



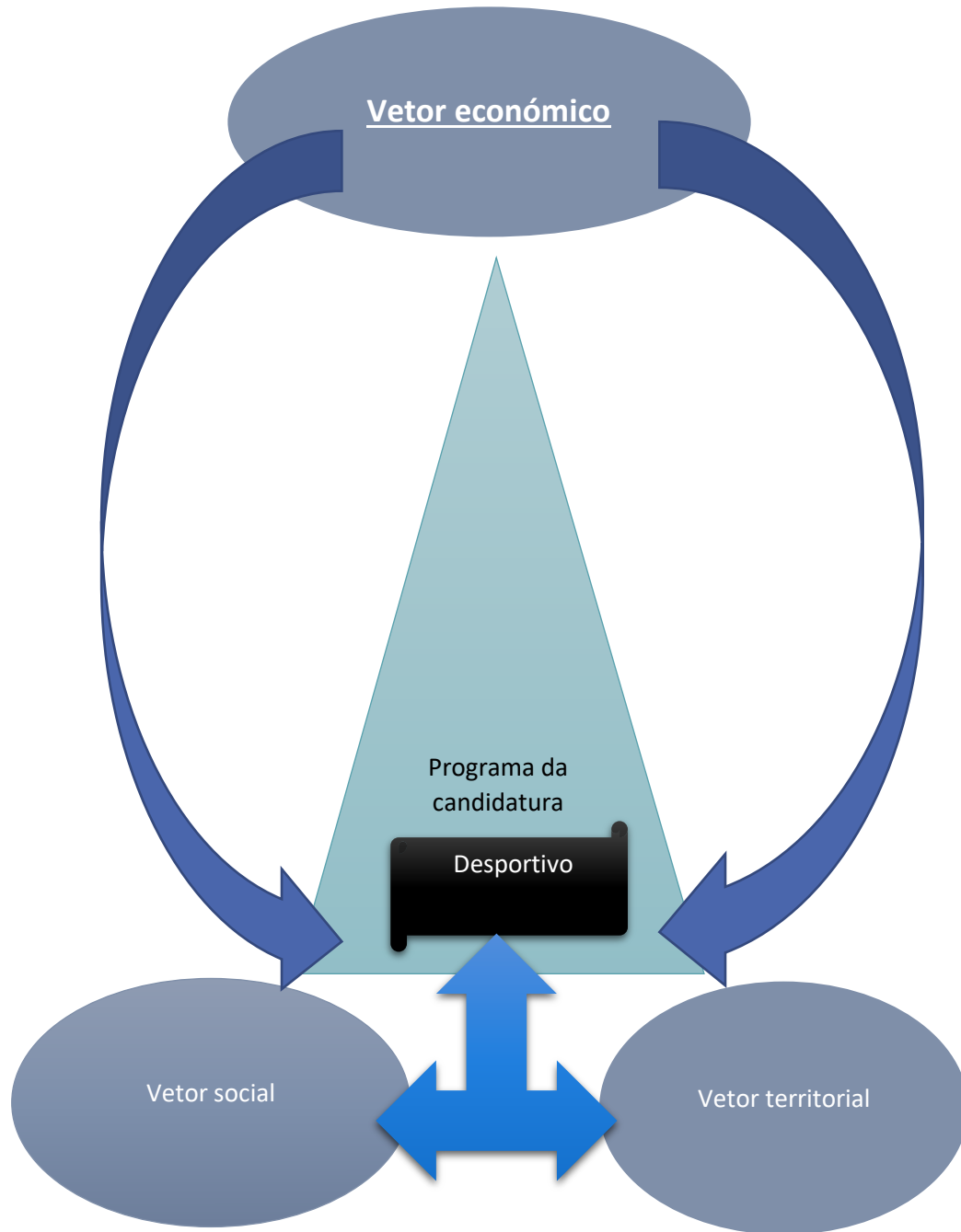
Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 –
Sim, Somos Porto.

**VOTA
LISTA B
NUNO LOBO**





Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 –
Sim, Somos Porto.





Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

Programa eleições 2020 FCPorto

Introdução

Quanto mais agradecemos, mais coisas boas acontecem! Por isso, decidimos em equipa que o presente programa, totalmente da nossa autoria, enquadrará propostas inovadoras, dinâmicas, reforçando porventura, as existentes e dotando-as da autonomia financeira que permita Pensar o FCPorto para as próximas décadas. ***Sim, Somos Porto.*** Insistimos num programa em que o lema é ***devolver o clube aos sócios***, de forma transversal, fixando o objetivo de todos, mas todos, sem exceção, se empenharem no compromisso de tornar o Clube maior e sustentável. Temos consciência que o projeto é ambicioso, não podia ser de outra forma, sob pena de retrocesso nas ambições do tempo, mas garantidamente, conseguimos reunir uma equipa que dá garantias de potenciar a Marca FCPorto, de forma única e com futuro. Queremos um FCPorto transnacional, habilitado por propostas e gente capaz, que lhe dará o “cunho” da internacionalização (globalização) desejável, que até hoje não foi conseguido. Ao longo dos últimos anos, percebemos que não basta “*ganhar em campo*” é preciso ganhar dimensão, nacional e mundial e por isso temos o melhor instrumento para o fazer: **Marca FCPorto**. Nesta marca temos tudo: ambição, seriedade, coerência, futuro, projetos, qualidade e grandeza. Acreditem que a tarefa é exigente, mas estaremos prontos com uma equipa multidisciplinar motivada, que garanta o futuro do nosso clube. Nós acreditamos que os melhores disto são todos, os sócios, os participantes na vida do clube, por isso, pensamos num programa exclusivamente à medida dos interesses dos Sócios.



