

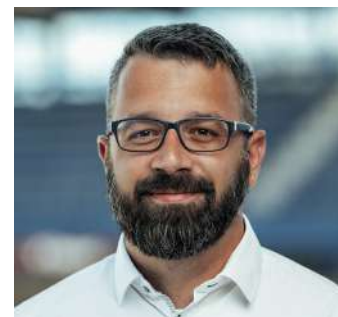


SPARTA

business journal



VÁŽENÍ PARTNEŘI



Po dlouhých 19 letech jsme se dočkali. Sparta se vrátila do Ligy mistrů. Celou jednu generaci Sparťanů dělilo od této chvíle téměř dvacet let čekání, nadějí a touhy znovu slyšet na Letné znělku nejprestižnější klubové soutěže světa. Bylo to 19 let, během kterých jsme všichni snili o tom, že se jednou Sparta znovu zařadí mezi elitu a bude bojovat proti evropským velkoklubům. A v roce 2024 se to stalo realitou. Každý zápas Ligy mistrů byl nejen sportovním zážitkem, ale i připomenutím toho, jak daleko jsme došli a co všechno nás sem dovedlo.

Fotbal ale nikdy nestojí na místě. Během podzimu jsme si prošli i těžšími chvílemi, které nás zocelily. Každá sportovní cesta má své vrcholy i propady a my jsme připraveni se z nich poučit. I v těch nejtěžších momentech jsme viděli, že Sparta není jen klub, ale komunita, která drží při sobě. Doma i venku, v České republice i v zahraničí – naši fanoušci dokázali, že jsou jedni z nejlepších. Pravidelně vyprodávali Letnou, stáli za týmem i v hostujících sektorech a byli součástí jedinečných fotbalových večerů.

Sparta ale nežije jen výsledky na hřišti. Cítíme odpovědnost za to, abychom jako klub měli pozitivní vliv na společnost. Proto podporujeme projekty, které pomáhají komunitám a těm, kdo naši pomoc potřebují. Nejde jen o fotbal, jde o to, co můžeme společně dokázat i mimo hřiště.

Stejně tak se snažíme posouvat Spartu dopředu i v jiných oblastech. Chceme, aby náš klub nejen sportovně, ale i technologicky patřil mezi špičku. Proto jsme v uplynulých měsících udělali zásadní krok směrem k modernímu ticketingu – plně digitální vstupence. Víme, že každá změna přináší výzvy, ale věříme, že tento systém přinese fanouškům lepší komfort a zároveň pomůže Spartě držet krok s nejlepšími.

Děkujeme vám za partnerství a podporu, díky kterým můžeme růst a naplňovat naše ambice. Těšíme se na další společné zážitky v epet ARENĚ.

Na viděnou na Letné.

Tomáš Křivda,
generální ředitel AC Sparta Praha

OBSAH





NÁVRAT NA VÝSLUNÍ: SPARTA OPĚT V LIZE MISTRŮ Pohled do zákulisí z historického návratu do nejprestižnější klubové soutěže	6-11
DAVID PAVELKA: „SPARTA JE CELOŽIVOTNÍ POSTOJ“ Exkluzivní rozhovor o nové kapitole v rudém dresu	13-16
POMOC V TĚŽKÝCH CHVÍLÍCH Jak Nadační fond ACS pomáhal během povodní	17
FOTBAL VŠEMI SMYSLY Unikátní projekt přibližuje spartánský fotbal nevidomým fanouškům	18-19
ZDENĚK BARLOK: SRDCE BIJE RUDĚ O fandění s hendikepem a nezlomné lásce ke Spartě	20-21
SPOLEČNĚ BEZ BARIÉR Setkání spartánské rodiny s hendikepovanými fanoušky	23
VEČEŘE HVĚZD Nezapomenutelné okamžiky partnerů s hráči A-týmu	24
FANSHOP & FANLAB: DOMOV SPARTÁNSKÉHO SRDCE Čísla, plány a vize do budoucna	26
SPARTA ON FIRE Velkolepá oslava klubového výročí s Rohonym, Manenem a Mišíkem	28-29
MILIONOVÝ KOP První vítěz unikátní soutěže s Betanem	30
SPARTA UNLIMITED Nová éra digitálního obsahu	32-33
DIGITÁLNÍ REVOLUCE NA LETNÉ Moderní technologie mění způsob, jakým fandíme	34
SBÍRKA ÚSPĚCHŮ ROSTE Sparta sklízí uznání i mimo fotbalové trávníky	36
INSPIRACE PRO EVROPU Jak péče o hendikepované fanoušky zaujala v Madridu	37
LETNÁ V CENTRU INOVACÍ Mezinárodní konference FBIN	38
ZA OPONOU LUXUSU Exkluzivní pohled do VIP prostor nejúspěšnějšího českého klubu	40-41
TÝM PÉČE O SPONZORY Lidé, kteří tvoří zázemí klubu	42

ZPÁTKY

MEZI EVROPSKOU ELITOU!

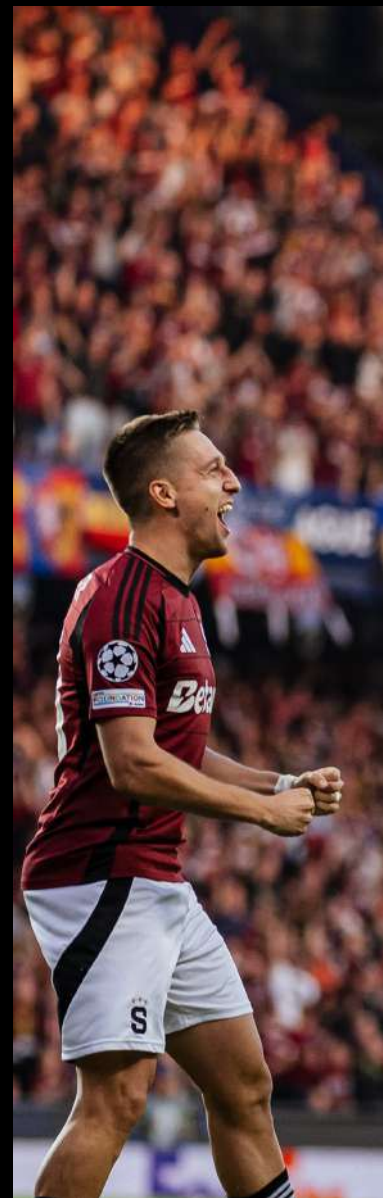
SEN VŠECH SPARŤANEK A SPARŤANŮ SE SPLNIL, DO EPET ARENY SE PO 19 LETECH VRÁTILA LIGA MISTRŮ. BOJ O NEJPRESTIŽNĚJŠÍ KLUBOVOU SOUTĚŽ ZAČAL UŽ BĚHEM LÉTA. ZÁKLADEM BYLA ÚSPĚŠNÁ KVALIFIKACE, KTEROU SKVĚLE ZVLÁDL LARS FRIIS SE SVÝM REALIZAČNÍM TÝMEM.

„Emoce jsou krásné. Sparta skoro po 20 letech v Lize mistrů, to je neuvěřitelné. To byly Martinu Vitíkovi dva roky. Po dvou titulech jsem o tom mluvil jako o ultimátním cíli,“ radoval se krátce po postupu sportovní ředitel klubu Tomáš Rosický. Ligu mistrů zažil na Letné už jako hráč.

Sparta dostala jedinečnou příležitost vyzkoušet si nový formát soutěže. Pro klub to znamenalo osm soupeřů z naprosté špičky. Mezi nimi byli nedávní finalisté soutěže Inter Milán a Manchester City, Atlético Madrid se šesti mistry světa v kádru, německý mistr Bayer Leverkusen s Patrikem Schickem a Matějem Kovářem, nizozemský vicemistr Feyenoord Rotterdam, rakouská líheň talentů RB Salzburg a šťiky z Ligue 1, respektive Bundesligy, Brest a VfB Stuttgart.

VZRUŠUJÍCÍ VÍTĚZSTVÍ V EPET ARENĚ

Velký fotbalový svátek jsme zahájili doma senzační výhrou 3:0 proti Salzburku. Fotbalový svátek započal už ve druhé minutě Kaan Kairinen, ještě do poločasu jej napodobil Victor Olatunji. Když Qazim Laci v 58. minutě oklamal tři soupeře v pokutovém území a pohodlně uklidil míč do prázdné brány, vypuklo na Letné hotové peklo. Přesně na to jsme se jako Sparťani těšili. „Atmosféra byla fantastická,“ vystihl emoce krátce po zápase stěelec Laci. Na úspěch jsme navázali v prvním venkovním zápase.



Po krásné trefě Kaana Kairína a bojovném výkonu jsme si ze Stuttgartu odvezli cennou remízu 1:1. Na další body už Sparta v konfrontaci se špičkou bohužel nedosáhla. Celá organizace ovšem ukázala, že na nejvyšší úrovni obstojí nejen po sportovní stránce. Profesionální práci odvedl realizační tým, management a všichni, kdo se podílejí na průběhu zápasů, a jejichž práce nejde tolik vidět. Velké díky patří všem fanouškům, kteří klub podporovali na domácích i venkovních zápasech. „Každý zápas byl vyprodaný, zájem byl obrovský. Za jednotu celého klubu s fanoušky jsem strašně šťastný,” dodal Tomáš Rosický.



