



VÝROČNÁ SPRÁVA

SFZ Marketing, s.r.o.
za rok 2019

Bratislava, jún 2019

1. ČINNOSŤ

1.1 Konceptcia marketingu a budovania značky SFZ

Spoločnosť SFZ Marketing s. r. o. prešla na **moderný spôsob manažovania a komunikácie** niektorých projektov ako samostatných, kde sme predstavili ďalšiu novú značku **Dajme spolu gól** pre **grassroots futbal** a futbal mimo organizovaných štruktúr SFZ.

Projekt **UEFA GROW** sa dostal do fázy, keď k pôvodným štyrom pilierom projektu (**participácia, imidž, angažovanosť a príjmy**) pribudli ďalšie štyri strategické oblasti – **značka, komunikácia, verejné záležitosti a strategické plánovanie**.

1.2 Centrálny marketing UEFA a televízne práva

V oblasti centralizácie televíznych práv UEFA pokračuje **spolupráca s RTVS**, ktorá práva od UEFA odkúpila na dlhšie obdobie, ako na kvalifikačné zápasy, tak aj na záverečný turnaj Eura 2020. Na rozdiel od minulých období sú **centralizované už aj tzv. tretie práva**, čiže kompletný balík práv na zápasy A-tímu vlastní UEFA. Kvalifikačné zápasy tímu do 21 rokov na UEFA EURO 2021 hrané doma takisto v tendri získala RTVS, ktorá kúpila zo zahraničia aj zostávajúce a teda vysielala kompletný balík kvalifikačných zápasov áčka a dvadsaťjednotky. Zostávajúce priateľské zápasy tímu do 21 rokov vysielala **vlastná OTT platforma Futbalnet TV**. Vykonan sa **tender** na vybrané zápasy **Slovnaft cupu**, ktorý vyhrala RTVS až do konca sezóny 2020/2021.

1.3 Futbalnet TV

Od 1. júla 2019 sme spustili **pilotné vysielanie vlastnej OTT platformy** šírenej cez internet Futbalnet TV. Zámerom je **vybudovať platformu** s cieľom odvysielať naživo a neskôr archivovať **unikátne materiály**, ktoré bežné celoplošné televízne spoločnosti nemôžu vysielateľ z priestorových dôvodov alebo nekorešpondujú s ich vysielacou štruktúrou. Novým trendom v mnohých asociáciách, združených v UEFA, je preto **zakladanie vlastných internetových kanálov** ako nástroja na propagáciu futbalu, budovanie imidžu a prezentáciu aktivít asociácií, s účelom neskoršej monetizácie vybraného obsahu. Vysielacia štruktúra v prvej sezóne bola zložená najmä **z priamych prenosov a záznamov zápasov reprezentácií** od **mužského A-tímu** až po **ženskú WU15**. Okrem áčka mužov sme všetky duely ostatných družstiev **vysielali v priamom prenose**.

Z domácich súťaží sa naživo vysielali **dva zápasy z každého kola II. ligy mužov**, doplnené pozvánkou na kolo a zostrihmi stretnutí. Naživo vysielané boli aj vybrané **zápasy Slovnaft cupu a regionálnych tret'oligových súbojov**. **Sledovanosť** pri niektorých zápasoch dosiahla **sedemtisíc** v jednom okamihu a **počet zhliadnutí presahoval 10-tisíc**. Stretnutia reprezentačnej dvadsaťjednotky a finálové zápasy Slovnaft cupu boli vysielané v priamom prenose paralelne s RTVS.

Na jeseň 2019 sme spustili **seriál magazínov** o futbalových akadémiách a ÚTM s názvom **Academia Futbolitana**. Naživo vysielame všetky konferencie SFZ a tlačové konferencie SFZ. Vysielaciu štruktúru dopĺňajú aj **spoločenské podujatia**, organizované SFZ, konkrétne **Futbalista roka** a **Galavečer Grassroots futbalu**.