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

Vector Desportivo – Futebol

- 1 - Criação duma Academia do FC Porto – construção de raiz;
- 2 - Centro de estágio com unidade hoteleira, onde inclui: Complexo Desportivo; Hidroterapia; ginásios; campos de futebol comunicantes com as equipas mais jovens; estúdios de TV; salas para conferência de imprensa; áreas de lazer e refeições; hotel para estágio; centro de reabilitação desportiva; piscina (sauna, jacuzzi);
- 3– Protocolos com os clubes nacionais e internacionais para captação de jovens talentos;
- 4– A Formação será a aposta fundamental da política desportiva do Clube;
- 5 – *Scouting* – integração de ex-atletas; de escolas do Porto ligadas ao futebol; Reforçar o quadro técnico do Dragon Force;
- 6 – *Topdown* das valências do *Scouting* – avaliação de desempenho semestral;
- 7 – Análise *SWOT* do Gabinete *Scouting* com regularidade;
- 8 – Modelo de prospecção nacional e internacional do Gabinete de *Scouting* em áreas geográficas distintas;
- 9 – Bolsa de empresários da formação, de acordo com a regulamentação vigente;
- 10 – Cocriar política de atração de novos parceiros;
- 11 – Maior envolvimento nos espaços do clube das Filiais, Núcleos, Casas, Delegações;
- 12 – O Presidente lidera a estrutura do futebol podendo delegar poderes, especialmente, em áreas mais específicas.
- 13 – Criação de uma equipa de futebol Feminino;
- 14 - Criação de um Gabinete de Apoio aos Atletas (GAA) e às suas famílias com variadas valências: Psicólogo; Advogado; Nutricionista; etc, etc;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

15 – Manutenção do Departamento médico, sempre definido pela Administração.

16 - Fomentar parcerias com clubes da I/II Liga para empréstimos, que visem a valorização dos jogadores e definir regras, de acordo com a regulamentação desportiva em vigor, quanto à sua participação em jogos contra o FC Porto.

17 - Cabe à Administração: coordenar o trabalho entre a formação e a equipa principal; estabelecer protocolos de cooperação com clubes e entidades e novas contratações; implementação de estratégias para o futebol, como a definição da época sempre com a envolvimento da equipa técnica;

18 - Ligação dos jogadores aos adeptos de forma mais intensa e regular, através de iniciativas diversas: sessões de autógrafos, *Open days*, Fóruns, Congressos etc.

19 – Caberá ao treinador principal: Definição da sua equipa técnica, (administração integrará um elemento) e os jogadores a adquirir;

20 – Criação de uma equipa de futsal, numa lógica de Academia;

21 – Criação de redes de informação sobre a rentabilidade dos recursos;

22 – Criação efetiva duma Equipa de Glórias, onde se incluiu, a abertura de espaço físico (sede); Jogos; Promoção junto das Filiais, Núcleos, Casas, Delegações; Contactos sociais; criação de uma Liga nova Ibérica, numa primeira fase, alargando posteriormente a outros países europeus;

23 – Os escalões de formação terão de continuar a existir, reforçando as referências futebolísticas do Universo Porto, através de sessões variadas (ex: estágios pequenos e convívios).

24 – Estabelecer uma parceria estratégica, duradoura, com clube na zona Norte do país de modo a reforçar uma presença importante, numa área geográfica onde se desenvolva o Universo Porto.

25 - Protocolo de Formação entre os maiores clubes europeus – parcerias variadas entre clubes;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

26 – Aposta na equipa B, mantendo os objetivos, numa lógica de formação do atleta, do homem e de jovens talentos, como última etapa do processo de formação para aceder a equipa principal.

27 - Analisar a possibilidade da existência de clubes satélites em escalões inferiores e/ou análise extensiva, a outras Ligas.

28 – Criar e reforçar um Gabinete de Psicologia e Apoio Escolar (GPAE), através de uma maior ligação à comunidade educativa. (Objetivo: envolver a comunidade de forma transversal, em todos os escalões, aprofundando a sua capacidade de intervenção, nas escolas incluindo padrões de vida saudável)

29 - Desenvolver um Gabinete de Alto Rendimento e Treino Específico (GARTE), adaptado aos tempos atuais, por ser determinante no desempenho regular da equipa, sendo a mesma definida, por departamento específico e com acompanhamento do treinador da equipa principal. Apesar de já existir, deve ser reforçada a sua existência, de forma a ultrapassar as paragens, como a que a Pandemia obrigou e apanhou todos desprevenidos.

Vector Social - Comercial/Marketing

30 - *Pay-per-view* no Porto Canal;

31 - Tour Porto/FCPorto/cidade/caves – pack integrado: o Estádio + Museu + cidade e caves – protocolo com operadores turísticos.

32 - Reforçar a Marca Porto - continuar a gerir um dos maiores ativos do Clube, com a cidade e o Vinho da Região. Manter políticas de expansão da marca, consolidando e desenvolvendo os seus territórios, acrescentando as vertentes nacionais e internacionais, que lhe tem permitido conquistar: a Rota do vinho; a Rota de aldeias; os Barcos; o Douro; Cidade do Porto;

33 – Criação de um Museu, no Hotel do Edifício dos Aliados, do FCPorto;

34 - Concertos e grandes eventos. Oferta integrada de Estádio, Museu, Dragão Arena e Campo da Constituição;

35 – Associados e Quotas;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- a) Reformado, ajustado ao rendimento mensal;
 - b) Sócios - incapacidade acima dos 60%, com Pensão Social de Inclusão;
 - c) *Pack* família – (descontos para jogos/família)
- 36** – Objetivo mandato: 150.000 Sócios efetivos, com quotas pagas;
- 37** - Reforço da oferta comercial, de forma integrada e multiplataformas (suportes comerciais e publicidade);
- 38** - Sócios aniversariantes com acompanhante - visita ao Museu, gratuita.
- 39** - Sócios com mais de 50 anos de associado - visita ao Museu, gratuita;
- 40** - Reajustamento da política de comercialização do Estádio, Museu, Pavilhão e Campus, nomeadamente no que diz respeito aos patrocínios, camarotes, aumentando os participantes.
- 41** - Integração de modelos escolares do Concelho, permanentes, em jogos no Estádio;
- 42** - Integração e incremento do Grupo Organizado de Adeptos (GOA), como base de apoio a equipa, com reforço e aumento dos protocolos. Proposta extensiva nas viagens para acompanhantes integrados nos GOA.
- 43** - Convites para o camarote presidencial regulares e com critérios definidos;
- 44** – Reserva prévia de lugares no Camarote Presidencial para sócios acima dos 50 anos, a convite do Presidente;
- 45** - Estratégias de envolvimento dos sócios no Clube, fomentando a participação em tertúlias; em Eventos diversos; no Dia do emigrante; no Dia do Sócio; no Dia do sócio Júnior – (reforço da mística);
- 46** - Criação da Figura do Sócio Embaixador (nomeado anualmente);
- 47** - Dinamização de ações que reforcem o sentido de pertença e o Orgulho Portista, com iniciativas específicas, nomeadamente ao nível de eventos e de novas aplicações – alínea 14, c), d) e).



