



SER SPORTING

O REGRESSO AOS SÓCIOS

OUSADIA RIGOR EXIGÊNCIA

Programa Eleitoral

Maio 2009

Ser Sporting

O Regresso aos Sócios

Ousadia, Rigor, Exigência

**Programa de Candidatura ao Sporting Clube de
Portugal**

Maio 2009

Índice

1. O Ideal Ser Sporting	03
2. O Compromisso Ser Sporting	04
3. O Programa Ser Sporting	06
3.1. Clube e Sócios	07
3.2. Ecletismo e Modalidades	10
3.3. Futebol	12
3.4. Finanças	14
3.5. Comercial e Marketing	17
3.6. Património	19
4. A Mensagem Ser Sporting	21
5. Contactos Ser Sporting	22
6. Lista de Candidatura Ser Sporting	23

1. O Ideal Ser Sporting

O programa Ser Sporting assenta num princípio fundamental, ínsito nos Estatutos do Sporting Clube de Portugal desde a sua fundação, que norteia todo o alinhamento dos seus objectivos, ideias e acções propostos:

O verdadeiro e insubstituível património do Sporting Clube de Portugal é o universo composto pelos seus associados e adeptos.

Sem estes, e sobretudo sem um retorno do clube aos mesmos, qualquer proposta de reestruturação estratégica, desportiva ou financeira do grandioso Sporting Clube de Portugal está incontornavelmente votada ao insucesso.

O programa Ser Sporting apresenta assim um conjunto de objectivos que visam promover o novo estreitamento da relação entre o clube e os seus sócios e adeptos (os futuros sócios do clube), com medidas que se repartem pelos temas Clube e Sócios, Ecletismo e Modalidades, Futebol, Finanças, Comercial e Marketing e Património e que concorrem na sua totalidade para um único objectivo final: um Sporting Clube de Portugal unido, revitalizado, reafirmado nos seus objectivos e novamente orientado para aquele que é o seu património vital e única solução de futuro: o Sportinguista, orgulhoso, envolvido e participante nos destinos do clube.

2. O Compromisso Ser Sporting

Enunciamos em seguida o conjunto de objectivos que o programa Ser Sporting prossegue e que constituem o compromisso de execução, postura e acção desta candidatura para com todos os sócios do Sporting Clube de Portugal, os de hoje e de amanhã.

- **AUMENTO DO SENTIMENTO DE PERTENÇA DO CLUBE AOS SÓCIOS E INCREMENTO DO ASSOCIATIVISMO.**
- **REAPROXIMAÇÃO ENTRE O CLUBE E OS SEUS ASSOCIADOS E ADEPTOS**
- **DESENVOLVIMENTO DE POLÍTICAS DE AUMENTO DO NÚMERO DE SÓCIOS TOTAIS E RECUPERAÇÃO DOS SÓCIOS ACTIVOS, EFECTIVOS E PARTICIPANTES NOS DESTINOS DO CLUBE**
- **RECUPERAÇÃO DO PESO SOCIAL E DESPORTIVO DO SPORTING CLUBE DE PORTUGAL RECUPERANDO O RESPEITO E ADMIRAÇÃO ENTRE INSTITUIÇÕES E SOCIEDADE EM GERAL, BEM COMO VALORIZANDO O ESTATUTO DE UTILIDADE PÚBLICA DO CLUBE**
- **COMBATE DESTEMIDO E INCANSÁVEL PELA VERDADE DESPORTIVA E PELOS SUPERIORES INTERESSES DO SPORTING CLUBE DE PORTUGAL**
- **PROMOÇÃO DE UMA GESTÃO FINANCEIRA SUSTENTÁVEL DO GRUPO SPORTING, COM DEFESA E REVALORIZAÇÃO DO PATRIMÓNIO REMANESCENTE DO CLUBE (ESTÁDIO, ACADEMIA E OUTROS ACTIVOS) E DA SUA POSIÇÃO NO CAPITAL SOCIAL DA SPORTING SAD, PRIVILEGIANDO SEMPRE OS SUPERIORES INTERESSES DOS SÓCIOS DO SPORTING CLUBE DE PORTUGAL**
- **IMPLEMENTAÇÃO DE SOLUÇÕES DE SUSTENTABILIDADE E CRESCIMENTO DA VERTENTE ECLÉTICA DO SPORTING CLUBE DE PORTUGAL**
- **CONSTRUÇÃO DE UM PAVILHÃO DO SPORTING CLUBE DE PORTUGAL PRÓXIMO DA CASA DA FAMÍLIA SPORTINGUISTA, O ESTÁDIO JOSÉ ALVALADE**
- **RESPONSABILIZAÇÃO DOS ORGÃOS SOCIAIS DO CLUBE QUE EXERÇAM FUNÇÕES EXECUTIVAS, SUBMETENDO-OS A CRITÉRIOS DE EXIGÊNCIA E EXCELÊNCIA PROFISSIONAL, EXIGINDO DEDICAÇÃO TOTAL AO CLUBE**

