

O GRANDE SPORTING

VALORES | VISÃO | VITÓRIAS

PEDRO MADEIRA RODRIGUES



PROGRAMA
O GRANDE SPORTING



É com muita alma leonina e sentido da responsabilidade que vos apresento este programa para os próximos 4 anos do Grande Sporting Clube de Portugal. São 9 traves-mestras e 64 medidas que resumem aquilo que de principal queremos trazer para o nosso clube.

Foram muitos os sportinguistas de todo o país que ajudaram a conceber este programa que acreditamos corresponde aos desejos de toda a família leonina. Muito obrigado a todos!

Vesti a nossa camisola pela primeira vez como jogador aos 11 anos, no ano em que me fiz sócio. Aprendi nessa altura os valores do Sporting: uma enorme sede de vitórias; esforço, dedicação e devoção sem limites na luta por essas vitórias, aliadas a um forte desportivismo, respeito, integridade, humildade, lealdade, disciplina, alegria, amizade, coragem, solidariedade e espírito de equipa e de sacrifício. Cresci no clube e foi aqui que aprendi a transpirá-lo.

Tenho formação e mais de 25 anos de experiência em gestão de empresas e em liderança de equipas. Tenho a maturidade, serenidade e segurança para atacar os problemas que temos e estou, mais do que nunca, preparado para ajudar a mobilizar o grande Sporting a viver os seus valores; a assumir uma visão global e ambiciosa e a conseguir grandes vitórias!

Mais do que qualquer outro candidato a Presidente e até pela minha experiência recente, serei a pessoa indicada para conciliar o Sporting e os sportinguistas, respeitando a pluralidade das suas sensibilidades. Foi por isto que lutei tanto e sofri bem na pele este esforço que fiz, tantas vezes tão incompreendido. Valeu a pena!



Consegui trazer e recuperar para o clube uma equipa coesa e inter-geracional de sportinguistas competentes e com provas dadas de prática dos valores identitários leoninos preparados para enfrentar os grandes desafios que nos esperam.

Os 3 candidatos a Presidentes dos Órgãos Sociais são todos ex-atletas do Sporting com carreiras profissionais de sucesso. Queremos, com a ajuda das nossas equipas, voltar a servir o nosso clube, a maior potência desportiva nacional, dando o melhor de nós (como iremos sempre exigir a todos os que trabalham para o Sporting) para passar um Sporting bem melhor a quem nos suceder.

Teremos como principal referência na nossa actuação tantos modelos de sportinguismo que nos antecederam, em particular o Professor Mário Moniz Pereira que iremos propor se torne o nosso sócio perpétuo número 2.

Com esforço, dedicação e devoção iremos chegar à glória de ver o Sporting Clube de Portugal cada vez mais um Grande clube, tão Grande como os maiores da Europa.

Viva o Grande Sporting!

Pedro Madeira Rodrigues



I. FUTEBOL

Objectivo: Ganhar títulos, nomeadamente ser campeão nacional e afirmar uma cultura vencedora no futebol, tendo a formação como fundamental base de sustentação.

1. **Implementar estruturas para o futebol**, aproveitando as melhores práticas mundiais, atraindo profissionais de topo identificados com a cultura leonina, numa política de contratações rigorosa, nomeadamente garantindo um treinador carismático de dimensão internacional para a equipa de futebol profissional que seja capaz de inspirar jogadores e adeptos e que tenha a capacidade de atrair e desenvolver jovens talentos;
2. **Desenvolver o actual “scouting”**, introduzindo as últimas tendências e identificando o perfil-tipo de jogador à Sporting com o objectivo de chegar primeiro aos talentos e reduzir o risco de erros sistemáticos. Iremos reforçar a equipa da prospecção a todos os níveis, com a formação profissional de uma rede nacional de “olheiros” e o aproveitamento na prospecção internacional de elementos ligados afectivamente ao Sporting;
3. **Executar protocolos de colaboração com grandes clubes europeus**, nomeadamente o Liverpool FC, que partilhem os nossos valores, num intercâmbio de partilha das melhores práticas;
4. **Criar parcerias com federações internacionais** em países onde o futebol está numa fase de forte expansão, no sentido de oferecermos os nossos préstimos como entidade formadora de referência, bem como ter acesso aos talentos emergentes das respectivas selecções;