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

48 - Estádio Inteligente (*Smart Stadium*) - explorar soluções suportadas em estruturas digitais, modernizando, simultaneamente os espaços e as novas funcionalidades oferecidas pelos *videoscreens*, platibandas digitais e rede de WI-fi. Criar redes transversais de comunicação.

49 - Protocolar com a C.M.Porto a comemoração **SEMPRE** nos Aliados, de todas as conquistas do Clube.

50 - Protocolar com os patrocinadores o uso da Camisola azul e branca... a nossa marca;

51 - Reforço da área de licenciamento (produtos e serviços) explorando todo o potencial da Marca através do controlo, vigilância e luta contra a contrafação, desenvolvendo ações de sensibilização para que este flagelo, não afete gravemente as receitas do nosso Clube;

52 – Jogos Santa Casa: estudar viabilidade de venda de jogos da Santa Casa, através da instalação de terminais nas Lojas, Delegações, Filiais, Casas e Núcleos do FCPorto revertendo parte do lucro da receita do que é vendido, para as respetivas;

53 - Criação de protocolo com a Santa Casa de um jogo para o FCPorto – ex: Raspadinha do Dragão; (receita reverte para os GOA e para o FCPorto em Partes iguais de forma a patrocinar as viagens dos GOA);

54 – Criação de uma comissão de apoio (sócios em permanência) para implementar um novo modelo associativo das Delegações, Casas, Filiais e Núcleos do FCPorto;

55 - *Brand* na marca FCPorto Internacional:

- a) Presença em Feiras de turismo, onde será possível a inscrição de novos sócios e venda de *Merchandising* – proximidade com os sócios fora do país;
- b) Investir no mercado espanhol (46 milhões de hab.).



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- c) Proposta de criação à UEFA, de uma Liga de Glórias Ibérica/ ou Europeia;
- d) Protocolo com a Associação Porto e Norte de Portugal – presença com mesa e produtos – se possível acrescentar trofeus no *Stand*;
- e) *Brand* FCPorto - juntar as Marca Porto – vinhos e cidade.

56 – Convite aos sócios. Proximidade com os sócios permanente. O Presidente contacta os sócios para visitarem o estádio e as instalações em épocas festivas.

57 – Dia do FCPorto - presença massiva e obrigatória dos Órgãos Sociais, Casas, Delegações Filiais e Núcleos - Transmissão TV obrigatória da Porto canal;

58 – Criação de frase emblemática e mobilizadora para futuro, com música;

59 - Reformulação da Gala Dragões de Ouro: convites aos sócios;

60 – Gala Dragões de Ouro – Transmissão pela Porto Canal. Festa anual participada, pelos sócios nas galerias, (Convite gratuito).

61 - Dinamização da área de eventos, próprios e a terceiros, potenciando e explorando os diversos espaços disponíveis no Clube de forma intensiva – ex: Corrida do Dragão;

62 - Protocolar com Associação da Cidade, a intensificação das corridas de rua temáticas e atividades de diversão na cidade – Receita reverte para o Clube, para as Delegações, Casas, Filiais e Núcleos do FCPorto e para os GOA, em partes iguais. Envolvimento protocolar com os GOA. (ex: Corrida de adeptos FCPorto).

63 – Criação de *Open Day* gratuito aos sócios;

64 - Participação do *Brand* FCPorto em Feiras de Turismo, fora da Europa – Mercados em análise com o Turismo do Porto (Canada, China, EUA etc.)

65 - Entrega de emblemas a sócios com 25, 50,75 anos, com a presença do Presidente,



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- 66** - Jogos das Modalidades transmitidos na Porto Canal.
- 67** - Porto Canal pago – oferta a sócios emigrantes e Delegações, Casas, Filiais e Núcleos do FCPorto;
- 68** - Porto Canal - Canal de cabo Mais FCPorto, (FCPorto detém cerca de 84%) onde conste um alargado Universo Portista: Debates entre sócios; Debates e conversas com jogadores; Ex- jogadores devem ter presença assídua no canal. Grelha remodelada em função do FCPorto. Criação de programas Brand Porto com protocolo.
- 69** - Reforçar todo o *Corporate*, fortalecendo as ligações com os parceiros a par da dinamização da componente, de ativação de marcas;
- 70** - Manter os acessos (canais) de bilhetes como um dos principais produtos, estudando formas contínuas de renovação, privilegiando sempre os Sócios – Princípio da igualdade;
- 71** - *Merchandising*: manter a política expansionista ao nível da oferta, na gama de produtos e na rede de distribuição - alargamento dos pontos de venda, através de redes próprias e de terceiros, tanto em canais *off como on-line*.
- 72** – Ligação Permanente aos setores chave da atividade da cidade (ex: turismo) de forma a promover o *Brand FCPorto*, junto dos operadores;
- 73** – CPLP - Potenciação do valor Marca Porto, através da gestão da sua imagem e reputação. Explorar todo o potencial de expansão internacional com especial atenção nos países da Lusofonia e da nossa diáspora;
- 74** – Criação da Secção de Colecionismo, sediada nas instalações do clube e representada por um dos diretores e sócios, com objetivos de:
- a) – Recolha de todo o espólio espalhado e perdido, para posterior apresentação em Museu e/ou exposições.
 - b) - Apoio a Exposições externas do clube dignificando-as, com a presença do Presidente ou Órgãos Sociais;
 - c) Criação de exposições temáticas;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- d) Criação de Feira, sobre Colecionismo, nas imediações do Estádio (aberta a sócios e simpatizantes). Receita reverte, em partes iguais, para a Secção, Delegações, Casas, Filiais e Núcleos do FCPorto;
- e) Espaço para sessão de autógrafos, com todos os jogadores do clube, nas diversas modalidades;

