. Ten totiž není standardním klientem, jak je tomu v jiných odvětvích, ale je s klubem mnohdy spojen desítky let. Srdcem. To máme na paměti vždy – jak v marketingové komunikaci, tak při kreativě partnerských aktivitách.



**Oficiální dodavatel vína Bodega Iniesta do VIP prostor AC Sparta Praha
i pro Vaši firemní či soukromou příležitost.**

www.veritasvino.cz





NA SRDCE S NA HRUDI BETANO.

Pozice generálního partnera patří od sezony 2023/2024 nadnárodnímu brandu Betano. Ke změně na špici partnerské pyramidu klubu došlo po více než 4 letech. „Příchod značky Betano na pozici generálního partnera je výsledkem naší dlouhodobé koncepční práce v komerční oblasti. Velmi rychle jsme si v rámci jednání dokázali získat důvěru partnera, který ocenil náš inovativní přístup k marketingu a komunikaci,“ komentoval změnu v den oznámení partnerství generální ředitel AC Sparta Praha Tomáš Křivda. A dodal: „Těším se na spolupráci, díky které se budeme pohybovat v mezinárodním prostředí, a budeme se tak moci volně inspirovat od dalších klubů, které s Betanem již delší dobu spolupracují. Nepůjde zdaleka jen o zajištění vizibility na dresech či reklamních panelech u hřiště.“ Logo Betano zdobí od července 2023 dresy sparťanského A-týmu,

B-mužstva i prvního ženského výběru. Brand originálně dominuje prémiovému rohovému sektoru, baví fanoušky při poločasových soutěžích a aktivuje své partnerství na sociálních sítích vlastních i klubových. S čím už ale bude zapsán do historie v českém, ne-li světovém sportovním prostředí, je oficiální oznámení generálního partnerství s AC Sparta Praha.

Oznámení takto významné spolupráce si zasloužilo velkolepé pojetí. Zároveň Sparta ve stejný den vstoupila do své jubilejní 130. sezony, s níž souvisí celá grafická linka GEN ACS. A unikátní výroční dres. Dres vznikl v úzké spolupráci s výrobcem a hlavním partnerem klubu, společností adidas. I tyto skutečnosti si zasloužily pozornost fanouška klubu. Proto došlo k rozhodnutí všechna tři témata spojit v jeden velký projekt.



DRES NAD PRAHOU.

V sobotu 1. července 2023 se tak nad Prahu vznesl nový výroční dres RCS, černý s odkazem na historii klubu – na srdci S. Vpravo nové zlaté logo adidas. A pod nimi široký zlatý název nového generálního partnera klubu. BETANO. Představení bylo velkolepé, kreativní zpracování celého projektu pod vedením agentury 2:Score precizní. O dosah v různých cílových skupinách se postarala každá ze tří zapojených stran – Sparta na všech svých komunikačních kanálech fotografiemi a videem. Adidas zapojením uznávaných českých influencerů. Betano pak ve spojení s ambasadorem Liborem Boučkem.

Čekají nás evropské souboje i cesta za obhajobou titulu. Řečeno marketingovým claimem Betana – hra začala. Věřme, že bude úspěšná – sportovně i byznysově. Zástupce i hosty nového partnera můžete pravidelně potkávat na domácích zápasech Sparty ve VIP prostorech epet ARENY.



AKTIVACEMI PARTNERŮ KLUBU K OBCHODNÍM CÍLŮM.

V uplynulé sezoně jsme se mimo jiné soustředili v rámci plnění pro naše partnery na tzv. aktivace. Co přesně si pod tím v AC Sparta Praha představujeme? Jednorázové či pravidelné projekty s jasným obchodním cílem.

Ochutnávka z uplynulé sezony v obrazech a číslech:



Obchodní cíl

#retence a akvizice zákazníků

Aktivace

Na Spartu do VIPu!

Strategie

celosezonní akviziční program

Výsledek

splnění cíle na 166 %



NA SPARTU DO VIPU!

žádej neopakovatelný zážitek z návštěvy zápasu **Sparty proti Slavii!** Zapoj se do soutěže a získej exkluzivní VIP balíček pro tebe a tvůj doprovod.



Motivačního programu Na Spartu do VIPu! se před každým domácím zápasem zapojují stovky fanoušků, kteří mají Sparta ID. Z nich je losován vítěz, který s doprovodem navštíví utkání jako VIP host.

Osobně je u vstupu přivítán zástupcem vedení ACS a spartanským welcome drinkem RED. Má možnost prohlédnout si prostory VIP hospitality a dostává dres se personalizovaným potiskem.

