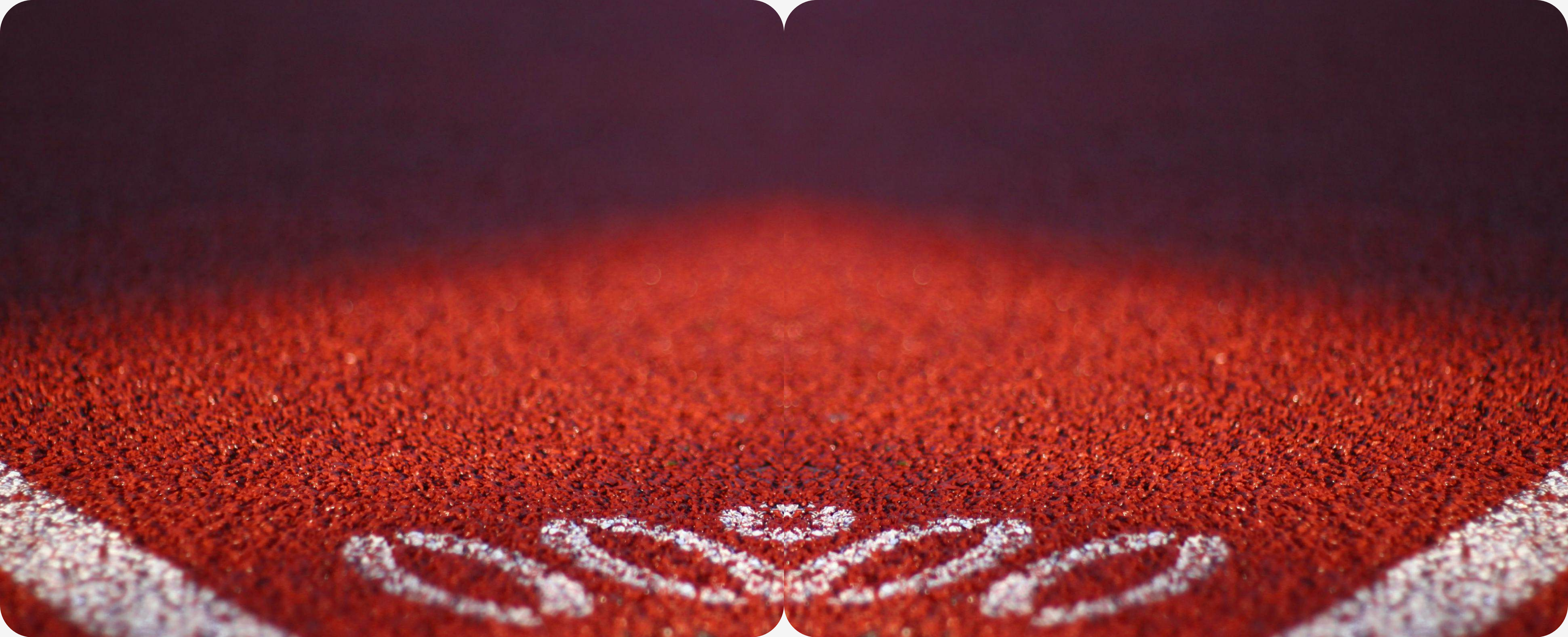




OFERTA SPORTOWA
DLA BIZNESU

PUBLICON
HUMAN TOUCH

©2K24



PUBLICON

Agencja PR i komunikacji z 18-letnim doświadczeniem i 25-osobowym zespołem konsultantów. Obsługujemy rynki takie jak **sport, technologia, zdrowie, finanse, sektor publiczny i nieruchomości**. Nasze kampanie były wielokrotnie nagradzane w prestiżowych konkursach branżowych m.in.: Złote Spinacze, Ragan's PR Daily Awards, czy Webstar Magazine Media Awards.



PUBLICON SPORT

partner marketingowy PZPN.

Specjalizujemy się w tworzeniu strategii sponsoringowych, które łączą marki z kluczowymi wydarzeniami sportowymi. **Nasza oferta obejmuje także innowacyjne produkty marketingowe oraz kompleksowe badania i analizy**, które wspierają tworzenie skutecznych strategii biznesowych w świecie sportu.