V **archíve Futbalnet TV** sú uložené aj ďalšie materiály z vlastnej produkcie o aktivitách a akciách úseku mládeže a oblasti Grassroots, vrátane **unikátneho hraného dokumentu V sobotu hráme**. Od jari 2020 pribúdali vo vysielaní **profily laureátov Siene slávy slovenského futbalu** a bývalých reprezentantov, rozbehla sa spolupráca s UČPS pri vysielaní nového seriálu **diskusných relácií o dôležitých témach** nielen právneho a legislatívneho charakteru na platforme Šport pre Slovensko. Od rovnakého času **došlo k spusteniu ďalšieho magazínu** z prostredia slovenského futbalu s názvom **Narážacka**.

1.4 Organizácia podujatí

K **najvýznamnejším podujatiam**, zabezpečovaným v roku 2019 SFZ Marketing, s.r.o. priamo alebo v spolupráci s inými subjektami, patrili tieto športové a spoločenské podujatia:

- **všetky domáce kvalifikačné a prípravné stretnutia** A reprezentácie mužov, A reprezentácie žien a reprezentácie SR 21, uvedené v časti výročnej správy SFZ za rok 2019 o športovej činnosti SFZ;

- **finále Slovnaft cupu**, dňa 1. 5. 2019 v Nitre;
- **zápas o česko-slovenský Superpohár**, dňa 6. 7. 2019 v Trnave;
- medzinárodný turnaj reprezentačných výberov do 18 rokov **Slovakia cup**;
- **servis pre kluby** II. ligy a TIPOS III. ligy, podľa znenia zmluvy a požiadaviek partnera súťaže;
- **spoluorganizovanie Galavečera grassroots 2018**, dňa 24. 2. 2019 v Senci;
- **organizácia slávnostného Galavečera Futbalista roka 2018**, dňa 18. 3. 2019 v Šamoríne;
- **spoluorganizovanie finále Školského pohára Slovenskej sporiteľne** 3. – 4. 6. 2019 v Poprade;
- **spoluorganizovanie riadnych konferencií SFZ** v roku 2019;
- **organizácia vianočného večierku pre „futbalovú rodinu“, priateľov a podporovateľov slovenského futbalu**, dňa 6. 12. 2019 v Bratislave.

1.5 Ticketing

Technicky sa podarilo zabezpečiť a spustiť **ticketingový portál SFZ**, ktorý je primárne využívaný na **predaj vstupeniek na zápasy hrané v zahraničí**. Predaj vstupeniek **prebieha online** a platba kartou, čím sa ustúpilo od papierových objednávok a **zefektívnila sa práca pri ich predaji**. Keďže ide o portál SFZ, všetky potrebné náležitosti nastavuje ticketingový manažér podľa potreby a je možné ich **aktualizovať aj počas spusteného predaja**. Vstupenky na zápasy u súpera sú doručované fyzicky a **distribuuje ich podľa požiadaviek kupujúcich** (osobne/pošta). Súčasne boli z našej strany zabezpečované aj **kompletné služby pre skupiny**, t. j. lety, ubytovanie, transfery, služby delegáta, a pod. V oblasti ticketingu pri domácich zápasoch spolupracujeme s viacerými ticketingovými spoločnosťami, nakoľko zápasy sa konajú na rôznych štadiónoch a každý štadión, resp. klub využíva služby rôznych spoločností (**IFNE – Maxiticket, TicketLive, Ticketmedia, Ticketportal, Predspredaj.sk/Ticketworld**).

V októbri 2019 prípravný zápas nášho reprezentačného A-tímu s Paragvajom **premiérovito hostil** Národný futbalový štadión v Bratislave. Pred týmto zápasom bolo **potrebné sa oboznámiť jednak so štadiónom** (zmapovať jednotlivé sektory a priestory) aj s **ticketingovým systémom** spoločnosti Ticketmedia, fungovaním **turniketového systému** a pod. Premiéra **dopadla uspokojivo**, čo dáva predpoklad, že na tomto štadióne **budeme organizovať aj ďalšie významné medzinárodné zápasy**.