SER SPORTING

O REGRESSO AOS SÓCIOS

- PROPOSTA AOS SÓCIOS DE MECANISMOS DE RENOVAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DO SPORTING CLUBE DE PORTUGAL, NOMEADAMENTE OS ESTATUTOS DO CLUBE, TENDO COMO PRINCIPAL OBJECTIVO A MELHORIA DA RELAÇÃO COM OS SEUS SÓCIOS
- PROMOÇÃO DE MEDIDAS E SOLUÇÕES DE UNIÃO DA FAMÍLIA SPORTINGUISTA, MANTENDO CANAIS ABERTOS PERMANENTES COM SENSIBILIDADES, OPINIÕES E CONTRIBUIÇÕES COMPLEMENTARES DISPONÍVEIS NO CONTEXTO DE RIQUEZA E COMPETÊNCIA QUE CARACTERIZA O UNIVERSO DE ASSOCIADOS DO SPORTING CLUBE DE PORTUGAL

A candidatura Ser Sporting propõe-se assim implementar um programa que recoloca a figura do sócio e do adepto do Sporting Clube de Portugal num lugar central da vida do clube, valorizando todos os sportinguistas como património primordial do clube, como a única via da recuperação da vitalidade cultural, económica, desportiva e financeira do clube, promovendo o regresso do clube aos seus sócios com base em três princípios fundamentais:

A **Ousadia** expressa pela proposta de um modelo que quebra o paradigma que tem caracterizado a orientação do Sporting Clube de Portugal nos últimos 10 anos.

O **Rigor** a inculcar no cumprimento dos objectivos assumidos com os sócios neste programa bem como no cumprimento das obrigações que o Sporting Clube de Portugal detenha ou venha a assumir com terceiros.

A **Excelência** que serve de critério ao profissionalismo a inculcar na gestão do clube, com dedicação total de uma nova geração de sócios do Sporting disponíveis a assumir este desafio com toda a sua energia e disponibilidade.

Queremos um Sporting ganhador, gerido com maior rigor, exigência e profissionalismo, por sportinguistas disponíveis, competentes, totalmente devotos ao engrandecimento de um Sporting Clube de Portugal orientado para o seu património vital: o seu sócio e adepto.

3. O Programa Ser Sporting

O programa Ser Sporting divide-se em seis áreas fundamentais que traduzem os cinco temas nucleares do presente e futuro do Sporting Clube de Portugal, com ligação estreita aos pelouros e responsabilidades propostos para a lista de candidatura proposta: Clube e Sócios, Ecletismo e Modalidades, Futebol, Finanças, Comercial e Marketing, e Património.

Para cada área de reflexão e intervenção proposta é enunciada uma missão, são definidos objectivos e são apresentadas aos sócios as acções que visam a sua concretização.

Conheça nas próximas páginas o resultado de uma reflexão iniciada em Novembro de 2008 e agora concluída, a tempo de melhor servir os interesses legítimos dos sócios do Sporting Clube de Portugal.