PUBLICON SPORT

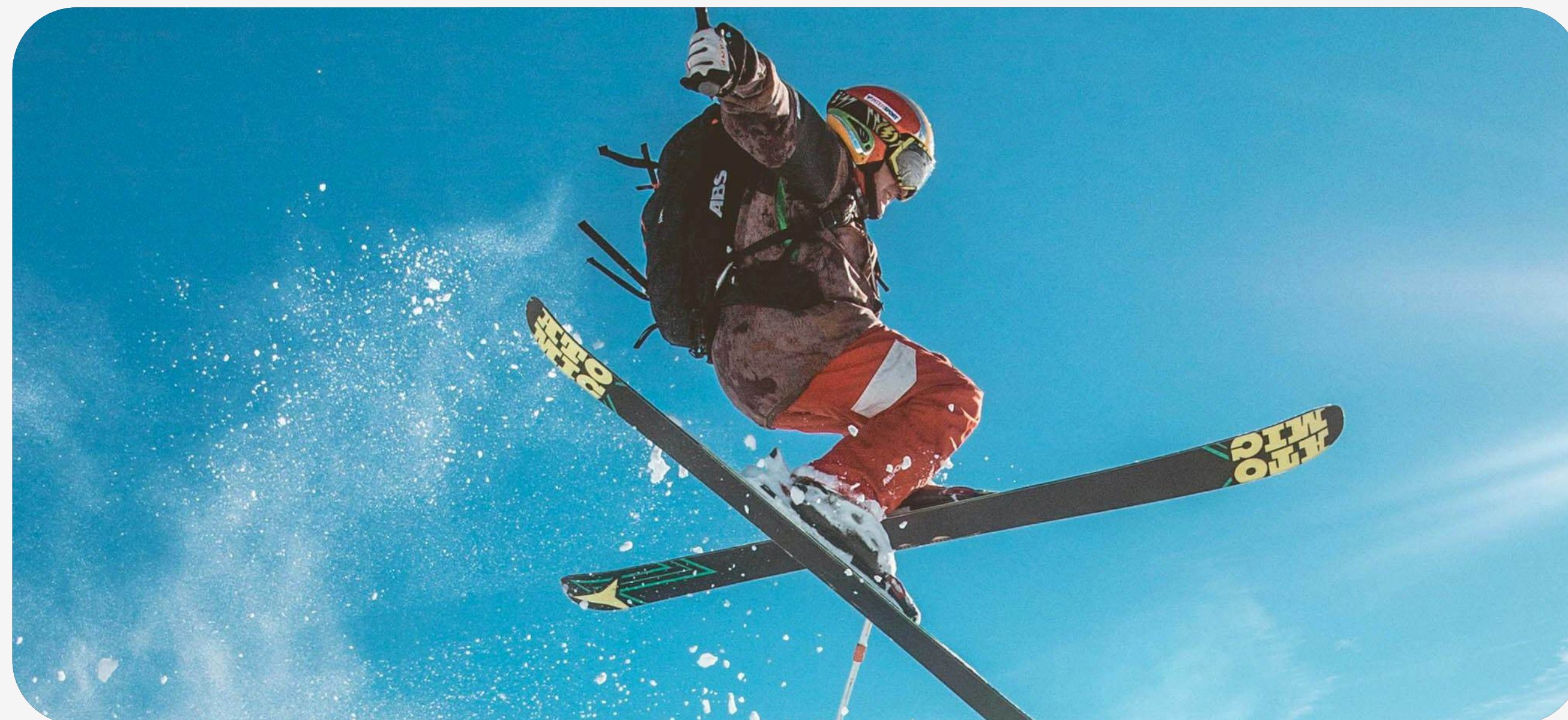
partner marketingowy PZPN.

Specjalizujemy się w tworzeniu strategii sponsoringowych, które łączą marki z kluczowymi wydarzeniami sportowymi. **Nasza oferta obejmuje także innowacyjne produkty marketingowe oraz kompleksowe badania i analizy**, które wspierają tworzenie skutecznych strategii biznesowych w świecie sportu.

SPONSORING & SPORT BUSINESS DEVELOPMENT

CO ROBIMY:

- CONSULTING
- ANALIZY SPONSORINGOWE
- NEGOCJUJEMY KONTRAKTY SPONSORINGOWE
- REPREZENTUJEMY SPORTOWCÓW, KLUBY, ORGANIZACJE
- BUDUJEMY STRATEGIE SPONSORINGOWE DLA FIRM
- SZKOLENIA I CONSULTING



- RAPORTOWANIE DZIAŁAŃ SPONSORINGOWYCH
- AKTYWACJE SPONSORINGOWE
- WDRAŻANIE PROCESÓW I PROCEDUR SPONSORINGOWYCH
- INNOWACYJNE PRODUKTY
- TECHNOLOGIE I AI W SPONSORINGU
- PUBLIKACJE SPECJALNE

