

PROIECT SOCIOS

CUPRINS

- Capitolul I: Paradoxul Ghencea – Analiza Crizei de Identitate și Performanță**
- Capitolul II: Ultima Redută 1947 – Lupta Juridică ca Fundament**
- Capitolul III: Mecenatul Colectiv – Filosofia celor 10.000**
- Capitolul IV: Arhitectura Financiară – Escrow, Pledge și Siguranță**
- Capitolul V: Modelul Administrativ – Control Absolut CSA, Finanțare Privată**
- Capitolul VI: Valorificarea Mărcii – „Modelul Comerciantului”**
- Capitolul VII: Eficiența Operativă – Reforma de la „Firul Ierbii”**
- Capitolul VIII: Economia Circulară Stelistă – Puncte de Loialitate și Parteneri**
- Capitolul IX: Legendele Clubului – Garda de Onoare a Proiectului**
- Capitolul X: Meritocrație vs. Dictatura**
- Capitolul XI: Superioritatea Modelului Socios – Democratizarea Performanței**
- Capitolul XII: Concluzii și Viziunea „Steaua în Europa” – Forța celui de-al 12-lea Jucător**

Capitolul I: Paradoxul Ghencea – Analiza Crizei de Identitate și Performanță

1.1. „Amicalul mascat” și degradarea meritocrației

În peisajul fotbalistic actual, noțiunea de competiție presupune un parcurs liniar: efort, victorie, promovare. La CSA Steaua, acest parcurs este fracturat. Din punct de vedere sportiv, echipa demonstrează constant că aparține elitei, însă din punct de vedere administrativ, ea este condamnată la un simulacru de competiție. Această stare de fapt a generat termenul de „amical mascat” – o realitate crudă în care punctele acumulate pe teren nu au nicio valoare în procesul de licențiere.

Această stagnare forțată nu este doar o problemă de clasament; este un proces de eroziune a brandului. Un club istoric care nu „joacă pentru ceva” își pierde treptat relevanța comercială, atractivitatea pentru sponsori și, cel mai grav, legătura cu noua generație de suporterii care nu acceptă absența unui orizont de performanță.

1.2. Conflictul de Drept: Public versus Privat

Esența blocajului rezidă în contradicția dintre Legea Educației Fizice și Sportului nr. 69/2000 și regulamentele forurilor profesionale.

Statutul CSA: Fiind o unitate militară (instituție de drept public), CSA Steaua este obligată să opereze sub rigori bugetare și ierarhice stricte. Acest statut este garanția supremă că marca și palmaresul nu vor fi înstrăinate către interese private obscure.

Bariera LPF/FRF: Regulamentele Ligii Profesioniste de Fotbal și cerințele de licențiere ale Federației Române de Fotbal stipulează că membrii acestora trebuie să fie entități de drept privat. Motivul invocat este independența față de factorul politic și prevenirea ajutorului de stat.

Rezultatul? Un blocaj în care statul nu poate "privatiza" clubul fără să piardă controlul asupra patrimoniului, iar sistemul fotbalistic nu acceptă clubul așa cum este.

1.3. Ofensiva Ultima Redută 1947: Contestarea Regulamentului de Licențiere

Asociația noastră a înțeles că acest blocaj nu este o fatalitate, ci o construcție regulamentară care poate fi atacată. Ultima Redută 1947 a contestat Regulamentul de Licențiere al FRF în instanță, argumentând caracterul discriminatoriu al acestuia.

Acest demers juridic are un dublu scop:

Deconspirarea abuzului: Demonstrarea faptului că FRF folosește statutul de drept public ca pe un pretext pentru a bloca o forță sportivă care ar amenința status quo-ul ligii.

Câștigarea de timp și expertiză: Procesele ne-au permis să accesăm documente interne și să înțelegem exact unde este "fisura" în regulament. Chiar dacă lupta în instanță este de durată, ea ne-a confirmat că

avem nevoie de o soluție administrativă hibridă care să respecte ambele rigori: controlul militar și forma de organizare privată.

1.4. Nevoia de Reformă: De la Stat-Patron la Stat-Garant

Concluzia acestui prim capitol este clară: Steaua nu mai poate supraviețui ca o secție finanțată direct din bugetul apărării pentru fotbalul profesionist. Această metodă este anacronică și vulnerabilă juridic.

Reforma pe care o propunem nu înseamnă cedarea clubului, ci redefinirea rolului MAPN. Trecem de la statul care plătește salarii de fotbaliști (Stat-Patron) la statul care deține și închiriază tezaurul istoric (Stat-Garant). Pentru a face această tranziție, avem nevoie de motorul financiar al suporterilor, singurii capabili să transforme „amicalul mascat” într-o campanie victorioasă către promovare.

„Dacă instanțele judecă legea, noi cine mai suntem dacă nu oferim clubului pârghia administrativă pentru a o folosi? Ultima Redută nu doar că dă în judecată FRF, ci construiește soluția pe care FRF nu o va mai putea refuza.”

Capitolul II: Ultima Redută 1947 – Lupta Juridică ca Fundament

2.1. Demascarea Marii Imposturi: Afilierea abuzivă a FCSB

Primul front al luptei noastre vizează rădăcina răului: actul prin care FRF a permis unei entități private să uzurpe locul și identitatea Stelei în fotbalul românesc. Procesul privind afilierea abuzivă a FCSB este esențial pentru a demonstra că actualul sistem fotbalistic a fost construit pe un fals istoric și regulamentar.

Prin acest litigiu, Ultima Redută 1947 forțează forurile fotbalistice să recunoască un adevăr juridic incontestabil: Steaua nu a cedat niciodată, în 2003, locul său în prima ligă. Această cauză oferă asociației noastre autoritatea de a spune că noi nu cerem „favoruri” de la FRF, ci cerem repararea unui abuz care a durat prea mult.

2.2. Executarea Adevărului: Nepunerea în aplicare a deciziilor privind Palmaresul

Deși instanțele civile au stabilit definitiv că palmaresul istoric (1947-1998) aparține CSA Steaua, FRF a refuzat sistematic să actualizeze tabloul de onoare al fotbalului românesc. Al doilea proces pe care îl gestionăm vizează tocmai acest blocaj: obligarea FRF de a pune în aplicare soluția palmaresului.