75 - Aposta forte na imagem do *Dragon Force*, junto das comunidades de sócios nacionais e internacionais. Alargamento transversal a toda a região Norte, com a inclusão de uma escola no Algarve;

76 – Protocolo com os STCP e/ou operadores privados, para a criação dum *Shuttle* FCPorto, que possibilite maior mobilidade ao GOA e aos adeptos que viajam, do aeroporto, em dia de jogos;

77 – *Naming* do Estádio do Dragão, Dragão Arena, Centro de Estagio do Olival e Campo da Constituição: Venda dos direitos de *Naming* a longo prazo. A venda dos direitos do nome será apresentada aos Sócios em Assembleia Geral, acompanhada de dados concretos e salvaguardando o nome das suas referências. *Decisão dos associados, sempre* em AG.

78 – Criação (incorporação) da Figura (do instrumento) “Referendo” nos Estatutos do Clube, para ações importantes no futuro do clube.

Modalidades do FCPorto:

Definimos alguns vetores que nos parecem fundamentais, como fatores endógenos para potenciar as atuais e retomar as novas (antigas) modalidades, não esquecendo o *Brand* FCPorto, a saber: **sustentabilidade, a inovação, a criação, as sinergias, a análise, a promoção e a fomentação:**



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.



79 – Linhas orientadoras:

- a) – **Sustentabilidade** - Reforçar o apoio financeiro às modalidades. Melhorar a angariação de *Sponsors*, através do acréscimo do número de associados (150.000 sócios efetivos), aumentando a competitividade das diversas modalidades, dignificando a honra do clube.
- b) - **Promoção** - Reforçar a visibilidade das actividades desportivas do Clube, com uma preocupação especial nas actividades formativas. Os valores e os princípios do Clube têm de estar sempre presentes na mente dos nossos atletas. (Mística)
- c) **Sinergias** – Ligação reforçada e permanente, entre as empresas da região e do clube, de forma a criar ligações mais fortes, potenciando e estimulando a partilha de experiências e conhecimento entre os responsáveis pelas modalidades, corpo técnico, atletas e as diversas empresas da região, nas variadas componentes;
- d) **Inovação** – A necessidade de Inovar ao melhor nível mundial, com exemplos externos. (Ex: a criação duma Academia de Modalidades) A criação de parcerias que permitam a criação de polos descentralizados para o desenvolvimento das modalidades paralímpicas, entre outras.
- e) **Análise** – Criação de grupo de reflexão e análise, (sócios Sénior a convite); Acompanhar e analisar as modalidades existentes, continuando a estabelecer objetivos periódicos mensuráveis.



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- f) **Criar** – Ligação permanente com reuniões entre a SAD e o clube de todas as modalidades. Análise de mercados exteriores.
- g) **Fomentar** - A ligação entre os sócios e todos os setores do clube, de forma a participarem ativamente no desenvolvimento das atividades. A importância de fomentar a Formação Desportiva em todas as modalidades do Clube, através da Academia.

O objetivo das linhas orientadoras para qualquer modalidade é manter e reforçar as atuais valências das modalidades, através de protocolos inclusivos, com as empresas, a sociedade civil e os associados. A seguir, descrevem-se as modalidades existentes, que continuam a ser intocáveis no futuro do clube e reforçamos as parcerias, criando e aumentando o número de participantes através de dinâmicas de participação ativa, associando para o efeito, os Municípios, as Escolas do Concelho e as Empresas Municipais de Desporto existentes, à Marca FCPorto.

80 - *Atletismo* – Criação de um Centro de Atletismo de Alto Rendimento, em parceria com as instituições de referência da cidade, visando as condições necessárias aos atletas de alta competição, que lhes permita melhorar as suas performances e simultaneamente perpetuar as figuras que o clube e a cidade, potenciou durante muitos anos;

81- *Desporto Adaptado* – Continuar o investimento e proporcionar as condições técnicas que desenvolvam atletas, nas mais diversas áreas do desporto adaptado, com os recursos do clube e a criação de novas perspetivas e trabalho de campo. Consolidar e desenvolver os apoios que permitam uma adequada preparação com vista aos Jogos Paralímpicos. Protocolos com associações.

82 - *Voleibol* - Análise e avaliação da viabilidade de novos projetos desportivos, convidando antigos jogadores a integrarem o clube. Aposta na modalidade para se manter;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

83 - *Ciclismo* - Análise e avaliação da viabilidade de novos projetos desportivos, convidando antigos ciclistas a integrarem o clube – Protocolo com empresa;

84 – *Boxe* – manter a modalidade, reforçando o seu apoio e incentivo;

85 - *Natação* – Criação e reforço desta modalidade, apresentando a dimensão adequada à sua história no clube;

- a) Construção de raiz de Piscina Olímpica e/ou protocolar com a Autarquia a cedência da atual, em superfície por 70 anos;

Novas modalidades: São muitas as propostas para novas modalidades, no FCPorto, pensamos em algumas, que nos foram chegando através dos sócios, como a criação de uma Academia de Modalidades Femininas, (Futebol, Andebol entre outras). Futsal é uma aposta inegociável, bem como a possibilidade de abrir *Trails*, onde a Marca Porto esteja representada (protocolo com associação);

86 - Modalidades a manter, reforçando a sua autonomia funcional: *Hóquei Patins; Bilhar; Andebol; Basquetebol; Futebol indoor e Futebol de Praia; Equipe Superleague; Halterofilismo;*

87 – Associar ao FCPorto, todas as propostas de modalidades, com viabilidade (Marca Porto) apresentadas por associados e/ou simpatizantes;

88 – Participação da Marca Porto no *Rally* de Portugal;

89 – Associar a Marca Porto a eventos na Cidade do Porto;

90 - Jornal do Clube *on-line*, para as modalidades, oferecido em correio eletrónico aos sócios, com o objetivo de proximidade.