WYBRANE DOŚWIADCZENIE / CASE STUDIES

→ [RAPORTY SPONSORINGOWE ORLEN](#)

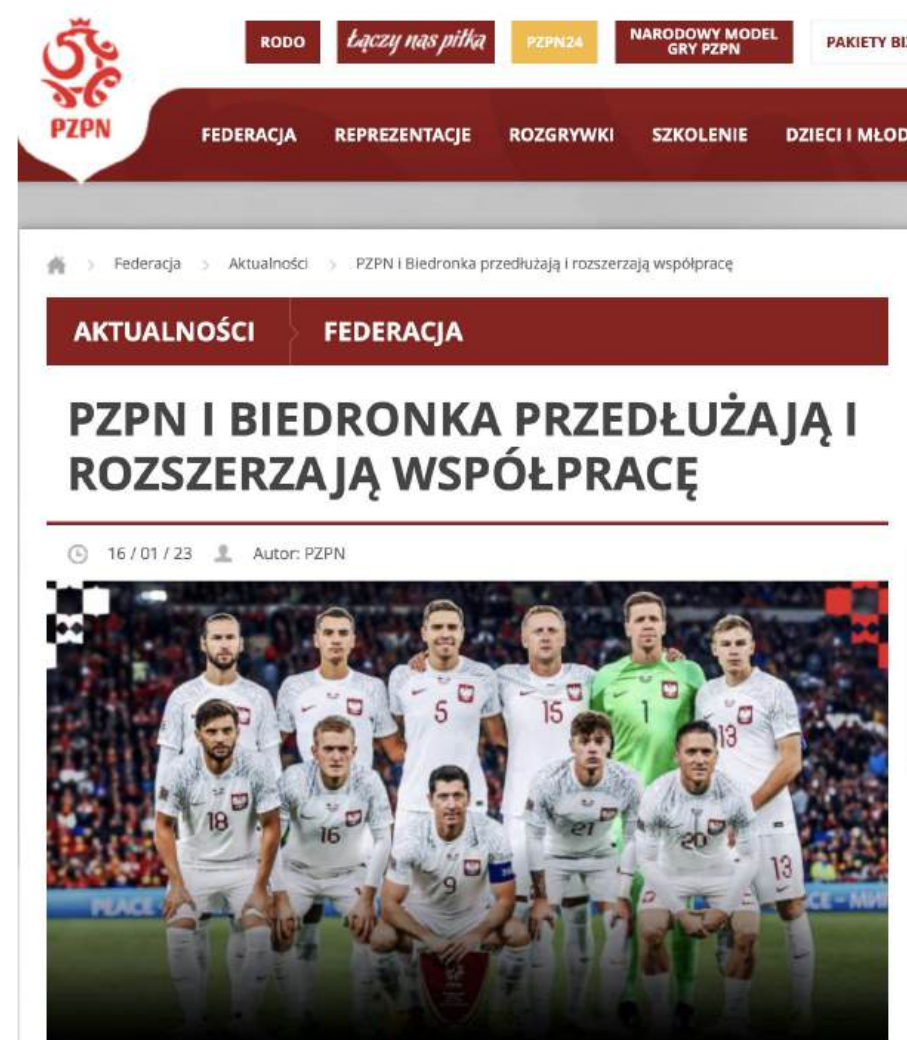
PUBLICSPORT

PUBLIC RELATIONS
Raport
PKN ORLEN

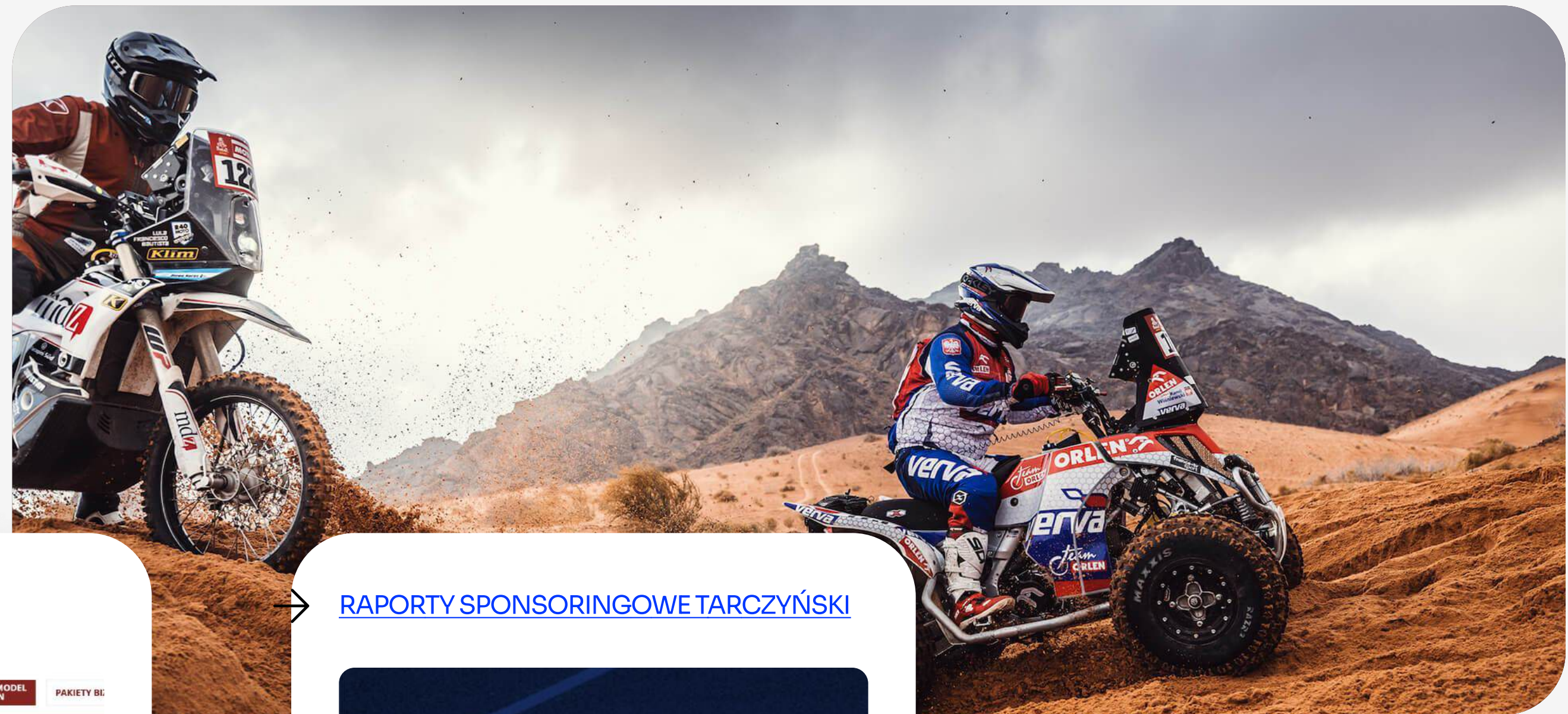
← Powrót



→ [INNOWACYJNE PRODUKTY](#)



→ [RAPORTY SPONSORINGOWE TARCZYŃSKI](#)



WYBRANE DOŚWIADCZENIE / CASE STUDIES

→ [BADANIA SPONSORINGOWE](#)



#PUBLICONSPORT

RAPORT: RYNEK SPONSORINGU SPORTOWEGO W POLSCE

Rynek sponsoringu sportu w Polsce będzie systematycznie rość. Taki wniosek płynie z raportu opublikowanego przez agencję Publicon Sport. Mimo trudnych okoliczności zewnętrznych, blisko co trzecia firma angażująca się w projekty sponsoringowe zadeklarowała, że w kolejnym roku przeznaczy więcej pieniędzy na działania w tym obszarze. Choć na rynku widać wyraźne oznaki profesjonalizacji działań, to jedynie 4 na 10 badanych firm korzysta z wyspecjalizowanych narzędzi do mierzenia efektywności sponsoringu.