Pentru proiectul nostru de mecenat, acest proces este vital. El garantează că viitoarea entitate de drept privat, finanțată de suporteri, va activa sub stema celor 21 de titluri și a Cupei Campionilor Europeni, recunoscute oficial de federație. Lupta noastră este despre demnitate: nu acceptăm să fim „o echipă nouă”, ci continuatoarea legitimă a celei mai mari legende sportive a României.

2.3. Clarificarea Legii Sportului: Combaterea interpretării eronate

Al treilea pilon juridic este procesul privind interpretarea greșită a Legii Educației Fizice și Sportului. FRF a folosit ambiguitatea legislativă ca pe o armă, susținând fals că un club de drept public nu poate accede în Liga 1, ignorând contextul european și spiritul legii românești.

Prin contestarea acestei interpretări, am forțat federația să își expună limitele argumentației. Acest proces ne-a arătat că, indiferent de rezultatul final al litigiului, soluția cea mai rapidă pentru a debloca promovarea este crearea vehiculului de drept privat (asociația hibridă) pe care o propunem prin modelul de mecenat. Am învățat din greșelile de interpretare ale FRF cum să construim un statut care să fie imposibil de respins la licențiere în sezonul 2026-2027.

2.4. Legitimitatea „Ultimei Redute”

Aceste trei procese nu sunt doar acțiuni în instanță; ele sunt certificatul de garanție al asociației noastre. Ele arată că Ultima Redută 1947 are curajul să atace „sistemul” acolo unde doare mai tare.

Capitolul III: Mecenatul Colectiv – Filosofia celor 10.000

3.1. Depășirea mitului „Salvatorului Unic”

Istoria recentă a fotbalului românesc, și în special drama identitară a Stelei, ne-a învățat o lecție brutală: dependența de un singur investitor, de un „patron” providențial, este calea sigură către pierderea controlului și, eventual, a identității. Modelul patronatului unic transformă clubul într-o jucărie personală, vulnerabilă la capriciile, problemele legale sau interesele financiare ale unui singur om.

Prin Mecenatul Colectiv, propunem o schimbare de paradigmă. Nu căutăm un miliardar care să „cumpere” Steaua, ci căutăm 10.000 de steliști care să o „asume”. Trecem de la posesie individuală la responsabilitate colectivă. Cei 10.000 nu sunt clienți, nu sunt simpli spectatori; ei sunt garantul moral al independenței clubului.

3.2. Pragul de 10.000: Punctul de basculare (The Tipping Point)

De ce 10.000? În sociologia sportului, aceasta este „masa critică”. 10.000 de oameni care fac un pas înainte reprezintă o forță pe care nicio instituție a statului și nicio federație nu o poate ignora.

Forța cifrelor: 10.000 de membri x 500 RON = 5.000.000 RON (1.000.000 EUR). Această sumă este „biletul de intrare” în fotbalul profesionist de drept privat. Este dovada irefutabilă că Steaua are capacitatea de a se auto-finanța.

Fezabilitatea: 500 RON pe an reprezintă aproximativ 42 RON pe lună. Este prețul a două cafele sau al unui abonament la o platformă de streaming. Prin această sumă mică, transformăm susținerea abstractă într-un buget de performanță real.

3.3. Mecenatul ca act de demnitate

Mecenatul colectiv este răspunsul nostru la umilința de a juca „fără obiectiv”. Prin Ultima Redută 1947, oferim suporterului instrumentul prin care acesta încetează să mai ceară dreptate și începe să o finanțeze.

Fiecare stelist care aderă la acest proiect devine un „mecena” al spiritului militar. Banii nu sunt o donație către stat, ci sunt resursa prin care noi, comunitatea, ridicăm bariera de promovare. Este un pact de onoare: suporterii asigură logistica, iar CSA Steaua asigură ierarhia și paza tezaurului istoric.

3.4. Scalabilitatea și Viitorul: Dincolo de primii 10.000

Pragul de 10.000 este doar faza incipientă, testul de laborator care demonstrează că modelul funcționează. Odată ce echipa obține dreptul de promovare și revine în Liga 1, potențialul de scalare este imens.

O bază de 30.000 sau 50.000 de socios (absolut realizabilă pentru bazinul de fani al Stelei) ar asigura bugete de zeci de milioane de euro, permițând clubului să se bată nu doar la titlu în România, ci să revină în grupele Champions League. Mecenatul colectiv este singura formă de organizare care poate

asigura o creștere organică și sănătoasă, unde succesul sportiv atrage noi membri, care la rândul lor finanțează următorul nivel de performanță.

3.5. „Unitatea celor 10.000” – Mesajul de unificare

Acest capitol este și o mână întinsă. Mecенatul colectiv oferă soluția pentru toți steliștii care au rătăcit în ultimii ani. Modelul nostru spune: „Nu vii la un patron, vii acasă la Steaua, unde tu ești unul dintre cei 10.000 de piloni ai clubului”. Prin această formă de organizare, eliminăm frica suporterilor de a mai fi vreodată mințiți sau trădați de un singur om.

"42 de lei pe lună. Atât costă libertatea Stelei și dreptul de a promova. Vreți un alt patron care să se joace cu palmaresul nostru? Sau vreți să fim 10.000 care să garantăm că nimeni nu se mai atinge de istoria clubului?"

3.6. Baza legala

Mecенatul colectiv nu este doar o speranță a tribunelor, ci un proiect fundamentat pe litera legii. Conform Art. 1, alin. (3) din Regulamentul de Organizare și Funcționare, CSA Steaua se poate asocia cu terțe persoane juridice, publice sau private, în vederea constituirii unei asociații fără scop patrimonial.

Această prevedere legală, ce necesită doar avizul consultativ al Colegiului Ministerului Apărării Naționale, este poarta deschisă către normalitate. Ea ne permite să transformăm structura clubului într-un parteneriat transparent între Armată și suporterii.

Capitolul IV: Arhitectura Financiară – Escrow, Pledge și Siguranță

4.1. Gestionarea riscului: De la entuziasm la rigoare bancară

Într-un context marcat de neîncredere și de eșecuri administrative repetate în fotbalul românesc, Ultima Redută 1947 nu solicită încredere oarbă, ci oferă garanții tehnice. Arhitectura noastră financiară este concepută pentru a proteja suporterul de orice risc de eșec al negocierilor cu statul sau cu forurile sportive. Nu cerem bani pentru a „încerca” să obținem promovarea, ci colectăm resurse pentru a o executa în momentul în care bariera juridică este ridicată.

