

[O Fluminense nasceu com a vocação da eternidade]



FLUMINENSE
FOOTBALL CLUB



BALANÇO ESPECIAL 2011/2013

Índice

 Nelson Perez e Bruno Haddad

Reestruturação e profissionalização

4



Investimentos coroados com títulos e aproveitamento da base

Valorização da base

8



Xerém é um dos carros-chefe da atual gestão

Volta ao Maracanã

12



Casa grande, anfitrião à altura

Sócio-Futebol

16



Apoio triplicado em um ano

Flu-Memória

18



Bom trato à história

▶ Mensagem do Presidente 3

▶ Projeto em expansão 10

▶ Internacionalização 11

▶ Conselho Diretor 14

▶ Fluminense Social 15

▶ Esportes Olímpicos 20

▶ TI: Avanços em tecnologia 21

▶ Finanças: Déficit zero é a meta 22

▶ Jurídico 23

▶ Comunicação e Mídias Sociais 26

▶ Sede: Clube revitalizado 28

▶ Fala tricolor 30

▶ Clipping 31



Marketing tricolor 24

▶ Torcedores e sócios como protagonistas

Valorizando nosso bem mais precioso

O trabalho coletivo

APÓS OS BALANÇOS ANUAIS 2011 E 2012, COM SATISFAÇÃO APRESENTO O ÚLTIMO RELATÓRIO DE ATIVIDADES DO CONSELHO DIRETOR PARA O PERÍODO INICIADO EM DEZEMBRO DE 2010, COM A MINHA POSSE NA PRESIDÊNCIA DO FLUMINENSE: O BALANÇO DO TRIÊNIO.

Ele resume as realizações de uma equipe, parte dela remunerada e parte estimulada exclusivamente pelo prazer de dedicar ao Fluminense algumas horas de seus dias de trabalho, lazer e convivência com a família.



▶ Peter Siemsen

Atuar com transparência é um dos pilares da gestão, estudos confirmam.



Neste balanço trazemos situações novas e outras que já fizeram parte dos relatórios anuais, contábeis e de atividades e estiveram nos informativos mensais regulares ou extraordinários, no site, nas mídias sociais oficiais do Fluminense e na imprensa, sempre prezando pela transparência.

A despeito de todas as dificuldades herdadas, o trabalho foi possível porque soubemos mobilizar os cada vez mais escassos recursos disponíveis e atingir os objetivos previamente traçados, pretendidos, esperados por todos. É um trabalho que nos honra e que temos feito sem descansar.

Indiscriminadamente, o Clube Social, os Esportes Olímpicos e não olímpicos, o futebol de base e o futebol profissional são objeto de atenção permanente, seja com as obras de recuperação, manutenção e adaptação, seja com a instalação de um sistema eficiente de gestão e controle dos recursos.

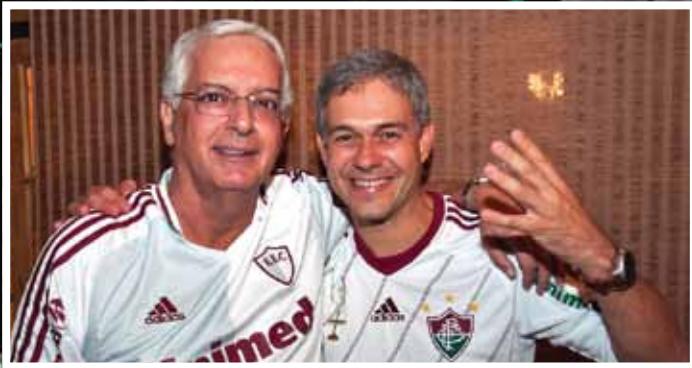
Tudo o que se fez teve como base o trabalho coletivo. Nenhum esforço isolado, porque isolado, todo trabalho é inútil.

Boa leitura.

Reestruturação e profissionalização

Investimentos foram coroados com os títulos de 2012 e maior aproveitamento dos jovens das categorias de base

► O INÍCIO DA NOVA GESTÃO TEVE COMO BASE A REESTRUTURAÇÃO E PROFISSIONALIZAÇÃO DA GERÊNCIA DO FUTEBOL TRICOLOR. Com um planejamento moderno e objetivo, o departamento recebeu investimentos pontuais, como a modernização da academia e do vestiário dos atletas, com equipamentos de última geração, e a reforma total do gramado das Laranjeiras.



► Tetracampeonato brasileiro fez de 2012 mais um ano histórico



Com o apoio dos torcedores, o Fluminense apresentou um trabalho sério e conquistou o Carioca e o Brasileiro em 2012



Paralela a essa reconstrução, uma nova filosofia montava um corpo de profissionais de excelência para conduzir o futebol ao caminho dos resultados. A aposta na comissão técnica do treinador Abel Braga impulsionou a equipe a buscar os melhores resultados em todas as competições disputadas e já em 2011 o time disputou o título do Campeonato Brasileiro até a penúltima rodada, terminando a competição na terceira posição e conquistando novamente a vaga para Copa Libertadores da América do ano seguinte.

Ciente das tendências do futebol no Brasil e no mundo, um planejamento foi definido para as divisões de base do Vale das Laranjeiras, em Xerém. O espaço físico foi reformado e instalações adequadas para que centenas de jovens possam se alojar e desenvolver suas atividades esportivas de forma eficiente. O corpo de profissionais também evoluiu e o foco ampliou-se da formação do atleta para formação do cidadão. Com reforço de educadores, assistentes sociais e psicólogos, os jovens ganharam acompanhamento específico para uma maior concentração na prática do desporto. Os resultados não demoraram a aparecer. Em três anos, o elenco profissional já possui praticamente 50% de seus atletas formados na base, o que coloca o Fluminense entre os maiores formadores de atletas de futebol profissional do Brasil.

Com o projeto de reestruturação implementado, a presidência deu início a um planejamento de metas agressivo para no ano de 2012. Com a contratação do diretor executivo e uma postura arrojada no mercado de negociações, o Fluminense montou um dos elencos mais cobiçados do país. Atletas como Thiago Neves, Jean e Wagner chegaram e ajudaram o clube em uma temporada histórica. Oriundo das categorias de base do clube, o

atacante Wellington Nem foi mais uma aposta da diretoria, sendo repatriado no início do ano para formar com Fred uma dupla de sucesso no ataque tricolor.

No primeiro semestre de 2012, a equipe sagrou-se campeã carioca. O tabu de 19 anos sem a Taça Guanabara também foi quebrado, revitalizando a história do clube. E as conquistas não pararam por aí. No Campeonato Brasileiro, o Fluminense obteve um dos melhores desempenhos da história dos pontos corridos, sendo campeão com três rodadas de antecedência.

As conquistas individuais simbolizaram a força do grupo construído de maneira minuciosa pelo comando do clube. O atacante Fred foi o artilheiro e eleito o melhor jogador da competição, assim como o goleiro Diego Cavalieri foi eleito o melhor de sua posição. A defesa tricolor, novamente, foi a menos vazada do campeonato. O Fluminense tornou-se a base da Seleção Brasileira durante toda a temporada e cedeu jogadores em todas as convocações do ano. Para coroar a temporada, a presidência anunciou a aquisição do terreno para a construção do Centro de Treinamentos do futebol profissional, na Barra da Tijuca, um sonho do clube há décadas.

Após a boa sequência de conquistas, a diretoria iniciou uma reavaliação das diretrizes do departamento. Algumas negociações pontuais foram realizadas e o planejamento financeiro do clube foi seguido de maneira integral. A formação de atletas na base continuou seu processo de evolução e uma nova safra já se apresenta de maneira positiva na equipe profissional. Jogadores como Rafinha, Igor Julião, Ronan, Kenedy e Robert tornaram-se peças fundamentais no elenco e já despertam as atenções no cenário do futebol brasileiro. ▀

Uma das grandes virtudes do Flu está em unir jogadores formados na base com atletas consagrados

Nos últimos anos grandes jogadores vestiram a camisa do Fluminense Football Club e aumentaram ainda mais a coleção de grandes atletas que representaram a camisa tricolor nos gramados pelas Américas do Sul e do Norte. Os atacantes Fred e Wellington Nem; os meias Thiago Neves, Jean e Deco; o lateral-esquerdo Carlinhos e o goleiro Diego Cavalieri são grandes exemplos destes guerreiros que brilharam com as três cores que traduzem tradição, conquistando títulos e levando os torcedores ao delírio.