Badani nabywcy praw sponsoringowych wskazywali zgodnie, że inwestycja w sport jest traktowana przede wszystkim w kategoriach realizacji celów wizerunkowych (zadeklarowało tak blisko 90% badanych firm), a w mniejszym stopniu jako platforma do budowania biznesu, wspierania sprzedaży, budowania relacji B2B czy lojalizacji klientów.

~ Znakomita większość badanych przez nas podmiotów dostrzega sens działalności sponsoringowej i widzi jej efekty. To przekłada się na gotowość do inwestowania środków w ten obszar w kolejnych latach, pomimo niesprzyjających okoliczności zewnętrznych. Jednocześnie widzimy, że sponsoring sportu jest postrzegany przez firmy jako narzędzie do realizacji głównie miękkich celów wizerunkowych, a w dalszej kolejności jako narzędzie wspierające biznes. Jedynie 38,2% deklarowało, że to narzędzie efektywnie wspiera ich sprzedaż, a 26,5% wskazywało na nawiązywanie relacji B2B. Taka percepcja tworzy przestrzeń do realizacji projektów ukierunkowanych na wspieranie biznesu i realizację celów komercyjnych, opartych o merchandising czy programy produktów licencyjnych – mówi **Szymon Sikorski**, CEO Publicon Sport.