4.2. Mecanismul „Soft Pledge”: Cuvântul de onoare validat digital

Primul pas al arhitecturii noastre este campania de adeziuni cu promisiune de plată (Soft Pledge). Pe platforma digitală a asociației, suporterul își asumă public și digital calitatea de membru al „Celor 10.000”, alegându-și pragul de cotizație (500 RON).

Fără debitare imediată: În această fază incipientă, banii rămân în posesia suporterului.

Proof of Concept: Această listă de 10.000 de semnături digitale, dublată de o valoare totală de 5.000.000 RON, reprezintă „arma” noastră de negociere. Este dovada matematică a fezabilității proiectului.

4.3. Contul Escrow: Garanția „Bani contra Promovare”

Odată ce negocierile cu CSA Steaua ajung în faza precontractuală, intră în funcțiune mecanismul de Cont Escrow. Acesta este un cont bancar neutru, gestionat de o instituție financiară parteneră, unde banii sunt depozitați, dar rămân blocați sub clauze stricte.

Condiția de deblocare: Banca va transfera fondurile către noua entitate de fotbal doar în momentul în care asociația prezintă dovada înregistrării statutului de drept privat și validarea dreptului de promovare de către FRF.

Clauza de returnare: Dacă, dintr-un motiv juridic sau administrativ, acordul cu MApN nu se finalizează până la o dată limită, banca returnează automat sumele către suporterii.

4.4. Transparența Radicală: Dashboard-ul live al celor 10.000

Încrederea este menținută prin vizibilitate totală. Pe site-ul asociației, fiecare membru socios are acces la un tablou de bord (dashboard) care afișează:

Statusul Campaniei: Numărul de adeziuni în timp real.

Statusul Fondurilor: Confirmarea bancară a sumelor aflate în siguranță în contul escrow.

Audit Social: Posibilitatea de a verifica, anonimizat, masa de susținători, demonstrând că proiectul este unul al oamenilor, nu al unor interese ascunse.

4.5. Independența față de managementul clubului

Un aspect crucial al arhitecturii noastre este separarea fondurilor. Banii colectați prin Ultima Redută 1947 sunt destinați exclusiv bugetului operațional al echipei profesioniste (salarii, transferuri, chiria mărcii). Prin utilizarea acestui model, suporterii au garanția că aportul lor material nu este „topit” în birocrăția generală a clubului sportiv, ci este investit direct în performanța echipei de fotbal.

"E ca atunci când cumperi un apartament. Nu dai banii dezvoltatorului pe promisiuni, ci îi pui într-un cont la bancă. Dezvoltatorul vede banii, știe că ești serios, se apucă de treabă, dar îi primește doar când îți dă cheia în mână. Noi îi dăm banii Stelei doar când primim 'cheia' de la Liga 1: licența de drept privat. Dacă statul ne refuză, banca vă dă banii înapoi. Nu există niciun risc să pierdeți cei 500 de lei. Singurul risc este să nu încercăm și să rămânem blocați pe vecie în Liga 2."

Capitolul V: Modelul Administrativ – Control Absolut CSA, Finanțare Privată

5.1. Simbioza dintre Autoritatea Statului și Resursa Comunității

Modelul propus de Ultima Redută 1947 nu este o tentativă de „rebeliune” administrativă, ci o formă de subordonare strategică asumată. Înțelegem că forța brandului Steaua derivă din apartenența sa la instituția Armatei Române. Prin urmare, proiectul nostru se bazează pe o demarcație clară: MApN păstrează comanda (Managementul), iar supporterii asigură logistica (Finanțarea).

Nu dorim să transformăm clubul într-o democrație haotică unde tribuna decide tactica, ci într-o mașinărie profesionistă unde generalii administrează resursele aduse de noi. Este modelul „Sponsorului Colectiv Majoritar”: aducem capitalul, dar respectăm ierarhia.

5.2. Girul Oficial: Protocolul de Colaborare

Înainte de orice modificare de statut, asociația noastră solicită semnarea unui Memorandum de Înțelegere cu CSA Steaua. Acest document este „actul de naștere” al parteneriatului și oferă girul oficial de care supporterii au nevoie pentru a debloca fondurile.

Legitimitate: Prin acest protocol, clubul recunoaște Ultima Redută ca partener strategic.

Mandat: Asociația primește mandatul de a colecta promisiunile de plată și de a atrage sponsori sub egida „Steaua 2026”.

Fără obligații pentru stat: Protocolul nu forțează MApN să cheltuiască bani, ci îi oferă opțiunea de a accepta finanțarea noastră dacă pragul de 10.000 de socios este atins.

5.3. Structura Hibridă: Entitatea de Drept Privat

Pentru a surmonta bariera regulamentară a FRF, propunem înființarea unei noi entități juridice de drept privat. În cadrul acesteia vor fi:

- Comanda Militară: Consiliul Director este numit majoritar de CSA Steaua. Comandantul clubului sau desemnații săi păstrează controlul absolut asupra deciziilor administrative, numirilor de personal și strategiei sportive.
- Observatorul Socios: Ultima Redută 1947 va avea reprezentanți cu rol de observatori financiari. Rolul lor nu este de a vota transferuri, ci de a certifica în fața celor 10.000 de membri că banii din cotizații sunt utilizați exclusiv pentru scopul propus: performanța echipei de seniori și plata redevenței mărcii.

5.4. Departamentul de Marketing Hibrid: Motorul de Profit

O noutate absolută în acest capitol este propunerea unui Departament de Marketing mixt. Acesta va funcționa sub controlul CSA, dar va folosi expertizii asociației pentru a atrage sponsori privați.

Vânzarea Audienței: Vom prezenta sponsorilor o bază de date reală de 10.000 de plătitori, ceva ce niciun alt club din România nu poate garanta.

Eficiență: Transformăm Stadionul Steaua într-un magnet de venituri comerciale, unde fiecare leu produs din imaginea Stelei se întoarce în bugetul echipei sau în conturile clubului mamă ca profit din licențiere.

5.5. Concluzia Administrativă: „Parteneriatul pentru Victorie”

Acest model elimină principala teamă a Ministerului: pierderea controlului asupra patrimoniului în favoarea unor grupuri de interese. În varianta noastră, interesul este performanța, iar garantul este Statul. Suporterii sunt „combustibilul” care permite motorului militar să ruleze la turație maximă în Liga 1. Este o soluție în care MApN nu cedează nimic, dar câștigă totul: o echipă în Superligă, un buget asigurat și o liniște socială mult dorită.

5.6. Avantaje pentru Suporteri: De la Spectator la Coproprietar Moral

Pentru suporterul stelist, acest model reprezintă sfârșitul epocii de incertitudine.