Všichni Sparťani ukázali, že do Ligy mistrů patří. Ostatně jak říkal Qazim:

„Atmosféra byla fantastická!”

CENNÉ ZKUŠENOSTI Z UEFA YOUTH LEAGUE

Sparťanská devatenáctka bojovala s těmi nejlepšími mládežnickými celky Evropy v mimořádně náročné skupině. Měli jsme tu čest změřit síly s takovými giganty, jako jsou Manchester City, Atlético Madrid, RB Salzburg, VfB Stuttgart, Brest a Feyenoord Rotterdam.

Mladí Sparťané si také vyzkoušeli cestování k zápasům společně s prvním týmem. Každý ze šesti zápasů byl cennou lekcí a krokem vpřed v rozvoji našich mladých talentů. Ostatně hráči, jako jsou Hranoš, Horák, Mokrovičs a Rus postupně začínají sbírat cenné zkušenosti i z A-týmu. ■





ÚPLNĚ JINÁ LIGA

Návrat Sparty do Ligy mistrů přinesl na Letnou nejen špičkový fotbal, ale také zcela nové výzvy v oblasti organizace zápasů. „Je to úplně jiná dimenze,“ říká Dominik Pokorný, specialista reklamního plnění AC Sparta Praha, když popisuje rozdíly mezi běžným ligovým utkáním a zápasem nejprestižnější klubové soutěže světa.

Liga mistrů vyžaduje mnohem komplexnější přístup a rozsáhlou spolupráci s UEFA i dalšími partnery. „UEFA má velmi specifické požadavky prakticky na všechno – od brandingů přes kapacity stadionu až po organizaci tiskového centra a VIP zón,“ vysvětluje Pokorný. Vše je detailně popsáno v manuálu UEFA, který má stovky stran. Dva dny před každým zápasem se koná velký mítink se zástupci UEFA a všemi dodavateli, kde se procházejí veškeré aktivity a detaily.

Markantní rozdíl je vidět už v televizním vysílání. Zatímco při ligových zápasech stačí základní série kamer, v Lize mistrů se využívají

i speciální pozice – třeba reverzní kamera z protější strany hřiště nebo rohové kamery. „Během zápasu se po stadionu pohybuje téměř stovka lidí z televizní produkce. Máme také speciální kameru v tunelu, která snímá hráče při nástupu na hřiště,“ popisuje Pokorný.

Tři dny před každým zápasem přijíždí na Letnou speciální tým UEFA, který provede kompletní rebranding stadionu. Překryjí se všechny reklamní plochy. Změna se týká i zdánlivých maličkostí, jako jsou třeba etikety na lahvích s vodou,“ říká s úsměvem Pokorný.

Součástí příprav je i instalace Champions Clubu – speciálního VIP stanu na Letenské pláni. I ten podléhá přísným kritériím. Klubový caterer Catering Melodie tak musel splnit parametry vysoké gastronomie i servisu, ale i barevně ladit květinovou výzdobu. A dle hodnocení UEFA si s tím poradil skvěle.

HERE WE GO - FABRIZIO ROMANO NA LETNÉ

Champions Club je klenotem každého zápasu Ligy mistrů. Je určený především pro partnery UEFA a nabízí řadu atrakcí – od modrého rámu s hymnou Ligy mistrů přes fotostěny až po soutěže o dresy. Nechybí ani speciální fotobuňky s motivy daného zápasu, kvalitní catering a živá hudba. Většinu vstupenek distribuuje UEFA, část má k dispozici i klub. Během zápasu s Interem Milán se ve stanu objevil i světoznámý novinář specializující se na informace o přestupovém trhu Fabrizioo Romano.

Významně se liší i partnerské aktivity během zápasu. Partneři mohou doprovázet hostující týmy při příjezdu nebo přivést své hosty do mix zóny. Běžné jsou aktivity při předzápasových ceremoniálech, kdy děti doprovázejí hráče při nástupu na hřiště, nebo možnost mávat s ikonickou plachtou Ligy mistrů ve středovém kruhu. Někteří partneři také disponují právy na ošacení nástupových maskotů či na jiný branding během předzápasových ceremoniálů. Během zápasu jsou aktivní i promo stánky s různými suvenýry.

Když porovnáme Ligu mistrů s Evropskou ligou, rozdíl je značný. „Liga mistrů je mnohem náročnější na detaily a intenzitu příprav. Komunikace s UEFA je intenzivnější, řeší se opravdu každá maličkost. I překrytí reklamních ploch je rozsáhlejší než v Evropské lize,“ vysvětluje. Celkově je organizace Ligy mistrů náročnější zejména kvůli vyšším nárokům na média a vysílání. „Není náhoda, když se říká, že Liga mistrů je úplně jiná liga,“ uzavírá Dominik Pokorný. ■



NA VÝJEZD ZA BYZNYSEM

Postup AC Sparta Praha do skupinové fáze Ligy mistrů se stal příležitostí nejen pro samotný tým, ale i pro jeho obchodní partnery. Na 600 zástupců partnerů využilo exkluzivní možnost cestovat na venkovní zápasy v předkolech a ligové fázi prestižní soutěže.

Svým partnerům a členům Sparta Business Clubu klub nabízí jedinečný zážitek – možnost sledovat Spartu přímo na mezinárodní scéně. Výjezd organizovaný již tradičně CK Alexandria pokaždé zahrnoval komplexní servis včetně dopravy, ubytování a doprovodného programu. Ten se vždy přizpůsobil lokalitě – třeba ve Stuttgartu měli partneři možnost navštívit Oktoberfest.

Přítomnost spartánských legend, jako jsou David Lafata nebo Tomáš Hübschman, dodávala těmto cestám další rozměr a přidanou hodnotu.

Letos si mohli partneři i fanoušci ACS pořídit stejné obleky DIGEL od společnosti Steilmann, které oblékají hráči A-týmu, a to přímo ve fanshopu Sparty na letišti.

Klub tak prostřednictvím těchto výjezdů proměnil tradiční obchodní vztahy v mimořádná sportovní dobrodružství. Výjezdů se mohou zúčastnit jak největší partneři klubu s garantovanými místy dle svých kontaktů, tak členové Sparta Business Clubu v rámci svého členství.

Další výhody Sparta Business Clubu zahrnují osm byznysových setkání, limitovaný merchandising, nové kontakty a networking, přístup k obchodním nabídkám v uzavřené sekci na webových stránkách klubu, možnost prezentace vlastní společnosti v rámci pravidelných setkání a mnoho dalších benefitů. ■

VÍCE INFORMACÍ NA:



LM V ČÍSLECH

NEJLEPŠÍ STŘELCI SPARTY
V ZÁKLADNÍ SKUPINĚ LM

Victor Olatunji **2**
Kaan Kairinen **2**

KOLIKRÁT BYLA EPET ARENA
VYPRODANÁ BĚHEM DOMÁCÍCH
ZÁPASŮ LM?

7x
(VČETNĚ PŘEDKOL)

POČET VŠECH HRÁČŮ,
KTEŘÍ ZASÁHLI DO ZÁPASŮ
LM V DRESU SPARTY

22

NEJVYŠŠÍ VÝHRA

3:0

[Sparta Praha vs. RB Salzburg, 18. září 2024]

POČET SOUPEŘŮ, KTERÉ
JSME VYŘADILI
V PŘEDKOLE:

3

Shamrock, FCSB a Malmö

CELKOVÁ NÁVŠTĚVA
V EPET ARENĚ

124 576

DIVÁKŮ (VČETNĚ PŘEDKOL)





PERRELET

1777

INVENTOR OF THE AUTOMATIC WATCH

Hodinky Perrelet Turbine se spartánským srdcem

UNIKÁTNÍ LIMITOVANÁ EDICE



S BUSINESS
CLUB



Objednávky na ac.sparta.cz/hodinky

DAVID PAVELKA

David Pavelka, dlouholetý spartánský záložník, odchovanec, kapitán a bývalý reprezentant, se v současnosti věnuje nové roli v B-týmu Sparty a v Nadačním fondu ACS. V otevřeném interview mluví o své kariéře, současných aktivitách i plánech do budoucna. Část rozhovoru, který původně vznikl pro Sparta Unlimited, vám přinášíme v textové podobě Sparta Business Journal.

Davide, začněme tvou novou rolí v Nadačním fondu Sparty. Jak se v ní cítíš?

Zpočátku jsem se hlavně rozkoukával a učil se, jak fond funguje. Teď už mám rozhodovací roli a účastním se hlasování o různých záležitostech. Funguji také jako spojka mezi nadačňákem a A-týmem. Když je potřeba pomoci s nějakou konkrétní věcí, třeba se zdravotí nebo pomoci pro někoho, snažím se urychlovat komunikaci s kabinou.