Wyniki badania Publicon Sport potwierdzają, że wydatki na zakup praw sponsoringowych rosną i ten trend utrzyma się w kolejnych latach. Czynniki takie jak pandemia koronawirusa czy wojna w Ukrainie nie wpłynęły negatywnie na zaangażowanie podmiotów tworzących rynek sponsoringu sportu w Polsce. Co drugi badany wskazał, że środki, które przeznaczył

→ [STRATEGIE SPONSORINGOWE \(PZPN\)](#)



PZPN

RODO Łączy nas piłka PZPN24 NARODOWY MODEL GRY PZPN PAKIETY BIZ

FEDERACJA REPREZENTACJE ROZGRYWKI SZKOLENIE DZIECI I MŁODZIEŻ

Federacja Aktualności ŁĄCZY NAS WIĘCEJ NIŻ PIŁKA. STRATEGIA BIZNESOWA PZPN NA LATA 2023-26

AKTUALNOŚCI FEDERACJA

ŁĄCZY NAS WIĘCEJ NIŻ PIŁKA. STRATEGIA BIZNESOWA PZPN NA LATA 2023-26

14 / 06 / 23 Autor: PZPN

→ [FORESIGHT DLA BRANŻY ROZRYWKOWEJ \(SUPERBET\)](#)



iGAMING POLSKA

Zakłady bukmacherskie Kasyno online Loterie Poker Rozrywka stacjonarna Odpowiedzialna gra Inne Ranking

Ranking bukmacherów Ranking dostawców gier do kasyna online Ranking dostawców automatów do gier Centru

iGAMINGPOLSKA.PL – ZAKŁADY BUKMACHERSKIE – SCANARIUSZE PRZYSZŁOŚCI BRANŻY ROZRYWKOWEJ I ZAKŁADÓW BUKMACHERSKICH. Raport Foresight Betting 2040

Scanariusze przyszłości branży rozrywkowej i zakładów bukmacherskich. Raport Foresight Betting 2040

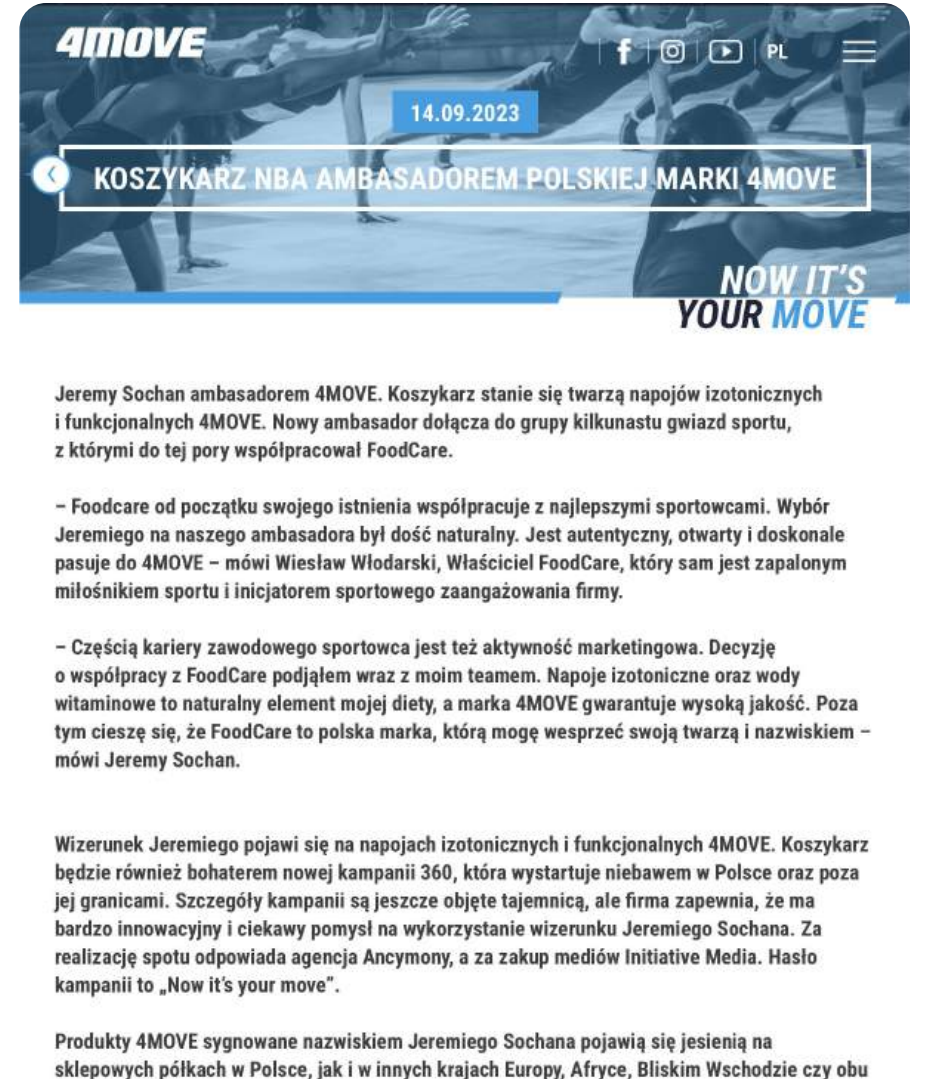
Autor: Mateusz Mazur Data publikacji: 04.10.2023 Ostatnia aktualizacja: 04.10.2023 13:02