Stabilitate și Respect: Suporterul nu mai este un simplu „client” al unui patron capricios. El devine garantul financiar al clubului, având certitudinea că identitatea acestuia (nume, stemă, culori) este protejată pe termen nelimitat de către Stat.

Puterea de a Impacta: Prin cotizația celor 10.000, suporterul cumpără direct performanță sportivă. Sentimentul de mândrie de a fi participat la reintrarea în legalitate și promovarea echipei este cel mai mare dividend emoțional.

Transparență: Accesul la platforma digitală și la dashboard-ul financiar elimină suspiciunile, oferind fanului respectul cuvenit unui partener care pune umărul la greu.

5.7. Avantaje pentru Club (CSA Steaua): Independență și Excelență

Pentru managementul militar, proiectul aduce oxigen administrativ.

Agilitate Sportivă: Prin entitatea de drept privat, clubul scapă de limitările salariale ale statului. Poate atrage jucători și staff de top, oferind salarii de piață, nu de grilă bugetară, fără a încălca normele MApN.

Deblocarea Promovării: Este singura cale prin care efortul sportiv al CSA Steaua capătă finalitate juridică în fața FRF și LPF. Clubul trece de la statutul de „echipă fără obiectiv” la cel de lider al fotbalului românesc.

Transferul de Risc: Riscul financiar este asumat de asociația suporterilor. Dacă fondurile nu sunt colectate, clubul nu este expus datoriei, având clauze de retragere sigure.

5.8. Avantaje pentru Stat (MApN): Eficiență și Justificare Legală

Pentru Ministerul Apărării, beneficiile sunt de ordin strategic și fiscal.

Economie Bugetară: MApN oprește investiția de bani publici în fotbalul profesionist (Liga 2/1), redirecționând fondurile către Centrul de Copii și Juniori sau infrastructura de antrenament.

Venituri din Valorificarea Patrimoniului: Statul încasează activ redevența (chiria) pentru marcă. Este argumentul suprem în fața Curții de Conturi: bunul statului nu doar că nu mai costă, dar produce profit cert.

Barieră anti-privatizare: Se elimină presiunea de a vinde clubul unui investitor unic, model care a dus la pierderea controlului în trecut.

5.9. Avantajul de Imagine: „Steaua, un model european”

Dincolo de cifre, marele câștig este Capitalul de Imagine.

Reconcilierea Națională: Încheierea conflictului cu masele de suporteri și reunificarea lor sub un proiect transparent transformă MAPN într-un simbol al buneii administrări, nu într-un „vilegiaturist” juridic.

Brand de Elită: Steaua devine singurul club din România organizat după modelul Real Madrid sau Bayern Munchen. Această poziționare atrage sponsori globali care caută integritate, făcând din Steaua cel mai curat și modern produs de marketing din sud-estul Europei.

Mesajul către MAPN: "Domnilor, nu vrem să vă luăm locul la masă. Vrem să vă aducem masa plină! Voi conduceți, voi decideți, noi doar ne asigurăm că aveți cu ce să faceți performanță. E timpul să lăsați suporterii să fie plămânul financiar al acestui club."

Mesajul către fanii sceptici: "De ce lăsăm controlul la CSA? Pentru că am văzut ce înseamnă controlul la un singur patron. Vrem ca Steaua să rămână a Armatei, pentru că asta e identitatea noastră. Noi doar deblocăm promovarea prin finanțarea noastră."

Capitolul VI: Valorificarea Mărcii – „Modelul Comerciantului”

6.1. Ocolirea barierelor prin pragmatism juridic

Cea mai mare barieră în calea oricărei asocieri la CSA Steaua a fost, timp de ani de zile, evaluarea mărcii la suma prohibitivă de aproximativ 3,7 milioane de euro pe an. Această cifră, deși corectă din punct de vedere contabil pentru o licență exclusivă totală la nivel global, este imposibil de susținut de către o entitate sportivă în realitatea economică a fotbalului românesc din 2026.

Soluția asociației Ultima Redută 1947 este „Modelul Comerciantului”. Observăm că CSA Steaua are deja contracte de licențiere semnate cu diverse entități private (magazine de suveniruri, retaileri) care vând produse cu stema clubului. Acești comercianți nu plătesc 3,7 milioane de euro, ci achită o redevență adaptată nișei lor de activitate și volumului de vânzări.

6.2. Licențierea pe nișa „Fotbal Profesionalist”

Propunem ca noua entitate de drept privat să închirieze marca nu ca pe un bun absolut, ci ca pe o licență specifică de utilizare pentru activitate sportivă.

Precedentul: Dacă un magazin poate plăti o taxă de licență (redevență) pentru a vinde fulare, asociația noastră poate plăti o taxă de licență pentru a „vinde” spectacol fotbalistic.

Justificarea valorii: În loc să ne raportăm la valoarea teoretică a brandului, ne raportăm la capacitatea de generare a veniturilor pe nișa Ligii 2 sau Ligii 1. Un evaluator poate stabili astfel o chirie corectă, de ordinul a 100.000 - 150.000 euro pe an pentru primii ani, sumă care este de zeci de ori mai mare decât ce încasează clubul în prezent din licențiere comercială (cca. 8.000 euro/an).

6.3. Redevența Plafonată și Indexată: „Taxa pe succes”

Pentru a asigura sustenabilitatea proiectului celor 10.000, propunem o structură de plată în două trepte:

Faza de Construcție (Liga 2): O redevență fixă, plafonată la un nivel accesibil, care să permită direcționarea majorității cotizațiilor suporterilor către întărirea lotului de jucători.

Faza de Performanță (Liga 1): Odată cu accesul la drepturile TV și sponsorizările mari, redevența devine procentuală (ex: 10-15% din veniturile comerciale).

Astfel, statul devine un partener direct cointeresat în succesul echipei: cu cât echipa este mai sus, cu atât încasările directe ale MAPN din chiria mărcii cresc.

6.4. Siguranța Patrimoniului: Chiriaș, nu Proprietar

Acest model elimină definitiv teama de „privatizare” sau de pierdere a palmaresului. Fiind un contract de închiriere (licențiere), marca nu părăsește nicio secundă patrimoniul statului.

Garanția: Dacă asociația nu plătește chiria sau încalcă normele de imagine, MApN reziliază contractul instant, exact cum ar face cu un magazin care nu își plătește chiria.