3.1. Clube e Sócios

Prioridade: Revitalizar a relação entre o Sporting Clube de Portugal e os seus sócios e adeptos tendo em vista o saneamento da relação entre as partes, a revalorização e requalificação da figura do sócio e adepto e sua reafirmação com figura central da vida do clube.

Objectivo: Duplicar nos próximos 4 anos a base de sócios efectivos participantes activos actuais e criar condições para a conquista de novos sócios, nomeadamente através da conversão de adeptos em sócios activos.

Acções:

- a. Orientação do modelo estratégico de gestão do Sporting Clube de Portugal e de todas as suas sociedades para a valorização e satisfação do sócio e adepto do Sporting Clube de Portugal.
- b. Criação da figura do Provedor do Sócio, com responsabilidade executiva na resposta às questões, preocupações e anseios do sócio do Sporting Clube de Portugal.
- c. Revisão e reformulação e revisão das contrapartidas oferecidas pelo clube aos seus sócios, com reforço e diferenciação clara positiva do adepto sócio.
- d. Desenvolvimento e lançamento do modelo de cartão único Sporting Clube de Portugal, no qual estejam reunidas as funcionalidades de sócio, usufrutuário de Bilhete de Época, comprador de bilhete avulso, usufrutuário de Descontos na Loja Verde entre outros benefícios/funcionalidades

- e. Integração e revitalização dos meios de comunicação afectos ao clube, jornal, site e outros meios disponíveis, potenciando o aparecimento de uma oferta multimédia Sporting, com difusão contínua dos conteúdos, propostas e informação sobre a vida do clube aos seus sócios e adeptos.
- f. Preparação e lançamento de uma campanha de regresso e angariação de sócios na primeira fase do mandato, em estreita ligação com o projecto proposto na alínea c.
- g. Preparação e proposta de projecto de revisão dos estatutos tendo em vista a modernização e democratização da vida do clube e participação dos seus associados
- h. Implementação de objectivos internos, partilhados por todos os membros do Conselho Directivo e demais funcionários na missão de valorização da figura do sócio do clube, sua manutenção e captação
- i. Criação de grupos de trabalho com participação de todos os associados integrantes de listas concorrentes disponíveis a colaborar voluntariamente, numa base contínua, na partilha, avaliação e discussão de ideias e soluções para os temas em desenvolvimento, ao longo do mandato.
- j. Proposta de criação de grupos de trabalho no Conselho Leonino, igualmente subdivididos pelos grandes temas programáticos propostos, com objectivos semelhantes aos apresentados na alínea i.
- k. Criação de bolsa de solidariedade leonina para a inscrição/participação de crianças menos favorecidas nas escolas franchising do Sporting Clube de Portugal.

l. Criação de plano permanente de visita às escolas de todo o país, levando os valores, pessoas e símbolos do Sporting Clube de Portugal.

m. Apresentação aos sócios de prestação de contas do projecto executado no final do mandato Ser Sporting.

n. Disponibilização de transportes entre o Estádio e Academia a preços razoáveis nos jogos de Formação

o. Promoção de entendimento que permita o apoio conjunto ao Sporting Clube de Portugal por parte das diversas claques organizadas de apoio, respeitando as suas características específicas mas procurando uma plataforma de entendimento que permita o apoio fortalecido à actividade desportiva do clube com consequente valorização dos eventos desportivos Sporting.

3.2. Ecletismo e Modalidades

Prioridade: Assegurar a manutenção do Sporting Clube de Portugal como maior potência desportiva nacional e europeia, com recurso a modelo sustentável financeiramente e participado pelos seus sócios e adeptos.