3 ZAKŁADY BUKMACHERSKIE

Branża zakładów bukmacherskich w Polsce święci rekordy popularności, a rozwój tej gałęzi rozrywki coraz częściej stanowi przedmiot eksperckich dyskusji. Nad potencjalnymi scenariuszami przyszłości pochyla się również Raport Foresight Betting 2040, którego szczegóły szerzej omawiamy szerzej w artykule.

FORESIGHT BETTING

→ [JEREMY SOCHAN DLA 4 MOVE](#)



4MOVE

14.09.2023

KOSZYKARZ NBA AMBASADOREM POLSKIEJ MARKI 4MOVE

NOW IT'S YOUR MOVE

Jeremy Sochan ambasadorem 4MOVE. Koszykarz stanie się twarzą napojów izotonicznych i funkcjonalnych 4MOVE. Nowy ambasador dołącza do grupy kilkunastu gwiazd sportu, z którymi do tej pory współpracował FoodCare.

– Foodcare od początku swojego istnienia współpracuje z najlepszymi sportowcami. Wybór Jeremiego na naszego ambasadora był dość naturalny. Jest autentyczny, otwarty i doskonale pasuje do 4MOVE – mówi Wiesław Włodarski, Właściciel FoodCare, który sam jest zapalonym miłośnikiem sportu i inicjatorem sportowego zaangażowania firmy.

– Częścią kariery zawodowego sportowca jest też aktywność marketingowa. Decyzję o współpracy z FoodCare podjąłem wraz z moim teamem. Napoje izotoniczne oraz wody witaminowe to naturalny element mojej diety, a marka 4MOVE gwarantuje wysoką jakość. Poza tym cieszę się, że FoodCare to polska marka, którą mogę wesprzeć swoją twarzą i nazwiskiem – mówi Jeremy Sochan.

Wizerunek Jeremiego pojawi się na napojach izotonicznych i funkcjonalnych 4MOVE. Koszykarz będzie również bohaterem nowej kampanii 360, która wystartuje niebawem w Polsce oraz poza jej granicami. Szczegóły kampanii są jeszcze objęte tajemnicą, ale firma zapewnia, że ma bardzo innowacyjny i ciekawy pomysł na wykorzystanie wizerunku Jeremiego Sochana. Za realizację spotu odpowiadała agencja Ancymony, a za zakup mediów Initiative Media. Hasło kampanii to „Now it's your move”.

Produkty 4MOVE sygnowane nazwiskiem Jeremiego Sochana pojawiają się jesienią na sklepowych półkach w Polsce, jak i w innych krajach Europy, Afryce, Bliskim Wschodzie czy obu

BRANDING, MARKETING, KOMUNIKACJA

CO ROBIMY:

- BRANDING
- OBSŁUGA SOCIAL MEDIA
- OBSŁUGA MEDIALNA
- MEDIA DAY
- OBSŁUGA MARKETINGOWA
- STRATEGIE MARKETINGOWE



- ANALIZY I RAPORTY
- SZKOLENIA
- CONSULTING
- KONFERENCJE I EVENTY
- CONTENT MARKETING

WYBRANE DOŚWIADCZENIE / CASE STUDIES

→ [BRANDING: PZKOL](#)

NEWS

Polski Związek Kolarski odświeża swój wizerunek

Redakcja | 4 lipca 2023 | Udostępnij ten artykuł



zal. 1920

Dotychczasowy historyczny znak Polskiego Związku Kolarskiego został zastąpiony nowym wzorem. Zmiana jest odpowiedzią na wyzwania związane z kreowaniem wizerunku nowoczesnej organizacji, która ma połączyć historyczny symbol ze współczesnymi trendami.

