



SLOVENSKÝ FUTBALOVÝ ZVÄZ

Materiál na zasadnutie Konferencie SFZ

Názov	Schvaľovanie Výročnej správy SFZ Marketing, s.r.o. za rok 2023
Vypracovala	A. Hlboká
Predkladá	P. Palenčík
Dátum	V Senci, 27. septembra 2024

Návrh uznesenia:

1. Konferencia SFZ schvaľuje Výročnú správu SFZ Marketing, s.r.o. za rok 2023.
 - s pripomienkami
 - bez pripomienok

Materiál na zasadnutie Konferencie SFZ
(27. septembra 2024)

Delegáti
Tomášikova 30C
821 01 Bratislava

Bratislava, 19.09.2024

Vec: Schvaľovanie Výročnej správy SFZ Marketing, s.r.o. za rok 2023

Vážení delegáti,

dovoľujeme si Vás informovať, že v programe zasadnutia Konferencie SFZ, ktorá sa uskutoční dňa 27. septembra 2024, je ako bod programu zaradený bod programu „Schvaľovanie Výročnej správy SFZ Marketing, s.r.o. za rok 2023“.

V nadväznosti na vyššie uvedené si Vám v prílohe tohto listu dovoľujeme predložiť Výročnú správu SFZ Marketing za rok 2023, ktorú v zmysle prísl. ustanovení Stanov SFZ schvaľuje konferencia SFZ.



Slovenský futbalový zväz
Peter Palenčík
generálny sekretár

Príloha: Výročná správa SFZ Marketing, s.r.o. za rok 2023



VÝROČNÁ SPRÁVA

SFZ Marketing, spol. s r. o.

za rok 2023

Bratislava, jún 2024

1. ČINNOSŤ

Rok 2023 bol pre slovenský futbal pestrý a plný udalostí, ktoré pozitívne pôsobili aj na aktivity marketingu SFZ. Za najdôležitejšie udalosti, ktoré vplývali na futbal môžeme považovať výsledky našich top reprezentácií a jej hráčov a hráčok.

Mužská reprezentácia sa kvalifikovala na EURO 2024 v Nemecku, čím si vybojovala účasť na tomto turnaji tretíkrát po sebe. Predviedla solídne výkony v kvalifikačnej skupine, kde obsadila 2. miesto za Portugalskom. Potešila fanúšikov atraktívnym herným štýlom pod vedením talianskeho trénera Francesca Calzona. Stanislav Lobotka získal ocenenie Futbalista roka 2023 po triumfe s SSC Neapol v talianskej lige. Stal sa tak štvrtým Slovákom v ére samostatnosti, ktorý získal titul v jednej z piatich elitných európskych líg.

Ženská reprezentácia sa zúčastnila na kvalifikácii na Majstrovstvá sveta 2023, kde síce nepostúpila do finálového turnaja, ale predviedla bojovné výkony a získala cenné skúsenosti.

Medzi ďalšie úspechy s potenciálom pre marketing môžeme považovať aj to, že Slovensko sa stalo prvou krajinou, ktorá získala usporiadanie záverečného turnaja ME 2025 hráčov do 21 rokov bez ďalšieho spoluhostiteľa. Mnoho slovenských futbalistov zažiarilo v zahraničných kluboch a upevnili si svoje pozície v národnej reprezentácii. Udržali sme si relatívne vysoký záujem o futbal medzi mládežou.

1.1 Nová koncepcia marketingovej stratégie

Na jeseň roku 2023 sme začali aplikovať novú marketingovú stratégiu, ktorá pozostáva z troch hlavných pilierov.

Základným pilierom je fanúšik tzv. supporter, ktorý stojí na čele pomyslenej pyramídy. Pre SFZ Marketing bude práve fanúšik ten, na koho sa budeme primárne v našej marketingovej činnosti zameriavať a upravovať produkt futbal podľa jeho potrieb a požiadaviek.

Druhým pilierom budú partneri, pre ktorých začneme pripravovať na mieru šité marketingové riešenia a usmerňovať ich, ako by mali robiť efektívny marketing prostredníctvom futbalu.

Tretím, nemenej dôležitým pilierom, sú médiá. Médiá budú nielen našim zákazníkom, ale vnímame ich aj ako pomocníkov vo väčšej forme informovanosti o futbale.