-
5. **Centrar a formação na aquisição de valores e competências** que permita aos nossos jogadores terem um quadro de referência e princípios de jogo que os prepare para interpretar qualquer modelo tático;
 6. **Valorizar o treinador para a formação**, sendo que este deverá ter acima de tudo uma preocupação pedagógica, direccionada para a formação de grandes homens e jogadores;
 7. **Garantir a presença de uma verdadeira referência do Sporting**, por escalão de jovens, que ajude a passar para estes a cultura, história e valores leoninos;
 8. **Recuperar a equipa B** como espaço privilegiado para o desenvolvimento do atleta nacional;
 9. **Melhorar o Gabinete de Apoio ao Jogador**, com foco nas famílias dos atletas e com ênfase na questão da rede de transportes.

II. MODALIDADES

Objectivo: Reforçar o modelo eclético do clube de forma sustentada, promover a prática desportiva e garantir vitórias em Portugal e na Europa.

10. **Manter o investimento nas diversas modalidades**, com total transparência e rigor na apresentação dos orçamentos por modalidade, com uma aposta para o futuro cada vez maior na formação, nomeadamente através da celebração de parcerias com clubes e escolas;



-
11. **Fazer a gestão transversal com planificação geral**, calendarização compatibilizada e conjunta das modalidades, garantindo nomeadamente a interligação entre os horários dos jogos para voltarmos a ter “dias à Sporting”;
 12. **Garantir o regresso do basquetebol já em 2019/20** numa perspectiva sustentada e ambiciosa (com a possibilidade de se fazer uma SAD própria), em parceria com um investidor e com o apoio técnico dos Boston Celtics;
 13. **Reforçar o projecto Olímpico Sporting**, com o objectivo de alargar o número de atletas participantes nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Tóquio 2020;
 14. **Introduzir o Gabinete de Apoio ao Jogador das modalidades.**

III. PATRIMÓNIO & RESPONSABILIDADE SOCIAL

Objectivo: Garantir que as nossas infra-estruturas estejam sempre preparadas para servir o clube da melhor forma; aumentar o património e dar o exemplo ao nível da responsabilidade social.

15. **Reformular e actualizar a Academia**, nomeadamente com a introdução de 2 novos campos de treino com relva natural e a passagem do sintético para relva natural e introduzir o “Footbonaut” para treino individual;
16. **Garantir, em parceria com uma Câmara Municipal, um centro de estágio no Norte de Portugal** que seja utilizado pelas nossas equipas;



-
17. **Reforçar a criação de centros de formação de futebol** espalhados por Portugal (com o apoios dos núcleos) e alargar a rede Escolas Academia Sporting, nomeadamente no estrangeiro, atribuindo-lhes um papel cada vez mais importante na selecção de talentos com perfil para representar o Sporting;
 18. **Lançar a Academia das Modalidades**, à imagem da Academia de Alcochete, em parceria com uma Câmara Municipal;
 19. **Criar a Casa do Atleta das Modalidades**;
 20. **Eliminar o fosso do Estádio**, de forma a permitir uma maior ligação entre adeptos e equipas;
 21. **Introduzir o “safe standing” na zona das claques**;
 22. **Duplicar até 2020 a utilização das energias renováveis** no Estádio, Pavilhão e Academia;
 23. **Subir o piso da fila do Estádio dedicada aos deficientes motores**, para que estes possam acompanhar melhor os jogos;
 24. **Reconverter as infra-estruturas do Multidesportivo**, apetrechando-o com equipamentos de última geração para a ginástica e com melhores espaços de apoio à natação;
 25. **Obter a concessão de um Centro Sporting**, para a prática da natação, ginástica e outros desportos com muitos praticantes, em complemento do Multidesportivo;
-



26. **Criar uma residência para antigos atletas, o Lar de Leão**, recorrendo a apoios institucionais.

IV. SÓCIOS E DESCENTRALIZAÇÃO

Objectivo: Alargar a base associativa e aproximar esta do clube, tendo sempre presente que o Sporting está espalhado pelo país e pelo mundo.

