



NR. ADRESĂ: B2B.01 / 16.06.2026 DATA: 16.06.2026 TIP DOCUMENT: Consultare preliminară / manifestare de interes LOCUL: București, România

CĂTRE: Firme mici și mijlocii active pe piața din România
În atenția: Administrator / Director general / Departament marketing
Email pentru răspuns: contact@ultimareduta.ro

SUBIECT: Consultare preliminară privind interesul firmelor românești pentru un posibil program B2B de susținere și vizibilitate în jurul Clubului Steaua București

Stimate reprezentant al companiei,

Asociația Ultima Redută 1947, organizație non-profit formată din suporterii steliști și implicată voluntar în susținerea Stelei București, analizează interesul mediului de afaceri românesc pentru un posibil program B2B de susținere, vizibilitate și parteneriat în jurul Clubului Steaua București.

Prin prezentul document nu solicităm efectuarea niciunei plăți, nu lansăm o ofertă contractuală fermă și nu colectăm fonduri. Scopul acestui demers este exclusiv consultativ: dorim să aflăm dacă firmele mici și mijlocii active pe piața din România ar fi potențial interesate de un asemenea program, în eventualitatea în care acesta va putea fi dezvoltat oficial, legal și transparent, cu acordul Clubului Steaua București.

Orice eventuală implementare a acestui program s-ar putea face numai cu acordul oficial al Clubului Steaua București. În această etapă, răspunsul unei companii reprezintă doar o manifestare preliminară de interes, fără obligație de plată și fără obligație contractuală.

1. Principiul inițiativei

Asociația Ultima Redută 1947 nu își propune să deruleze un astfel de program în afara clubului, în paralel cu clubul sau fără girul acestuia. Ideea urmărită este identificarea unei formule prin care firmele românești interesate să poată susține Steaua într-un cadru transparent, predictibil și verificabil, dacă proiectul va primi acordul oficial necesar.

Orice formă finală ar trebui să includă reguli clare, contracte oficiale, destinație clară a fondurilor, respectarea legislației fiscale, comerciale și sportive aplicabile, precum și aprobarea expresă a elementelor de imagine, amplasare și comunicare.

2. Ideea generală a programului

Programul ar urmări crearea unei comunități B2B în jurul Stelei București, formată din firme românești care doresc să susțină dezvoltarea clubului și, în același timp, să beneficieze de vizibilitate reală în fața unui public numeros, activ și atașat de brandul Steaua.

Conceptul poate fi privit ca o posibilă platformă de parteneriat pentru firme, cu expunere publicitară, materiale dedicate, coduri QR, posibilități de networking și prezență într-un cadru economic organizat în jurul unui club cu o puternică identitate națională.

3. Variante preliminare de participare

Pachetele de mai jos sunt prezentate exclusiv ca variante de lucru. Acestea pot fi modificate, completate sau ajustate dacă programul va primi acordul oficial al Clubului Steaua București și dacă forma juridică, fiscală și operațională finală va permite implementarea lor.

| Element | Partener B2B Standard | Partener B2B Premium / VIP |
|-----------------------------|---|---|
| Valoare orientativă | 12.000 euro/an echivalent 1.000 euro/lună | 24.000 euro/an echivalent 2.000 euro/lună |
| Durată contractuală propusă | Minimum 2 ani, numai dacă programul va fi aprobat oficial | Minimum 2 ani, numai dacă programul va fi aprobat oficial |





| Element | Partener B2B Standard | Partener B2B Premium / VIP |
|-------------------------|--|---|
| Vizibilitate | Afișarea companiei pe panouri sau materiale dedicate programului, în spații aprobate | Vizibilitate extinsă, inclusiv în zone interioare/VIP, dacă acestea vor fi aprobate |
| Elemente incluse | Logo, website, cod QR, posibilă prezență într-o secțiune online dedicată | Logo, website, cod QR, materiale promoționale, broșuri/foldere, posibile spații de prezentare |
| Networking | Participare într-o comunitate B2B organizată în jurul Stelei | Acces la un cadru de networking cu alte firme participante și posibile zone lounge/VIP |

Toate materialele vizuale, textele, logo-urile, codurile QR și amplasamentele ar urma să fie verificate și aprobate înainte de utilizare, pentru a respecta standardele clubului, legislația aplicabilă și imaginea generală a programului.

4. Concept orientativ de vizibilitate în traseele interioare ale stadionului

Una dintre ideile analizate este utilizarea unor trasee interioare de circulație ale stadionului: culoare, inele de acces, zone de tranzit dintre sectoare, holuri, scări, zone de intrare și alte spații prin care spectatorii se deplasează în mod natural înainte, în timpul și după meciuri.

Nu ne referim la drumul exterior către stadion, ci la spațiile interioare și perimetrare ale arenei prin care publicul circulă pentru a ajunge la sectoare sau pentru a se deplasa între zonele stadionului, de exemplu de la un sector la altul, fără a traversa zona scaunelor.

Într-un asemenea model, panourile sau modulele publicitare ar trebui să fie gândite ca elemente ordonate, curate și integrate în arhitectura stadionului, fără afectarea fluxurilor de acces, evacuare, siguranță sau vizibilitate.

| Ipoteză | Valoare orientativă |
|---|--|
| Lungime totală posibilă a traseelor interioare analizate | aproximativ 800 metri utili |
| Dimensiune modul publicitar | aproximativ 1 metru lățime x 0,5 metri înălțime |
| Organizare posibilă | două rânduri de afișare, acolo unde spațiul și regulile permit |
| Capacitate teoretică brută | aproximativ 1.600 module publicitare |
| Capacitate realistă estimată | aproximativ 800-1.100 module, după eliminarea zonelor tehnice, de siguranță, acces, evacuare și spații neutilizabile |
| Scenariu cu 200 de firme participante | orientativ 4-5 apariții/module per firmă, în funcție de amplasamentul final și de pachetul ales |

Estimarea exactă ar putea fi făcută numai după măsurarea tehnică a spațiilor disponibile, verificarea regulilor stadionului, aprobarea amplasamentelor, stabilirea dimensiunilor finale ale panourilor, acordul Clubului Steaua București și verificarea condițiilor de siguranță, acces și evacuare.