► O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DA MARCA GANHOU FORÇA. A EQUIPE PROFISSIONAL REALIZOU UMA INTERTEMPORADA EM ORLANDO, NOS ESTADOS UNIDOS, EM JUNHO/JULHO DE 2013. O clube criou relações e emprestou jogadores para clubes da Polônia, Estados Unidos, Croácia, Portugal, Suécia, França, Hungria, Itália, etc. No Brasil, o trabalho de parcerias com outras equipes continua. Jogadores foram emprestados para clubes de Santa Catarina, São Paulo, Nordeste e etc. A contratação do técnico Vanderlei Luxemburgo manteve o planejamento da diretoria de contar sempre com profissionais do mais alto escalão do futebol nacional. Sempre atento e presente ao cotidiano do departamento, o presidente Peter Siemsen acumulou a função de vice-presidente de Futebol tornando-se assim ainda mais participativo no dia a dia da equipe.▪

DESTAQUES:



Fred

Capitão e líder do time, Fred foi campeão carioca em 2012 e comandou o time na campanha do tetracampeonato brasileiro. Fez o gol que garantiu o título, foi escolhido o craque do Brasileirão e voltou a ser convocado para a Seleção Brasileira. De quebra, se tornou o maior artilheiro do clube em Campeonatos Brasileiros. Fred chegou ao Fluminense em março de 2009. Em 2011, o atacante marcou seu nome na história ao terminar o Campeonato Carioca como artilheiro da competição, com dez gols. E, no Brasileirão daquele ano, tornou-se o maior artilheiro do Fluminense em uma única edição do campeonato, com 22 gols.



Wellington Nem

Formado em Xerém, o jogador foi emprestado para o Figueirense para ganhar experiência. E foi justamente o que aconteceu. Originalmente um meia de criação, Nem atuou pela equipe catarinense como atacante, impressionou o Brasil com sua habilidade e foi eleito a revelação do Campeonato Brasileiro de 2011. Bom para o Fluminense, que recebeu um jogador ainda mais reconhecido pelo seu talento. Em 2012 o jogador conquistou seu espaço durante a conquista do Carioca e foi um dos destaques na campanha do tetracampeonato brasileiro, se tornando titular do time de Abel Braga e sendo convocado para a Seleção Brasileira.



Jean

Jogador que se caracteriza por um futebol vistoso, um bom toque de bola e eficiência nas cobranças de falta, Jean chegou nas Laranjeiras como um dos grandes reforços para a temporada 2012. Com atuações destacadas, se firmou como um dos principais jogadores do time na campanha do tetracampeonato brasileiro. Foi eleito para a seleção oficial do Brasileirão e, como reconhecimento pelo grande ano, foi convocado pela primeira vez para a Seleção Brasileira, para a disputa do Superclássico das Américas.



Diego Cavalieri

Chegou ao Flu no fim de dezembro de 2010 e se firmou como o paredão tricolor. Foi destaque no título carioca de 2012 e na campanha do tetracampeonato brasileiro. As boas atuações lhe renderam o prêmio de melhor goleiro do Brasileirão 2012 e sua primeira convocação para a Seleção Brasileira, na segunda partida do Superclássico das Américas. Com um perfil compenetrado e incansável, tem como grande característica a dedicação ao trabalho. Costuma ser o primeiro e o último a sair dos treinamentos e não se atrela a nenhum aspecto que não seja o desempenho dentro de campo.



Thiago Neves

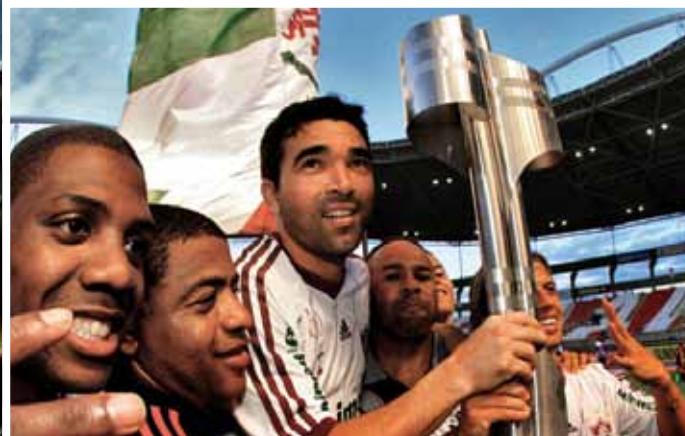
O meia entrou para a história do Fluminense em 2008, após os quatro gols que fez na final da Libertadores daquele ano. Jogador rápido, inteligente, driblador e finalizador, atua tanto no meio de campo como no ataque. Mais do que isso. Considerado um atleta voluntarioso, é muito importante sem a bola por conta de sua disciplina tática. Foi uma peça fundamental na engrenagem de Abel Braga no título brasileiro. Em 2012, como ele mesmo disse na sua reapresentação, Thiago Neves voltou para casa.



Carlinhos

Tendo como principal característica o apoio ao ataque e o drible, Carlinhos é o típico ala do futebol moderno. O lateral apoia e ataca com a mesma eficiência. Em 2012, participou das conquistas do tetracampeonato brasileiro e do Carioca. Entrou na seleção oficial do Brasileirão como o melhor lateral-esquerdo e foi convocado por Mano Menezes para o Superclássico das Américas, disputado entre Brasil e Argentina.

“(...) Em três anos, o elenco profissional já possui praticamente 50% de seus atletas formados na base, o que coloca o Fluminense entre os maiores formadores de atletas de futebol profissional do Brasil”.



Deco

Contratado pelo Chelsea em meados de 2008, foi negociado com o Fluminense após a Copa do Mundo de 2010 e apresentado com grande festa à torcida tricolor em um Maracanã lotado. Foi eleito o craque do Carioca 2012, vencido pelo Tricolor, e foi um dos destaques do time na conquista do tetracampeonato brasileiro. Com estilo clássico, Deco se destaca pela técnica apurada e qualidades nos passes e dribles. Durante sua passagem no Tricolor abriu uma “Chapelaria”. Sempre que surgia uma oportunidade, o Maestro alçava a bola sobre a cabeça dos adversários, levando a torcida tricolor à loucura.

Valorização da base

Aproveitamento das joias no profissional, melhores condições para os atletas nos alojamentos e CT reformado

Xerém sempre foi tratado pelo presidente Peter Siemsen como carro-chefe de sua gestão

Engana-se quem acredita que o único destino possível para a molecada lapidada em Xerém é o elenco profissional. A capacidade de formação de atletas supera o que o time principal pode absorver. Assim, para que as joias tricolores sejam melhores aproveitadas, os relacionamentos com clubes brasileiros e estrangeiros foram intensificados, permitindo que o Fluminense empreste atletas não aproveitados sem perder o vínculo

RECONHECIDA INTERNACIONALMENTE COMO UMA DAS MAIORES ESCOLAS DE FORMAÇÃO DE JOGADORES DE FUTEBOL, a base do Fluminense segue cumprindo com louvor o seu grande objetivo de fornecer atletas de qualidade para o elenco profissional. Raramente um clube utiliza de forma tão eficiente e expressiva as joias lapidadas em casa.

Uma das principais bandeiras da atual gestão, Xerém recebe uma atenção muito especial e, não por acaso, vem dando frutos. Se no título brasileiro conquistado em 2010, o Tricolor contou com apenas quatro pratas da casa em seu elenco, em 2012, os jovens guerreiros, nascidos e moldados sob a filosofia do clube, dominaram o plantel principal. 18 jogadores formados nas divisões de base participaram da vitoriosa campanha do ano passado. E foram mais do que meros coadjuvantes. O zagueiro Leandro Euzébio e o atacante Wellington Nem, por exemplo, foram peças fundamentais na engrenagem da equipe.



Como em uma verdadeira instituição de ensino, Xerém conta com um método de aprendizagem que fornece ao atleta mais do que o simples "be a bá" de treinos e jogos. Na base tricolor, o jogador tem a vivência do futebol. Além dos treinamentos em conjunto com o time principal, os jogadores participam frequentemente de torneios no exterior. Com isso, cada vez mais o clube capacita seus "alunos" para o mundo profissional.





Além do investimento em profissionais altamente capacitados, foi necessário melhorar também a infraestrutura do Centro de Treinamento Vale das Laranjeiras. O estado precário, e até mesmo indigno, em que se encontravam os alojamentos no início de 2011 mexeu com o presidente Peter Siemsen, que imediatamente iniciou as obras no CT. Já em abril de 2012, os atletas puderam desfrutar de melhores condições com a entrega da primeira grande transformação do local desde a inauguração oficial, em 1995. E as obras não pararam. Um ano depois, na segunda etapa da reforma, mais melhorias no ambiente de trabalho dos jovens atletas com a construção de um vestiário moderno, máquinas novas na lavanderia e gramados restaurados. No total, foram investidos R\$ 3 milhões na base desde 2011.