1.6 Partneri a dodávatelia

- novým **dodávateľom vozového parku a zároveň partnerom SFZ** sa stala spoločnosť **Tempus** spolu s **LeasePlanom**, ktorá vymenila spoločnosť AAA Auto;
- **nadviazala sa spolupráca s nadáciou SPP a SOŠV** za účelom poskytnutia dotácie na vybrané účely;
- boli spustené **výberové konania** na dodávateľov kávy, stolovej vody, kopírovacích služieb, vína a pod. vo forme barterovej spolupráce za účelom **skvalitnenia poskytovaných služieb a ušetrenia nákladov**;
- **rozbehla sa spolupráca s grafickou agentúrou Codes**, ktorá zabezpečovala tvorbu korporátneho vizuálu SFZ, nových log jednotlivých projektov, rebranding sponzorských stien, vytlačenie vybraných dokumentov a pod.;
- **do e-shopu SFZ boli pridaní noví partneri** (v roku 2019 celkovo 22), ktorí predali tovar v celkovej hodnote takmer **1,8 milióna eur**. **Pridelené štátne finančné prostriedky** boli v plnej miere **využité na rozvoj a podporu mládežníckeho futbalu**;
- **oficiálny fanshop SFZ** v spolupráci so SFZM ako dodávateľ zabezpečovala spoločnosť Demi šport, s.r.o.
- pre novú súťaž **Prezidentský pohár** sa podarilo zabezpečiť **nového partnera LAMA SK**.

1.7 Personálne zmeny

K 16. 10. 2019 sa **výkonným riaditeľom SFZ Marketing, s. r. o.** stal **Roman Halačka**. Dovtedajší výkonný riaditeľ **Jaroslav Šišolák** prešiel na pozíciu **manažéra licenčných práv SFZ**. Od 1. 11. 2019 bola vytvorená pozícia **projektového manažéra pre strategické projekty**, na ktorú nastúpila **Eva Morávková**.

1. SPRÁVA NEZÁVISLÉHO AUDÍTORA A ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA SFZ MARKETING, s. r. o. ZA ROK 2019

Správa nezávislého audítora štatutárnemu orgánu SFZ, o. z. o vykonaní auditu účtovnej závierky SFZ Marketing, spol. s r. o. za rok 2019, zostavenej podľa požiadaviek Zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve, je v prílohe č. 6 tejto výročnej správy.

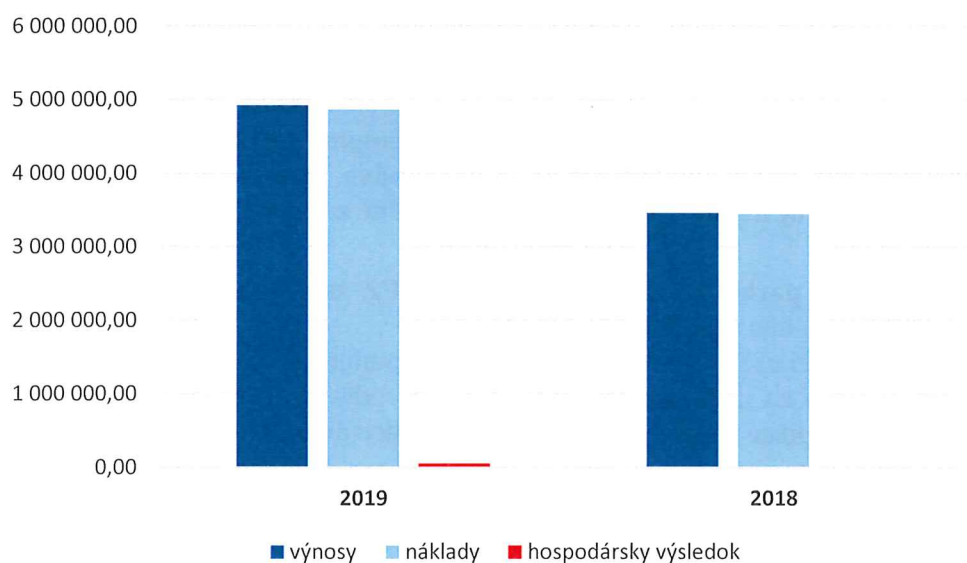
Auditovaná účtovná závierka SFZ Marketing, s. r. o. za rok 2019, obsahujúca súvahu, výkaz ziskov a strát a poznámky, je v prílohe č. 6 tejto výročnej správy.