Kromě práce v Nadačním fondu působíš také v B-týmu Sparty. Předáváš zkušenosti mladším?

Nemám rád slovo mentor, i když se nabízí a hodně používá... Primárně jsem ještě pořád hráč. Chci se v té nové roli rozkoukávat a vzdělávat o fungování klubu, návaznostech A-týmu, B-týmu a akademie.

Proč vlastně přesun do béčka?

Ten přesun v zimě byl trochu na konto toho, že jsem cítil, že jedna věc je být lídr v kabině, ale potřebuješ být i lídr na hřišti. I když jsem v posledním období nenahrál tolik, snažil jsem se být důležitým členem kabiny. Teď věřím, že na jaře kluci zlomí to špatné období. Věřím, že před sebou mají comeback, který česká liga ještě nezažila.

V zimě jste s B-týmem absolvovali přípravu včetně zápasu proti mladíkům Liverpoolu...

Samozřejmě porazit Liverpool, to se nestává každý den. Navíc si mě trenér Luboš Loučka na předzápasovém mítingu dobíral, že už jsem v kariéře s Liverpoolem čtyřikrát prohrál, takže to snad na popáté vyjde, takže jsem rád, že mi to kluci umožnili. I když proti nám hráli mladí kluci, měli tam tři, čtyři hráče ze širšího kádrů áčka, takže to pro nás byla

super zkušenost. Celkově to tam mají promakané. Je to úplně jiný level.

Pocituješ nějaký rozdíl v přípravě?

Bavil jsem se o tom zrovna s Filipem Panákem. Tím, že je ta příprava trochu jiná, než má áčko, a máme na to dva měsíce, tak do toho můžeme šlápnout trochu víc. Musím ocenit práci kondičního trenéra Radka Říhy, který je pro mě teď vlastně muž číslo jedna. Je vidět, že tomu opravdu rozumí.

Věkový průměr v B-týmu je nižší než v áčku.

Rozumíš si s partou v šatně?

Je to zajímavé, protože ať chci, nebo nechci, můj syn má věkově blíž k těm klukům než já k nim. Zatím se spíš rozkoukávám a poslouchám. Kluci řeší úplně jiné problémy než já (smích).

Překvapilo tě na mladých spoluhráčích něco?

Je tam obrovský hlad po úspěchu, což je strašná deviza. V dospělém fotbale někdy řešíte, že je někdo uražený, že hrál málo minut, někomu se zase tolik nechce. U těch kluků tohle nevidíte. Věřím, že tento hlad a kvalitu přetavíme v úspěšné jaro a zachráníme druhou ligu. Ten chlapecký fotbal je prostě k nezaplacení.

Úroveň tréninku a přípravy na Strahově je asi jiná, než když jsi začínal před patnácti lety v béčku.

Hodně se to změnilo. Když vzpomínám na své začátky, měli jsme jen kabinu a sprchu. Dneska mají kluci opravdu všechno, co potřebují - posilovnu, regeneraci, fyzioterapeuty, jídlo po tréninku. I když já si musím vozit vlastní snídani, což v áčku nebylo potřeba (směje se).





Jak dnes po letech vnímáš Spartu?

Jsem tu od osmi let s pauzami a jak se říká - „geny prostě nikdy nevyčůráš“ (směje se). Sparta pro mě znamená víc než práci, je to celoživotní postoj. Po dlouhé době jsem v posledních sezónách cítil, že jsme fakt táhli celý klub za jeden provaz, od vrátného až po šéfy nad námi. Byli jsme v tom opravdu na jedné lodi a všichni jsme tomu věřili. Po dlouhé době jsme fakt všichni uvěřili tomu, že to zvládneme.

Zlomové bylo pro tebe angažmá v Liberci...

Jednoznačně. Před tím jsem byl moc spokojený ve Slovácku. Byla to liga, super klub, líbilo se mi tam i po životní stránce, ale tenkrát tam nešlo zůstat. Slovákco si mě nemohlo dovolit koupit a já jsem se chtěl posunout dál. Pak se nabízel Liberec, což pro mě tenkrát bylo zlomové angažmá.

Čím to bylo, že jste byli tehdy úspěšní?

Je potřeba myslet na to, že v té době to byl titulový tým. Šel jsem tam po sezóně, kdy Liberec vyhrál titul. Byli tam hrozně důležití lidé, kteří mě v kariéře hodně ovlivnili, jako byl Honza Nezmar, ale hlavně Radek Kováč. V té době pro mě byl asi největší fotbalový vzor. Do té doby, než jsem ho poznal, bych to neřekl, ale když jsem ho zažil jako spoluhráče a kapitána, vzal jsem si od něj do budoucna strašně moc.

Co dělal Radek Kováč jinak než ostatní?

On byl kapitán, uměl být lidský, ale na hřišti to byl šílený fanatik. Vždycky nás strhnul, byl

to skutečný lídr. Bavilo mě, jak uměl přepínat mezi tím vůdcovstvím a lidskou tvář. Bylo nás tam hodně mladých a on nás učil každý den něco nového. Pro mě byl vzorem toho, jaký bych chtěl jednou být jako kapitán.

Během kariéry jsi si vyzkoušel i angažmá v Turecku. Jak na něj vzpomínáš?

Pro mě to byl docela kulturní šok, hlavně co se týče náboženských praktik. Třeba to, že se páteční tréninky plánovaly podle modlitby, a ne podle toho, jak to vycházelo s denním rytmem na přípravu před zápasem. Ale měl jsem štěstí na klub (Kasimpasu), který se choval jako rodina. Pamatuju si třeba, když bylo zemětřesení, všem nabídl možnost zůstat v tréninkovém centru, které bylo moderní a bezpečně postavené. Cítil jsem se tam hrozně dobře i s rodinou. Ne všechny turecké kluby jsou takové. I když musím říct, že hlavně pro manželku to bylo složité, protože jsem měl dny, kdy jsem třeba na dva tři dny odjel na zápas. Ona pak byla s dětmi sama.

Rodina ve tvé kariéře hrála velkou roli.

Rodina mi dala ohromný support během celé mé kariéry. Dost často jsem dělal v uvozovkách sobecká rozhodnutí, kdy rodina musela jít se mnou. A teď jsem si říkal, že už je nechci vystavovat dalším změnám. Měl jsem hrozné štěstí v tom, že jsem se mohl živit svým největším koníčkem, ale můj největším životním cílem bylo mít velkou a zdravou rodinu. To se mi povedlo a tak to nějak směřuju celý svůj život. >>>>

Co ti z Turecka nejvíc utkvělo v paměti?

(směje se) Jestli mi něco opravdu chybí, tak je to turecké jídlo, protože mi to tam sedlo hrozně moc. A taky mě překvapilo, jak mají Turci rádi Čechy. Když jsem přestoupil z Liberce, ptal se mě trenér v Turecku, co jsme dělali poslední týden. Šel jsem od trenéra Trpišovského, který je vyhlášený náročnou zimní přípravou. Trenér se ptal: „A jsi schopný trénovat, nebo si vezmeš dva tři dny volna?“ Já říkám, že jsem v pohodě, a on na to: „Všichni Češi jste stejní. Sice kecáte, nechce se vám, ale pak makáte.“ Zkušenost z mezinárodní kabiny mi dala hodně. Měli jsme sice hodně cizinců už v Liberci, ale samozřejmě s tímhle se to nedá srovnat.

Z Kasimpasy, Liberce i Sparty jsi pravidelně jezdil i na reprezentační srazy. Co pro tebe znamenala kariéra v národňáku?

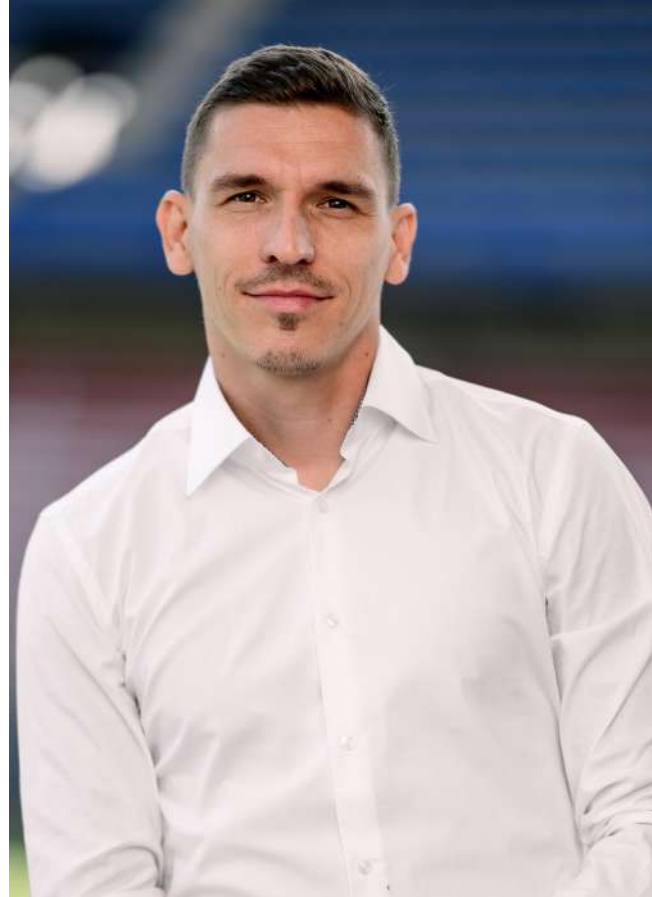
Vždycky jsem vzpomínal na maséra Edu Poustku, kterého si pamatuju z mládí jako legendu tenkrát ve Spartě. Ten první sraz, kdy nás tam bavil svými vtípký, to nikdy nezapomenu. A samozřejmě kvalifikace na Euro 2016, to bylo něco neuvěřitelného. Vzpomínám na zápas s Holandskem, kde jsme vlastně hráli od prvního poločasu v deseti, přesto jsme vyhráli. Všechno to bylo hrozně rychlé, hezké a pár týdnů na to jsme slavili postup na Euro. To jsou momenty, které se vám vryjí do paměti.