1.2 Práca s fanúšikmi

Z pohľadu najdôležitejšieho piliera sme už auguste začali pracovať na zápase Slovenska s Portugalskom a otestovali koncept realizácie **fanzón/fanparkov**, kde sa futbaloví fanúšikovia nielen zabavia a môžu vyhrať rôzne ceny, ale dávame aj možnosť našim partnerom, aby sa k divákovi priblížili aj prostredníctvom rôznych futbalových/športových aktivít.

Počas jesene a koncom roka 2023 sme intenzívne pracovali na výbere najkúsenejšieho partnera pri tvorbe architektúry **nového vernostného systému**. Vybrali sme si lídra na našom trhu, spoločnosť VoxWise. Výsledky vernostného systému budú k dispozícii už v roku 2024.

Práve pre vyšší komfort divákov, médií a sponzorov sme sa pustili do programu pre **dobrovoľníkov**, ktorých počet sme na zápasoch navýšili na cca 50 na každý zápas. Posledný zápas s Islandom bol historický nielen z hľadiska postupu, ale aj z hľadiska, že sme na ňom mali v akcii historicky najviac dobrovoľníkov. Mohli ste ich stretnúť na autobusovej a vlakovej stanici, ochotne poradili na infopointoch pri štadióne či maľovali slovenské vlajky na tvár. Podieľali sa aj na príprave chorea na štadióne.

Počas jesenných zápasov sme začali pracovať aj na zvyšovaní atraktivity programu pred každým zápasom slovenskej mužskej reprezentácie. Spoluprácu sme nadviazali s českou spoločnosťou IMA PRODUCTION, ktorá sa špecializuje na športové eventy a zamestnanci MSFZ sa chodia školiť aj na zápasy našich súperov. Súčasťou programu je nielen atraktívny **let živého sokola**, či **DJa**, ktorý aktívne vstupuje do predzápasového programu, ale už aj **spievaná slovenská hymna** v podaní Chlopov z Heľpy.

Produkčný tím MSFZ vytvoril dva atraktívne projekty ako pre fanúšikov, tak aj pre zamestnancov našich partnerov. Tí môžu tesne pred zápasom zažiť a vidieť predzápasové zákulisie, kde sa nedostane hocikto. **Hráčska eskorta**, aktivita pre deti fanúšikov a zamestnancov partnerov, kde naši reprezentanti vychádzajú v sprievode detí na futbalové ihrisko tesne pred zápasom. **Experience tunel** je druhá aktivita, kde sa vyžrebovaní fanúšikovia dostanú do tunelu, odkiaľ vychádzajú naši hráči a vidia ich prípravu a rituály pred zápasom.

V ďalšom roku sa plánujeme aktívnejšie venovať ďalším rozvojovým marketingovým aktivitám, napr. **tvorbe maskota** slovenského futbalu, začať intenzívnejšie pracovať s **futbalovým eshopom**, vytvoriť atraktívny **futbalový i nefutbalový merch**, vybudovať vlastnú **internú redakciu**, reštartovať **futbalovú aplikáciu** a po vytvorení vernostného systému pre fanúšikov sa zamerať aj na atraktívny systém pre dobrovoľníkov.

1.3 Práca s partnermi

Každému partnerovi futbalu pristupujeme individuálne a snažíme sa mu predstaviť slovenský futbal ako mediatyp, prostredníctvom ktorého môže komunikovať s verejnosťou.

Práve pre tento dôvod sme začali od jesene 2023 spolupracovať s **reklamnou agentúrou MANNSCHAFT**, ktorá pripravuje nielen kreatívne návrhy pre našich aktuálnych, či budúcich partnerov, ale aj pre aktivity SFZ / MSFZ.

Súčasťou práce s partnermi je aj dodávanie výkonnostných dát (mediálne a kvantitatívne prieskumy) o slovenskom futbale. Tieto dáta nám na pravidelnej periodicite dodáva profesionálna **agentúra Nielsen Sports**.

Druhým nástrojom, ktorý je využívaný zo strany MSFZ pre potreby merania mediálnej hodnoty sociálnych sietí je **HOOKIT od spoločnosti KORE Software**.

Týmito nástrojmi dokladujeme partnerom reálnu mediálnu hodnotu futbalu v TV (jednotlivých reklamných nosičov) a na sociálnych sieťach (hodnota každého postu na sociálnych sieťach).