2.1 Ekonomické údaje – aktivity SFZ Marketing, s. r. o. za rok 2019

2.1.1 Výnosy a náklady SFZ Marketing, s. r. o.

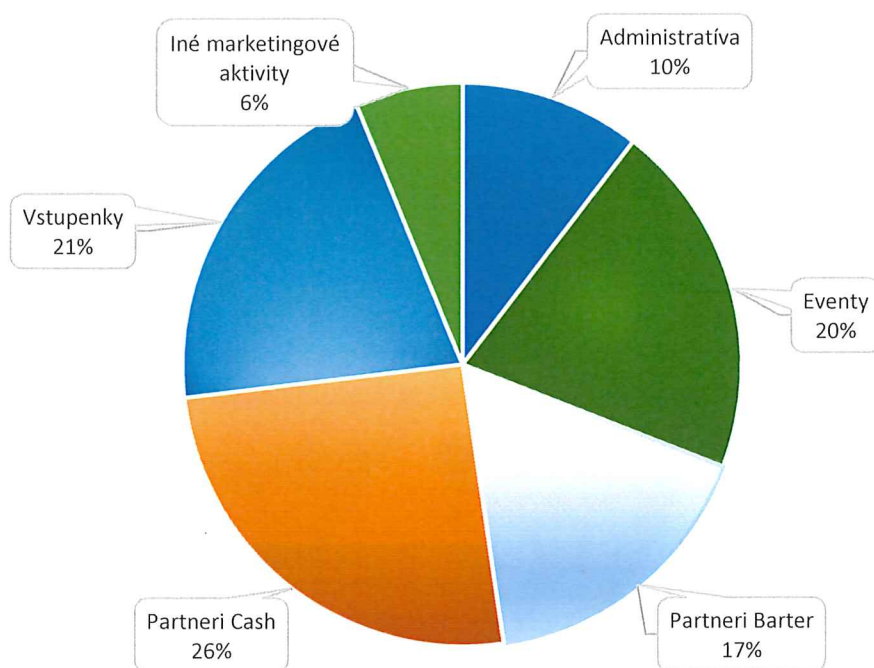
ROK	2019	2018
Výnosy	4 924 599,81	3 461 302,59
Náklady	4 893 254,02	3 449 733,49
Hospodársky výsledok	31 345,79	11 569,10

Výnosy a náklady SFZ Marketing, s. r. o.



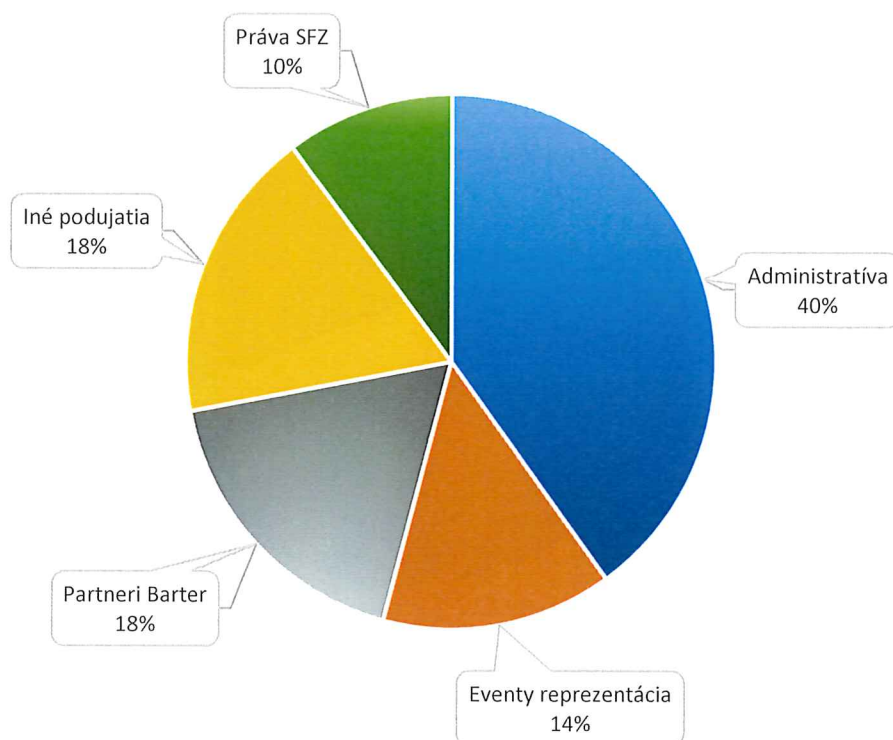
2.1.2 Výnosy SFZ Marketing podľa štruktúry ich zdrojov