Nechybí ani Meet & Greet s některou ze spartanských osobností. Zážitek pro fanouška, obchodní strategie pro partnera, skrze klub.

sparta.cz - FANZONA





Obchodní cíl

#brandawareness

Strategie

titulární partner stadionu
a aktivace u jednotlivých projektů ACS

Aktivace

partner zimní přípravy s využitím bodycam MindFly

Výsledek

rekordní dosah záběru (15.7 miliónů přehránií nebo
zobrazení – TikTok) s vizibilitou epet



Aktivace partnerství k zimní přípravě vyvrcholila sponzorovaným použitím body kamery u přátelském utkání s 1. FC Norimberk v lednu 2023 s vizibilitou epet.



epet ARENA

Užívání názvu stadionu má svá pravidla v podobě malých a velkých písmen, má vlastní logo i brandmanuál. V komunikačních kanálech ACS pak pod označením #epetARENA najdete nejen zápasové příspěvky. Nové jméno se díky své jednoduchosti dobře vžilo a je přirozeně užíváno v médiích i mezi fanoušky.



Silný partner pro silné hráče

epet.

Hlavním partnerem epet ARENY je společnost **epet**. Stabilní dodavatel elektřiny a plynu pro běžné domácnosti i firemní zákazníky. Již 17 let na českém trhu. Více na www.epet.cz.



Obchodní cíl

#retence a akvizice zákazníků

Strategie

dlouhodobý motivační program

Aktivace

Sparta karta

Výsledek

Průběžné plnění na 104%




Odměna
1 000 Kč
za nákupy
na Spartě

Sparta karta:
platební karta s výhodami
pro fanoušky

www.csob.cz/sparta






Křest karty a spuštění komunikace projektu na největším ženském derby v březnu 2023 v epet ARENĚ



Představení spolupráce se Spartou a plánovaných projektů zaměstnancům ČSOB s prezentací trenéra Briana Priskeho o využití dat ve sportu.

SPARTA BUSINESS CLUB

OHLÉDNUTÍ ZA SEZONOU 2022/2023



Září 2022

Místo: epet ARENA

Téma: Hráčské přestupy

Hosté: Tomáš Rosický, Jiří Rosický, Petr Hrdlička, František Čupr
Za zavřenými dveřmi se členové Sparta Business Clubu dozvěděli, jak probíhá celý proces hráčských transferů. Jaké jsou fáze od scoutingu po podpis, co vše v procesu hraje roli. Otázky, odpovědi, diskuze.

Říjen 2022

Místo: O2 Universum

Téma: Konference Sport Alive

Host: Tomáš Janča, Tomáš Křivda a hosté konference

V rámci největší konference sportovního marketingu u nás měl Sparta Business Club alokovaný vlastní salonek. Se spartánským drinkem RED., s ukázkami merchandisingu SBC. Členy osobně přivítal zakladatel konference a uznávaný odborník sportovního marketingu Tomáš Janča. V průběhu dne se v místě střídali řečníci konference, představitelé nejen fotbalových klubů nebo Českého olympijského výboru. Hosté se zapojili do slosování o VIP vstupenky na domácí utkání na Letné.

Listopad 2022

Místo: prodejna Steilmann

Téma: Dress-code v byznysové praxi

Hosté: Brian Priske, manželé Radka a Tomáš Rosičtí, Miroslav Baranek
Kdo jiný by měl k tématu dress-code promluvit než zakladatelka etablované módní značky Steilmann Anna Motlíková. Setkání uspořádala ve své prodejně a zhostila se toho velkolepě. Profesionální módní přehlídka a choreografie postupně demonstrovaly dress-code od smart-casual přes business až po večerní styly. Živý večer, hodnotný dárek v podobě vouchery i profesionální osobní konzultace právem zařadili členové na přední místa žebříčku setkání v sezoně 2022/23.

Prosinec 2022

Místo: Zašívárna pod Karlovým mostem

Téma: Sledování utkání Mistrovství světa ve fotbale

Hosté: Jozef Chovanec, Jiří Novotný, Vratislav Lokvenc
Vánoční atmosféra na ikonickém místě, vinařské klenoty Bodega Iniesta z rukou manželů Saibertových z Vino veritas a sledování fotbalového utkání po boku legend ACS.



Leden 2023

Výjezd za A-týmem na zimní soustředění a přípravné utkání ve španělské Marbelle.

Únor 2023

Místo: Herzogenaurach [D]

Téma: Výjezd po stopách hráče, který vstupuje do rodiny adidas

Hosté: evropský top management adidas

Výjezd do sídla ikonického sportovního brandu. Pod taktovkou členky Sparta Business Clubu Michaely Halásové, energické drobné blondýnky, která táhne český fotbalový sponsorship v adidasu, nasedli partneři na Letné do klubového autobusu, aby se následně v centrále na symbolické adrese Adi-Dassler Strasse 1 přesvědčili o výjimečnosti brandu v globálním měřítku. Podepsané dresy, historické kopačky i kompletní snad ještě trochu propocené vybavení Lionela Messiho z nedávného MS v Kataru 2022, to vše měli členové Sparta Business Clubu na dlani. Dveře Innovation Lab, kde vznikají nové materiály pro sezony daleko budoucí, nám byly otevřeny pod přísným embargem. Exkluzivní výjezd, setkání s vedením, hodnotné dárky, networking, zážitek a samozřejmě nákup v showroomu.