Jaké máš plány do budoucna? Zůstaneš u fotbalu?

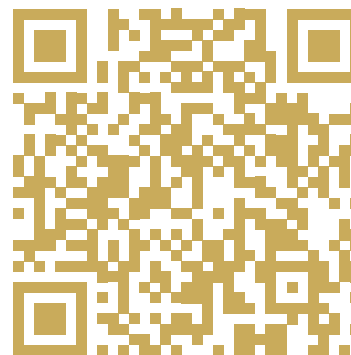
Jako trenér se nevidím, ale baví mě práce na úrovni nějaké manažerské profese. Určitě bych si chtěl něco procestovat a vidět, jak fungují jiné týmy. V posledních letech jsem docela načichl i do světa financí, a kdybych nehrál fotbal, asi bych se chtěl věnovat něčemu takovému.

Daří se ti od fotbalu vypínat?

Blbě, a když se nedaří, tak to nejde vůbec. Hlava jede pořád. Teď jsem po dlouhé době vypnul až na zimní dovolené, protože ze mě spadly některé věci. Ale myslím si, že to nikdy nedokážu na sto procent. Jsem ve fotbale od čtyř let a budu ho v sobě mít celý život. ■



**NEZKRÁCENÝ VIDEOROZHVOV
SI MŮŽETE PUSTIT VE
SPARTA UNLIMITED.**



SPARTA POMÁHALA LIDEM POSTIŽENÝM POVODNĚMI, RYCHLE A CÍLENĚ.

Když se v létě prohnaly Českem ničivé povodně, AC Sparta Praha nezůstala stranou. Klub prostřednictvím svého Nadačního fondu ACS, součástí jehož dozorčí rady je i David Pavelka, připravil cílenou pomoc v postižených oblastech. O tom, jak úřadující mistr ligy pomáhal postiženým oblastem, jsme hovořili s Irenou Smetanovou, CSR manažerkou a předsedkyní správní rady Nadačního fondu ACS.

„Rozhodli jsme se jít cestou přímé a cílené pomoci lidem v nouzi,“ vysvětluje Smetanová. „Ve spolupráci s Policí ČR, která měla přesné informace z terénu, jsme identifikovali konkrétní potřeby a nakoupili vybavení jako vysoušeče, teplomety, vařiče, lednice a pračky pro rodiny, které přišly prakticky o všechno. Kromě toho jsme poskytli podporu pekárně v Krnově, kde pracuje řada spartánských fanoušků.“

POMOC PRO JEDNOTLIVCE I SPORTOVNÍ KLUBY

Pomoc směřovala i do oblastí sportu. „V Jeseníkách jsme místnímu klubu poskytli finanční injekci, protože v té době potřebovali především peníze na obnovu. Krnovský klub jsme vybavili novými dresy, míči a dalším vybavením, aby mohli pokračovat v činnosti,“ popisuje Smetanová s tím, že Sparta plánuje situaci sledovat dlouhodobě i poté, co prvotní zájem veřejnosti opadne. Rychlost reakce byla podle Smetanové klíčová, ale stejně důležitá byla

i promyšlenost pomoci. **„Nadační fond začal jednat prakticky okamžitě po zjištění rozsahu povodní. Během sedmi až čtrnácti dní jsme zmapovali situaci a začali s konkrétní pomocí. Nechtěli jsme jen bezhlavě posílat peníze, ale pomoci tam, kde to bylo skutečně potřeba.“**

Odezva na spartánskou pomoc byla velmi pozitivní. „Dostávali jsme dojemné vzkazy od lidí, kterým jsme pomohli. Například jeden fanoušek nám poslal osobní poděkování za darovanou pračku. Zaměstnanci krnovské pekárny se dokonce vyfotili s našimi vlajkami. Je vidět, že i v oblasti, která není tradiční baštou spartánských fanoušků, si lidé spartánské pomoci velmi váží,“ uzavírá Irena Smetanová. ■



FOTBAL, KTERÝ SPOJUJE SVĚTY:

SPARTA PODPORUJE NEVIDOMÉ FANOUŠKY

AC Sparta Praha dlouhodobě ukazuje, že fotbal není jen o gólech a emocích na hřišti, ale také o přístupu a péči o všechny své fanoušky. Klub byl v Česku průkopníkem v zavedení audiopopisných komentářů pro nevidomé fanoušky a také prohlídek stadionu přizpůsobených této skupině.



Při nedávném zápase proti Jablonci mohli členové Českého svazu zrakově postižených sportovců zažít atmosféru epet ARENY díky audiopopisnému komentáři, speciální prohlídce stadionu i setkání s hráči. Před výkopem navíc Betano předalo Českému svazu zrakově hendikepovaných sportovců šek na 25 000 eur, který pomůže financovat aktivity podporující začlenění nevidomých do sportu i společnosti.

„Když Betano přišlo s nápadem podpořit nějakou dobrou věc, chtěli jsme spolupráci, která bude mít smysl a nebude jen jednorázovou akcí,“ vysvětluje Irena Smetanová, CSR manažerka Sparty. Obě strany se shodly na podpoře inkluze, a tak vznikl projekt zaměřený na nevidomé fanoušky. Inspirační byla mimo jiné spolupráce Betana s FC Porto na vytvoření Sensory Room, která podporuje stejný cíl – zlepšování přístupnosti sportu.

Sparta má pět pravidelných nevidomých fanoušků, kteří pomáhají zpětnou vazbou zlepšovat služby, jako jsou audiokomentáře a prohlídky stadionu. „Tato komunikace nám umožňuje lépe reagovat na jejich potřeby a vytvořila i přátelský vztah mezi klubem a těmito fanoušky,“ doplňuje Smetanová.

Sparta od sezony 2018/2019 pracuje na zlepšení přístupnosti a tento projekt je dalším krokem v dlouhodobém závazku klubu. „Je důležité o inkluzi nejen mluvit, ale také ji aktivně podporovat. Fotbal je hra, kterou mohou všichni cítit a zažít, přestože ji nevidí,“ uzavírá Smetanová. Fotbal je prostor, kde mohou vznikat nové příběhy, a Sparta ukazuje, že každý fanoušek, bez ohledu na okolnosti, si zaslouží být součástí hry. ■



FOTBAL JE PRO VŠECHNY

PŘÍBĚH SPARŤANSKÉHO SRDCAŘE, KTERÝ HRU VNÍMÁ JINAK

Pro mnohé z nás je sledování fotbalu samozřejmostí. Sledujeme hru, emoce, pohyb míče, krásná zakončení, vítězství i prohry. Ale jak prožívá fotbalový zápas někdo, kdo nevidí? O tom jsme si povídali se Zdeňkem Barlokem, dlouholetým fanouškem Sparty, předsedou Českého svazu zrakově postižených sportovců a aktivním fotbalistou. Sparta společně se společností Betano, předním online provozovatelem kurzového sázení a her, podpořily Český svaz zrakově postižených sportovců částkou 25 000 eur. Sparta také dlouhodobě připravuje pro nevidomé fanoušky audiokomentář přímo na stadionu. „Sparta je v tom mnohem dál než třeba Barcelona,“ říká Zdeněk Barlok.

Kdy se zrodila vaše láska ke Spartě?

Sparta je součástí mého života od malička. Začal jsem fotbal sledovat někdy kolem mistrovství světa v Itálii v roce 1990, kdy mi bylo dvanáct. Můj tehdejší hendikep mi ještě umožňoval hlídat všechny noviny, časopisy, i se s lupou koukat přímo na zápasy.

Sparta byla v audiopopisných komentářích průkopníkem, že?

Přesně tak, zlom přišel v roce 2019, kdy Sparta začala nabízet audiokomentáře přímo na stadionu. Pamatuji si svůj první zápas se Slavíí - to byl opravdu silný zážitek. A od té doby to šlo vlastně samo. Sparta se inspirovala v Dortmundu a vybudovala profesionální službu pro zrakově postižené fanoušky. Nedávno jsem měl možnost srovnání, když jsem navštívil Barcelonu. Překvapilo mě, že takový velkoklub nenabízí žádné specifické služby pro zrakově postižené fanoušky. Můžete si koupit lístek a jít na stadion, ale tím to končí. Žádný audiokomentář, žádná podpora. To mě utvrdilo v tom, jak daleko Sparta v tomto ohledu je. Na Letné chtějí vtáhnout do zápasu opravdu všechny fanoušky.