Wizerunek Polskiego Związku Kolarskiego

Polski Związek Kolarski jest jedną z najstarszych polskich organizacji sportowych, która w 2020 roku świętowała 100-lecie istnienia. Federacja zrzeszająca polskich

→ [ORLEN TEAM \(SOCIAL MEDIA\)](#)



ORLEN Team – najbardziej rozpoznawalny polski zespół motosportowy

W 2021 roku rozpoczęliśmy współpracę z ORLEN Team. Nasze działania obejmują komunikację, promocję i wsparcie PR startów wszystkich zawodników zespołu na czele z Robertem Kubicą, Jakubem Przygońskim i Bartkiem Zmarzlikiem. Tylko w ostatnich miesiącach odnieśli wiele spektakularnych sukcesów.

Robert Kubica, wraz z kolegami z zespołu ORLEN Team WRT, zwyciężył w prestiżowej serii wyścigów długodystansowych European Le Mans Series. Bartosz Zmarzlik został indywidualnym wice mistrzem świata. Quadrowiec Kamil Wóśniński jako pierwszy zawodnik w historii teamu stanął na podium Dakaru, a Mikołaj Marczyk – szybciej niż wszyscy oczekiwali – przebił się do światowej czołówki kierowców rajdowych, zdobywając tytuł II wice mistrza Europy.

→ [INPOST](#)

InPost

Strona główna | Blog | InPost Oficjalnym Partnerem Atlético Madryt! | [Powiedz na blog](#)

InPost Oficjalnym Partnerem Atlético Madryt!

13 Sierpnia 2024 | [Odsłuchaj tekst](#)

Od sezonu 2024-2025 InPost będzie sponsorować legendarny, hiszpański klub piłkarski Grupa InPost, lider wśród platform dostaw dla e-commerce w Europie, został nowym Oficjalnym Partnerem Atlético Madryt – czołowego klubu hiszpańskiej LaLiga. InPost jest też Oficjalnym Partnerem brytyjskiej drużyny Newcastle United, największego wyścigu Tour de France, a także Sponsorem Strategicznym reprezentacji Polski w piłce nożnej. Ponadto, InPost w ramach projektu InPost Sport Team sponsoruje polskich olimpijczyków na czele z Natalią Kaczmarek i Wojciechem Nowickim.

Hiszpania jest jednym z najszybciej rozwijających się rynków Grupy InPost z ponad 8 000 punktów odbioru OOH. W pierwszym kwartale 2024 r. liczba punktów InPost w Hiszpanii wzrosła o 87% rok do roku. Współpraca z Atlético Madryt, który posiada miliony kibiców na terenie całego kraju, pozwoli Grupie wzmocnić lokalną świadomość marki InPost.

Atlético Madryt – klub z ponad stoletnią historią, zagra w tym roku dwunasty sezon z rzędu w Lidze Mistrzów UEFA – to osiągnięcie na miarę najlepszych europejskich drużyn. Atlético Madryt zdobyło 10 różnych trofeów piłkarskich w ciągu ostatnich 12 lat – to demonstracja ambicji zespołu, który nigdy się nie poddaje i opiera swój sukces na wysiłku i wytrwałości. Atlético Madryt to także symbol hiszpańskiej piłki nożnej, grający w najmocniejszej lidze na świecie – LaLiga.

→ [THINK BIG: KSIĄŻKA O MARKETINGU SPORTOWYM](#)

PIERWSZE KOMPENDIUM wiedzy o marketingu sportowym i sponsoringu napisane przez zespół praktyków

„Think big. Jak wprowadzić marketing sportowy, sponsoring i rynek sportu w nowe czasy”

Połączenie punktów widzenia specjalistów z branży komunikacji, biznesu i sportu. Kompleksowa wiedza w jednej publikacji: dobre praktyki w sponsoringu sportu, relacja sportu z biznesem, pozyskiwanie finansowania, inwestowanie w lokalne kluby, branding czy teamwear. Użyteczna forma: wywiady, case studies, checklisty i przydatne linki. Praktyczne porady dla marek, specjalistów od komunikacji, sportowców i organizacji.