Apesar de a meta principal das divisões de base consistir em formar jogadores profissionais, não significa que o clube deva abdicar dos títulos. Nesse contexto, o sucesso também é comprovado. Xerém venceu diversos títulos expressivos, nacionais e internacionais, nos últimos três anos. Os juniores são os atuais bicampeões do Campeonato Carioca. No início deste ano, o time juvenil foi campeão mundial da categoria no Catar, derrotando no processo potências como Inter de Milão, Real Madrid e PSG. ▀

CAPTAÇÃO



O Fluminense investiu pesado na captação de atletas para a base. Em uma postura pró-ativa, o clube busca talentos no mercado. Foi desta maneira que promessas como Samuel, do Internacional, Eduardo, do Fortaleza, e Biro Biro, do Nova Iguaçu, chegaram ao Flu.

Na campanha do tetracampeonato, em 2012, 41% do elenco tricolor foram formados nas divisões de base do clube, sendo os garotos responsáveis por 27% dos gols do Flu durante a competição. Samuel balançou as redes cinco vezes.



Este ano, juniores conquistaram o bicampeonato estadual



GUERREIRINHOS

Guerreirinhos

Projeto em expansão

Com a metodologia de Xerém, escolinhas oficiais contribuem na captação de futuros craques

► O Fluminense ampliou a sua área de garimpo. Além das jovens promessas que entram no clube passando pela tradicional peneira e dos pequenos craques que surgem das quadras de futsal, agora o clube apostou em suas escolinhas de futebol oficiais como mais um meio de captar talentos. Criada em junho de 2012, a Guerreirinhos já conta com mais de 5 mil alunos espalhados em suas de 45 unidades.



As escolinhas funcionam em um sistema de franquias. Hoje, a Guerreirinhos tem 20 representantes na capital, seis no Grande Rio, nove no interior, oito em outros estados, uma na Argentina, em Córdoba, e outra no Chile, em Santiago. Além disso, o clube negocia unidades na Venezuela, nos Estados Unidos e no México. Ainda existe um projeto para que o Centro de Treinamento Vale das Laranjeiras, em Xerém, também abrigue uma filial.

Encontrar futuros talentos não é o único foco da Guerreirinhos. Em pouco mais de um ano, o projeto já mostrou que tem criado um vínculo afetivo impressionante entre o clube e os alunos. Vestidas com a armadura tricolor, as crianças encontram uma grande identificação com o Fluminense e uma nova geração de tricolores convertidos já começa a ser formada.

O projeto Guerreirinhos representa muito mais do que uma escola que ensina futebol a crianças. Pelo benefício comprovado que o esporte traz aos jovens, não apenas físico, mas na parte disciplinar, o Fluminense demonstra seu interesse nobre de se solidificar cada vez mais como uma instituição que tenha compromisso com a sociedade. ▶



Estado

Avanços no processo de internacionalização

Torneios de categorias de base é uma das frentes de expansão

► Argentina, Chile, Estados Unidos, Espanha, Holanda, Suécia, Hungria, Croácia, Polônia, França, Catar, China, Tailândia e Finlândia. Esses são os países com os quais o Fluminense já tem algum tipo de relação, seja por meio de escolinhas, parcerias entre clubes, participações em torneios como a Amsterdam Cup, eventos ou por meio de atletas emprestados. É o projeto de internacionalização do Flu, que segue a pleno vapor em todos os continentes.

Na Libertadores, o clube tem aproveitado as sucessivas participações para aumentar sua presença na América. Depois de instalar escolinhas do projeto Guerreirinhos na Argentina e no Chile, negocia mais três unidades, nos Estados Unidos, no México e na Venezuela. Em março, a primeira escola do projeto, no Recreio, participou do Mundialito, torneio infantil que acontece em Portugal e na Espanha, com equipes como Benfica e Juventus.



Somente em 2013, o Fluminense fechou parcerias com Istres, da França; Legia Varsóvia, da Polônia; Myllykosken Pallo-47, da Finlândia; Espanyol, time de Barcelona; e Djurgårdens, da Suécia, onde já tem jogadores emprestados, assim como nos EUA (2 jogadores), na Croácia (2) e na China (1). O caminho inverso também acontece. No Centro de Treinamento Vale das Laranjeiras, três atletas argentinos passaram pelas divisões de base neste ano, um americano faz intercâmbio e, no time sub-20, um goleiro húngaro foi contratado.

“Xerém talvez seja o braço mais importante do nosso processo de internacionalização, porque temos alta capacidade de formação de talentos. Esse reconhecimento como clube formador abre

portas, ajuda a valorizar a nossa marca no exterior. Quando os nossos meninos são vistos lá fora, somos chamados a participar de outros torneios, firmar novas parcerias com times do mundo inteiro. Fico muito feliz com este progresso. São ações que criam uma oportunidade atrás da outra, elevando o nosso valor comercial”, resume o presidente Peter Siemsen.”

► CONFIRA AS RELAÇÕES DO FLU EM CADA PAÍS:

ARGENTINA - Associação de três cônsules do país no Rio de Janeiro;
- Acordo de colaboração com o Vélez Sarsfield visando integração e troca de experiências;
- Instalação de franquia do projeto Guerreirinhos (escolinha) em Córdoba;
- Três atletas de um centro de formação argentino treinando em Xerém;

CHILE - Realização do evento Tricolor em Toda Terra com associação de torcedores;

ESTADOS UNIDOS - Processo de seleção para o mercado americano em Xerém;
- Participação no evento de seleção de jogadores da Major League Soccer;
- Participação dos juniores na Dallas Cup (Sub-19);
- Atletas emprestados em dois times;
- Intertemporada do time profissional em Orlando, em junho;

ESPANHA - Parceria com o Espanyol para troca de informações e experiências;

HOLANDA - Participação na Amsterdam Cup (Sub-20);

SUÉCIA - Acordo de cooperação com o Djurgårdens;
- Atleta emprestado (1);
- Amistoso este mês contra equipes Sub-23;
Hungria - Amistoso este mês contra equipes Sub-23;

CROÁCIA - Acordo com o Hajduk Split para intercâmbio de jogadores;
- Atletas emprestados (2);

POLÔNIA - Acordo com o Legia Varsóvia visando troca de experiências e intercâmbio de jogadores;

CATAR - Participação dos juvenis na Al Kass Cup (campeão do torneio Sub-18);

CHINA - Participação em feira internacional de negócios em Cantão;
- Recepção nas Laranjeiras de investidores chineses;
- Atleta emprestado (1);

TAILÂNDIA - Recepção do Comitê de Esportes do Senado da Tailândia;

FINLÂNDIA - Acordo de cooperação com o Myllykosken Pallo-47

FRANÇA - Acordo de cooperação com o Istres;
- Atletas emprestados (2)



Maracanã e CT

Casa grande, anfitrião à altura

*Historicamente vinculados,
Fluminense e Maracanã
reforçam seus laços e sucesso é rapidamente obtido*

► Maracanã renderá bons frutos para o Flu

56,6% da renda de público do Maracanã, o que representa 43 mil pessoas, são do Flu.

► UMA GRANDE CASA PRECISA DE UM ANFITRIÃO À ALTURA. HISTORICAMENTE VINCULADOS PELA MAGNITUDE DE AMBOS E PELO GLAMOUR QUE OFERECEM UM AO OUTRO, FLUMINENSE E MARACANÃ REFORÇARAM seus laços por mais 35 anos para que mais gerações tenham a oportunidade de vivenciar este casamento perfeito.

Com um modelo equilibrado do contrato, que beneficia tanto o Fluminense como o consórcio, o Tricolor voltou ao Maracanã e firmou um acordo vantajoso, em julho de 2013. Com a meta de manter a austeridade no cumprimento de suas responsabilidades, o clube acertou os detalhes do documento tendo como pré-requisito o custo zero, tendo direito ainda a receber 56,6% da renda de público do estádio, o que representa 43 mil pessoas.



● BOM PARA OS TORCEDORES!

O acordo com o novo Maracanã trouxe vantagens ao torcedor tricolor. Os guerreiros das arquibancadas ganharam um local fixo para torcer, chamado de a Muralha Tricolor, atrás do gol à direita das cabines de TV. A partir de 2015, o clube poderá instalar uma loja oficial no estádio. Atualmente, estandes móveis foram instalados para a venda de produtos e associação de torcedores.



● BOM PARA OS NEGÓCIOS!