**Co pro vás znamená být na stadionu?**

Fandím aktivně s kotlem, zpívám hymnu, prožívám každý moment. Emoce jsou stejné jako u vidících fanoušků. Když jsme vypadli z předkola Ligy mistrů, tekly mi slzy úplně stejně. Někdy je dokonce lepší jít na stadion sám. Potkávám různé lidi a jejich reakce jsou zpravidla pozitivní. Nedávno mě jeden fanoušek s úsměvem doprovodil až na místo.

Jak hodnotíte kvalitu audiopopisných komentářů na Letné?

Audiokomentáře na Spartě mají svoje specifika. Je to spartánský komentář, který popisuje i drobné detaily a dění okolo hřiště. Když to dělají kluci s radostí a jedou naplno, má to úplně jinou atmosféru než třeba v televizi nebo rádiu. Vnímáte nejen hru, ale i celkovou atmosféru stadionu, reakce fanoušků, všechny ty detaily, které dělají fotbalový zážitek kompletním.

Které zápasy vám utkvěly nejvíce v paměti?

Určitě předkola s Kodaní a Galatasarayem, i když ten s Dány skončil smolným vyřazením. A samozřejmě derby se Slavií v mistrovské sezóně 2022/23, které jsme vyhráli 3:2. To byly neskutečné emoce.

Vidíte nějaké oblasti pro zlepšení?

Největší komplikací je přístupnost z tramvaje na stadion. Chybí tam ozvučený semafor na přechodu přes koleje. Také by bylo fajn zpřístupnit spartánskou aplikaci pro zrakově postižené a možná propojit catering na stadionu s podporou hendikepovaných. Některé věci jsou běh na delší trať, ale jsem rád, že o všem se Spartou komunikujeme a je to v procesu.

Jak vnímáte nejbližší budoucnost Sparty?

Věřím, že skončíme minimálně druzí a postoupíme přes předkola zase do Ligy mistrů. Tam Sparta patří. ■



steilmann
fashion for life

HRDÍ PARTNEŘI JIŽ 25 LET.

Vyberte si z kolekce DIGEL, kterou oblékají hráči ACS.

www.steilmann.cz

Anna Motlíková, zakladatelka

anna.motlikova@steilmann.cz



SETKÁNÍ S HENDIKEPOVANÝMI PŘÍZNIVCI JAKO DALŠÍ KROK K VĚTŠÍ INKLUZI

Sparta dlouhodobě pracuje na tom, aby byl její stadion přístupný co nejširší skupině fanoušků. V prosinci klub uspořádal speciální setkání s hendikepovanými příznivci, kteří měli možnost sdílet své zkušenosti, podněty a návrhy na zlepšení stadionového zážitku. Akce proběhla v epet ARENĚ a navázala na aktivity, které Sparta realizuje v oblasti inkluze.

NASLUOCHAT A ZLEPŠOVAT

Během setkání se fanoušci podělili o konkrétní zkušenosti, které zažívají při návštěvě domácích zápasů. Klub se zaměřil na zpětnou vazbu z hlediska přístupnosti stadionu, kvality doprovodných služeb i komfortu během utkání. Diskutovalo se o technických řešeních, která by mohla pomoci nevidomým, neslyšícím či jinak hendikepovaným návštěvníkům lépe se orientovat v prostoru a užít si zápas naplno.

„Naším cílem je, aby si každý fanoušek mohl vychutnat zápas v co nejlepším prostředí. Setkání s těmi, kteří čelí různým bariérám, nám pomáhá pochopit jejich potřeby a hledat cesty, jak je odstranit,“ uvedla Irena Smetanová, CSR manažerka AC Sparta Praha.

OD SLOV K ČINŮM

Sparta už v minulosti zavedla několik opatření, která pomáhají hendikepovaným fanouškům. Mezi ně patří například speciální audiokomentář pro nevidomé příznivce, bezbariérové přístupy na stadion nebo vyhrazené sektory pro vozíčkáře.

Závěry z prosincového setkání pomohou nasměrovat další kroky. Klub pracuje na rozšíření technologických řešení, která by zlepšila orientaci nevidomých fanoušků, plánuje posílit komunikaci s komunitou a do budoucna zvažuje další investice do infrastruktury, jež by stadion učinily ještě přívětivějším pro všechny příznivce.

„Fotbal spojuje lidi napříč generacemi a životními situacemi. Chceme, aby Sparta byla klubem, který si může užít každý, bez ohledu na překážky, které musí v životě překonávat,“ dodává Smetanová.

Setkání bylo dalším krokem na cestě k otevřenějšímu a dostupnějšímu fotbalu. Klub bude i nadále sbírat podněty a hledat způsoby, jak vytvářet co nejlepší podmínky pro všechny, kteří chtějí být součástí spartánské komunity. ■



PARTNEŘI

POVEČEŘELI S HRÁČI

Na slavnostní večeři v restauraci Il Giardino Toscano měli členové Sparta Business Clubu možnost strávit večer s hráči A-týmu, trenérem Larsem Friisem i vedením klubu. Setkávají se pravidelně na akcích zaměřených na networking, kde spojují témata sportu a byznysu.

Další setkání proběhlo v galerii Artefin, kde téma spojení umění a sportu doplnily diskuze o investicích do umění. Hosté jako Barbora Půlpánová a René Rohan přiblížili sběratelství a ukázali jedinečná umělecká díla.

Sparta Business Club vstoupil do čtvrté sezóny jako prémiová B2B networkingová platforma při AC Sparta Praha. Na úvod nové sezóny jsme koncept prezentovali v Letenské vodárenské věži. Generální ředitel Tomáš Křivda spolu s ředitelkou péče o partnery Evou Šťastnou a Janem Herdou představili příležitosti, které členství přináší

– od osobních setkání s hráči A-týmu až po exkluzivní merchandising včetně dresů s logem Ligy mistrů. Networking mezi členy probíhá také v zabezpečené sekci webu spartabusinessclub.cz.

Sparta Business Club, první česká fotbalová B2B platforma, odstartoval v sezóně 2021/2022. Nabízí nejen reklamní plnění a VIP hospitalitu, ale především prostor pro propojení partnerů a jejich vzájemný rozvoj. „Sparta je vždy společným jmenovatelem,“ říká Eva Šťastná. Projekt spojuje členy z různých oborů, nabízí sdílení zkušeností, budování vztahů i příležitosti napříč byznysem – blíž srdci Sparty. Součástí platformy je také projekt Sport in Art, který ukazuje propojení sportu s kreativními odvětvími. V roli ambasadora projektu vystřídala Vítězslava Lavičku další bývalá klubová ikona, Costa Nhamoinesu. ■



NESS



SPARTA VÍTÁ NÁVŠTĚVNÍKY PRAHY UŽ NA LETIŠTI

Sparta Praha otevřela nový fanshop na pražském Letišti Václava Havla. Na ploše 274 metrů čtverečních nabízí více než dvě stě produktů a cílí především na zahraniční turisty. Prodejna je umístěna za bezpečnostní kontrolou a láká kolemdoucí cestovatele výrazným rudým nápisem. Tento obchod je součástí nové obchodní strategie klubu.

Návštěvníci si zde mohou zkrátit čekání na let hraním videoher nebo sitting footballu. K dispozici je také služba potisku dresů jmény a čísly oblíbených hráčů. Interiér zdobí historická stěna s památnými klubovými momenty a klubový znak na pozadí siluety Pražského hradu.

Marketingový ředitel Sparty Kamil Veselý vidí v novém fanshopu příležitost k růstu popularity klubu v zahraničí. Sparta si neklade za cíl stát se pro cizince primárním klubem, ale spíše „druhým oblíbeným týmem“, který budou fanoušci podporovat na dálku.

Prodejna již několik měsíců po otevření posbírala několik ocenění. Zvítězila v POPAI Awards 2024 v kategorii Cena za kreativitu a z veletrhu RetailShow 2024 ve Varšavě si odnesla první místo v soutěži Best Shop Concept Awards – kategorie Clothing Store.

ROSICKÝ, SIEGL, BIRMANČEVIČ NEBO VLASTNÍ JMÉNO NA POČKÁNÍ

Další novinkou je otevření specializované prodejny Fanlab v blízkosti epet ARENY. Toto centrum nabízí rychlou a kvalitní personalizaci spartánských produktů pomocí špičkové technologie.

Zákazníci si mohou doslova na počkání nechat vytvořit originální dres. Každý fanoušek si na zádech může nechat zvětšit jméno spartánské legendy, hráče současného kádru, nebo projevit náklonnost ke klubu svým jménem či přezdívkou.