Slovenský futbal ponúka partnerom zatiaľ 4 okruhy produktov:

1. Logo SFZ a Sokolov
2. Spojenie loga partnera so slovenským futbalom tzv. branding
3. Sociálne siete
4. Futbalový zážitok

1.4 Práca s médiami

V práci s médiami sa zameriavame hlavne na diverzifikáciu mediálnych partnerov. Našou snahou je čo najefektívnejšie zacieliť na futbalových fanúšikov a preto sú pre nás najdôležitejšími mediatypmi všetky médiá, ktoré majú vysoký zásah a sú otvorené pre aktívnu spoluprácu.

Nebudeme sa zameriavať len na spoluprácu s televíziami, rádiami, online médiami a printami, ale v našom záujme je aj práce s influencermi a ďalšími inovatívnymi prvkami (GPT ...)

1.5 Ticketing

Slovenský reprezentačný tím mužov videlo v roku 2023 viac ako 66 000 divákov. Bol to rok kvalifikačných zápasov. Jarná časť roka sa divácky rozbiehala pomalšie (zápasy Slovensko – Luxembursko a Slovensko – Bosna a Hercegovina), ale jesenná časť už dokázala 2x vypredať bratislavský Národný futbalový štadión. Medzi najatraktívnejšie zápasy môžeme zaradiť domáci zápas proti Portugalsku a postupový zápas proti Islandu. Zápasy mužskej reprezentácie sa odohrali v Bratislave a raz v Trnave.

Nižšiu návštevnosť mala reprezentácia U21, ktorá v tomto roku odohrala 4 domáce zápasy. Zápasy videlo viac ako 5 600 divákov a odohrali sa v rôznych kútoch Slovenska (Trnava, Senec, Košice a Nitra).

Zápasy ženskej reprezentácie naberajú na čoraz väčšej atraktivite. Popularita sa zatiaľ prejavila skôr na sociálnych sieťach ako v diváckej návštevnosti na štadiónoch. Ženská reprezentácia odohrala v roku 2023 dva priateľské zápasy a tri zápasy Ligy národov. Štyri zápasy sa odohrali v Senci a jeden v Trnave. Zápasy navštívilo cca 1 600 divákov, čo je dobrý základ pre budúci rast.

Prvého mája 2023 sa odohralo finále Slovnaft Cupu v Trnave. Zápas navštívilo viac ako 15 000 divákov.

1.6 Personálne zmeny

V priebehu roka 2023 došlo vo vedení spoločnosti SFZ Marketing, s.r.o. k zmenám vo vedení. V apríli sa stala konateľkou spoločnosti Andrea Hlboká a v auguste nastúpil na pozíciu riaditeľa marketingu Vladimír Janček.

Spoločnosť SFZ marketing v roku 2023 zvýšila tržby o 41 % na sumu 5,215 mil. Eur. Narástli najmä tržby za predaj tovaru, výrobkov a služieb.