Această secțiune este prezentată doar ca ipoteză de lucru, nu ca promisiune fermă de amplasare.

5. Materiale promoționale și coduri QR

Un element important al programului ar putea fi utilizarea codurilor QR pentru fiecare companie participantă. Astfel, materialele promoționale nu s-ar limita doar la afișarea unui logo sau a unui website, ci ar permite acces direct către pagina companiei.

Fiecare companie ar putea avea, în funcție de forma finală aprobată, logo, denumire firmă, website, cod QR către website, scurtă descriere, materiale de prezentare, broșuri, foldere sau posibilă prezență într-o pagină online dedicată programului.





Acest mecanism ar transforma expunerea vizuală într-un instrument practic de marketing, permițând publicului să acceseze imediat serviciile sau produsele companiilor participante.

6. Posibil tratament fiscal

În funcție de forma contractuală finală și de modul în care programul va fi structurat, costurile aferente unui asemenea parteneriat ar putea fi încadrate de companii ca cheltuieli de marketing, publicitate sau promovare.

Această posibilitate trebuie verificată individual de fiecare companie cu propriul contabil sau consultant fiscal. Asociația Ultima Redută 1947 nu oferă consultanță fiscală prin prezentul document și nu garantează un anumit tratament fiscal.

În cazul în care proiectul va avansa, forma contractuală finală va trebui analizată de specialiști fiscali și juridici, pentru ca firmele participante să aibă un cadru clar, legal și transparent.

7. Durata propusă a participării

În cazul în care programul va fi aprobat oficial și implementat, o durată contractuală minimă de 2 ani ar putea oferi stabilitate atât clubului, cât și companiilor participante.

Un asemenea cadru ar permite planificarea bugetară pe termen mediu, continuitatea vizibilității, predictibilitate pentru club, predictibilitate pentru firme, organizarea corectă a spațiilor publicitare și dezvoltarea unei comunități B2B stabile.

În ceea ce privește retragerea din program după perioada contractuală minimă sau înaintea unui nou sezon competițional, aceasta ar putea fi reglementată printr-o notificare scrisă transmisă până la o dată stabilită contractual, de exemplu până la 1 februarie pentru sezonul următor.

Data exactă și regulile finale ar urma să fie stabilite numai în cadrul contractelor oficiale, dacă programul va fi aprobat.

8. De ce ar putea fi relevant pentru firme

Un asemenea program ar putea fi relevant pentru companiile care doresc vizibilitate în fața unui public numeros, asociere cu un brand sportiv istoric, acces la o comunitate puternică de suporteri și poziționare în zona de business românesc care susține sportul.

- vizibilitate în fața unui public numeros;
- asociere cu un brand sportiv istoric;
- acces la o comunitate puternică de suporteri;
- networking cu alte firme participante;
- promovare prin materiale fizice și digitale;
- participare într-un cadru organizat, transparent și verificabil.

Programul nu ar trebui privit doar ca o simplă achiziție de spațiu publicitar, ci ca o posibilă platformă de colaborare între mediul privat și un proiect sportiv cu o încărcătură istorică și emoțională puternică.

9. Ce solicităm în această etapă

În această etapă, Asociația Ultima Redută 1947 solicită doar exprimarea unui interes preliminar.

Companiile interesate pot transmite un răspuns simplu, prin care să indice dacă ar dori să primească detalii suplimentare în cazul în care proiectul va putea fi dezvoltat oficial, cu acordul Clubului Steaua București.

Răspunsul nu reprezintă obligație de plată, obligație contractuală, rezervare fermă, angajament juridic sau acceptare a unei oferte finale. Răspunsul reprezintă doar o manifestare de interes, necesară pentru a înțelege dacă mediul de afaceri românesc ar fi deschis către un asemenea model de susținere și promovare.

10. Răspuns solicitat

Vă rugăm să ne transmiteți, prin email, una dintre următoarele variante:





ASOCIAȚIA ULTIMA REDUȚĂ 1947

„Totul pentru Steaua!”

Str. Răscoala din 1907 nr.16, bl. 24, intr. 1, ap. 161, București, România
contact@ultimareduta.ro | www.ultimareduta.ro

| | |
|-------------------|---|
| Varianta A | Compania noastră ar fi potențial interesată să primească detalii suplimentare despre program, dacă acesta va fi aprobat oficial de Clubul Steaua București. |
| Varianta B | Compania noastră dorește o discuție preliminară pentru a înțelege mai bine conceptul. |
| Varianta C | Compania noastră nu este interesată în această etapă. |

Răspunsurile pot fi trimise la: contact@ultimareduta.ro

11. Precizare finală

Prezentul document are caracter strict preliminar. Asociația Ultima Redută 1947 nu solicită bani, nu colectează fonduri și nu lansează o campanie comercială activă prin acest material.

Inițiativa are scopul de a evalua interesul firmelor mici și mijlocii din România pentru un posibil program B2B de susținere, vizibilitate și parteneriat în jurul Stelei București.

Orice dezvoltare ulterioară a proiectului se va putea face numai cu acordul Clubului Steaua București, în mod legal, transparent și oficial.

Cu considerație,
Asociația Ultima Redută 1947
Condruș Răzvan Horia
Președinte
Asociația „Ultima Redută 1947”