Logo no primeiro jogo, contra o Vasco, o Fluminense ficou o pavilhão tricolor no seu lado para as batalhas. O clube fez valer o combinado em contrato e assumiu seu lado fixo nas arquibancadas e estreou em seu vestiário customizado. Já na partida contra o Corinthians, o clube, junto ao consórcio, montou ativação ao exibir exclusivamente o novo comercial do sócio-futebol, com imagens gravadas no próprio estádio. O jogo marcou o clímax de novas adesões de sócios. No primeiro duelo de mata-mata realizado após a reabertura do Maracanã, o estádio foi decorado com as cores do Fluminense e as redes voltaram ao formato tradicional, que lembra o "Véu de Noiva". Diante do Santos, mais um passo importante foi dado. A carteira de sócio voltou a ser o ingresso das partidas após semanas de pesquisas



21/07/2013 - Fluminense x Vasco - R\$ 999.449,52



11/08/2013 - Fluminense x Flamengo - R\$ 811.741,09



31/07/2013 - Fluminense x Cruzeiro - R\$ 256.476,92



EXPECTATIVA DE RENDA DO FLUMINENSE SÓ NO MARACANÃ EM 2013 - R\$ 4.243.832,00

O bom contrato do Fluminense com o Maracanã só foi possível após a construção de uma comissão executiva para estudar o histórico do clube em partidas realizadas no estádio nos cinco anos anteriores ao seu fechamento, montando projeções financeiras e de público com a análise dos borderôs das respectivas partidas e o estudo de comportamento de público durante o período em que o clube atuou em diversos estádios. Além disso, o clube investiu na capacitação de novos profissionais para atender a demanda com a volta do estádio, construindo assim a evolução do departamento especializado na organização de eventos esportivos dentro e fora do Rio de Janeiro, conhecendo e atuando em diversos estádios no Brasil, além de conhecer e trocar informações com administrações de estádios na América do Norte, América do Sul e Europa.



CT, UM ANTIGO SONHO

○ O FLUMINENSE RECEBEU DA PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO UM TERRENO PARA A CONSTRUÇÃO DO TÃO SONHADO CENTRO DE TREINAMENTO. O local fica na Avenida Ayrton Senna, entre a Barra da Tijuca e Jacarepaguá. O sonho de levar o futebol do clube para a Barra é um antigo sonho do clube, que agora poderá ser realizado. Em 1954, o então presidente Antônio Leite tentou adquirir uma área imensa na Barra da Tijuca, mas esbarrou no Conselho Deliberativo da época.

A próxima etapa, antes do início da obra, é o estudo para estaqueamento do solo. O CT é um grande legado que ficará para o futuro do futebol do Fluminense, algo que sempre foi buscado pelo clube, mas apenas agora foi conseguido. O Tricolor já tem um plano estruturado, com parceiro, para tirar o projeto do papel. O clube também conta com o apoio da sua torcida, por meio do sócio futebol, para poder viabilizar as obras e ajudar o futebol a ter um centro de excelência para trabalhar. ■

Conselho Diretor



Presidente

Peter Siemsen

► UM PRESIDENTE VENCEDOR NÃO TRABALHA SOZINHO. Durante o triênio, um grupo de grandes tricolores integrou o Conselho Diretor e, ao lado de Peter Siemsen, conduziu o clube em todas as conquistas, dentro e fora de campo. Desafios como implantar o profissionalismo e equacionar dívidas foram superados com muito trabalho e amor ao Tricolor.



Vice-Presidente Geral

Ricardo Martins



Vice-Presidente de Futebol

Peter Siemsen



Vice-Presidente de Interesses Legais

Carlos Eduardo Cardoso



Vice-Presidente Médico

Sergio Galvão



Vice-Presidente Social, Cultural e Cívico

Erica Bittencourt



Vice-Presidente de Marketing, Publicidade e Relações Externas

Idel Halfen



Vice-Presidente de Relações Institucionais

Alexey Dantas



Vice-Presidente Administrativo

Márcio Trindade



Vice-Presidente de Finanças

Bruno Curi



Tesoureiro

Fabio Antônio Dib Pereira



Secretário

Benedito Sergio



Vice-Presidente de Projetos Especiais

Eduardo Gouvêa Vieira



Vice-Presidente de Esportes Olímpicos

Zeca Oliveira

Renovação no quadro social

Com novos sócios, clube apresenta programação social focada nos distintos públicos

○ O TORCEDOR TRICOLOR NUNCA ESTEVE TÃO PRÓXIMO DE SEU CLUBE. COM UMA NOVA IMAGEM, A SEDE PASSOU A ATRAIR ASSOCIADOS DE TODAS AS IDADES. Crianças, jovens e adultos passaram a frequentar as instalações e, observando isso, o departamento Social passou a investir em eventos destinados a cada público.

Os eventos infantis se tornaram tradicionais nas Laranjeiras. Além das atividades recreativas semanais no Parque Infantil, os tricolores mirins têm tido atenção especial na programação social. Entre os destaques dos três anos estão os bailinhos de Carnaval, a chegada do Papai Noel, a apresentação “Os Saltimbancos” e os shows de Bia Bedran e Fabbio Campello.

Para os jovens, o clube promoveu a festa Grito de Carnaval 2013. O grupo Galocantô e os blocos carnavalescos Carrossel de Emoções e Turbilhão Carioca lotaram as Quadras Laterais. Além disso, todos os anos o Arraiá Tricolor foi sucesso de público.



Alguns eventos se firmaram na programação mensal. No Bar do Piscina, o show de voz e violão nas noites de sexta-feira e os telões com exibição de partidas do futebol realizadas fora de casa, além de feijoadas e o Flu By Night, são fixos. Com a inauguração do Bar dos Guerreiros, o clube ganhou mais um espaço, o que estimulou a realização de confraternizações empresariais. Os eventos abrem as portas do Fluminense, trazem o clima das arquibancadas para o clube e estimulam a associação. ■

Sócio-Futebol

Apoio triplicado em um ano

*Plano de associação já conta
com 22 mil torcedores*

Atualmente, cerca de 22.000 torcedores já se tornaram sócios do Fluminense e este número cresce a cada dia. A meta é atingir a marca de 100 mil sócios pagantes nos próximos três anos.



► APROXIMAR O TORCEDOR DA INSTITUIÇÃO FOI UM DOS PRINCIPAIS OBJETIVOS DO FLUMINENSE NESTES ÚLTIMOS TRÊS ANOS. E o projeto de Cidadania Tricolor é a melhor forma de fidelizar os tricolores que sempre tiveram interesse em participar mais ativamente do clube.

Para dar início ao projeto de associação, em janeiro de 2012, foi lançado o "Pacote Futebol", que agrega ingressos para todas as partidas do clube às modalidades titulares existentes (Sócio Contribuinte Efetivo e Sócio Proprietário). A estratégia se mostrou eficiente e em menos de um ano trouxe para o clube cerca de 4 mil novos sócios, além de se estender a quase mil associados antigos do clube. O próximo passo foi investir em uma modalidade mais acessível, com potencial para crescer nacionalmente e atingir diferentes públicos. O sucesso do Pacote Futebol indicava que o elo institucional (direito ao voto), somado à presença nos jogos, seria um caminho para fidelizar os tricolores.

Uma decisão, tomada após analisar os principais modelos associativos do mundo, transformou a projeção do futuro do Fluminense, que passou, de fato, a ser influenciado diretamente pelos torcedores. Em novembro de 2012, foi convocada uma Assembleia Geral para a mudança do Estatuto do Clube e, após os sócios aprovarem com 71,2% dos votos, foi lançado o Sócio-Futebol e, de lá para cá, o crescimento das adesões foi constante e as receitas sociais atingiram a marca de R\$ 7 milhões no primeiro semestre de 2013. A projeção para o ano é terminar com cerca de R\$ 14 milhões gerados diretamente pelos associados, fora o impacto das receitas com ingressos, obtido pelo novo modelo de relacionamento com o Maracanã.

Além de poder votar nas assembleias gerais após dois anos de contribuição ininterrupta, o Sócio-Futebol tem prioridade e desconto na compra de ingressos nos jogos com mando de campo do Flu. Ele poderá frequentar as áreas que são relacionadas ao futebol nas Laranjeiras, com exceção dos locais restritos a profissionais e atletas. Todos já contam também com uma vasta rede de descontos. ■



FACILIDADES DO SÓCIO-FUTEBOL

O torcedor do Fluminense que se torna sócio do clube ganha descontos de até 75% nas arquibancadas do Maracanã, graças a uma parceria com o banco Itaú, prioridade na compra de ingressos, descontos em eventos e viagens oficiais, pode participar da rede de benefícios, que conta com supermercados e outros serviços, de promoções exclusivas e tem direito a voto para presidente do Fluminense. Os sócios carregam o ingresso para as partidas no Maracanã na própria carteirinha, que é entregue no momento da associação se for feita nos estandes.

• VANTAGENS PARA SÓCIOS

- DESCONTOS
- DIREITO A VOTO
- CONTEÚDOS EXCLUSIVOS
- INGRESSO COMO CARTEIRINHA

• SÓCIOS DO FLUMINENSE

- ATÉ O FINAL DE 2010 - 3 MIL SÓCIOS PAGANTES
- ATÉ O FINAL DE 2011 - 4 MIL SÓCIOS PAGANTES
- ATUALMENTE - 27 MIL SÓCIOS PAGANTES



→ O torcedor pode deixar o Maraca após os jogos já com a carteirinha na mão.