- a) Alargar o envio a entidades internacionais, de proximidade com o FCPorto;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- 91** – Incentivo ao alargamento da participação das Delegações, Casas, Filiais e Núcleos às modalidades;
- 92** – Apoio forte à criação de Academias de formação, em modalidades;
- 93** - Analisar e estudar um espaço territorial, com futuro sustentável, para instalação da Academia das Modalidades;
- 94** - Criação de um Gabinete Porto *Olimpics* (projeto de raiz) - inovação a nível de clubes em Portugal. Objetivo: Promover e apoiar atletas ao Jogos.
- 95** – Centro Médico de apoio a todas as modalidades, com reforço de novas valências face a evolução temporal;
- 96** – *Sponsors*, - nas modalidades e receitas - Gerar novas receitas pela secção de cada modalidade, promovendo produtos e *meetings*, alavancados na potencialidade da mesma;
- 97** – Criar um *Open day* da modalidade, aos sócios;
- 98** - Promover os festejos de qualquer título nacional e/ou internacional, associado às Modalidades nos Aliados e/ou Dragão Arena, com adeptos e sócios, de forma a potenciar maior entusiasmo nos praticantes.
- 99** – Gestão da bolsa de empresários em modalidades, responsabilizando-os pela rentabilização e proximidade no clube.
- 100** - Casa das Modalidades – Protocolo com a C.M.Porto da cedência do terreno e instalações do Quartel de S. Brás, para a promoção e instalação de todas as Secções da cidade, ligadas ao Clube, com a gestão Marca FCPorto.
- 101** – Criação da Modalidade Ténis (Quartel de S. Brás) – Protocolo.
- 102** – Criação da Modalidade *Padel* – Protocolo com Federação;
- 103** - Férias Desportivas - desenvolvimento de iniciativas e parcerias, que promovam a cultura portista, a mística, entre as escolas da cidade e o clube.



*Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 –
Sim, Somos Porto.*

104 - Criação de Secção específica para as Férias Desportivas, integrando protocolos com as escolas da cidade e com a Autarquia;

105 – Incentivar a presença de público nas modalidades, através das condições que o Dragão Arena dispõe, incluindo a presença das Delegações, Casas, Filiais e Núcleos, regularmente.

106 – *Workshops* do Clube, regulares onde se incluiu – os dias do clube, as tertúlias etc, etc – local: Dragão Arena;

107 – Protocolos – Alargar protocolos e acordos com as Autarquias, escolas, institutos, *Startups* e as Universidades públicas e privadas, incrementando e estimulando a cooperação com vista à investigação, estudo e partilha de conhecimentos em áreas desportivas e de negócios de Marketing e Imagem;

a) Associar as Universidades com presença de estudantes e investigadores através de Conferências e Fóruns para o efeito;

108 – Órgãos Sociais – Criação de uma Comissão para acompanhamento de sócios (antiguidade) de forma a incentivar a presença em eventos, tertúlias no clube, promovendo debates e partilha de momentos e emoções;

109 - Universo Portista - Alargamento desta iniciativa a todas as modalidades, em interação com as comunidades nas várias regiões do país.

110 – Criação de uma Fundação de capitais diversos (mecenato) para as modalidades de forma à interação dos vários intervenientes, na promoção e sustentabilidade das mesmas;

111 – *Crowdfunding*, entre associados e empresas (*sponsor*), para as modalidades;

112 – Casas, Filiais e Núcleos e Delegações do FCPorto, devem ser mantidas como estruturas estratégicas do clube, diversificando as suas áreas geográficas, a nível nacional e internacional;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

a) Incentivo à abertura de novas Casas, Filiais e Núcleos e Delegações do FCPorto;

113 – Promoção das Modalidades nas redes sociais, pelo clube, com ligação privilegiada às Casas, Filiais e Núcleos e Delegações do Clube;

114 – Página *web* do FCPorto, só para modalidades;

115 – Promoção das modalidades através dos seus RH/atletas mais visíveis, com a presença pessoal e venda de *Merchandising*;

116 – Protocolar com os Clubes da região a partilha de recursos, através de reuniões e fóruns frequentes.

117 – Promoção das modalidades de forma inclusiva, onde todos os participantes (jogadores do clube) podem participar - ex: jogos não Dragão Arena, de forma gratuita;

118 - Figura do Sócio da modalidade, com quotização específica;

Vetor Social - Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto.

119 – Presença em *Workshops* e a criação de exposições regulares sobre o clube, nos seus espaços, rentabilizando a participação dos associados e simpatizantes;

a) Deslocar o Museu com pequenas peças emblemáticas, para as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto, de forma a possibilitar a que todos consigam “tocar” nos trofeus;

120 - Criação da figura do Sócio das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto a mais de 100 km da cidade;

121 – A receita do Sócio das Delegações reverte integralmente, para as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto, respetivamente;



*Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 –
Sim, Somos Porto.*

- 122** – Presença do Presidente e jogadores do clube (acordado com a equipa técnica) em eventos próprios;
- 123** – Associar as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto, por convite presencial, na Gala dos Dragões de Ouro e Dia do Clube;
- 124** – Legitimar um espaço na grelha de programação na Porto Canal, para as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto
- 125** – Estimular o associativismo nas Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto, através da Marca FCPorto;
- 126** – Prémios de desempenho, quanto a captação de sócios para o FCPorto.
- 127** - *Webletter* mensal das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto para os associados do FCPorto;
- 128** – Comboio Azul e Branco – promoção e incentivo às deslocações das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos, integrados, se possível, com os GOA;
- 129** – Convite aos Presidentes das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto, para o camarote presidencial;
- 130** – Criação de um Congresso anual, com representantes das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto.
- 131** – Integração nos membros da Direcção do FCPorto das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto – Política de proximidade;
- 132** – Gala dos Dragões de Ouro: Atribuição de menções honrosas às Delegações, Filiais, Casas, Núcleos;
- 133** – Promoção de torneios Intermodalidades, fomentando a presença de novos associados e captação de atletas;
- 134** – Integração dos GOA como associados no FCPorto (analisar com a direcção dos GOA a viabilidade e as vantagens para os adeptos) e incentivar a