2. Správa nezávislého audítora a účtovná závierka SFZ Marketing, s.r.o. za rok 2023

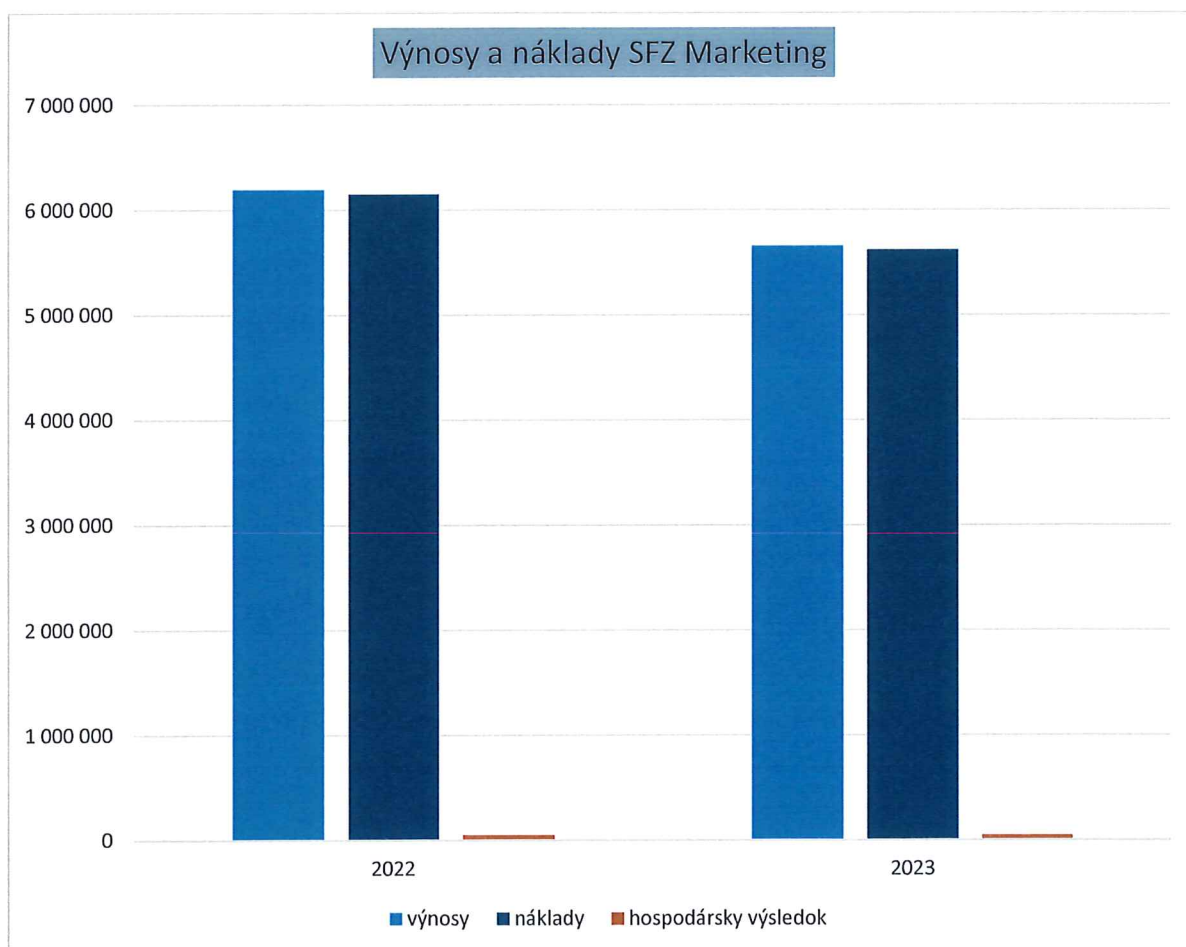
Správa nezávislého audítora štatutárnemu orgánu SFZ, o.z. o vykonaní auditu účtovnej závierky SFZ Marketing, spol. s.r.o. za rok 2023, zostavenej podľa požiadaviek Zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve, je súčasťou tejto výročnej správy.

Auditovaná účtovná závierka SFZ Marketing, spol. s.r.o. za rok 2023, obsahuje účtovnú závierku a poznámky, je súčasťou tejto výročnej správy.

2.1 Ekonomické údaje – aktivity SFZ Marketing s.r.o. za rok 2023

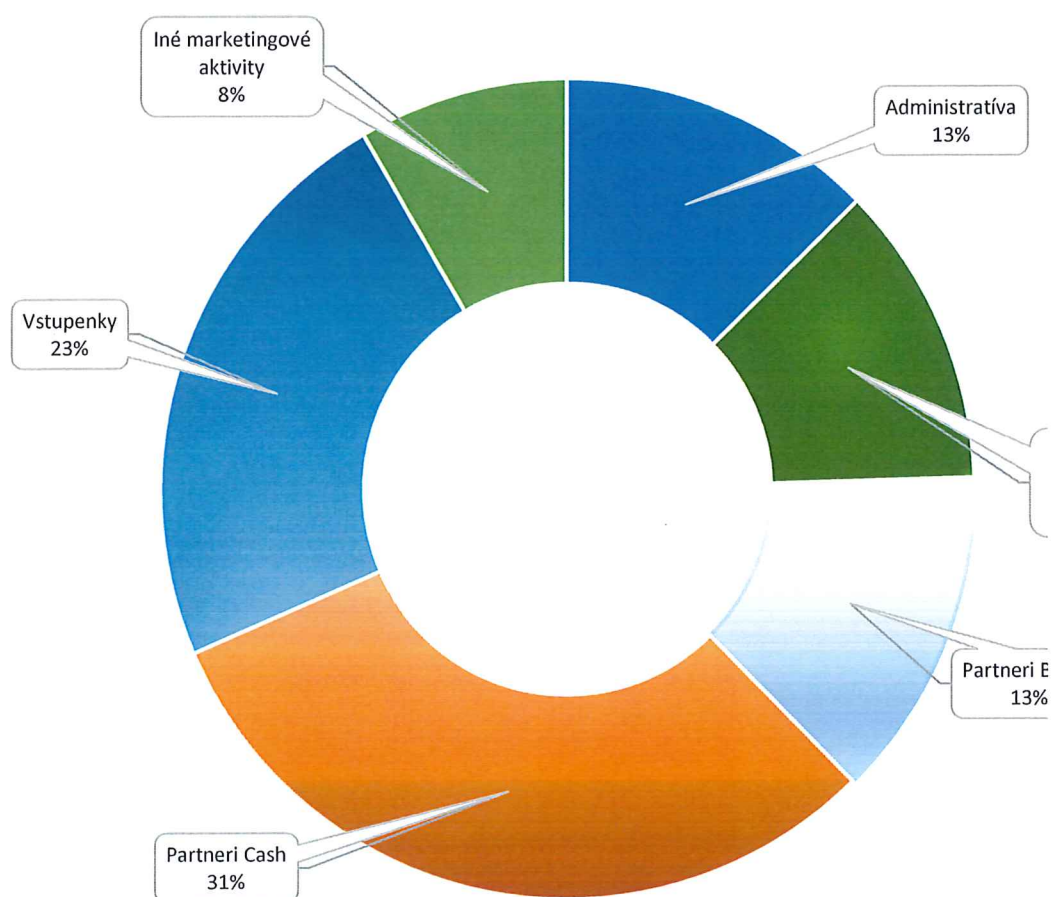
2.1.1 Výnosy a náklady SFZ Marketing s.r.o. za rok 2023