Protecția: Palmareșul și numele sunt protejate de eventuale datorii ale noii entități, deoarece ele nu îi aparțin, fiind doar închiriate.

6.5. Concluzie: Transformarea fotbalului în profit

Prin „Modelul Comerciantului”, fotbalul la Steaua încetează să mai fie o gaură neagră bugetară și devine o sursă de venit cert pentru stat. Cei 10.000 de socios nu doar că finanțează echipa, dar plătesc și „nota de plată” către MApN pentru folosirea simbolurilor. Este argumentul suprem în fața Curții de Conturi: statul valorifică un bun (marca) pe care înainte îl subvenționa.

"E ca la magazinul care vinde tricouri cu Steaua. Ei plătesc o chirie pe siglă. Noi facem la fel, dar la scară mai mare. Plătim chirie pe siglă ca să jucăm în Liga 1. Nu vrem să luăm marca acasă, vrem să plătim statului ca să ne lase să facem Steaua campioană."

"Să ceri 3,7 milioane pe an în Liga 2 e ca și cum ai cere chirie de Paris pe un apartament în Ferentari. Noi propunem prețul corect al pieței, care aduce bani statului acum, nu peste 20 de ani de procese."

Capitolul VII: Eficiența Operativă – Reforma de la „Firul Ierbii”

7.1. Managementul de tip „Lean”: Performanță fără risipă

În modelul tradițional de stat, birocrăția și costurile fixe pot sufoca bugetul unei secții sportive. Pentru ca proiectul Ultima Redută 1947 să fie sustenabil cu un buget bazat pe mecenat colectiv, propunem o abordare de tip „Lean Management”. Aceasta presupune eliminarea oricărei cheltuieli care nu contribuie direct la obiectivul promovării, transformând asociația într-o structură agilă, capabilă să concureze cu cluburile private de top.

7.2. Structura Duală: Separarea strategică a Academiei

Unul dintre cele mai importante puncte ale reformei noastre este menținerea Academiei de Fotbal sub administrarea directă a CSA Steaua (MAPN).

Justificarea: Academia reprezintă „sportul de masă” și are o funcție socială clară, fiind eligibilă pentru finanțare publică conform misiunii instituționale a Armatei.

Avantajul pentru Seniori: Prin lăsarea Academiei la Stat, asociația noastră de drept privat scapă de o povară financiară de aproximativ 400.000 - 500.000 EUR anual.

Protocolul de Colaborare: Noua entitate va avea prioritate la semnarea tinerilor talentați formați de CSA, plătind în schimb „taxe de formare” sau procente din transferuri ulterioare. Statul produce talente, noi le oferim vitrina profesionistă în Liga 1.

7.3. Optimizarea Infrastructurii: „Ne pregătim în bază, luptăm pe stadion”

Exploatarea Stadionului Steaua reprezintă un cost operațional imens. În planul nostru, eficiența logistică este prioritară:

Chiriaș de eveniment: Asociația va închiria arena principală strict pentru ziua de meci. Acest lucru reduce factura de utilități și mentenanță cu peste 70% față de un regim de utilizare zilnică.

Utilizarea Bazei Sportive: Antrenamentele zilnice se vor desfășura pe terenurile secundare din Complexul Ghencea. Acestea oferă condiții de elită la un cost de închiriere fracționat față de stadionul principal.

Protejarea activului: Această strategie protejează gazonul stadionului principal pentru spectacolul sportiv, oferind o suprafață de joc impecabilă la fiecare meci de acasă, un factor crucial pentru rezultatele echipei.

7.4. Voluntariatul ca resursă economică

Spre deosebire de un club cu un singur patron, unde orice serviciu este facturat, STEAUA mobilizează capitalul uman al celor 10.000.

Externalizarea prin pasiune: Departamentele de Social Media, IT, Juridic și chiar parte din organizarea meciurilor (stewarding soft, fan zone) vor fi deservite de voluntari steliști profesioniști.

Impact: Această mobilizare reduce cheltuielile administrative ale asociației cu aproximativ 15-20%, permițând ca acești bani să fie redirecționați către salariile jucătorilor care să asigure promovarea.

7.5. Concluzie: Fiecare leu în serviciul promovării

Eficiența operativă nu înseamnă „sărăcie”, ci inteligență financiară. Prin separarea Academiei și optimizarea utilizării stadionului, bugetul de 1.000.000 EUR strâns de la suporteri devine unul extrem de competitiv. În timp ce alte cluburi își pierd resursele în întreținerea unor baze mamut sau în aparate administrative greoaie, Steaua finanțată de socios va investi „la firul ierbii”. Rezultatul? Un lot de Liga 1 care joacă în Liga 2, gata să domine competiția din prima etapă.

Explicația costurilor: "Nu suntem nebuni să dăm banii suporterilor pe noaptea stadionului la un antrenament de marți dimineața. Ne antrenăm în bază, unde sunt condiții de top, și păstrăm Ghencea pentru spectacol. Banii economisiți îi dăm pe un atacant de care să se teamă toată liga."

Apelul la voluntari: "Ești grafician? Ești avocat? Ești IT-ist? Nu ne da doar 500 de lei, dă-ne talentul tău. Dacă noi facem singuri site-ul și grafica, banii aceia se duc direct în ghetele jucătorilor noștri."

Capitolul VIII: Economia Circulară Stelistă – Puncte de Loialitate și Parteneri

8.1. Clubul ca motor economic local

În viziunea Ultima Redută 1947, succesul Stelei nu trebuie să rămână izolat în spatele gardurilor bazei sportive. Un club cu 10.000 de socios activi reprezintă o forță de consum uriașă care poate și trebuie să fie direcționată către economia locală. Propunem transformarea cartierului Ghencea și a întregului Sector 6 într-o „zonă stelistă”, unde loialitatea față de club este răsplătită prin avantaje economice reale, creând un circuit în care toți participanții câștigă.

8.2. Sistemul de Puncte de Loialitate

Propunem implementarea unei economii “gamificate” prin aplicația digitală a asociației. Fiecare interacțiune a supporterului cu clubul generează puncte de loialitate:

Acumulare: Punctele se câștigă prin plata cotizației, prezența constantă la stadion (check-in digital), achiziționarea de produse oficiale sau ore de voluntariat prestate.

Utilitate: Punctele nu sunt doar simbolice. Ele pot fi folosite pentru a obține reduceri la partenerii locali, acces la experiențe exclusiviste (întâlniri cu legende) sau discount-uri la reînnoirea calității de membru. Acest sistem transformă susținerea clubului într-o investiție care se amortizează prin consumul zilnic.