Objectivo: Lançar a construção de um pavilhão do Sporting Clube de Portugal até ao termo do mandato Ser Sporting. Revitalizar a competitividade, sustentabilidade financeira e índices de participação dos sócios nas modalidades do Sporting Clube de Portugal

Acções:

- a. Construção de um Pavilhão próximo do Estádio José Alvalade, com regresso à concentração da prática das diversas modalidades do clube num único espaço, próximo do epicentro da vida do clube.
- b. Potenciação e construção de equipas competitivas que lutem a médio prazo pela conquista dos campeonatos em que estão envolvidas.
- c. Estimulação da formação nas modalidades, tendo em vista o enriquecimento e fortalecimento dos plantéis seniores e sua respectiva competitividade.
- d. Renovação do modelo de financiamento das modalidades mediante a criação de fundos de fomento desportivo para cada modalidade

- e. Criação de condições para que o associado do Sporting Clube de Portugal defina, individualmente, a percentagem da sua quotização que destinar ao financiamento das modalidades e ao pelouro específico do futebol.
- f. Comercialização de bilhetes de época e bilhetes avulsos para todas as modalidades, em conjunto com a venda de bilhetes para o futebol.
- g. Difusão da prática desportiva como um símbolo histórico do clube, com enorme qualidade e tradição, e um estímulo fundamental ao aumento de sócios, em acções de proximidade com escolas em todo o país.
- h. Aumento da capacidade de oferta a actuais e futuros praticantes no âmbito das modalidades com maior procura, natação e a ginástica.
- i. Celebração de acordos com organismos públicos e privados no âmbito do desporto escolar para utilização das instalações do SCP ou gestão de outras instalações desportivas, dentro ou fora de Lisboa.
- j. Abertura e comunicação de canal para a recepção, avaliação e análise de viabilidade de novas modalidades / retoma de modalidades com tradição no clube.

3.3. Futebol

Prioridade: Reorganizar, fortalecer e profissionalizar a actividade da Sporting SAD rumo a um sucesso desportivo condizente com os pergaminhos do Sporting Clube de Portugal, num contexto de sustentabilidade financeira, profissionalismo, exigência e inovação.

Objectivo: Reafirmar o Sporting Clube de Portugal como líder na gestão do futebol profissional, com efeitos visíveis nos resultados bem como na adesão de sócios e adeptos à modalidade.

Acções:

a. Reestruturação do Departamento de Futebol, com adopção de modelo estrutural que cubra e fortaleça as deficiências de comunicação, articulação, prospecção e implementação do modelo estratégico para o futebol.

b. Implementação de um modelo orçamental assente num plano base de investimento responsável e adaptado à realidade nacional, variável em função das receitas de bilheteira anual e angariação de associados.

c. Fortalecimento de um modelo estratégico que potencie o lançamento estruturado de jogadores oriundos da formação do clube, com aproveitamento desportivo em benefício do clube prévio à valorização financeira posterior.

d. Desenvolvimento de mecanismos de prospecção, avaliação e selecção de jogadores de origem externa ao clube com base em critérios objectivos relacionados com a experiência, valor, complementaridade desportiva e impacto directo noutras áreas fundamentais da vida do clube.

- e. Recuperação de personalidades sportinguistas cuja valia simbólica e competência profissional constitua uma mais-valia na implementação do modelo estratégico do futebol e criação de laços de afectividade entre a estrutura e os sócios e adeptos do Sporting Clube de Portugal.
- f. Dinamização de uma rede de observadores internacionais do Sporting Clube de Portugal.
- g. Definição e implementação das responsabilidades de comunicação na estrutura do futebol, repartidas por perfil, contexto e situação entre administradores, directores, treinadores e jogadores.
- h. Defesa intransigente dos interesses do Sporting Clube de Portugal na negociação de contratos de atletas, nomeadamente no que concerne aos direitos de imagem e publicidade.
- i. Abertura periódica das portas da Academia aos sócios promovendo a ligação afectiva entre estes e o futebol.
- j. Promoção de jogos das camadas jovens no Estádio José Alvalade com maior frequência.
- k. Criação de um departamento de gestão de reputação e acompanhamento do jogador profissional do Sporting Clube de Portugal.
- l. Participação presente, activa e construtiva em todas as instâncias e organismos que superintendem e organizam a prática do futebol profissional na defesa dos legítimos interesses do Sporting Clube de Portugal e da verdade desportiva.
- m. Implementação de um modelo de avaliação de desempenho e definição de objectivos que promova o equilíbrio fundamental entre a procura de resultados desportivos e o modo como estes são prosseguidos e obtidos, na defesa do legítimo direito do sócio e adepto a bons espectáculos de futebol pautados pelos valores Sporting (esforço, dedicação, devoção), sempre com vista ao destino último do Clube (a glória).