27. **Reforçar o privilégio de ser sócio**, com mais contrapartidas, nomeadamente oferecidas pelos nossos patrocinadores e aumentar o alcance e visibilidade da campanha “Sócio num minuto”, com campanhas de publicidade “on-line”, etc, ajudando a que em **2020 tenhamos 220.000 sócios pagantes**;

28. **Expandir o número de núcleos**, com prioridade para os PALOPs e outros locais com forte incidência sportinguista;

29. **Criar a figura do sócio-núcleo**, partilhando o valor da quotização com estes;

30. **Garantir possibilidade de introdução do voto electrónico** nos principais núcleos de cada CCDR, avançando com um núcleo-piloto, salvaguardando a total fiabilidade dos sistemas;

31. **Facilitar a venda de bilhetes nos núcleos**, com a criação de um “quiosque digital” em cada núcleo;

32. **Introduzir a Gamebox Núcleo**;



33. **Garantir que todas as equipas que são recebidas pelos núcleos deixem sempre como agradecimento uma lembrança**, como uma camisola autografada, que possa ser depois leiloadada e criação de condições para que nestes momentos haja um maior convívio entre os atletas e os sócios dos núcleos;

34. **Aprofundar a ligação às filiais do Sporting**, começando com visitas com representação ao mais alto nível e a elaboração de protocolos de colaboração;

35. **Actualizar a relação com as claques**, adaptando os protocolos existentes, com apoios quantificados e aprovados em AG;

36. **Lançar o projecto “Estamos Sempre Convosco”**, garantindo transporte em condições competitivas, nomeadamente o “Comboio Verde” incentivando a presença dos adeptos de Lisboa nos jogos fora e dos adeptos de fora de Lisboa nos jogos em casa;

37. **Organizar o X Congresso Leonino em 2019**, como evento agregador no qual os sócios se possam pronunciar abertamente sobre os assuntos relativos ao clube.



V. FINANÇAS

Objectivo: Dar continuidade à reestruturação financeira, criando condições para termos equipas competitivas, sem pôr em causa a sustentabilidade futura do clube e a manutenção da maioria do clube na SAD.

38. **Trazer novos parceiros estratégicos para a Sporting SAD** que possam abrir novos mercados e que no imediato garantirão um empréstimo obrigacionista hoje calculado em cerca de 100 milhões €(a depender do resultado da auditoria em curso e do mercado de transferências);

39. **Comprar as VMOCs**, estudando a possibilidade da entrada de novos investidores minoritários, garantido que o Sporting mantenha a maioria das acções da SAD, ponto que nunca abdicaremos;

40. **Garantir a venda dos direitos do naming** a longo prazo do Estádio, Academia, Pavilhão e Multidesportivo, salvaguardando as consultas necessárias aos sócios e mantendo a nossa identidade;

41. **Repor o cumprimento dos prazos na relação com todos os “stakeholders”**, restaurando a imagem de confiança do Sporting.



VI. COMUNICAÇÃO

Objectivo: Revolucionar a comunicação do Sporting de forma a valorizar os activos do clube, comunicando de forma consistente os pontos fortes do Sporting e dando o foco aos nossos sócios, atletas e equipas técnicas.

42. **Aumentar os momentos de interacção entre os atletas e os sócios**, por exemplo com a criação de “chats” semanais exclusivos para sócios;

43. **Distribuir gratuitamente o Jornal do clube por meio electrónico** a todos os sócios com as quotas em dia;

44. **Reformar a SportingTV** com a introdução de novos conteúdos relevantes;

45. **Lançar a Rádio do Sporting**;

46. **Modernizar as redes sociais do clube**, com muito “behind the scenes content” e lançar o projecto E-Sporting com melhoria dos canais digitais, website e móvel.

VII. MARCA & INOVAÇÃO

Objectivo: Ser uma das marcas desportivas mais inovadoras do mundo, aumentando o sentido de pertença do sócio e adepto.