Bom trato à história

Reformulado, departamento Flu-Memória valoriza os 111 anos do clube

CONVICTA DE QUE O FLUMINENSE POSSUI UMA HISTÓRIA SEM PARALELO NO CENÁRIO ESPORTIVO BRASILEIRO, A GESTÃO PETER SIEMSEN INVESTIU NA REVITALIZAÇÃO DO FLU-MEMÓRIA. O principal objetivo da iniciativa era que os fatos marcantes da trajetória centenária tricolor fossem contados por torcedores do clube tantas vezes campeão. Ao longo deste período, várias ações podem ser destacadas.



ASala de Troféus do clube foi totalmente remodelada e passou a ser um mini-museu, com atrações interativas e conteúdo audiovisual. O projeto, feito em parceria com a Ambev, possibilitou a restauração de vários troféus e itens históricos – como a primeira bandeira do clube e o primeiro paletô tricolor –, além da digitalização de centenas de fotos do acervo do Fluminense. O espaço se transformou no grande cartão de visita do clube, recebendo diversos ídolos e personalidades.

O empreendedorismo foi uma das marcas do Flu-Memória, que produziu o livro “Guerreiros desde 1902”, obra oficial dos 110 anos do clube, viabilizado através de um financiamento coletivo. O crowdfunding arrecadou R\$ 206.378,00, recorde brasileiro na modalidade e também permitiu a realização de memorável festa de lançamento com presenças ilustres.

Em mais uma iniciativa inédita, foi erguido um busto em homenagem ao escritor Nelson Rodrigues na sede do clube para cele-

brar o centenário do profeta tricolor. Houve também a criação da Medalha Nelson Rodrigues, entregue a grandes tricolores dos meios artístico, cultural e literário, como Pedro Bial, Jô Soares, Thalita Rebouças e Fernanda Montenegro, entre outros.

A obra “Fluminense tetracampeão – O livro oficial da conquista” também foi produzida, em parceria com a Editora Sextante, e lançamento na Livraria da Travessa do Shopping Leblon, com presenças de Samarone, Assis, Fred e Abel.





O Flu-Memória tornou público temas como os 60 anos do título mundial de 1952; os 80 anos da implantação do profissionalismo no futebol brasileiro; os 40 anos da conquista do título estadual de 1973; e a espetacular história do terreno de quase 750.000 m² na Barra da Tijuca que o Fluminense por pouco não adquiriu em 1954.

O clube passou a contar com os serviços contínuos de uma restauradora, que faz um tra-

lho focado nos troféus, quadros e no Salão Nobre. Há, por fim, a catalogação diária de jogos, troféus e fotos em bancos de dados criados para essa finalidade. O lema é “o que aconteceu a um segundo já é história”, mas sem deixar de trabalhar no acervo do clube, cujo valor é inestimável.▪

● BIENAL DO LIVRO

A participação do Fluminense na 16ª Bienal do Livro do Rio de Janeiro, realizada no Riocentro, Zona Oeste do Rio, entre os dias 29 de agosto e 8 de setembro, pode ser considerada um marco. Em uma iniciativa pioneira e inovadora, o Tricolor foi o primeiro clube de futebol a ter um estande no evento.

O espaço, que reuniu cerca de 30 obras sobre o Flu, teve talk-shows diáários com tricolores ilustres e grandes escritores. Durante o evento houve o pré-lançamento de mais um livro oficial, o “Guerreiros lance a lance”.



Com a obtenção das Certidões Negativas de Débito, os Esportes Olímpicos poderão contar com incentivos públicos.

Esportes Olímpicos

Unido e forte pelo esporte

Contribuindo com o esporte nacional, Fluminense mantém sua tradição de formar atletas e cidadãos

► NOS ESPORTES OLÍMPICOS, A TRADIÇÃO DE FORMAR ATLETAS SEGUE COMO REFERÊNCIA NO BRASIL. Com staff especializado, a qualidade do trabalho realizado nas categorias de base é evidente nas competições estaduais, nacionais e internacionais, especialmente nas modalidades aquáticas. Nas categorias adultas, os atletas representam o clube com grande competitividade, sempre em busca do lugar mais alto do pódio.

Demandia antiga de sócios e atletas, a reforma do Parque Aquático Jorge Frias de Paula é um capítulo à parte. Com padrões da Confederação Brasileira de Desportos Aquáticos, a nova estrutura foi reinaugurada em janeiro de 2013 e atende melhor às necessidades dos atletas de natação, polo aquático, nado sincronizado e saltos ornamentais.

No polo aquático, o desempenho positivo vai além das piscinas. Com um projeto pioneiro e ousado, os atletas passam pela formação com experiência em intercâmbios internacionais e oficinas com os principais atletas do mundo. Em alguns projetos, além do Fluminense, outros clubes são convidados para participar visando a evolução do esporte no Brasil. A contribuição chega às seleções de todas as categorias.

Outro exemplo positivo das piscinas é a natação tricolor. A formação dos jovens nadadores começa nas escolinhas. Principal ponto de captação de novos atletas, atualmente cerca de 600 alunos entre escolinhas de aperfeiçoamento, aprendizagem e bebês fazem aulas no Parque



Aquático do clube. O mesmo acontece nas outras 13 modalidades esportivas do Fluminense, todas formadoras de atletas e cidadãos.

O Fluminense também se manteve forte nos ginásios. No voleibol, a hegemonia dos times femininos de base foi mantida. A presença das tricolores em seleções de base passou a chamar a atenção dos times que atuam na Superliga. Após o time juvenil, alguns nomes passaram a reforçar equipes de ponta. Em 2012, a participação no Estadual Adulto Feminino e a conquista do vice-campeonato chamou a atenção da mídia esportiva. Em 2013, o título também foi alcançado.

Kaio Márcio e Henrique Rodrigues, na natação, Natália Falavigna, no taekwondo, e Juliana Veloso, nos saltos ornamentais, elevaram o nome do Fluminense nos Jogos Olímpicos de Londres em 2012 e deram continuidade à tradição do clube de sempre ter grandes atletas nas Olimpíadas, iniciada com Afrânio Costa, primeiro medalhista olímpico do Brasil, nos Jogos de 1920, na Antuérpia, no tiro esportivo.■



► SITUAÇÃO ENCONTRADA

O CPD tinha dois servidores. O serviço era lento e inconsistente. Não havia política de backup e de segurança da informação. O clube pagava por vários pontos de internet, o link era instável e não suportava integração com Xerém.

► O QUE FOI FEITO

Reestruturação e reorganização do ambiente físico do CPD, que conta com cinco servidores e foi reavaliado para garantir segurança, interna e externa, aos principais projetos do Fluminense, como o Sócio Futebol, Guerreirinhos e outros. Economia estimada em 100 mil reais por ano em contrato para serviço de telefonia e internet.

Avanços em tecnologia

Implantação do sistema Multiclubes possibilita maior controle no quadro de sócios

► OS SERVIÇOS DE TECNOLOGIA E INFORMÁTICA OBTIVERAM GANHOS EM DIVERSOS SETORES DO CLUBE DURANTE OS TRÊS ANOS DE MANDATO DO PRESIDENTE DO FLUMINENSE, PETER SIEMSEN. Um dos maiores avanços foi na área de cadastramento de associados, que possibilitou ganhos no pacote futebol e sócio futebol, além de novas adaptações no Portal do Sócio e na Ouvidoria.

Antes da implantação do Multiclubes, o sistema de gestão de cadastro de sócios estava completamente defasado. A otimização do serviço unificou o banco de dados do clube e possibilitou criação de produtos, como Pacote Futebol e Sócio Futebol. As franquias do Projeto Guerreirinhos passaram a ser controladas por módulo web do Multiclubes.

Uma nova infraestrutura para Call Center do Sócio Futebol foi preparada, com criações de pontos e apoio da área de Arenas do clube.

Também houve adequações no Portal do Sócio e no módulo da Ouvidoria, além da criação de um banco de dados off line para

marcação de jogos. Em contrato assinado para serviço de telefonia em Laranjeiras e Xerém, a economia estimada é de R\$ 100 mil por ano. Este serviço engloba novos serviços de internet e suporte em caso de falhas na conexão, agregando economia de mais R\$ 15 mil por ano.

Novas impressoras foram instaladas e tiveram seu número ampliado, tanto em Laranjeiras quanto em Xerém. A capacidade de impressão foi aumentada e os custos reduzidos, com estimativa de R\$ 50 mil por ano. Reavaliado para garantir segurança interna e externa aos projetos do Sócio-Futebol e Guerreirinhos, o CPD (Centro de Processamento de Dados) passou por uma reestruturação e reorganização em seu ambiente físico.