Úspěšnost merchandisingu Sparty dokládají i čísla – za poslední čtyři roky se tržby z klubových produktů více než ztrojnásobily. Významnou roli v tomto růstu hraje i partnerství se společností Footballmania, specialistou na merchandising, která se podílí na vývoji a distribuci produktů Sparty.

Kromě letiště a stávající prodejny na Letné plánuje Sparta nadále rozšiřovat síť prodejen a v plánu jsou i nové koncepty obchodů zaměřené na další cílové skupiny.



FANSHOP V ČÍSLECH

Fanshop Sparty tak ukazuje, že moderní sportovní merchandising neznamená jen prodej dresů. Je to místo, které spojuje fanoušky s klubem. Rok 2024 byl pro fanshop Sparty mimořádně úspěšný. **Co Sparťané kupovali ve fanshopu?**

Nejprodávanější produkty

Absolutním tahákem roku se stal rudý dres, který si koupilo víc než 20 tisíc zákazníků. Následují - rudá šála (11 tisíc kusů), černý dres (7 tisíc kusů), černá šála (4 tisíce kusů), triko classic v rudé barvě (4 tisíce kusů).

Hvězdy merchandise

Nejpopulárnější hráči podle počtu potisků: Birmančević, Haraslín, Panák, Laci, Kuchta.

Geografické rozložení fanoušků

Více než 80 procent objednávek míří mimo Prahu. Klub má silnou základnu po celé České republice, za kterou Sparťanům děkujeme.

Mezinárodní dosah

Sparťané se ovšem najdou po celé Evropě.

Do jakých zemí míří sparťanský merchandise nejčastěji?

Ze zahraničních objednávek směřuje největší podíl na Slovensko (45%), následuje Německo (17%), zatímco Polsko, Nizozemsko a Francie se podílejí shodně po 5%. Mezi další země, kam putují sparťanské produkty, patří Itálie, Rakousko a Španělsko.

Špička je o Vánocích

Klubový dárek potěší pod stromečkem každého Sparťana a každou Sparťanku. Vánoce jsou zlatým hřebem roku. V listopadu a prosinci expeduje fanshop trojnásobek měsíčního průměru objednávek. Speciální pozornosti se těší povlečení a dresy s personalizací.

Speciální spolupráce

V roce 2024 fanshop rozšířil svou nabídku o exkluzivní kolekce ve spolupráci s renomovanými značkami a osobnostmi. Sparťanskou vášně propojuje s hudbou DJ Maneneho, elegancí od Steilmanna, prémiovým sklem z Květné 1794, přírodní estetikou hodinek TimeWood a radostí z pohybu díky dětským odrážedlům Funny Wheels. Každá z těchto kolekcí přináší fanouškům jedinečný způsob, jak vyjádřit svou sparťanskou hrdost – ať už na stadionu, ve společnosti nebo v každodenním životě.

Fenomén Fanlab

Zajímavost přímo z výrobního centra: jeden dres je možné potisknout v průměru za pouhých 6 minut, což znamená, že fanoušci si mohou svůj originální kousek užít doslova na počkání.

Kolik produktů se prodá během jednoho ligového utkání?

Během ligových utkání v kamenné prodejně fanshopu prodáme něco přes dva tisíce produktů. Nejvyšší tržby byly zaznamenány při rekordních zápasech, jako bylo poslední utkání nadstavby proti Viktorii Plzeň a první ligové kolo nového ročníku s Pardubicemi.



SPARTA ON

JÁ NEPŘIJDU DOMŮ, JÁ NEPŘIJDU VČAS. OSLAVILI JSME 131. VÝROČÍ KLUBU

Sparťanská rutina obvykle znamená vystoupit z tramvaje číslo 12 a vyrazit rovnou na tribuny epet ARENY. Na listopadovou narozeninovou párty Sparta On Fire tentokrát stačilo vystoupit na Holešovické tržnici a pokračovat do pavilonu B. A byla to jízda, na kterou žádný Sparťan dodnes nezapomněl.

Adam Rohony a DJ Manene zahráli naživo mimo jiné hit Letná, který lemoval naši cestu za loňským doublem i postupem do Ligy mistrů. "Zpívám první, zpívám na Letný. Tam, kde to mám rád, tam, kde já už patřím. Já nepřijdu domů, já nepřijdu včas. Když mám ruce nahoře, tak nikdy nejsem sám," otřásal se holešovický pavilon v základech. Headlinery ještě doplnili Adam Mišík a djové Dave a Joker.

Generálním partnerem akce byla ČSOB, která je také spartánským partnerem pro inovace.

„Cílem tohoto partnerství je zvyšovat zážitky a komfort všem spartánským fanouškům," říká Miloš Minčič ze Strategických partnerství ČSOB. Celá akce Sparta on Fire tak proběhla cashless. Sparťané mohli velmi pohodlně platit platební kartou, mobilem či hodinkami.

Pro všechny, kteří chtěli ulevit hlasivkám poté, co si zazpívali Letnou, jsme připravili chill zónu. V ní si mohli zahrát EA Sports FC 25 na konzoli Playstation 5, nebo stolní fotbal.

A jelikož Sparta chce nabízet fanouškům exkluzivní zážitky, představila na své 131. narozeniny jedinečnou kolekci merchandisingu Sparta on Fire a novou speciální kolekci ke svému výročí. ■

FIRE



HISTORICKÝ MOMENT NA LETNÉ I V DIGITÁLNÍM PROSTORU. PRVNÍ MILIONOVÝ VÍTĚZ BETANO MILONOVÉHO KOPU

Letná zažila nespočet legendárních gólů. Pamatujete na jedinou Sieglovu trefu v „zápase století“ proti Barceloně? Vzpomínáte na branku Marka Kincla, který rozhodl v mrazivém prosinci 2003 o vítězství nad Laziem a postupu v Lize mistrů? Či patříte k mladším fanouškům a pořád se radujete z penalty Lukáše Haraslína proti Malmö, která Spartu vrátila do nejprestižnější soutěže Evropy?

Na jednu milionovou trefu jen tak nezapomene ani spartánský fanoušek Pavel Volkman, který jako vůbec první dokázal proměnit Betano - milionový kop a odnést si domů výhru jeden milion korun. Podařilo se mu to během přestávky v zápase se Sigmou Olomouc. Jeho vítězná trefa pak obletěla celý svět.

„Původně jsem si věřil jen na tu nejmenší vzdálenost,“ přiznal bezprostředně po svém úspěchu šťastný výherce, který navzdory mokrému trávníku zvolil perfektní techniku kopu a dokázal nemožné.

Soutěž, kterou Sparta pořádá ve spolupráci s generálním partnerem Betano, nabízí fanouškům při každém domácím utkání možnost vystřelit si milionovou výhru. Stačí přijít na stadion s předstihem a při oblíbeném střídání triček s maskotem Rudym ulovit speciální tričko – vstupenku do soutěže. Cesta k výhře vede přes tři postupné kopy. První z penaltového puntíku, druhý z vrcholu oblouku pokutového území a závěrečný, nejtěžší, až z poloviny hřiště. Pavel Volkman všechny tyto výzvy zvládl a zapsal se zlatým písmem do historie této jedinečné soutěže jako její první vítěz.

**Podívejte se na kop,
který přinesl
Pavlovi Volkmanovi
milionovou výhru:**





AUTOJAROV®



Váš partner pro vozy Audi

Veškerou nabídku vozidel naleznete na našem webu

Obrátit se můžete také na naše vedoucí prodeje Audi:

AUTO JAROV: martin.mrvik@autojarov.cz

AUTO JAROV KUNRATICE: petr.zikmund@autojarov.cz



SPARTA UNLIMITED: DIGITÁLNÍ OBSAH V NOVÉM STANDARDU

Po první půlsezóně fungování Sparta UNLIMITED má digitální produkt přibližně 12 000 předplatitelů. Projekt přinesl do českého sportovního prostředí nový přístup v práci s fanoušky, ticketingu i tvorbě digitálního obsahu. Zároveň fanouškům rozšířil možnosti, jak být Spartě ještě blíže. Klub vnímá, že sportovní marketing se neustále vyvíjí, a proto pracuje na dalším rozšiřování a zlepšování platformy.

NEOMEZENÝ PŘÍSTUP KE KLUBOVÉMU OBSAHU

Sparta Unlimited nabízí předplatitelům veškerý obsah, který klub publikuje. Fanoušci mají přístup k:



Všem klubovým video rubrikám, včetně rozšířeného formátu Bud' v týmu+ a dalších sérií produkováných exkluzivně pro Unlimited.



Pozápasovému studiu, které klub publikuje po každém ligovém zápase.



Živým přenosům z přípravných utkání A-týmu a B-týmu.



Kompletním rozhovorům s hráči, členy realizačního týmu a vedením ACS.



Celému znění sparťanských podcastů.



Speciálním článkům, jako jsou statistické rozборы, historická témata nebo série Nezkráceně.

Fanoušci mohou využít také speciální nabídku ve spolupráci s ČSOB. Při každém nákupu předplatného Sparta UNLIMITED pomocí Sparta karty jim banka vrátí 50 % ceny až do vyčerpání celkového kreditu 1 000 Kč.