47. **Realizar o “Match Day Experience”** com base nas melhores práticas internacionais, nomeadamente dos desportos nos EUA, com a criação de fan zones: uma na área circundante ao Estádio (entre as portas 2 e 3) com bares



concessionados e animação antes dos jogos e outra junto ao relvado que permita a que associados sorteados (25 por jogo) possam ter acesso directo aos jogadores e a introdução de wifi no Estádio e Pavilhão em dias de jogo; utilização de efeitos especiais visuais e sonoros; animação no intervalo dos jogos, etc.;

48. **Renovar toda a zona de bares no interior do Estádio**, com melhor apresentação e alargamento da oferta dos produtos oferecidos;

49. **Introduzir a Gamebox Família**;

50. **Utilizar meios inovadores de publicidade no Estádio**, nomeadamente aproveitando a cobertura para publicidade aérea e as paredes exteriores do Estádio e pavilhão;

51. **Substituir os actuais ecrãs gigantes por painéis LED** da última geração;

52. **Rentabilizar o Pavilhão**, nomeadamente com a organização de concertos, congressos, conferências, etc.;

53. **Desenvolver a app única do Sporting** para aproximar o clube dos sócios, com incorporação de novas formas de pagamento de bilhetes / Loja Verde (MBWay,etc.); informação com resultados em directo das várias modalidades; informação actualizada sobre os jogos nomeadamente trânsito, tempo esperado para entrada no Estádio,etc.; introdução de sistema de fidelização por pontos e desmaterialização progressiva da Gamebox, possibilitando o envio em formato electrónico;

54. **Criar um “Innovation Hub”** e uma Universidade corporativa, em parceria com uma Universidade de topo que ajude a pensar o desporto, nomeadamente o futebol e onde se esteja a par de todas as principais inovações;



55. **Renovar o “Tour Sporting”**, percurso de visita mais inovador com recurso a mais novas tecnologias, dirigido a adeptos e turistas, que inclua passagem pelo Museu Sporting, tribuna presidencial, auditório Artur Agostinho e balneários.

56. **Alargar a rede de Lojas Verdes** e aprofundar o conceito das quiosques e lojas temporárias, diversificando a oferta de produtos, evitando a rotura de stocks.

VIII. VALORES & ORGANIZAÇÃO

Objectivo: Exercer uma liderança renovada que viva diariamente os valores que são a identidade do nosso clube.

57. **Elaborar**, com o apoio de um consultor externo, colocar em prática e monitorizar **um manual transversal** identificador dos propósitos, perfis e comportamentos internos, garantindo estabilidade na identidade do clube;

58. **Garantir a neutralidade e isenção dos diferentes órgãos sociais** (dando já o exemplo na campanha), fornecendo orçamentos próprios a cada órgão e propor o regresso do método de Hondt, o fim das listas únicas e a introdução da 2ª volta em eleições;

59. **Entregar ao Conselho Fiscal e Disciplinar a declaração de rendimentos e património** no início e no fim do mandato dos órgãos sociais;

60. **Contratar no mercado um Director Geral de Operações** e definir modelos organizacionais, com organogramas funcionais claros que atribuam níveis de autonomia e responsabilização às lideranças, promovendo a cooperação;



61. **Oferecer estabilidade e segurança aos funcionários do clube** e instaurar uma gestão de recursos humanos assente na equidade e meritocracia.

IX. INSTITUCIONAL

Objectivo: Reforçar o posicionamento institucional, contribuindo para a reforma do do desporto português e para promoção da cultura desportiva.

62. **Restabelecer uma maior participação institucional** activa do Sporting nos principais órgãos de decisão do desporto em Portugal e marcar a agenda da regeneração do Desporto em Portugal, nomeadamente na questão da verdade desportiva, dando o exemplo e defendendo sempre intransigentemente os interesses do Sporting, estabelecendo pontes e cooperando em assuntos comuns, mas sem fazer alianças de qualquer espécie;

63. **Incentivar o processo de centralização dos direitos televisivos** (das 32 Liga europeias só Portugal não a tem), seguindo o modelo espanhol e apoiar a internacionalização da Liga Portugal;

64. **Liderar alterações que melhorem o futebol no seu todo** como ajustar o processo da janela de transferências de verão para que se feche antes do arranque oficial da época.