

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Tvoje energie Sparta

Klient:

AC Sparta Praha

Agentura / Přihlašovatel:

2Score

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Marek Vedral, Creative Director, 2Score

Ondřej Kroupa, Art Director, 2Score

Tomáš Tuhý, Head of Production & Director, 2Score

Miroslav Patočka, Senior Project Manager, 2Score

Michal Kraus, Graphic Designer, 2Score

Kryštof Henzl, Motion Graphic Designer, 2Score

Jan Štětina, Video editor, 2Score

Benjamin Balzar, Sound Design, Audio

Prokop Korb, Sound Design, Audio

Zdeněk Novotný, Ideamaker, Freelancer

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.9 Zábava, kultura a sport

**Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění**

### Kontaktní osoba:

Jméno: Svatopluk Smysl

Firma/organizace: 2Score

**Stručné shrnutí projektu:**

Kampaň Tvoje energie Sparta sjednocuje fanoušky, hráče a klub po výsledkově neúspěšné sezóně. Zároveň přináší do komunikace klubu nové rozpoznatelné vizuální a sonické assety. Na podzim 2025 Sparta měla 9 z 10 nejsledovanějších utkání v TV a byla lídrem vyhledávání ve výsledkové aplikaci Livesport. Letenský stadion dokázala 12krát vyprodat a ve zbývajících utkáních měla 97% zaplněnost domácích sektorů. Její digitální obsahové předplatné vyrostlo o 21 %. Sparta si k tomu navíc dlouhodobě drží pozici nejoblíbenějšího klubu v Česku.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Sezona 2024/25 patří mezi nejhorší v novodobé historii Sparty. Největší a neúspěšnější klub v Česku končí s mnohabodovou ztrátou za svými rivaly. Fanoušci jsou nejednotní a nespokojení. Klubu v tuto chvíli chybí energie.

**Strategie a kreativa:**

Věděli jsme, že k návratu na vrchol nestačí jen góly. Proto jsme připravili komunikační a marketingovou platformu, která dává nový impuls fanouškům i hráčům.

Kampaň „Tvoje energie Sparta“ sjednocuje, komunikačně buduje odolnost v případě špatných výkonů a přináší nový vizuální i sonický jazyk s různorodou škálou emocí – inspirovaný slavnou malbou světlem od Pabla Picassa.

**Nástroje a aktivity:**

Spartánská energie se najednou začala objevovat všude – v outdoorových kampaních, v TV, v obsahu na sociálních sítích, na merchandisingu i na stadionu díky novému světelnému a zvukovému aranžmá zápasu. Dokonce i během adventu, prostřednictvím obřího vánočního stromu Sparty na Letné.

**Výsledky:**

Skutečný test komunikačního konceptu přišel v průběhu podzimu, kdy klub zasáhla výsledková krize. I přes ní však platí, že Sparta je nejoblíbenějším klubem v Česku (24% podíl fotbalové fanouškovské základny), což odpovídá naskoku o jednu třetinu před rivaly (Ipsos Czech Republic).

Na podzim 2025 měla Sparta 9 z 10 nejsledovanějších televizních zápasů (č. 1 o cca 1,1 milionu diváků) a průměrná sledovanost utkání klubu byla o 77 tisíc vyšší než na jaře (362 245).

Sparta na podzim zaznamenala také nejvyšší počet vyhledávání na Livesportu (klíčová aplikace pro sledování sportovních výsledků). Průměrná měsíční návštěvnost profilu klubu v této aplikaci se zvýšila přibližně o 45 tisíc návštěv (na 380 646).

Klub vyprodal 12 utkání a ve zbývajících čtyřech mu zůstaly pouze nižší stovky vstupenek. Naplněnost domácích sektorů (tedy všech kromě sektoru hostů) dosáhla 97 %. Průměrná ligová návštěvnost se oproti jaru zvýšila o 1 215 fanoušků (na 17 088).

Počet uživatelů digitálního předplatného Sparta Unlimited, zaměřeného na obsah, se mezi květnem a zářím zvýšil o 2 185 (21 %) na celkových 12 395.

**Weblinky:**

<https://tv.sparta.cz/cs/video/43425-tvoje-energie-sparta/play>