DALŠÍ ROZVOJ A TECHNICKÁ VYLEPŠENÍ

Sparta Unlimited není uzavřený projekt – naopak, jeho obsah i funkce se budou neustále rozšiřovat.

Kromě úprav programové skladby se připravují také technická vylepšení, která zpříjemní uživatelský zážitek.

Moderní sportovní kluby dnes staví na silné digitální komunikaci a Sparta v tomto směru nastavuje nový standard.

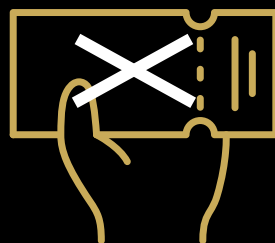
Unlimited je součástí dlouhodobého rozvoje klubových médií a Sparta na jeho dalším zlepšování bude pracovat i nadále.



DALŠÍ VÝHODY UNLIMITED

- PŘEDNOSTNÍ NÁKUP VSTUPENEK NA DOMÁCÍ ZÁPASY ACS
- VSTUPENKY NA KLUBOVÉ AKCE ACS
- SPECIÁLNÍ NABÍDKY MERCHANDISINGU
- SOUTĚŽE O ATRAKTIVNÍ SPARTĀNSKÉ CENY

SPARTA HRAJE LIGU MISTRŮ I V INOVACÍCH



NA LETNOU UŽ JEDINĚ DÍKY APLIKACI

Po vzoru předních evropských velkoklubů zavádíme plně digitální systém vstupenek prostřednictvím mobilní aplikace Sparta. Chceme být lídrem v oblasti inovací a zároveň poskytovat fanouškům služby na úrovni, kterou znají z evropských velkoklubů. Proč je digitální revoluce správnou cestou?

Špičková bezpečnost a pohodlí

Aplikace Sparta. přináší technologii, kterou už využívají přední evropské kluby a soutěže. Nabízí komfortní a moderní přístup ke vstupenkám, které budou nyní chráněny bezpečnostními prvky, které efektivně eliminují riziko padělání a nelegálního přeprdeje. Tím chráníme zájmy vás, našich věrných fanoušků.

Moderní řešení pro moderní klub

Aplikace Sparta. představuje stabilní a spolehlivou platformu, díky které už můžete jít na fotbal jen s telefonem v ruce.

Intuitivní sdílení v digitální éře

Předávání vstupenek vašim blízkým je nyní stejně jednoduché jako poslání zprávy. Několik kliknutí v aplikaci a vstupenky bezpečně sdělíte v rámci SPARTA iD. Vaší rodině a blízkým tak neunikne žádný zápas, i kdybyste zrovna nemohli být přímo na Letné.

Co to znamená pro budoucnost?

Od jarní části letošní sezóny vstupujeme do nové digitální éry. Všechny vstupenky budou dostupné výhradně prostřednictvím aplikace Sparta., která je vašim digitálním průvodcem spartanským světem. Tento moderní systém už využívají tisíce Spartaňů.

GLENFIDDICH 50 LET



O čase máme tendenci přemýšlet jako o chronologickém sledu událostí, ale v naší nejcennější whisky zažíváme minulost v přítomnosti. 50 let zrání zachycených v celé své kráse, dokonalosti a bez úprav.

Glenfiddich 50 let se vyrábí tradičním způsobem a metodami používanými v roce 1887, kdy byla naše palírna otevřena. Na jeho zrání dohlíželi po dobu pěti desetiletí tři Malt Masters.

Tato unikátní whisky pochází ze tří různých amerických dubových sudů, které zrály ve stejném skladu, než byly spojeny dohromady a dokončeny v americkém dubovém sudu po dobu dvou let.

V tomto vydání existuje pouze 220 karaf této vzácné tekutiny, což z ní činí mimořádně vzácný a vyhledávaný sběratelský artikl. Zrání whisky v sudu ovlivňuje mnoho faktorů, včetně klimatických podmínek: tlak vzduchu, teplota a vlhkost. Charakter zrání se s těmito podmínkami mění. Horká léta proces zrání urychlují a chladné zimy jej zpomalují - což dramaticky ovlivňuje výsledek destilátu. Tyto klimatické podmínky jsou jedinečné pro danou dobu a den, nelze je nikdy zopakovat. Vývoj charakteru dubového dřeva v kombinaci s těmito klimatickými podmínkami dává whisky její jedinečnou chuť.

Vnější plášť je uměleckým ztvárněním klimatických údajů, díky nimž vznikla tato výjimečná whisky. Manuel Jiménez García, počítačový architekt, dešifroval meteorologické údaje do algoritmu a vytvořil fyzický jazyk návrhu, aby vytvořil strukturu na míru, která oživí každou sekundu každého dne a každého měsíce těchto padesáti let.



BARVA	VŮŇĚ	CHUŤ	ZÁVĚR
ANTICKÁ ZLATÁ	PŘIPOMÍNÁ ČERSTVÉ UPEČENÝ DORT MADEIRA S BOHATÝMI TÓNY POMERANČOVÉ KŮRY, MANDARINKY A HNĚDÉHO CUKRU, KTERÉ SE POSTUPEM ČASU MĚNÍ V ZEMITÉ A KVĚTINOVÉ TÓNY.	PŘETRVÁVAJÍCÍ SLADKOST, KTERÁ SE POSTUPNĚ ZIEMŇUJE, AŽ SE DOSTAVÍ HLUBOKÁ A HEDVÁBNĚ JEMNÁ CHUŤ TŘÍSLOVIN SE STOPAMI VANILKY SUŠENÉ NA SLUNCI.	DUBOVÝ, SLADKÝ, NEUVĚRITELNĚ DLOUHOTRVÁJÍCÍ

Pro privátní konzultaci o tomto skvostu mezi single malt whisky a komplexní exkurzi do světa whisky GLENFIDDICH kontaktujte ambasadora našeho Spirit Partnera AC Sparta Praha na e-mailu: michal.vesely@metaluxury.cz.

ŠAMPIONI NEJEN NA HŘIŠTI

KLUB SBÍRÁ MARKETINGOVÁ OCENĚNÍ DOMA I VE SVĚTĚ

V prestižní soutěži Sport Alive slaví AC Sparta Praha mimořádný úspěch. Ve spolupráci s agenturou 2Score získala hned pět ocenění, z toho tři zlaté. Zvítězila v kategoriích Nejlepší sportovní inovace s projektem Sparta UNLIMITED, Nejlepší partnerská aktivace za Dres nad Prahou a Nejlepší sportovní obsah s kampaní „Máš v sobě sparťanskou DNA?“.

Úspěšné bylo oznámení nového partnerství se značkou Betano. „Oznámení vstupu nového generálního partnera do sportovního subjektu musí být vidět. V našem případě se navíc tento moment potkal s jubilejní 130. sezonou, a tedy s představením výročního dresu adidas. Unikátní je tak i to, že se jednalo o aktivaci ne jednoho, ale hned dvou partnerů klubu. Příprava v režii 2Score měla od počátku drive a odvahu, které má ostatně ACS ve své DNA. Výsledkem byl okamžitý zásah digitálních i mainstreamových médií včetně televizního prime-time prostoru, což byl významný odrazový můstek nejen pro brand awareness značky Betano na českém trhu, ale i pro rekordní prodejní čísla výročního dresu adidas,“ uvedla ředitelka péče o partnery ACS Eva Šťastná.

Kromě domácích úspěchů slaví Sparta i v evropském měřítku. Z European Club Association Awards 2024 v Aténách si odvezla vítězství v kategorii „Visiting Supporters Experience“ za péči o handicapované fanoušky Liverpoolu. Nechyběly ani úspěchy v soutěžích jako Český Lemur za PR, tradiční Cena Lukáše Přebyla či zlatá EFFIE v kategorii Sportovní marketing za kampaň GEN ACS. Ve Zlatém středníku bodoval projekt s BodyCam kamerou Lukáše Haraslína během přátelského utkání s Norimberkem. ■



SPARTA V MADRIDU ZAUJALA PÉČÍ O HENDIKEPOVANÉ FANOUŠKY

Hlavní město Španělska hostilo prestižní AccessibAll Global Summit 2024, kde měla své zastoupení i AC Sparta Praha. Na summit zaměřený na přístupnost a inkluzi osob se zdravotním postižením byla pozvána CSR manažerka Irena Smetanová, která se dlouhodobě věnuje práci s hendikepovanými fanoušky.

„Prezentovali jsme se jako klub, který si je vědom svých limitů, ale snaží se dělat maximum pro hendikepované fanoušky. Bylo příjemné zjistit, že náš přístup je vnímán jako příkladný, zejména v tom, jak se snažíme zlepšovat zážitky i pro ty, kteří nemají standardní možnosti,“ říká Smetanová.

Na summitu se Sparta inspirovala například přístupem Manchesteru City. „Příklad Citizens nás zaujal tím, jak systematicky pracují s inkluzí a pravidelně sbírají zpětnou vazbu od hendikepovaných fanoušků. Zajímavé byly i prezentace FIFA ohledně požadavků na přístupnost stadionů při velkých mezinárodních akcích,“ popisuje Smetanová.