ROK	2023	2022
Výnosy	5 656 668	6 192 533
Náklady	5 615 387	6 146 712
Hospodársky výsledok	41 281	45 821



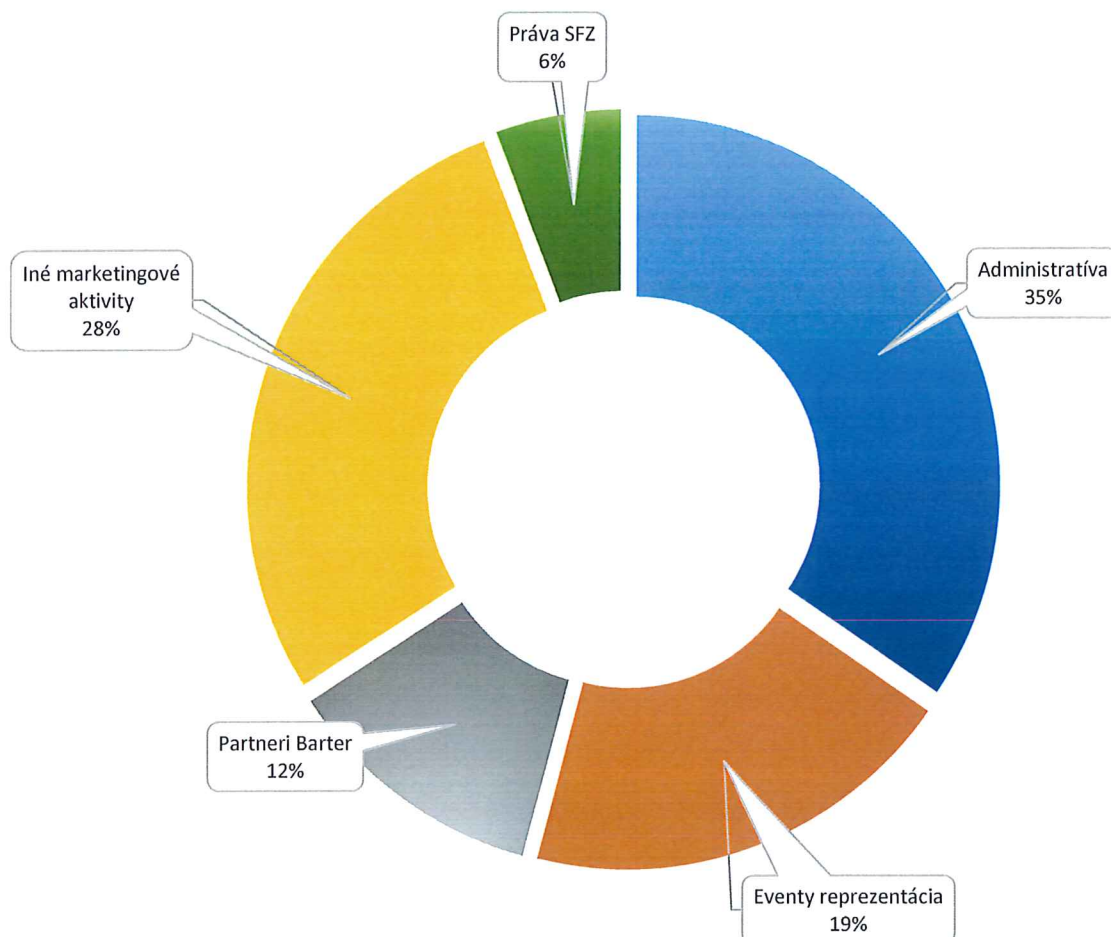
2.1.2 Výnosy SFZ Marketing, s.r.o. podľa štruktúry ich zdrojov