3.4. Finanças

Prioridade: Promover políticas de sustentabilidade financeira que permitam ao Sporting Clube de Portugal retomar uma política de crescimento e equilíbrio sem prejuízo dos seus objectivos desportivos e associativos bem como dos compromissos com terceiros.

Objectivo: Aumento de receitas anuais do grupo Sporting em cerca de 18%. Diminuição das despesas anuais do Grupo Sporting em cerca de 15%. Redução do passivo do Grupo Sporting em cerca de 30 milhões de euros no final dos 4 anos de mandato Ser Sporting. Proposta e implementação de mecanismos de maior transparência e rigor financeiro no clube.

Acções:

Ao nível das Receitas:

- a. Implementação das políticas propostas para a recuperação e aumento do número de sócios efectivos.
- b. Reformulação da oferta comercial com o objectivo de promover o aumento da venda de bilhetes de época, em novos moldes.
- c. Persecução do aumento do número de praticantes de modalidades entre os sócios e adeptos.
- d. Reformulação da proposta de marketing de modo a aumentar o valor das vendas de merchandising do clube.
- e. Renegociação dos contratos de merchandising do clube.
- f. Angariação de patrocínios transversais às diversas modalidades.
- g. Potenciação das receitas decorrentes da exploração de novos canais media integrados (jornal, site, SportingTV/Multimédia).

Ao nível das Despesas:

- a. Diminuição da massa salarial do Grupo Sporting e estreitamento do leque salarial
- b. Renegociação da dívida bancária em novos moldes temporais e condições associadas que permitam ao Sporting Clube de Portugal honrar os seus compromissos num contexto de crescimento e revitalização
- c. Renegociação de todos os empréstimos com spread superior a 2% caso não se mantenha o actual Project Finance.
- d. Implementação de uma tabela salarial do Grupo Sporting

Ao nível do Activo:

- a. Defesa da manutenção de uma maioria expressiva no capital social da SAD, nunca inferior a 60%
- b. Potenciação e incremento do franchising Academia Sporting
- c. Valorização dos activos de comunicação do clube (Jornal, site e SportingTV/Multimédia)
- d. Promover a exploração e valorização do novo Pavilhão Sporting Clube de Portugal

Ao nível do Passivo e Financiamento:

- a. Redução do passivo em 30 milhões de euros em 4 anos, sobre as normais amortizações de capital, sem recurso à venda do património existente e assegurando a maioria do Sporting Clube de Portugal no capital da SAD.
- b. Defesa intransigente do cumprimento dos compromissos do Sporting Clube de Portugal com os seus credores, buscando no entanto sempre a renegociação de compromissos que não permitam o cumprimento deste propósito.

- c. Antecipação de receitas específicas (ex. quotização) com o objectivo exclusivo de abatimento do passivo, oferecendo benefícios específicos aos sócios que participem activamente dos programas propostos
- d. Criação de fundos de fomento desportivo tendo em vista a garantia de sustentabilidade das modalidades

Ao nível da Tesouraria:

- a. Defesa e manutenção de plano de tesouraria ajustado à realidade do Sporting Clube de Portugal, com adequação da amortização do passivo às receitas extraordinárias até ser cumprido o objectivo de equilíbrio da situação operacional.
- b. Promoção de uma fonte de financiamento adicional, suportada por sócios, adeptos e investidores, para alívio da dependência perante a banca.