8.3. Parteneriatul Strategic cu Primăria Sectorului 6

În 2026, colaborarea cu autoritatea locală este vitală pentru experiența de “matchday”. Propunem un protocol care vizează:

Infrastructură și Transport: Crearea unor „coridoare steliste” prin suplimentarea liniilor STB și facilitarea accesului la parcuri în zilele de meci pentru membrii asociației.

Ghencea Fan Zone: Amenajarea zonelor adiacente stadionului ca spații publice vibrante, cu food-trucks și zone de relaxare, sub administrarea comună a Primăriei și a clubului.

Impact Social: Programe de tipul „Cupa Școlilor din Sectorul 6” desfășurate în baza CSA Steaua, care să identifice talente locale și să atragă noi generații de suporteri.

8.4. Rețeaua „Partener Local”: Business-uri pentru Steaua

Vom semna acorduri cu zeci de comercianți din proximitate (restaurante, benzinării, service-uri auto, farmacii).

Mecanismul: Comerciantul oferă o reducere posesorilor de card „Ultima Redută”, iar asociația îi promovează afacerea către cei 10.000 de membri.

Efectul: Sponsorizarea devine indirectă și naturală. Sponsorul nu mai este doar o siglă pe un panou, ci o destinație de consum pentru fani. Aceasta este economia circulară: fanii dau bani clubului, clubul le dă acces la reduceri, fanii cheltuie la parteneri, iar partenerii continuă să susțină clubul.

8.5. Media Proprie: Programul de Meci și „Cronica Ghencea”

Readucem în Ghencea ritualul programului de meci tipărit, dar într-un format modern, de colecție.

Auto-finanțare: Costurile de tipar vor fi acoperite integral de publicitatea partenerilor locali din Sectorul 6.

Vocea Suporterilor: Editarea va fi realizată de voluntari, oferind analize tactice, interviuri și istorii ale clubului care nu se regăsesc în presa generalistă. Distribuirea gratuită către socios la porțile stadionului va întări identitatea vizuală și culturală a proiectului.

8.6. Concluzie: Un Club integrat în viața Orașului

Economia circulară stelistă demonstrează că Ultima Redută 1947 are o viziune care depășește cele 90 de minute de joc. Prin acest model, Steaua încetează să mai fie o instituție care „cere” și devine o entitate care „oferă” valoare comunității. Un sector 6 care vibrează alături de Steaua înseamnă o bază de selecție mai mare, sponsori mai fericiți și un stadion plin la fiecare meci.

Exemplu concret: "Vrem ca atunci când un stelist merge să-și schimbe cauciucurile în Drumul Taberei, să meargă la partenerul nostru. El primește 10% reducere, service-ul primește un client fidel, iar Steaua primește forța unei comunități unite. Asta înseamnă să fim 'Més que un club' în varianta românească."

Apelul către afacerile locale: "Ești patron de pizzerie în Ghencea? Vino lângă noi. Îți aducem 10.000 de clienți la ușă în schimbul unei reduceri pentru fanii noștri. Hai să construim economia Stelei împreună!"

Capitolul IX: Legendele Clubului – Garda de Onoare a Proiectului

9.1. Legendele ca punte de încredere (The Trust Bridge)

Într-un proiect de o asemenea magnitudine, cea mai valoroasă monedă de schimb nu este banul, ci încrederea. Pentru asociația Ultima Redută 1947, implicarea gloriilor care au scris istoria Stelei este vitală. Legendele reprezintă „podul” peste prăpastia de neîncredere care s-a căscat în ultimii ani între tribune și conducerea clubului. Prezența lor în proiect certifică faptul că inițiativa suporterilor este pură, respectă tradiția și vizează exclusiv performanța.

9.2. Consiliul Consultativ al Legendelor: Expertiză, nu doar Imagine

Propunem cooptarea marilor glorii într-un Consiliu Consultativ al Legendelor, un organism cu rol de audit moral și tehnic.

Garantul Identității: Legendele vor avea un cuvânt decisiv în prezervarea valorilor clubului. Ele sunt cele care pot spune „NU” oricărei decizii care ar putea păta onoarea mărcii.

Expertiză Sportivă: Cine poate evalua mai bine strategia tehnică sau calitatea tinerilor din Academie decât cei care au ridicat Cupa Campionilor Europeni? Acest consiliu va oferi consultanță gratuită managementului numit de CSA Steaua, asigurând transferul de mentalitate învingătoare către actuala generație.

9.3. Ambasadori ai celor „10.000 pentru Steaua”

Impactul unei legende în procesul de mobilizare a fanilor este imens. Când o figură precum Marius Lăcătuș, Tudorel Stoica sau Victor Pițurcă girează proiectul, scepticismul dispare.

Campania de Recrutare: Propunem ca primele adeziuni de onoare (Pledges #1 - #10) să fie semnate simbolic de marile glorii. Acest gest va declanșa efectul de domino necesar pentru a atinge rapid pragul de 10.000 de socios.

Reunificarea maselor: Legendele sunt singurele care pot vorbi pe limba tuturor steliștilor, indiferent de tabăra în care s-au aflat. Mesajul lor de unitate sub egida Ultimei Redute este singura cale de a aduce acasă și fanii care au rătăcit în ultimii ani.

9.4. Mentoratul: Legătura dintre Trecut și Viitor

Deoarece Academia de Fotbal rămâne sub finanțarea Statului (MApN), legendele pot activa acolo ca mentori voluntari.

Spiritul Ghencea: Prezența lor zilnică în baza sportivă, unde se antrenează și echipa de seniori finanțată de noi, creează acea atmosferă de „familie stelistă”. Un tânăr de 17 ani care primește un sfat de la o legendă a clubului va înțelege mult mai repede ce înseamnă responsabilitatea de a purta acest tricou.

9.5. Evenimente de Gală și „Experiența Socio”

Punctele de loialitate acumulate de cei 10.000 de membri vor oferi acces la momente unice alături de idoli:

Masa Legendelor: Membrii „Gold” pot participa la cine periodice cu gloriile clubului.

Meciuri Demonstrative: Organizarea anuală a unui eveniment caritabil în Ghencea, unde legendele și suporterii joacă împreună pentru a finanța proiecte ale asociației sau ale academei.