Březen 2023

Místo: Magenta Experience Centre

Téma: Fanoušek jako cílová skupina pro klub i partnery

Hosté: Kamil Veselý, Vojtěch Šišma, Svatopluk Smysl

Hosté prezentovali potenciál, jenž skrývá pro partnery klubu fanoušek, a jak je proto důležité proplétat B2C i B2B.

Duben 2023

Místo: Tenis a Padel Klub Písečná

Téma: Sportovní turnaj

Hosté: Jiří Jarošík, Lukáš Vácha, Miroslav Baranek, Luboš Loučka
Exhibice nového sportu padel a tenisový turnaj ve čtyřhře.

Květen 2023

Oslava 37. titulu.

Červen 2023

Neformální setkání s pohárem pro Mistra ligy 2022/2023.



B2B platforma AC SPARTA Praha

Využijte byznysový potenciál mezi partnery. Nahlížejte do srdce Sparty. Setkávejte se s vedením či legendami klubu.

BUĎTE SOUČÁSTÍ.

www.spartabusinessclub.cz



steilmann
Germany

HRDÍ PARTNEŘI JIŽ 25 LET.

Vyberte si z kolekce DIGEL, kterou oblékají hráči ACS.

www.steilmann.cz

Anna Motlíková, zakladatelka

anna.motlikova@steilmann.cz



10 LET

NADAČNÍHO FONDU AC SPARTA PRAHA.

Fotbal je více než jen sport, víc než výkony hráčů na hřišti, víc než zápasy na stadionech. Fotbal je důležitou součástí společnosti a může na ni mít velký vliv. Velmi dobře si to na Spartě uvědomujeme a příležitost patřit do komunity a pomáhat jí také využíváme prostřednictvím Nadačního fondu AC Sparta Praha (dále „NF ACS“). Jeho počátek se datuje k 7. 3. 2013, tedy ku příležitosti 120. oslav založení klubu. NF ACS byl první svého druhu v České republice.





V době vzniku NF ACS bylo cílem podporovat zejména bývalé hráče Sparty, kteří se ocitli v sociální či zdravotní nouzi. V průběhu let se ovšem účel NF ACS rozšířil a došlo k navýšení spektra příjemců pomoci, s čímž souvisí i rozšíření aktivit, do kterých se zapojujeme. Klub prostřednictvím svého nadačního fondu nejenže může, ale také chce být součástí komunity, kterou formuje a spolutváří. Chceme být pro ni vzorem a pozitivně ji ovlivňovat. Za 10 let své existence jsme prostřednictvím NF ACS věnovali potřebným více než 10 milionů korun a zapojili se do mnoha aktivit. Ty nejvýznamnější z nich najdete na následujících řádcích.

Bývalí hráči

Na základě došlých žádostí rozdělujeme dvakrát ročně příspěvky bývalým fotbalis-

tům Sparty, kteří se ocitli v hmotné, sociální či zdravotní nouzi. Finanční podpora však nezůstala jen u bývalých hráčů, ale postupem času naše fungování přesáhlo i do společnosti. NF ACS poskytuje finanční pomoc také dalším lidem v nouzi.

Doba covidu

Období pandemie bylo náročné pro nás všechny. V těžkých chvílích však lidé potřebují pomoci nejvíce, čehož jsme si plně vědomi. Finančně jsme proto podpořili vybrané domy pro seniory na Praze 6 a 7 či Domov Sue Ryder, se kterým dlouhodobě spolupracujeme. Kromě toho jsme zakoupili 10 laptopů pro Ústřední vojenskou nemocnici a její personál, čímž jsme poskytli možnost pracovat z domova těm, kteří se ocitli v karanténě.

Tornádo na jižní Moravě

V červnu 2021 otřásla Českem tragická událost, kdy tornádo na jižní Moravě připravilo mnoho lidí o domovy, což po celé republice vyvolalo obrovskou vlnu solidarity. Nejinak tomu bylo i na Spartě. Speciální aukcí zážitků s názvem „Sparta pomáhá.“ a dobročinnou sbírkou mezi zaměstnanci, trenéry a hráči se nám podařilo vybrat půl milionu korun, které byly darovány obci Hrušky na opravu kostela.