Propostas Complementares de Transparência e Rigor:

- a. Apresentação de contas consolidadas globais e por sociedade do Grupo Sporting
- b. Apresentação de resultados por modalidade
- c. Obrigatoriedade de apresentação de um Livro Branco que documente a actividade do conselho directivo Ser Sporting no final do seu mandato. Proposta de obrigação estatutária deste compromisso para o futuro.
- d. Redução do número de empresas do Grupo Sporting
- e. Definição de objectivos específicos e concretos para cada empresa do Grupo Sporting

3.5. Comercial e Marketing

Prioridade: Reestruturar a oferta de produtos e serviços Sporting com exploração de novos segmentos e extensão de marca.

Objectivo: Aumento de receitas anuais de cerca de 8 milhões de euros entre quotização, receitas de bilheteira e merchandising.

Acções:

a. Aumento das receitas anuais entre quotização, receitas de bilheteira e merchandising assente nas reformulações propostas da oferta

b. Implementação de campanha de angariação de sócios com o objectivo de atingir os 150 mil sócios do clube no término do mandato Ser Sporting, com intervenção directa da área comercial na definição de benefícios e contrapartidas de captação

c. Estudo e proposta aos associados de modelo de naming do Estádio José Alvalade por período limitado, com receitas a reverterem para o Sporting Clube de Portugal.

d. Implementação de modelo profissional de gestão de direitos de imagem de jogadores com geração de receitas complementares.

e. Implementação de uma política de “Estádio e Pavilhão Cheio”, com venda cruzada de lugares anuais, sazonais ou episódicos para futebol e modalidades, especialmente concebido para atrair os sportinguistas mais jovens.

f. Implementação de uma nova política de pricing para bilhetes de época que promova o equilíbrio entre receita e adesão, no pressuposto que esta última potencia vendas adicionais.

g. Oferta da 13ª quota no caso de pagamento anual antecipado da quotização por parte do associado e/ou no caso de cumprimento dos objectivos de quotização de sócios efectivos a definir.

- h. Recuperação do naming original do espaço comercial do Sporting Clube de Portugal (Loja Verde, em substituição de Fanlab) associada à reformulação proposta da proposta de merchandising.
- i. Implementação de política de desconto agressiva no pricing de produtos da Loja Verde para associados efectivos com quotização em dia.
- j. Lançamento do bilhete de época Modalidades + Formação, permitindo a comparência num número significativo e atractivo de jogos.
- k. Lançamento de produtos Sporting de baixo custo associados a grande rotação.
- l. Desenvolvimento de um tema anual com nova linha de produtos associados contribuindo para a renovação da proposta
- m. Aumento do portfolio e qualidade dos produtos oficiais propostos aos adeptos e sócios
- n. Lançamento de produtos “Vintage”, clássicos da história e herança leonina, de alta qualidade.
- o. Redução do número de referências de modo a maximizar a gestão eficaz de stocks
- p. Desenvolvimento da extensão de marca Sporting para novos territórios de produtos inexplorados.
- q. Estudo da Oferta do serviço SportingTV/Multimédia a sócios efectivos, com modelo subscrição parcial a não sócios.
- m. Renegociação dos direitos de transmissão dos eventos desportivos do Sporting Clube de Portugal segundo novos princípios de valorização e tendo em conta a vertente SportingTV/Multimédia.
- n. Implementação de medidas de maior transparência e rigor no lançamento de concursos para aquisição de bens e serviços.

3.6. Património

Prioridade: Revitalizar a exploração e aproveitamento do património remanescente e contribuir para a sua valorização enquanto activo do Sporting Clube de Portugal

Objectivo: Enriquecer património actual através da construção de um pavilhão Sporting Clube de Portugal. Gerar novas linhas de receita através do aproveitamento das infra-estruturas actuais para iniciativas e utilizações complementares inexploradas.