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

partilha de experiências junto das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto;

135 – Mística Porto. Identidade permanente com o clube em todas as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto;

136 – Associar as Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto a projetos com as escolas e universidades. Estabelecer protocolos;

137 – Dotar as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto do material necessário (jogos e equipamentos) onde os associados possam estar com frequência e em segurança;

138 - Apostar na vertente comercial das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto, aprofundando as parcerias;

139 – Porto Canal TV – Grelha específica de programação e publicidade para as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto;

140 - Promoção junto das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto, de forma gradual, dum processo de adesão e integração dos novos sócios;

141 – Promoção e incentivo às autonomias financeiras das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto;

142 - Expansão sustentada das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto na Europa e no resto dos Continentes (análise *SWOT* - Ambiente interno: *Strengths Weaknesses*; ambiente externo: *Opportunities; Threats*)

a) *Strengths* - vantagens internas das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos.

b) *Weaknesses*- Desvantagens internas das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos;

c) *Opportunities* - Aspectos positivos da envolvente com potencial de fazer crescer a vantagem competitiva das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

d) Threats – Aspectos negativos da envolvente com potencial de comprometer a vantagem competitiva das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos

143 – Partilha permanente, do resultado da análise *SWOT*, com das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos, tentando ajudar nas soluções aos problemas.

Vector Territorial – Património

144 – Análise e avaliação do P.P. Antas e possíveis melhoramentos;

145– Análise financeira e urbanística, para a criação de um parque de estacionamento, nas imediações, a preços acessíveis a sócios;

146 – Alargamento da rede de escolas e academias de futebol, privilegiando a expansão nacional e internacional;

147 – Criação da 1ª. Escola *Brand* (Academia) Porto, nacional/internacional;

148 – Analisar a presença da *Dragon Force*, através da instalação de campos de treinos, na América Latina, Canada e China entre outros;

a) Análise circunstancial de parcerias com clubes locais;

149 – Parcerias no futebol de formação a nível nacional e internacional – análise dos mercados da América Latina, Canada e China;

150 – Apresentação formal da Marca Porto na Avenida dos Aliados, anualmente;

151 – Criação nos concelhos limítrofes de academias e centros de treino dispersos, integrados em Escolas de especialidades, com parcerias.

152 – Delegação do FCPorto no Aeroporto Francisco Sá Carneiro, com *Merchandising*;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

153 – Estádio do Lima – aproveitamento para instalação de Marca Porto – estudo de projeto urbanístico integrado;

154 – Campo da Constituição e Quartel de S. Brás = Academia integrada e inclusiva;

155 - Propostas de envolvimento em V. N. Gaia, (Autarquia) para o alargamento e interação com o Centro de Estágio do Olival;

156 – Aproveitamento espaço exterior do Estádio do Dragão para eventos diversos;

157 – Estender a marca Porto através de exposições temáticas, nos Concelhos próximos a cidade.

158 – Envolver Autarquias de Gondomar, Maia e Matosinhos em projetos de educação desportiva nas modalidades

Vetor económico – SAD

Na área financeira e administrativa, a SAD deve trilhar caminhos sustentáveis financeiramente, com planos assentes em contas certas à moda do FCPorto. Como associados, ficamos perplexos com as contas negativas sucessivamente apresentadas, não evidenciando reestruturação, quer do passivo, quer dos resultados operacionais, suprimindo os *deficits* com a venda dos recursos mais valiosos. Refira-se, por exemplo, a problemática relacionada com o (não) reembolso da tranche do empréstimo obrigacionista, que descredibiliza a Instituição e condiciona condições de emissões futuras e que careceu de solução atempada. Ao longo da época desportiva, devemos efetuar revisões orçamentais recorrentes, de forma à tomada de medidas tendentes ao cumprimento das regras de *fair-play* e da prossecução dos níveis de capacidade financeira. O objetivo imediato será o equilíbrio das contas de exploração, seguindo-se o da obtenção de resultados financeiros e económicos positivos relevantes, que possibilitem a redução do passivo e a cobertura dos



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

prejuízos acumulados, respetivamente. Será premente a reposição dos capitais próprios da participada FCPorto, SAD para nível positivo. No fim do 1º semestre 2019/2020, esta empresa evidenciava um capital próprio negativo na ordem dos 87 milhões de euros, aos quais acrescerão os prejuízos do 2º semestre, que, face à pandemia que assolou o Mundo e ao menor êxito desportivo nas competições europeias, se poderão prever de avultados. Teoricamente, o enquadramento é o de falência técnica! A participação na SAD deveria ser um dos grandes ativos do Clube e geradora de meios para que o Clube prosseguisse o seu objecto de fomento do desporto numa perspetiva transversal, obtendo liquidez numa modalidade altamente profissionalizada – “Indústria do Futebol” – para reinvestimento nas ditas modalidades amadoras. Atualmente, a participação da SAD tem valor líquido contabilístico nulo, pelo que os seus prejuízos já nem influenciam as contas individuais do Clube. No entanto, o sucessivo depauperar do capital próprio e o acumular de prejuízos, coloca mais distante a revalorização da participação. Há que monitorar atempadamente a evolução das contas, de forma a manter o equilíbrio financeiro (*fair-play*), cumprindo as regras, obtendo os fundos necessários à manutenção do controlo da Porto SAD, pelo FCPorto. Assim, pretendemos:

159 - Reforçar o investimento, na manutenção das diversas modalidades, com o seu restabelecimento e criação, dotando-as de orçamento próprio equilibrado e auto suficientes financeiramente;

160– Captar Sócios, até ao número efetivo de 150.000, de forma a aumentar o interesse dos investidores.