A adoção de Sistema para Gestão de Contratos do Futebol foi posta em prática nos departamentos de Futebol e Jurídico para permitir maior controle e gerência dos contratos exclusivos da área do futebol.

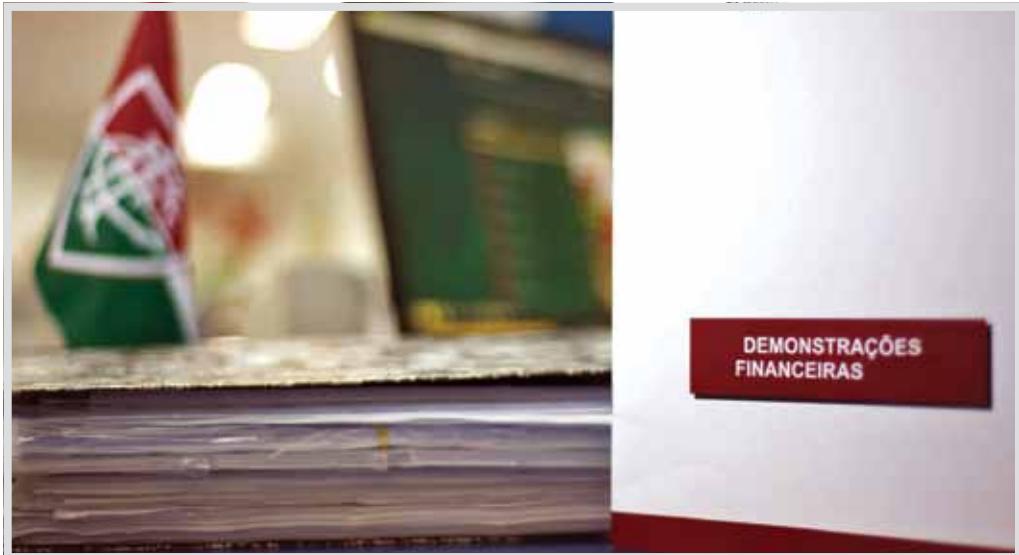
Houve estruturação de solução de informática para controle de patrimônio, com módulo contratado para gerenciar os bens do clube e processo de inclusão de dados.



Déficit zero é a meta

Clube persegue o equilíbrio econômico-financeiro para recuperar a capacidade de investimentos

► SEM ABRIR MÃO DOS RESULTADOS ESPORTIVOS, O FLUMINENSE TRABALHA PENSANDO NO FUTURO. O objetivo é alcançar o déficit zero, e os passos largos dados nos últimos anos mostram que chegar ao patamar desejado é uma realidade próxima. O departamento financeiro foi repensado e passou a atuar ajustando as necessidades do clube ao seu orçamento.



O déficit vem sendo reduzido e os passivos trabalhistas estão regularizados por meio do Ato Trabalhista. O momento é de atingir o equilíbrio econômico-financeiro e recuperar sua total capacidade de investimentos. Com a solução das penhoras, oriundas de dívidas contraídas no passado, o futuro tricolor é promissor.

De um déficit de R\$ 41 milhões, o clube reduziu o valor para R\$ 3 milhões no exercício de 2012 e, apenas de passivo trabalhista e impostos, foram pagos R\$ 103 milhões. Desde 2011 o orçamento está sendo executado sob a ótica de unidades

distintas de negócio: Futebol, Esportes Olímpicos e Clube Social, o que facilitou o controle de receitas e despesas. O Fluminense de hoje se pensa a longo prazo.

O clube apresenta nova imagem e já colhe frutos após cumprir seus compromissos e demonstrar o profissionalismo da gestão. A recuperação do crédito no mercado e a credibilidade com os parceiros provam o novo momento das finanças. Atualmente, o Fluminense dispõe de linhas de crédito para capital de giro com as mais diversas garantias, crédito rotativo para a aquisição de suprimentos, sistemas de faturamento diferenciados com prazos e taxas justos.

► RECEITA GERAL

- 2010 – R\$ 76 milhões
- 2011 – R\$ 86 milhões
- 2012 – R\$ 151 milhões
- Evolução - 98%
- Expectativa para 2013 – R\$ 200 milhões

► ESFORÇO EM NÚMEROS

- Aumento de arrecadação com mensalidades - +150% (de R\$ 400 mil para R\$ 1 milhão /mês)
- Aumento de arrecadação com escolinhas - +55%
- Aumento de arrecadação com licenciamentos - +80%
- Impostos pagos - R\$ 25 milhões + de R\$ 21 milhões em débitos fiscais com a Fazenda Nacional e R\$ 5 milhões com parcelamentos fiscais
- Recolhimento para o Ato Trabalhista - R\$ 19 milhões
- Acordos trabalhistas - R\$ 19 milhões
- Economia com contratos de manutenção renegociados - 11,6%

Os números confirmam a ascensão. Somente em receita mensal com associados, o Fluminense passou de R\$ 400 mil em 2010 para R\$ 1,1 milhão em 2013. Com maior controle dos contratos de licenciamento de produtos, as receitas da área cresceram 80%.



Credibilidade e avanço

Mais dinâmico e especializado, Jurídico é suporte fundamental no andamento do clube

- SETOR RESPONSÁVEL POR ASSESSORAR AS MAIS DIVERSAS ÁREAS DO CLUBE e viabilizar distintos projetos, sempre zelando pelo cumprimento das leis, o Departamento Jurídico atua ativamente em várias frentes e tem conquistado cada vez mais credibilidade para o Fluminense.



► AVANÇOS

- Maior controle na execução de contratos
- Nova organização com equipe dividida em dois segmentos: futebol e clube
- Formulação dos contratos dos atletas dos esportes olímpicos
- Regularização da situação contratual dos atletas de futebol de base
- Organização da apresentação da situação fiscal
- Suporte e colaboração ao projeto de internacionalização

Reformulado em 2011, o setor foi subdividido em duas equipes que trabalham de forma integrada, porém com focos divididos entre Futebol e Clube, o que inclui Social e Esportes Olímpicos. Além da função de manter os contratos atualizados e elaborar adequações, o Jurídico organiza e revisa novos regulamentos do clube, como foi feito no novo plano de associação Sócio-Futebol e também no Pacote Futebol, pensado especialmente para os sócios contribuintes e proprietários que desejam ter acesso aos jogos.

O progresso pode ser evidenciado em números. Nos últimos 32 meses, foram feitos 2.116 documentos, entre contratos, aditamentos e

distratos, um crescimento de 91,5% em relação aos 1.105 produzidos no triênio anterior.

A execução dos contratos passou a ter maior controle. O departamento foi fundamental para a evolução do Fluminense. Projetos já considerados bem sucedidos, como a rede de franquias da 'Guerreirinhos – Escolinha Oficial de Futebol' e a utilização do estádio Maracanã a custo zero, passaram pelo aval da área e tiveram seus contratos revisados e discutidos amplamente.

No futebol, é o jurídico que viabiliza contratações, transferências, empréstimos, regularizações, além de acordos para a realização de

amistosos, como na partida contra o Orlando City. Em conjunto com o departamento de Marketing, o trabalho de combate à pirataria foi intensificado e 16 empresas foram notificadas a fim de resguardar a devida utilização das marcas do clube.

A reformulação dos contratos dos atletas dos esportes olímpicos também merece destaque. Foram elaborados 185 contratos especificamente para regular a relação clube-atleta e resguardar as duas partes, além de atender suas necessidades. Sem qualquer tipo de contrato formal, os esportistas do polo aquático, natação, saltos ornamentais e vôlei recebiam ajuda de custo mensalmente no caixa do clube.

Sob permanente supervisão e gerenciamento do jurídico do clube, os escritórios contratados colaboram no andamento e prevenção de processos. Na solução da questão das dívidas fiscais e na retomada do Ato Trabalhista, tiveram participação destacada. Para equacionar suas dívidas com acordos, o Fluminense passou por árduas negociações.



Torcedores e sócios como protagonistas



Valorizando seu bem mais precioso, clube investe em ações pioneiros e gera novas receitas



○ O MARKETING DO CLUBE TINHA GRANDES DESAFIOS PARA O TRIÊNIO. O TORCEDOR E O ASSOCIADO ESTAVAM DISTANTES DO CLUBE. Problemas na venda de ingressos, poucas receitas, imagem institucional e história do clube desvalorizadas. Como progredir com capacidade de investimentos moderada e uma necessidade de resultados imediata? Hoje, estes desafios foram superados. Contratos majorados, credibilidade resgatada, marca valorizada e geração de novas receitas. Tudo a partir de um conceito simples: **ter o torcedor e o sócio como protagonistas.**

➡ Torcedor engajado, marca valorizada



Melhorar a venda de ingressos foi o passo inicial. A introdução da venda online e a redução dos problemas no acesso foram importantes. Em menos de um ano, o Fluminense já era o recordista de ingressos pela internet no Rio, com média de 70% do total. A reaproximação com o torcedor e o trabalho integrado com a nova Gerência de Arenas teria um objetivo: expandir o quadro social.