9.6. Concluzie

În modelul nostru, legendele nu sunt plătite pentru a tăcea, ci sunt invitate să vorbească. Ele sunt „Garda de Onoare” care se asigură că modelul de mecenat colectiv rămâne fidel spiritului de sacrificiu și excelență care a definit Steaua din 1947. Prin parteneriatul cu gloriile clubului, Ultima Redută 1947 demonstrează că acest proiect nu este o aventură de moment, ci o misiune istorică de restaurare a demnității steliste.

Mesajul către Legende: "Domnilor, vă cerem un singur lucru: stați lângă noi, supravegheați-ne și arătați că planul nostru este singura cale prin care spiritul de la Sevilla poate trăi din nou în Liga 1. Fiți comandanții morali ai acestei armate de 10.000 de steliști!"

Mesajul către fani: "Nu suntem singuri. Lângă noi sunt oamenii care au făcut Steaua uriașă. Dacă ei au încredere în proiectul celor 10.000, tu de ce ai mai ezita?"

Capitolul X: Meritocrație vs. Dictatura

10.1. Antrenorul ca autoritate supremă (The Head Coach)

În modelul de mecenat colectiv propus de Ultima Redută 1947, ierarhia sportivă este sfântă. Spre deosebire de „rețeta” aplicată la FCSB, unde antrenorul este redus la un rol decorativ, fiind deposedat de autoritatea de a decide schimbările, tactica sau selecția primului „unsprezece”, la Steaua, antrenorul este singurul stăpân al vestiarului.

Reforma noastră garantează prin statut independența totală a staff-ului tehnic. Aceasta nu este doar o dorință romantică, ci o necesitate de performanță: un grup de jucători nu va respecta niciodată un lider care nu are puterea de a decide. Prin acest model, readucem în Ghencea demnitatea profesiei de antrenor, oferind cadrul în care competența tehnică primează în fața ordinelor primite prin telefon.

10.2. Meritocrația Gazonului: Jucătorul ca profesionist, nu ca activ financiar

„Rețeta” FCSB a inoculat în fotbalul românesc o practică toxică: jucătorii sunt introduși în teren pe criterii de marketing personal al patronului, pentru a fi „expuși” în vederea unei vânzări, sau sunt pedepsiți prin schimbări umiltoare în primele minute ale meciului dacă nu respectă dorințele extra-sportive ale acestuia.

Modelul Ultima Redută instituie Dictatura Meritului. Într-un club finanțat de 10.000 de socios și administrat de CSA Steaua, singurul criteriu pentru care un jucător intră în teren este performanța la antrenamente și randamentul sportiv. Protejăm jucătorul de umiliința imixtiunii. Un fotbalist care poartă tricoul roșu-albastru în 2026 trebuie să aibă certitudinea că viitorul său depinde de picioarele sale, nu de capriciile unui finanțator.

10.3. Contrastul Identitar: Steaua vs. FCSB

Diferența dintre cele două modele este una de civilizație sportivă:

La FCSB: Puterea este centralizată, decizia este arbitrară, iar structura sportivă este o extensie a voinței patronului. Rezultatul este o echipă talentată, dar fragilă psihic, unde frica de greșală domină creativitatea.

La Steaua : Puterea este distribuită (finanțare de la 10.000, administrare la CSA), decizia este profesională, iar structura sportivă este protejată de statut. Rezultatul este un mediu de înaltă performanță, unde antrenorul are liniștea de a construi un sistem, iar jucătorul are curajul de a excela.

10.4. Garanția „Ultimei Redute” împotriva Imixtiunilor

Cum garantăm că acest lucru se va întâmpla?

Contractul de Management: Orice antrenor semnează un contract cu clauze de reziliere masive în cazul în care se demonstrează imixtiunea oricărui factor administrativ în deciziile tehnice.

Transparența Socios: Dacă un antrenor este forțat să facă schimbări, asociația va sesiza imediat Consiliul Director. Fiind 10.000 de „ochi” care veghează asupra clubului, nicio decizie arbitrară nu poate fi ascunsă sub preș, spre deosebire de un club privat unde patronul „face ce vrea pe banii lui”.

10.5. Concluzie: Victoria Spiritului asupra Banului

Steaua redă fotbalul profesioniștilor. Prin mecenatul colectiv, noi nu cumpărăm doar jucători, ci cumpărăm libertatea de a juca corect. Jucătorul care va alege Steaua în detrimentul altor oferte o va face pentru că aici va fi tratat cu respectul cuvenit unui sportiv, iar antrenorul va veni pentru că aici își poate pune în aplicare viziunea. Este victoria meritocrației asupra amatorismului dictatorial – este, în esență, diferența dintre „a fi stelist” și „a fi angajat”.

Atacul direct la modelul FCSB: "Vrem o echipă unde schimbările se fac pe tablă de către antrenor, nu prin SMS de către un patron din fotoliu. La noi, meritul sportiv e singura lege. Un jucător care transpiră pentru Steaua merită să știe că antrenorul lui e cel care decide dacă iese sau intră, nu un finanțator care vrea să-și vândă 'marfa'."

Apelul către antrenori și jucători: "Veniți la Steaua pentru că aici sunteți respectați ca profesioniști. Nu avem un patron care să vă umilească la televizor. Avem 10.000 de suporteri care vă cer un singur lucru: să fiți cei mai buni pe teren!"

Capitolul XI: Superioritatea Modelului Socios – Democratizarea Performanței

11.1. Reziliența în fața crizei: Clubul ca bun comun, nu ca activ speculativ

Principala slăbiciune a unei Societăți pe Acțiuni în fotbal este dependența de sănătatea financiară sau de capriciile unui singur acționar majoritar. Dacă „patronul” intră în incapacitate de plată, are probleme legale sau pur și simplu își pierde interesul, clubul intră instantaneu în colaps (exemplele recente din fotbalul românesc fiind numeroase).

În contrast, sistemul socios dispersează riscul pe o bază uriașă. Cei 10.000 de susținători ai proiectului Steaua reprezintă 10.000 de „plămâni” financiari. Dacă unul se oprește, organismul supraviețuiește. Această atomizare a finanțării creează o stabilitate antifragilă: cu cât mediul economic este mai instabil, cu atât un club deținut de fani este mai sigur decât unul deținut de un investitor speculativ.

11.2. Reinvestirea profitului vs. Extragerea dividendelor

Într-o societate pe acțiuni, scopul final este profitul acționarilor. Banii generați din transferuri sau drepturi TV pot fi extrași sub formă de dividende sau folosiți pentru a stinge datoriile externe ale proprietarului.