Válka na Ukrajině

Po vypuknutí vojenského konfliktu na Ukrajině jsme ve spolupráci s partnery klubu zajistili střechu nad hlavou a sportovní aktivity mladým fotbalistům, kteří utekli před ruskou agresí do bezpečí. Po dobu přibližně tří měsíců jsme hráčům poskytovali ubytová-

ní, stravu, fotbalové tréninky pod vedením trenérů ze sparťanské akademie či kurzy českého jazyka. Připravili jsme pro ně i řadu dalších aktivit, které jim alespoň částečně napomáhali zvládat náročnou životní situaci. Pro fungování Nadačního fondu ACS je nezbytná kooperace s klubem AC Sparta Praha, který zastřešuje všechny fundraisingové aktivity. Klub následně posílá zisk z těchto aktivit na konto NF ACS. Jeho správní rada pak přerozděluje přijaté finanční prostředky (od klubu a dalších dárců) na pomoc těm, kteří to potřebují. Na základě této spolupráce jsme mohli zorganizovat mnoho unikátních fundraisingových projektů. Některé z nich dokonce velmi výrazně rezonovaly veřejným prostorem.

Sparta pomáhá.

Speciální aukce zážitků na pomoc jižní Moravě po ničivém tornádu jsme nazvali „Sparta pomáhá.“. Fanoušci si mohli v rámci tohoto projektu vydražit například golf s Lukášem Váchou, prohlídku sparťanského stadionu s Bořkem Dočkalem, penalty na Tomáše Rosického, masáž od masérů A-týmu, lekci

focení od klubového fotografa nebo komentování přípravného zápasu áčka. Aukce vynesla částku téměř 300 tisíc korun, které putovaly na pomoc obci Hrušky.

T-Mobile zápas splněných snů.

V říjnu 2021 se konal první T-Mobile zápas splněných snů. Ve spolupráci s klubem jsme připravili pro fanoušky speciální akci, během které mohli na vlastní kůži zažít jedinečnou atmosféru zápasového dne na Letné. Obléknout si milovaný dres, projít tunelem na trávník za doprovodu sparťanské hymny a zahrát si na svém oblíbeném stadionu po boku sparťanských legend Martina Frýdka a Davida Lafaty. Do jejich týmů se mohli fanoušci dostat prostřednictvím online dražby, v níž se vybralo přes 750 tisíc Kč. Akce sklídila obrovský úspěch, a v dubnu 2022 jsme tak byli svědky jejího pokračování. Tentokrát se kapitány stali Vratislav Lokvenc a Jan Koller. Akce proběhla již po vypuknutí války na Ukrajině a finanční prostředky z dražby, která vynesla přes 670 tisíc korun, putovaly na pomoc Ukrajině. V pořadí třetí zápas splněných snů se usku-

tečnil v červnu 2023 a proti sobě se v něm postavili Bořek Dočkal a Costa Nhamoinesu. Místa v jejich týmech se dohromady vyšplhala na částku 731 tisíc korun.

24 hodin pro Ukrajinu.

V souvislosti s pomocí obětem zasažených válkou jsme zorganizovali nepřetržitě vysílání rozhovorů pod názvem 24 hodin pro Ukrajinu. Moderátoři vyzpovídali během této doby 48 hostů, mezi nimiž byli hráči A-týmu, legendy Sparty, zaměstnanci klubu či fanoušci z řad celebrit. Po celou dobu vysílání mohli diváci přispívat na pomoc Ukrajině zakoupením dobrovolných vstupenek. Takovou formou se nám podařilo vybrat přes 520 tisíc korun. Agentura Dobrý den Pelhřimov, která eviduje české rekordy, nám za akci 24 hodin pro Ukrajinu udělila ocenění v kategorii Charitativní rekord.

Podpory každého z přispěvatelů si nesmíme vážit. Bez Vás bychom nemohli pomáhat lidem a společnostem v takové míře, v jaké to dnes děláme, a nebyli bychom schopni četnost dobročinných aktivit dále navyšovat, za což Vám patří velké díky!





Eva Štastná

ředitelka oddělení péče o sponzory
stastna@sparta.cz



Michal Krček

business development manager
krcek@sparta.cz



Jan Herda

výkonný tajemník
herda@sparta.cz



Michaela Jůzová

VIP hospitality manager
juzova@sparta.cz



Dominik Pokorný

specialista reklamního plnění
pokorny@sparta.cz



Ladislav Fialka

specialista pro sponzorské aktivace
fialka@sparta.cz

SPARTA BUSINESS JOURNAL | Oficiální byznysový magazín AC Sparta Praha

vydává | AC Sparta Praha fotbal, a. s., Milady Horákové 98, 170 82 Praha 7, IČ 46356801

šéfredaktor | Prokop Rímský

fotografie | archiv AC Sparta Praha, David Lejček

grafika a zpracování | 2Score, s. r. o.

tisk | Ottova tiskárna, s. r. o. **uzávěrka čísla** | 19. 7. 2023





**GEN
ACS**

**NÁS SPOJUJE.
UŽ 130 LET.**