Acções:

- a. Estudo, viabilização, construção, valorização e exploração de pavilhão multidesportivo em terreno camarário próximo do Estádio José Alvalade.
- b. Estudo e viabilização de reformulações no Estádio José Alvalade que permitam aproximar os sócios e adeptos do terreno de jogo.
- c. Estudo e viabilização do projecto Cidade Desportiva.
- d. Gestão transparente, por concurso, do património a ser cedido pela CML ao abrigo do protocolo existente.

Iniciativas de Rentabilização da Academia:

- b. Rentabilização da Academia através da criação de estruturas de apoio a centro de estágio tendo em vista a sua exploração comercial
- c. Procura activa de acordos e condições para a abertura de Academias em países estratégicos (PALOP, América Latina entre outros)
- d. Alargamento e comunicação activa dos Programas de Férias para jovens nas Academias Sporting
- e. Reaproveitamento da Academia para a prática de outras actividades desportivas e eventos.

Iniciativas de Rentabilização do Estádio José Alvalade.

- a. Realização de Jogos da Formação, sempre que a equipa principal jogue fora e o relvado o permita, a preços simbólicos para os sócios
- b. Organização Festival Sporting, com exposições de modalidades com animação, concertos e presença das várias equipas
- c. Recuperação do papel e objectivos iniciais do Estádio Sporting face à realização de concertos e eventos culturais com planeamento orientado para o período de defeso.

4. A Mensagem Ser Sporting

A candidatura Ser Sporting propõe neste programa uma mudança de paradigma, que acreditamos ser a via incontornável de retorno a um Sporting Clube de Portugal conquistador, inovador, equilibrado e ambicioso e sobretudo sedutor para os seus sócios e adeptos, para também assim o ser aos olhos de parceiros e investidores.

Um Sporting Clube de Portugal forte é um Sporting Clube de Portugal unido, coeso, orientado para a satisfação de todos aqueles que o seguem com fervor, paixão, devoção com a exigível correspondência.

Para atingir este objectivo acreditamos ser fundamental proceder a uma renovação geracional do Clube, em que sportinguistas totalmente disponíveis se predisponham a implementar esta mudança de paradigma, devidamente apoiados e aconselhados pelos sócios e ilustres sportinguistas mais experientes, num clima de cooperação, criatividade e capacidade de execução que deverá envolver todos os participantes neste momento eleitoral histórico para o Sporting Clube de Portugal, momento esse em que não podem existir vencidos mas apenas vencedores: os sócios e adeptos do grandioso Sporting Clube de Portugal.

Consulte o ponto 5.Contactos e partilhe connosco todas as suas sugestões, dúvidas e opiniões sobre o programa Ser Sporting e o nosso Sporting Clube de Portugal em geral.

Ajude-nos a partir de hoje a construir o Sporting do futuro.

Viva o Sporting Clube de Portugal!

5. Contactos Ser Sporting

Site Oficial

www.sersporting.org

Conheça o programa, discuta as ideias, coloque as suas dúvidas e acompanhe as novidades da campanha.

Contacto de Correio Electrónico

regresso@sersporting.org

endereço de correio electrónico para todas as dúvidas, questões e sugestões que queira partilhar com a candidatura Ser Sporting

Direcção de Campanha

Luís Mota

luis.mota@sersporting.org

tm: 96 63 10 221

6. Lista de Candidatura Ser Sporting

A Candidatura Ser Sporting apresenta neste documento os sócios que propomos liderar os órgãos Sociais do Sporting Clube de Portugal a eleição.

A Candidatura Ser Sporting confirmará ao longo dos próximos dias, no timing e contexto mais adequado aos superiores interesses dos sócios do clube, os nomes e missões dos associados que assumirão a missão de integrar os diversos órgãos submetidos a eleição.

Presidente da Mesa da Assembleia Geral:

Luís Santos Ferro sócio nº 651

Presidente do Conselho Directivo:

Paulo Pereira Cristóvão sócio nº 6.419

Presidente do Conselho Fiscal:

Paulo Rodrigues Henriques sócio nº 50.480

Cabeça de Lista ao Conselho Leonino:

Luís Aguiar de Matos sócio nº 1.966