Popis	€
Administratíva	514 771
Podujatia	1 006 199
Partneri Barters	825 881
Partneri Cash	1 254 251
Vstupenky	1 015 658
Iné marketingové aktivity	307 840
Spolu výnosy	4 924 600



2.1.3 Náklady SFZ Marketing, s. r. o. podľa štruktúry ich zdrojov

Popis	€
Administratíva	1 972 634
Podujatia reprezentácia	685 865
Partneri Barter	871 589
Iné podujatia	863 166
Práva SFZ	500 000
Spolu	4 893 254



2.1.4 Súvaha SFZ Marketing k 31.12.2019 (v celých €)	31.12.2019	31.12.2018
Strana aktív	NETTO	NETTO
Neobežný majetok spolu	6 361 819	6 441 730
Dlhodobý nehmotný majetok	4 301	1 942
Dlhodobý hmotný majetok	6 357 518	6 439 788
Obežný majetok spolu	3 243 204	4 067 415
Zásoby	1 880 068	1 600 250
Dlhodobé pohľadávky	-1 905	2 373
Krátkodobé pohľadávky	1 347 818	2 332 242
Krátkodobý finančný majetok	0	0
Finančné účty	19 223	132 550
Časové rozlíšenie spolu	11 683	247 695
Náklady budúcich období dlhodobé (381A. 382A)	0	0
Náklady budúcich období krátkodobé (381A. 382A)	3 411	4 244
Príjmy budúcich období dlhodobé (385A)	0	0
Príjmy budúcich období krátkodobé (385A)	8 272	243 451
Spolu majetok	9 618 706	10 756 840

Strana pasív	31.12.2019 NETTO	31.12.2018 NETTO
Vlastné zdroje krytia majetku spolu	1 601 605	2 318 471
Základné imanie	1 505 000	1 505 000
Emisné ážio	0	0
Ostatné kapitálové fondy	0	0
Zákonné rezervné fondy	12 069	500
ostatné fondy zo zisku	0	0
Oceňovacie rozdiely z precenenia súčet	0	0
Výsledok hospodárenia minulých rokov	55 190	801 402
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení	31 346	11 569
Záväzky	7 851 588	8 279 989
Dlhodobý záväzok	1 807	1 096
Bežné bankové úvery	4 546 783	6 048 043
Krátkodobý záväzok	3 278 374	2 205 991
Krátkodobé rezervy	24 624	24 859
Časové rozlíšenie spolu	163 513	158 380
SPOLU VLASTNÉ IMANIE A ZÁVÄZKY	9 618 706	10 756 480

2.1.5 Výkaz zmien vlastného imania SFZ Marketing, s. r. o. k 31.12.2019 (v celých €)

	stav k 01.01.2019	prírastok (+)	úbytok (-)	stav k 31.12.2019
Základné imanie	1 505 000			1 505 000
Emisné ážio	0			0
Ostatné kapitálové fondy	0			0
Zákonné rezervné fondy	500	11 569		12 069
Ostatné fondy zo zisku	0			0
Oceňovacie rozdiely z precenenia súčet	0			0
Výsledok hospodárenia minulých rokov	801 402	55 190	801 402	55 190
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení	11 569	31 346	11 569	31 346
SPOLU				

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

Účtovná závierka SFZ Marketing, s. r. o. bola podrobená nezávislému auditu. Audítora vo svojej správe konštatuje, že účtovná závierka poskytuje **pravdivý a verný obraz finančnej situácie** SFZ Marketing, s. r. o. k 31.12.2019 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 25.9.2020 v Poprade, aby sa zisk vo výške **31 345,79 eur** preúčtoval na tvorbu rezervného fondu.