161 – Aumentar o peso das receitas que não dependam diretamente do êxito desportivo;

162 - Aumentar receitas de *Sponsors*;



*Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 –
Sim, Somos Porto.*

163 - Rentabilizar Dragão Arena, com parcerias e protocolos nacionais e internacionais;

- a) Concertos diversos;
- b) Criação dum espaço líquido para um grande festival de Verão – Porto Super Rock;
- c) Feiras de exposição temáticas encaixadas na cidade;
- d) Enquadrar as Festas de S. João, privilegiando a vinda das Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto;
- e) Agosto – Mês do Emigrante. Encontro de associados. Venda de Merchandising

164 - Repor o capital próprio em níveis positivos, garantindo que o F.C. do Porto mantenha a posse e o controlo das empresas participadas, com relevância para a SAD.

165 - Redução GRADUAL do passivo global, através de fluxos operacionais positivos, resultantes de uma gestão de rendimentos e gastos criteriosos; Análise da estrutura de forma a aferir sobre a possibilidade de racionalização dos gastos estruturais;

166 - Cumprir as recomendações da CMVM e do Instituto Português de *Corporate Governance*, para o governo das sociedades;

167 - Manutenção do rigor e transparência financeira, com a contínua apresentação e divulgação das contas consolidadas, tal como previsto na Lei;

168 - Continuar a Participar nas reuniões de trabalho das Federações, Ligas ou Associações. Criação de condições para um exercício de equilíbrio financeiro e aumento das receitas globais;

169 – Jogo *on-line*. Acompanhamento permanente, do modelo e das receitas emergentes;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- 170**– Apresentação pública (periódica) de relatório de sustentabilidade;
- 171** – Inventariar todo o património do clube, de forma a reforçar o plano de aumento e a rentabilização do mesmo, a nível nacional e internacional;
- 172** – Melhorias e avaliação de desempenho anuais, no plano de valorização global dos colaboradores das empresas FCPorto;
- 173** – Criação e/ou melhoria dum sistema integrado de gestão financeira e de capital humano.
- 174** – Análise *SWOT* aos RH, no Universo empresarial FCPorto;
- 175** – Auditorias regulares de gestão;
- 176** - Implementação dum plano de valorização de colaboradores, dos maiores fornecedores e *stakeholders* do Universo empresarial FCPorto; (ex: Segurança, Limpeza interna, higiene urbana, manutenção dos espaços, etc..)
- 177** - Promoção de candidaturas no âmbito dos quadros comunitários de apoio para as áreas comumente aplicáveis, como por exemplo, fomento do desporto e desenvolvimento social;
- 178** – A criação e o reforço na estrutura, onde possibilite o desenvolvimento de projectos de mecenato social e educativo, associados ao desporto;
- 179** - Redução do número de entidades empresariais ou de participações, designadamente das empresas, sem atividade relevante e atinente;
- 180** - Gestão da SAD com lucro – equilíbrio financeiro Sempre;
- 181** - Gestão de bolsa de empresários/agentes desportivos, avaliando as operações que proporcionam;
- 182** – Gestão integrada de todos os espaços Porto (território);
- 183** – Criação inventário dos valores materiais e imateriais existentes.
- 184** – Reuniões com acionistas – exigidas por lei.



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

185 – Estabelecimento de tetos salariais para os vencimentos dos administradores da SAD;

186 – Limitação dos prémios a atribuir, sendo que devem ser pensados em função de objetivos claros;

187 – Excedentes orçamentais devem ser investidos em áreas de desenvolvimento e crescimento para o futuro; (ex: construção de Academia)

Vetor social – Associados

188 – Garantir a qualidade de associado Relevante;

189 – Por cada novo sócio inscrito - oferta de prenda ou benefício;

190– Estatutos – criação do sócio especial – GOA/quota social;

191 – Lugares anuais - ajustados a cada competição – incentivo à venda com preços adequados ao mercado;

192 – *Kit* socio Nascimento - desde o 1º dia – oferta;

193 – Campanhas anuais adequadas aos sócios – Ex: socio 150.000/premio.

194 - Sócios aniversariantes com benefícios no acesso ao Museu e a espaços do clube;

195 – A voz dos sócios:

a) Programas temáticos, de debate na Porto Canal;

b) Criação dum canal em radio;

c) Os 90 minutos do “comentador”

d) O treinador de bancada.

e) Redes Sociais exploradas de forma consistente;

196 – Parcerias pró-associado, com *Sponsors* na europa e nas Delegações, Casas, Núcleos e Filiais;

197 – Serviço de atendimento disponível ao sócio, nos canais disponíveis, de forma mais eficaz – vertente comercial;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- 198** – Site do clube – reformulação *Layout*;
- 199** – Reforço dos privilégios aos sócios (acesso bilhetes e instalações);
- 200** – Direitos e deveres do associado – informação via correio eletrónico;
- 201** – Implementação dum Código de Conduta do associado;
- 202** – Tratamento igualitário entre Sócios. Enquadramento permanente no apoio à equipa, nas coreografias e cânticos, tendo sempre presente o respeito pela história e pelos valores do FCPorto;
- 203** – Implementação de um livro de reclamações do Socio;
- 204** – Implementação de um livro de elogios e sugestões do Socio;
- 205** – Os Livros sugeridos nos pontos 203 e 204 são implementados também nas Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto;
- 206** - Manter e reforçar o Provedor do Sócio;
- 207** – Melhoria da Linha direta do socio através do *call center* - atendimento automático, em português e vários idiomas;
- 208** – Distribuição por vários centros de atendimento em lojas, com reforço e melhoria, na apresentação dos produtos *Merchandising*;
- 209** – Criação de *Match Day* dos sócios – implica a experiencia de sentir o estádio e o jogo;
- 210** – Agilização de sistemas de pagamento em Portugal e no estrangeiro – ex: *Mbway*
- 211**– Análise e avaliação das desistências de associados, especialmente com muitos anos;
- 212** – Possibilidade de perpetuar o número de socio dum familiar;
- 213** - Actualização e renovação de 5 em 5 anos;
- 214** – Criação de conteúdos infantis, na Porto Canal, para sócios mais novos;
- 215** – Isenção, até aos 16 anos, de pagamento de quotas;



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

- 216** – Comunicação regular do Presidente, com os sócios através do telefone;
- 217**– *Open day* na direcção, com sócios;
- 218** – Fórum regular de sócios, sobre temas do clube;
- 219** – Formação do adepto de futebol – criação de conteúdos de sensibilização e comportamentos adequados;
- 220** – Apoio incondicional à formação de novas claques, organizadas de raiz, com código de conduta aprovado entre todos.