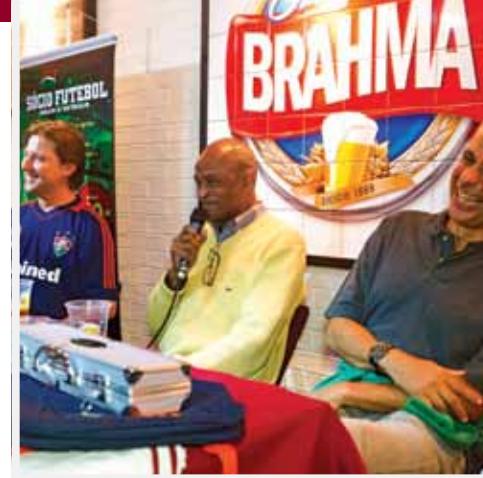
Os melhores exemplos do mundo foram estudados. O aumento do número de sócios seria o caminho para novas receitas. Com o lançamento do Pacote Futebol, a Cidadania Tricolor estava criada. A consolidação veio com o Sócio Futebol, modalidade com potencial de expansão nacional, aprovada pelos sócios atuais. Com cerca de 20 mil adesões em menos de um ano, a escolha se mostrou acertada.

Mas o clube pensou além dos jogos. Iniciativas como o "Tricolor em Toda Terra" e a Agência "Vou Ver o Flu" nasceram para expandir as fronteiras do Fluminense. Entre centenas de eventos e viagens, milhares de tricolores celebraram a sua paixão em todo o país e no exterior.

O Fluminense começou um trabalho criterioso de cuidado da marca e escolha de produtos licenciados. O clube ganhou em qualidade e no aumento de 100% das receitas, com destaque para a melhoria da distribuição nacional.

A nossa história foi reforçada com ações integradas com o Flu-Memória. Assim surgiu a nova Sala de Troféus e uma série de livros e produtos temáticos. O torcedor foi protagonista no livro "Guerreiros desde 1902", quando foi quebrado o recorde brasileiro de financiamento coletivo. A inédita presença na Bienal do Livro reforçou o posicionamento do clube no cenário cultural.

Os contratos com os patrocinadores foram melhorados, com novo perfil de ativação. Com a Ambev, uma série de benfeitorias como a Sala de Troféus e reformas em Xerém e em Laranjeiras. Já com a Adidas, tivemos aumento de receita em 200% e sua variedade de produtos expandida. A Unimed viu sua exposição de marca crescer, como novas ações e eventos, aumentando seu retorno. Novos parceiros chegaram, como a Nutrilatina, e a Gatorade fechou o melhor contrato da empresa no Brasil, com perfil inovador.



Em todas as áreas, recursos foram otimizados e resultados, obtidos. O potencial da nossa marca ficou claro, tanto para o mercado, quanto para os torcedores. Hoje, há um caminho claro de futuro. Uma torcida diferenciada, cada vez mais próxima e engajada, consolidará o Fluminense como um dos maiores e mais respeitados clubes do continente.■



Imagen valorizada

Comunicação

Trabalho realizado na área de Comunicação gera credibilidade e estreita o diálogo

► A TRANSPARÊNCIA DA GESTÃO E O FORTALECIMENTO DA INSTITUIÇÃO CONSTRUÍRAM OS PRINCIPAIS PILARES DA COMUNICAÇÃO NOS ÚLTIMOS TRÊS ANOS. Lado a lado com a evolução do departamento de Marketing, a construção da imagem segue em ritmo intenso de valorização junto aos veículos de imprensa e, principalmente, à torcida.

Mídias Sociais

2011

Fluminense anuncia pelo Twitter 'rescisão amigável' com Belletti
SIGA: Inter vira contra Bayern no final

Olympique dinamarca contra Manchester



MARÇO/11

Com o objetivo de criar um banco de imagens próprio e acessível ao torcedor e à imprensa, o Fluminense estreia a sua conta oficial no Flickr. Menos de três anos depois, o acervo digital conta com quase 35 mil imagens e já ultrapassa a marca de 9 milhões de visualizações

15/03/2011

Pela primeira vez, a imprensa é pautada por um canal de rede social oficial do Fluminense: anúncio da saída do lateral direito Belletti no Twitter

24/04/2011

A foto com maior audiência do Flickr é publicada: 5.751 visualizações da imagem da torcida tricolor no Fla-Flu

26/05/2011

O Fluminense, até então o único clube carioca sem presença oficial no Facebook, estreia a sua página na rede

04/07/2011

O vídeo de despedida gravado por Conca para o canal oficial no YouTube ultrapassa 50 mil visualizações: "Eu vou voltar"

21/07/2011

LANÇAMENTO DO NOVO SITE OFICIAL DO CLUBE

(antes e depois)



07/03/2013

A página oficial do Facebook completa a marca de meio milhão de fãs e alcança a segunda relação entre torcida e seguidores entre os grandes brasileiros

13/11/2012

O Fluminense assume a 55ª colocação no ranking mundial dos clubes mais populares do Facebook publicado pelo site português Futebol Finance. Entre os times brasileiros, a página tricolor figurava na nona colocação com 445 mil fãs no mês da pesquisa



2013

26/05/2013

O perfil oficial do clube no Twitter chega a 100 mil seguidores

10/06/2013

Lançamento do perfil oficial do Fluminense no Instagram (ítem da primeira foto postada)

04/07/2013

Matéria com vídeo de despedida de Ricardo Berna alcança a maior audiência do ano no site oficial do Flu

10/07/2013

Fluminense anuncia acordo com o Consórcio Maracanã pelo Facebook e Twitter



Na sede, a aproximação do diálogo com o torcedor foi o primeiro objetivo a receber atenção especial. A sinalização do clube foi revitalizada com o novo design padronizado dos murais, tornando a divulgação dos eventos e atividades realizados nas Laranjeiras mais clara e atrativa. Para o sócio, foi criada uma newsletter com conteúdo exclusivo enviado mensalmente por e-mail. Sem esquecer a transparência como aliada, também foram elaboradas duas publicações anuais que resumem setor a setor a aplicação dos investimentos da gestão, além de um balanço com a evolução do trabalho realizado em Xerém.

O desenvolvimento de uma nova identidade visual, criada para padronizar a vitrine do clube em publicações e canais oficiais, foi outro passo importante rumo à valorização da marca. O cuidado com a imagem também refletiu na criação de um acervo próprio de fotografias da cobertura diária de treinos, jogos e eventos. O resultado são quase 35 mil imagens em alta resolução à disposição dos veículos de comunicação, centenas delas com repercussão nacional e, em alguns casos, mundial. Foi com foco na imprensa, aliás, que o clube dedicou atenção especial à postura dos atletas diante dos microfones. De media trainings a gestão de crises, a imagem do clube na imprensa é administrada de perto como parte fundamental da engrenagem de fortalecimento da instituição.

Com uma câmera na mão e acesso privilegiado fora das quatro linhas, a produção de conteúdo audiovisual deu um salto em número e qualidade. Com o objetivo de aproximar o torcedor do dia-a-dia do clube, quase 900 vídeos foram publicados com imagens de bastidores e mensagens exclusivas de jogadores. Hit entre a torcida e a imprensa, as cenas de maior sucesso ficam por conta dos minutos que antecedem as vitórias no vestiário dos estádios, com média de 10 mil visualizações por partida.