Superioritatea Socios: În modelul propus prin Ultima Redută 1947, orice excedent financiar este, prin statut, reinvestit în club. Nu există „buzunar privat”. Fiecare leu produs de Steaua merge înapoi în Academia care rămâne la stat, în infrastructură sau în transferuri de elită. Această acumulare internă de capital transformă clubul într-o forță economică care crește exponențial, nu liniar.

11.3. Exemple Celebre: De ce „Marii Europei” nu au patroni?

Argumentul suprem al superiorității modelului socios stă în vârful fotbalului mondial:

FC Barcelona și Real Madrid: Cele mai valoroase branduri de fotbal din lume nu au acționari. Sunt deținute de membrii lor (socios). Această structură le-a permis să reziste decenii la rând în elită, protejându-le de preluări ostile din partea fondurilor de investiții sau a statelor arabe.

Modelul German 50+1 (Bayern Munchen, Borussia Dortmund): Chiar și acolo unde există investitori (precum Adidas sau Audi la Bayern), regula germană stipulează că asociația fanilor trebuie să dețină 50%+1 din voturi. Rezultatul? Stadioane pline și o sănătate financiară de invidiat. Germania nu cunoaște falimentul la nivel de elită tocmai datorită acestui scut al fanilor.

11.4. Loialitatea ca activ intangibil (Brand Equity)

Un „client” al unei societăți pe acțiuni pleacă atunci când produsul este slab. Un „socio” (coproprietar) al asociației rămâne și mai implicat atunci când clubul are nevoie de el.

Marketing organic: 10.000 de socios sunt 10.000 de agenți de vânzări neplătiți. Ei vor consuma produsele partenerilor noștri din Sectorul 6, vor aduce familiile la stadion și vor apăra imaginea clubului cu o fervoare pe care niciun buget de marketing nu o poate cumpăra. Aceasta este „economia pasiunii”, unde valoarea brandului este dictată de intensitatea comunității, nu de mărimea contului unui patron.

11.5. Concluzie: Steaua 2026 – Un model de business pentru secolul XXI

Modelul socios propus de Ultima Redută 1947 aliniaza interesele tuturor:

MApN are siguranța că bunul statului este finanțat corect și protejat de instabilitate.

Supporterii au garanția că sunt parteneri egali, nu simpli spectatori.

Sponsorii au acces la cea mai stabilă și implicată audiență din România.

Prin acest model, Steaua nu doar că obține dreptul de promovare, dar adoptă structura administrativă care a făcut din Real Madrid și Bayern Munchen giganții de astăzi. Este trecerea de la „fotbalul de cumetrie” la fotbalul proprietății colective.

Comparația cu băncile: "O societate pe acțiuni e ca o bancă unde un singur om are toate cheile. Dacă el fuge cu ele, banca se închide. Modelul nostru socios e ca o bancă unde fiecare supporter are o mică parte din cheie. Nimeni nu poate fura banca și nimeni nu o poate închide cât timp suntem noi acolo."

Exemplul Bayern: "Vreți să fim ca un club de prin Ilfov care dispare la prima arestare a patronului? Sau vreți să fim ca Bayern Munchen, unde fanii sunt stăpâni pe destinul lor de peste 100 de ani?"

Capitolul XII: Concluzii și Viziunea „Steaua în Europa” – Forța celui de-al 12-lea Jucător

12.1. Dincolo de promovare: Destinația Europa

Obținerea dreptului de promovare în Liga 1 prin modelul de mecenat propus de Ultima Redută 1947 nu este finalul drumului, ci doar primul pas către restaurarea normalității istorice. Steaua București nu a fost concepută pentru a domina ligile secunde sau pentru a se mulțumi cu supraviețuirea în campionatul intern. Viziunea noastră pentru anul 2026 și dincolo de el este clară: revenirea în grupele competițiilor europene.

Modelul nostru administrativ oferă fundamentul necesar pentru ca imnul Champions League să răsună din nou în Ghencea. Prin reinvestirea integrală a profitului și stabilitatea adusă de masa de socios, Steaua va avea resursele pentru a construi un lot capabil să treacă de tururile preliminare și să reprezinte România cu demnitate, așa cum a făcut-o timp de decenii.

12.2. Al 12-lea Jucător: Din tribună, în motorul clubului

Punctul central al acestui capitol și al întregului nostru manifest este redefinirea conceptului de „al 12-lea jucător”. În modelul clasic, acesta era un simbol al susținerii vocale din tribune. În proiectul „SOCIOS”, al 12-lea jucător capătă o dimensiune administrativă și financiară fără precedent.

Cei 10.000 de susținători nu mai sunt doar martori ai istoriei, ci creatorii ei. Ei sunt cei care, prin cotizația de 500 de lei, asigură salariul golgheterului, chiria mărcii către stat și independența clubului. Al 12-lea jucător este acum cel care deblochează barierele juridice, cel care garantează transparența și cel care obligă sistemul să respecte meritocrația sportivă. Fără acest jucător colectiv, Steaua ar rămâne captivă; cu el, Steaua devine invincibilă.

12.3. Unitatea – Singura cale

Acest proiect este o chemare la unitate. Fragmentarea suporterilor steliști în ultimul deceniu a fost cel mai mare cadou oferit adversarilor noștri. Modelul de socios este singura platformă capabilă să unească toate facțiunile sub un singur steag.

Când stadionul Ghencea va vibra din nou la unison, finanțat de coproprietarii săi morali, nicio forță politică sau regulamentară nu va mai putea opri ascensiunea echipei către promovare și dincolo de ea. Forța celui de-al 12-lea jucător va fi cea care va demonstra Europei că Steaua nu a dispărut niciodată, ci doar și-a adunat energiile pentru o revenire istorică.

12.4. Mesajul Final: Onoare, Muncă, Steaua

Încheiem acest manifest cu o promisiune făcută fiecărui stelist: proiectul nostru este fundamentat pe adevăr juridic, rigoare financiară și respect pentru simbolurile militare. Nu promitem miracole peste noapte, dar garantăm o structură în care munca și meritul sunt singurele legi.

Este timpul să încetăm să mai fim victimele unui sistem birocratic și să devenim arhitecții propriei victorii. Ultima Redută 1947 este aici să ofere cadrul. Voi, cei 10.000, sunteți forța. Haideți să readucem Steaua acolo unde îi este locul. Pentru istorie, pentru noi și pentru generațiile care vor veni să strige pe acest stadion. STEAUA SUNTEM NOI!