Comunicação do FC Porto:

- 221** – O treinador principal e os ativos do clube, nunca estarão sozinhos nas salas de conferência de Imprensa;
- 222** – Forte discurso de descentralização de poderes públicos, por parte da direcção, na voz do seu Presidente;
- 223** – Criação de Gabinete de Imprensa;
- 224** – Reforço do modelo de comunicação, a uma só voz;
- 225** – Modelo de comunicação integrada, coerente e consistente;
- 226** – Manter e reforçar a comunicação Porto, na Revista Dragões;
 - a) Oferta da revista a sócios com mais de 50 anos de associados;
- 227**– *Brainstorming* regular, com os diretores do FC Porto, na Porto Canal;
- 228** – Gestão e relacionamento ajustado a cada público: Sócios, Núcleos, Investidores, Patrocinadores, Órgãos de Comunicação Social, bem como, com todos os Parceiros;
- 229**– Redes Sociais: dinamização das plataformas, que permitam comunicar à escala global;
- 230** – *Site* a desenvolver com novas funcionalidades, nomeadamente na área de Sócios e versões em variados idiomas.



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

231 - Dinamização da Loja *On-line*, estendida às Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto;

232 – Criar uma plataforma digital de associados para trocas e aquisições de material de colecionismo;

233 – Comunicação das modalidades a definir com envolvimento dos diretores e equipas;

234 – Gestão de plataformas na comunicação e no desenvolvimento de conteúdos, enquanto área estratégica fundamental, num conceito global multimédia. Porto Tv; Porto Radio; Porto *Newspaper*, Integração de Easy Sports, com abertura de espaços Marca Porto.

235 - Redefinir o Porto Canal com a integração de uma perspectiva moderna em prol do clube, assegurando que é transmitido em todas as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto;

Nota adicional e prioritária, após a posse da direcção:

236 – Troféu Ibérico (pré-época) José Maria Pedroto. Em homenagem ímpar a José Maria PEDROTO a realização de um “ Torneio Ibérico de José Maria Pedroto “ a levar a efeito na pré-época. Proposta de Jorge Vieira, membro na lista do Conselho Superior;

237 – Comemoração anual das Ligas dos Campeões, com as Delegações, Filiais, Casas, Núcleos do FCPorto; Objetivo: anualmente com a presença de um ou mais campeões europeus, comemorar com jantar e festa, numa Delegação, Filial, Casa, Núcleo do FCPorto, escolhida aleatoriamente. Convite aos líderes dos GOA para estarem presentes.

238 – Nomes Propostos, com aprovação em Assembleia de Associados: Academia de Futebol FCPorto e/ou José Maria Pedroto (sugestões);



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

239 – Vantagens para a refiliação de associados. Quem deixou de ser sócio vai poder voltar com vantagens;

240 – Reativação da Secção da Pesca – contacto com associados que mostraram vontade voltar a esta secção;

241 – Alteração dos Estatutos para limitação de mandatos;

242 – Criação da Modalidade Ténis de Mesa;

243 – Criação da Modalidade Futebol 5 e Futebol 7 – Protocolos e Parcerias adaptadas a marca Porto;

244 – Possibilidade de implantação do Judo e Artes Marciais – Contacto de Associação, com protocolo adaptado para uso da Marca Porto;

245 – Proposta de lançamento (parceria) de Ginásio Fitness, na Cidade do Porto, Marca Porto.

246 – Criação de Comissões especializadas nas modalidades – obrigatório: ser associado do clube;

247 – Introdução do voto eletrónico com o objetivo de agilizar os atos eleitorais;

248 - Construção de Academia de Formação na zona limítrofe do Porto;

Internamente FC Porto:

249 – Análise e avaliação permanente de todos os Departamentos de RH existentes na estrutura e implementação de modelo de avaliação de performance;

250 – Modelo de gestão actual e profissional representado num organigrama, com work-flows, job-descriptions, departamentos e interatividades.



Programa de candidatura Nuno Lobo 2020 – Sim, Somos Porto.

Conclusão

Acreditamos que a força do associativismo no FCPorto pode vencer todas as diferenças e acrescentar valor ao futuro do Clube. Sim, somos Porto, porque queremos um Clube maior e assumidamente independente. Adoramos, idolatramos, apreciamos, admiramos o FCPorto, sem desuniões. O princípio é o de um amor eterno, onde os obstáculos nunca nos impedirão de amar com mais força. Vamos a todos os lados, terra, mar e ar...sem pestanejar e pensar duas vezes. Um amor eterno e inegociável. Estaremos sempre presentes, depois dos dias 6/7 de Junho de 2020. O nosso objetivo é acrescentar valor ao Clube e se possível, a confiança dos sócios ao votarem na **LISTA B**, num projeto sério e de relevo mundial. Só seremos um Clube maior, com a participação de todos. Não resistimos ao desafio único, de apresentar a **Lista B** a votos dos associados, com algumas novidades. Em período pré-eleitoral “ouvimos e sentimos” os sócios, através das redes sociais e de fóruns – mesmo em modo de Pandemia - de forma a garantir que no futuro, o FCPorto só tem um caminho: o aumento de associados e a participação do tecido empresarial na Marca Porto. Obrigado por estarem connosco. Prometemos seriedade e trabalho a uma voz:

Somos Porto. Força Porto.

A equipa da candidatura Nuno Lobo à Presidência