Sparta si z Madridu přivezla i konkrétní nápady pro nevidomé fanoušky. „V Itálii například používají makety hřiště s magnetickými prvky, díky kterým se fanoušci mohou lépe orientovat. To je něco, co bychom rádi v budoucnu implementovali i u nás,“ prozrazuje Smetanová. „Chceme ještě výrazně zlepšit komunikaci s hendikepovanými fanoušky, včetně systematického sběru zpětné vazby. Důležitým tématem je i digitální dostupnost vstupenek pro nevidomé.“

„Zjistili jsme, že i velké kluby se občas potýkají s problémy v oblasti přístupnosti. To nás motivuje k dalšímu zlepšování,“ uzavírá Smetanová s tím, že Sparta chce být v této oblasti nadále progresivním klubem, který jde ostatním klubům příkladem. ■



EPET ARENA HOSTÍ SUMMIT FOTBALOVÉHO BYZNYSU. BUĎTE U TOHO

Prestížní FBIN Marketing Excellence & Next-Gen Stadium Summit přivítá začátkem června v pražské epet Areně přes 160 mezinárodních expertů z oblasti fotbalového byznysu. Dvoudenní akce nabídne jedinečný pohled na současné marketingové trendy a strategie v profesionálním fotbale.

První den summitu se zaměří na budoucnost zážitků, které mohou fanoušci zažít přímo na stadionech. Odborníci budou diskutovat o tom, jak přizpůsobit infrastrukturu a technologie očekáváním nové generace fanoušků. Druhý den bude věnován marketingovým strategiím. Více než 15 přednášek se bude týkat témat, která hýbou světem současného fotbalu. Speakeři se zaměří na témata budování značky klubu, inovativní obsahové strategie či získávání fanoušků Generace Z.

Vrcholem prvního večera bude networkingová akce spojená s předáváním Marketing Excellence Awards, která ocení nejvýraznější úspěchy ve fotbalovém marketingu. „Summit představuje jedinečnou příležitost pro sdílení zkušeností a networking s předními evropskými profesionály,“ říká organizační tým.



Vstupenky na tuto výjimečnou akci, která se uskuteční 3. a 4. června v epet Areně, budou v prodeji od 24. února na www.footballbusinessinside.com. Pro všechny profesionály ze sportovního marketingu jde o událost, kterou by si neměli nechat ujít. ■



SLOVO SOMELIÉRA

Jedno z nejoblíbenějších vín, které naše společnost do prostoru VIP AC SPARTA PRAHA dodává, je BODEGA INIESTA. Toto vinařství vlastní jeden z nejlepších fotbalistů na světě, bývalý hráč FC Barcelona i španělské reprezentace a v současné době plejer japonského Visel Kobe ANDRÉS INIESTA.

O kvalitu vína a obchod se stará jeho rodina vedená otcem, velkým znalcem vín. Nadstandardní finanční prostředky i odborná znalost otce řadí vína rodiny Iniesta k nejoblíbenějším ve Španělsku, a to dokládá i spousta ocenění a medailí, která tato vína získala.

Vinařství BODEGA INIESTA se nachází ve vesničce Fuentealbilla v oblasti Manchuela mezi Valencií a Albacetem. Všechna vína jsou ovlivněna zajímavým extraktem z půdy i vyvážeností vláhy a slunce zhruba v 550 metrech nad mořem, ve kterých se tato réva nachází. Jejich vinice čítají cca 150 ha.

Mezi nejoblíbenější vína patří řada Corazon Loco Blanco, Rosádo a Tinto, a také velmi zajímavá vína zrající v barikových sudech, jako je Finca Carril Hechicero, Paulo Andrea nebo Corazon Loco Premium. Konkrétní nabídku vín s označením druhů a odrůd si můžete vyžádat ve VIP prostorách AC SPARTA PRAHA u našeho someliéra Leoše Tučka nebo přímo u obchodní ředitelky Heleny Saibertové.



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

+420 602 406 021

NABÍDKA VÍN



HOSPITALITA

VÍTEJTE VE VIP PROSTORÁCH NEJÚSPĚŠNĚJŠÍHO ČESKÉHO KLUBU

NABÍZÍME VÁM MOŽNOST ZAŽÍT SPECIÁLNÍ ATMOSFÉRU EPET ARENY. PŘI SLEDOVÁNÍ DOMÁCÍCH ZÁPASŮ SPARTY VÁS A VAŠE HOSTY ČEKÁ LUXUSNÍ ZÁZEMÍ NAŠICH VIP PROSTOR, PRVOTŘÍDNÍ OBSLUHA, VYNIKAJÍCÍ CATERING A TAKÉ OSOBNÍ PŘÍTOMNOST TÝMU PÉČE O SPONZORY. ZPŘÍJEMNĚTE SI FOTBALOVÝ ZÁŽITEK, AŽ UŽ SOUKROMĚ NEBO SE SVÝMI OBCHODNÍMI PARTNERY. AC SPARTA PRAHA VÁM NABÍZÍ RŮZNÉ ÚROVNĚ VIP HOSPITALITY.



VIP SKYBOX

Utkání Sparty můžete sledovat z pohodlí luxusního Skyboxu s nádherným výhledem na hrací plochu. Každý Skybox má vlastní balkónek se sezením na tribuně. Kapacita boxů se pohybuje od 8 do 12 míst. O všechny Skyboxy se starají hostesky a personál cateringu, včetně someliéra. Tyto VIP prostory jsou výjimečné také nabídkou destilátů a servírováním jídla formou à la carte. Každý Skybox je přístupný výtahem, má vlastní sociální zařízení a je vybaven luxusním italským nábytkem, televizní obrazovkou a vysokorychlostním Wi-Fi připojením. Majitelé Skyboxu mohou při zápasech využít Limousine servis.

Dress-code: business formal

VIP LOUNGE

Na této úrovni VIP hospitality Vám nabízíme prosklené boxy se skvělým výhledem, kde jste už opravdu velmi blízko hrací ploše. Kapacita každého boxu je 10 míst s možností sezení venku, hned nad střídačkami a hráčským tunelem. Hosté mají přístup k vlastnímu cateringu i do vedlejší klubové VIP restaurace. Ve VIP Lounge se o hosty rovněž starají hostesky a občerstvení je servírováno formou à la carte. **Dress-code:** smart casual



VIP POLSTER

VIP Polster nabízí svým majitelům polstrovaná sedadla k sezení přímo uprostřed hlavní tribuny epet ARENY, která garantují nejlepší možný výhled na hřiště. Zároveň VIP Polster hosty opravňuje ke vstupu do klubové VIP restaurace, kde lze využít kompletní cateringový servis. Občerstvení v této kategorii obsahuje vícechodové bufetové menu s prvky živého vaření, variace dezertů nebo neomezenou konzumaci piva, vína a nealkoholických nápojů. **Dress-code:** smart casual

VIP CLUB

Sekce VIP Club opravňuje držitele k sezení na hlavní tribuně a ke vstupu do cateringového stanu, umístěného nad velkým tiskovým střediskem – hned vedle hlavní tribuny. Stan je opatřen televizní obrazovkou. Nabídka cateringu na této úrovni VIP hospitality se skládá z teplého i studeného buffé, piva, vína a nealkoholických nápojů. **Doporučený dress-code:** uvolněné a neformální oblečení. Nejlépe se budete cítit ve sparťanském domácím dresu.



VIP STUDIO

Jedná se o nejlepší volbu, jestliže chcete uspořádat skupinové setkání například s kolegy, klienty, obchodními partnery nebo jen tak s přáteli. Boxy VIP Studio jsou dva. Kapacita většího boxu je 16 osob, menší je pro 12 osob. K dispozici je sezení na hlavní tribuně a o hosty pečují personál cateringu. Samozřejmostí je teplé a studené buffé, pivo a nealkoholické nápoje. **Doporučený dress-code:** uvolněné a neformální oblečení. Nejlépe se budete cítit ve sparťanském domácím dresu. ■



Eva Štastná

Ředitelka Oddělení péče o sponzory
stastna@sparta.cz



Michal Krček

Business Development Manager
krcek@sparta.cz



Jan Herda

Sparta Business Club
herda@sparta.cz



Michaela Jůzová

VIP Hospitality Manager
juzova@sparta.cz



Dominik Pokorný

Specialista reklamního plnění
pokorny@sparta.cz



Ladislav Fialka

Specialista sponzorských aktivit
fialka@sparta.cz

SPARTA BUSINESS JOURNAL | Oficiální B2B magazín AC Sparta Praha

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

šéfredaktor | Pavel Jína

autor textů | Vladan Vaněk **fotografie** | archiv AC Sparta Praha, David Lejček, Vlastimil Vacek, Jakub Pláteník

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

tisk | Ottova tiskárna, s. r. o. **uzávěrka čísla** | 31. 1. 2025

Máte také zájem o svou inzerci v příštím vydání Sparta Business Journal? Kontaktujte nás na adrese **pokorny@sparta.cz**

Sparta.