2012

23/07/2011
O segundo vídeo mais assistido do canal é publicado no YouTube: Fred e Rafael Moura contra Diguinho e Marquinhos

AGOSTO/11
O perfil oficial no Twitter chega a 50 mil seguidores, dobrando a sua audiência desde a redefinição da estratégia em março/11

28/09/2011
Para comemorar o centésimo jogo de Abel, o perfil no Facebook propõe um desafio à torcida: gravar uma mensagem ao time e viver a experiência de técnico por um minuto. A melhor preleção foi escolhida pelo técnico, que gravou uma mensagem para o vencedor exibida nos canais oficiais do clube e no Globo Esporte

OUTUBRO/11
O endereço da página oficial no Facebook migra de FluminenseOficial para FluminenseFC e agrupa quase 15 mil fãs de páginas não-oficiais que utilizavam indevidamente o nome do clube



11/11/2012
Post do tetra brasileiro alcança a maior audiência do ano na página oficial do clube no Facebook: 49.462 curtidas, 39.101 compartilhamentos e 17.075 comentários

10/05/2012
Financiamento coletivo para a produção do livro oficial de 110 anos do Fluminense atinge a meta de R\$110 mil com 840 contribuições em uma semana



20/01/2012
Transmissão ao vivo da apresentação de Thiago Neves pela twitcam

23/07/2013
Foto e vídeo da entrega da camisa tricolor ao Papa Francisco ganha repercussão em veículos como O Globo, Veja e Fox Sports

02/08/2013
As palavras de Vanderlei Luxemburgo antes das vitórias movimentam o noticiário esportivo nos já tradicionais vídeos de bastidores gravados com exclusividade pela Comunicação do clube. No canal tricolor do YouTube, a audiência média é de 10 mil visualizações

11/09/2013
O Fluminense dá mais um passo rumo à padronização de seus canais oficiais com a migração do perfil do Twitter para @FluminenseFC, agora com o mesmo nome do Instagram e Facebook



2014





Sede

Clube revitalizado

Obras nas instalações fazem do Fluminense um clube social moderno e ao mesmo tempo preservado

OS TRICOLORES SEMPRE TIVERAM ORGULHO DE SUA SEDE HISTÓRICA, TANTO POR SUA TRADIÇÃO PELOS INÚMEROS SERVIÇOS PRESTADOS AO ESPORTE COMO POR SUA BELEZA. Portanto, nem é preciso destacar que é imprescindível que este patrimônio seja permanentemente preservado e modernizado. Ciente disso, o presidente Peter Siemsen, sobretudo um torcedor apaixonado, colocou entre as prioridades de sua gestão a recuperação da infraestrutura das Laranjeiras e de Xerém, facilitada graças a um melhor aproveitamento dos parceiros e à política austera nas finanças. ▶



► A nova cara da sede: Bares e vestiários totalmente reformados



No total, sem contar os R\$ 3 milhões investidos em Xerém, o Fluminense investiu mais de 2 milhões só em obras na sede. Entre elas, estão as reformas no prédio principal, no parque aquático, no estacionamento dos jogadores de futebol, no alambrado, no parque infantil, nas quadras de tênis, nas churrasqueiras, nos vestiários dos funcionários, no bar da piscina e etc. Além disso, ainda foram comprados novos equipamentos para a academia. Graças às parcerias, foram entregues a Sala de Troféus, o Bar dos Guerreiros, o novo vestiário do futebol e a sala de musculação.



INVESTIMENTOS:

VALORES DAS OBRAS
(material, mão de obra
e demais gastos)

Parque Aquático:
R\$ 1,6 milhão
Estacionamento
dos jogadores:
R\$ 60 mil

Reforma na sede:

R\$ 400 mil

Sala de Troféus:

R\$ 1,5 milhão

Bar dos Guerreiros:

R\$ 850 mil

Vestiário dos jogadores:

R\$ 790 mil

Quadras de tênis:

R\$ 16 mil

Bar da piscina:

R\$ 450 mil

OBRA DA PISCINA:

A reforma do Parque Aquático, além da economia de dinheiro com o desperdício de água que ocorria, dá maior comodidade aos sócios e atletas e permite que recordes sejam novamente homologados no local.



Fala tricolor

Com a palavra

Tem coisa que só o Fluminense faz pela gente. Uma delas é que o Fluminense é o primeiro clube de futebol da história da humanidade a ter um estande literário Bienal do Livro do Rio de Janeiro. Vamos colorir o Riocentro com as cores branco, grená, verde e a cor do seu sorriso, dos seus dentes. Vamos fazer história mais vez.

Pedro Bial, apresentador

Esses tricolores estão simplesmente demais, temos que ter orgulho de cada componente da família tricolor. A União deles dentro de campo é que nos dá esse prazer de ver cada jogo. Parabéns pra nós. – Em 27/01/2013, após o empate em 1 a 1 com o Botafogo, pelo Carioca.

Nilza Maria Oliveira

Rua Álvaro Chaves, 41, representa a materialização do orgulho que tenho de ser tricolor, aliando a paz do branco de nossas cores e dos ares de Laranjeiras, a esperança, inerente à nossa história e a cada um dos corredores de nossa sede, e o amor, explícito no grená de nosso escudo, vivo e eterno em cada um de nossos troféus e emanado ao sorriso de qualquer tricolor que tem a honra de pisar neste endereço que é o berço do clube mais bonito do Brasil e do futebol brasileiro. – Em 17/07/2013, no Concurso Cultural pelo aniversário dos 111 anos.

Eric Costa

Escrever sobre o Fluminense é uma válvula de escape. Somos a vanguarda do futebol brasileiro, casa da Seleção, temos a Taça Olímpica. Escrever sobre o Flu é um prazer e uma navegação sem fim.

João Garcez, escritor



Paixão, profissionalismo e ideologia. Nada é mais intenso do que trabalhar no clube que eu amo, buscando um futuro melhor para o Fluminense.

Alexandre Vasconcellos, gerente de Marketing



Só quem torce pelo fluminense sabe a felicidade que dá ver esse time em campo. Com muita garra, união, confiança e talento, o time de guerreiros foi lá e fez de novo, conquistando o brasileiro de 2012. Em 09/03/2013, no concurso cultural livro 'Fluminense Tetracampeão'. Paulina Oliveira

Torcer pelo Tricolor envolve um sentimento atávico que une clube e torcida. Ela, a torcida tricolor, é objeto de sua própria aclamação narcísica. Somos uma extensão natural dessa maneira de experimentar o futebol. Isso independe da fase do clube. – Em 21/09/2012, na comemoração dos 78 anos de Waldo, maior artilheiro do Fluminense.

Welerson Macedo

A possibilidade de ajudar o Fluzão não só com o apoio incondicional, mas financeiramente, além de deixar meu nome marcado e ter acesso a essa instituição centenária foram os motivos que me levaram a me associar ao melhor clube do Rio! – Em 13/03/2012, na promoção Camarote Tricolor.

Thiago Corrêa

Tenho enorme orgulho e satisfação de fazer parte desta gestão e, assim, poder contribuir ativamente para a modernização e democratização do Fluminense. Somos movidos pela paixão e gerenciados pela razão!.

Alexey Dantas, vice-presidente de Relações Institucionais

Nunca enaltecedo-se por tal vitória, nunca se achando melhor, todavia fazendo de tudo para ser. 38 batalhas e uma guerra vencida. A luta não foi fácil, mas se fosse fácil não valeria a pena, se fosse fácil não seria Fluminense. – Em 09/03/2013, no concurso cultural livro 'Fluminense Tetracampeão'.

Vinícius Lopes

Clipping

The image shows a magazine spread from 'JORNAL DA FOLHA'. The top half features a large diagram of a stadium, likely Maracanã, with various sections labeled: '43 mil' (43 thousand) in red, '35 mil' (35 thousand) in blue, and 'BARRACÃO 1.4.' in green. To the right is a portrait of Chris Weidman. The left side has several columns of text under headings like 'NOTÍCIAS DO FLU', 'ESTADO DO CERCO', 'MELHORES', and 'TÉCNICAS'. The main headline in the center reads 'Flu de volta à casa PRIMEIRO INQUILINO' with a subtext 'Tricolor assina contrato para jogar no Maracanã pelos próximos 35 anos'. Below the headline is a large block of text with several columns.

The image shows the front cover of the Italian magazine L'Espresso. The main headline is "Seleção tricolor" (Tricolor Team) in large, bold, black letters. Below the headline, three Brazilian national team players are standing behind a large Brazilian flag. The player on the left wears a striped shirt, the center player wears a dark blue shirt with "Unimed" on it, and the player on the right wears a striped shirt. To the left of the players, there is a sidebar with the word "PRESENTES" at the top, followed by text about the team's preparation for the World Cup. The background features a repeating pattern of the Brazilian flag colors.

[globo.com](#) [notícias](#) [esportes](#) [entretenimento](#) [vídeos](#)

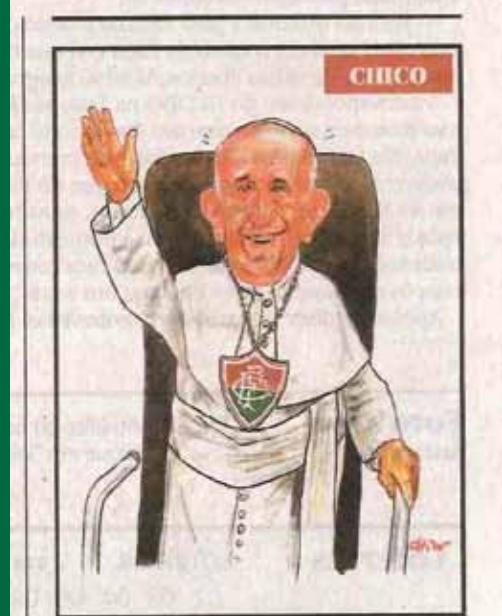
globo.com  [aquáticos](#)





TIME
Brasil





fluminense.com.br