Popis	€
Administratíva	713 824
Eventy	675 832
Partneri Barter	738 624
Partneri Cash	1 744 824
Vstupenky	1 309 323
Iné marketingové aktivity	474 241
Spolu	5 656 668



2.1.3 Náklady SFZ Marketing podľa štruktúry ich zdrojov

Popis	€
Administratíva	1 942 690
Eventy reprezentácia	1 095 041
Partneri Barter	663 127
Iné marketingové aktivity	1 594 514
Práva SFZ	320 015
Spolu	5 615 387



2.1.4 Súvaha SFZ Marketing k 31.12.2023 (v celých EUR)

Strana aktív	Netto 2023	Netto 2022
Neobežný majetok spolu	6 254 915	6 448 486
Dlhodobý nehmotný majetok	282 486	351 768
Dlhodobý hmotný majetok	5 972 429	6 096 718
Obežný majetok spolu	3 555 347	4 550 730
Zásoby	2 607 396	2 833 705
Dlhodobé pohľadávky	0	0
Krátkodobé pohľadávky	915 734	1 675 643
Krátkodobý finančný majetok	0	0
Finančné účty	32 217	41 382
Časové rozlíšenie spolu	316 593	172 250
Náklady budúcich období dlhodobé (381A, 382A)	0	0
Náklady budúcich období krátkodobé (381A, 382A)	75 593	164 083
Príjmy budúcich období dlhodobé (385A)	0	0
Príjmy budúcich období krátkodobé (385A)	241 000	8 167
Spolu majetok	10 126 855	11 171 466

Strana pasív	Netto 2023	Netto 2022
Vlastné zdroje krytia majetku spolu	1 314 800	1 272 754
Základné imanie	1 505 000	1 505 000
Emisné ážio	0	0
Ostatné kapitálové fondy	0	0
Zákonné rezervné fondy	43 415	43 415
Ostatné fondy zo zisku	0	0
Oceňovacie rozdiely z precenenia súčet	0	0
Výsledok hospodárenia minulých rokov	-274 896	-320 717
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení	41 281	45 056
Záväzky	8 812 055	9 880 545
Dlhodobý záväzok	849 363	536 759
Bežné bankové úvery	3 869 346	4 109 373
Krátkodobý záväzok	4 074 160	5 215 377
Krátkodobé rezervy	19 186	19 036
Časové rozlíšenie spolu	0	18 167
SPOLU VLASTNÉ IMANIE A ZÁVÄZKY	10 126 855	11 171 466

2.1.5 Výkaz zmien vlastného imania SFZ Marketing s.r.o. k 31.12.2023 (v celých EUR)

	stav k 01.01.23	prírastok (+)	úbytok (-)	stav k 31.12.23
Základné imanie	1 505 000			1 505 000
Emisné ážio	0			0
Ostatné kapitálové fondy	0			0
Zákonné rezervné fondy	43 415			43 415
Ostatné fondy zo zisku	0			0
Oceňovacie rozdiely z precenenia súčet	0			0
Výsledok hospodárenia minulých rokov	-320 717	45 821		-274 896
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie				
po zdanení	45 821	41 281	45 821	41 281
SPOLU	1 273 519	87 102	45 821	1 314 800

2.1.6 Rozdelenie hospodárskeho výsledku SFZ Marketing s.r.o.

Účtovná závierka SFZ Marketing, s.r.o. bola podrobená nezávislému auditu. Audítor vo svojej správe konštatuje, že účtovná závierka poskytuje pravdivý a verný obraz finančnej situácie SFZ Marketing, s.r.o. k 31.12.2023 a výsledku jeho hospodárenia za rok končiaci sa k uvedenému dátumu v súlade so zákonom o účtovníctve. VV SFZ odporúča delegátom konferencie SFZ, konanej dňa 27.9.2024 v Senci, aby zisk vo výške 41 280,94 eur bol preúčtovaný na účet 428100 nerozdelený zisk min. rokov za rok 2023.