KUP TERAZ

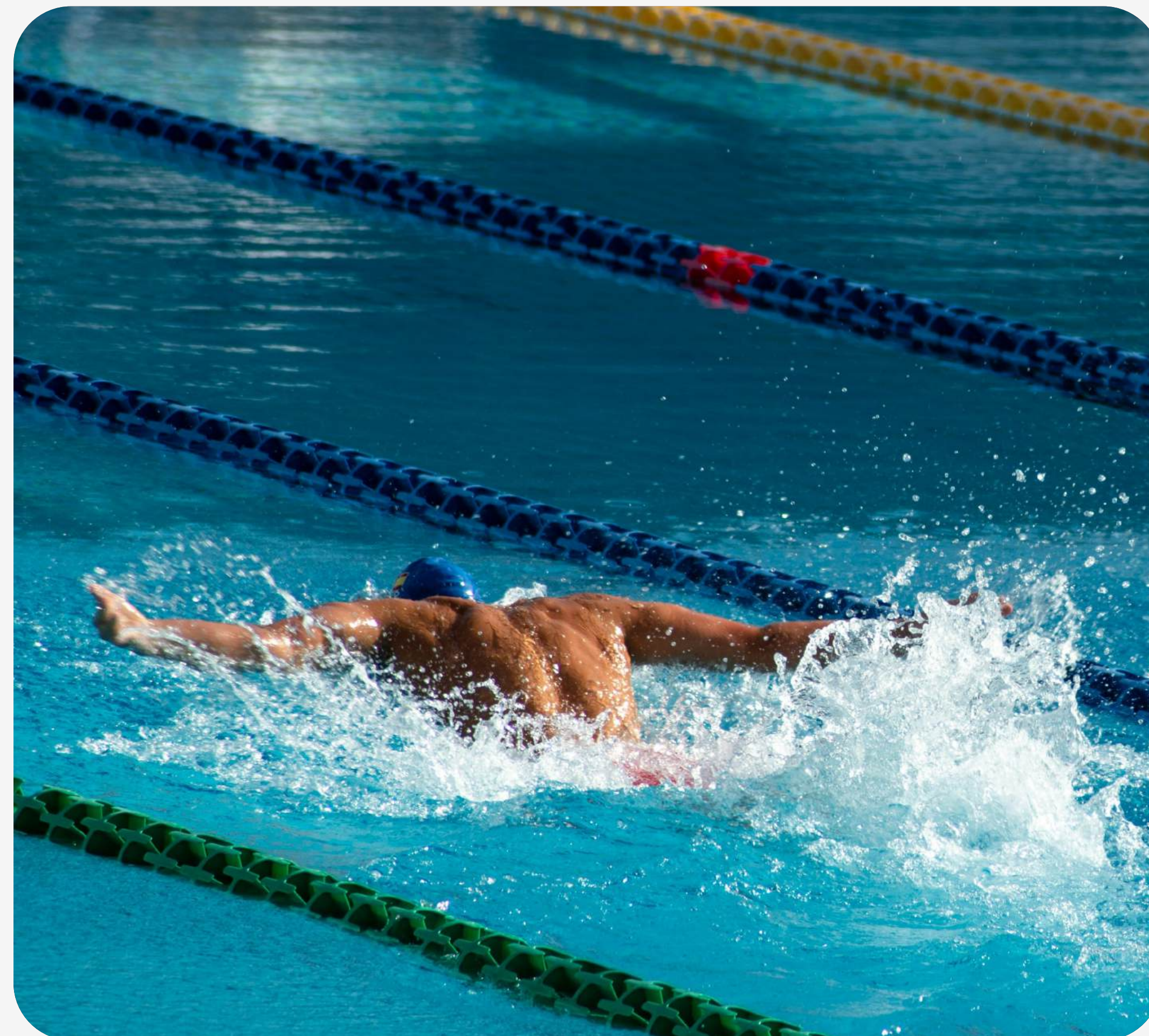
[dowiedz się więcej](#)



MEDIUM O BIZNESIE, MARKETINGU I LUDZIACH SPORTU

CO ROBIMY:

- CONTENT MARKETING
- WYWIADY Z LUDŹMI Z POGRANICZA ŚWIATA SPORTU I BIZNESU
- KAMPANIE PERFORMANCE
- AKTYWACJE SPONSORINGOWE
- ARTYKUŁY SPONSOROWANE
- PUBLIKACJA CASE STUDIES I ANALIZ SUKCESÓW
- PARTNERSTWA MEDIALNE
- WEBINARY
- TREŚCI EDUKACYJNE I KURSY



BUDUJEMY MISTRZÓW MARKI

The Challengers to projekt, w którym zrzeszamy zarówno gwiazdy sportu areny narodowej, jak i najlepiej rokujących polskich sportowców, podnosimy ich kompetencje komunikacyjne i wizerunkowe zapewniając im kompleksową obsługę marketingową i PR, która sprawia że stają się oni silną marką.

CO ROBIMY:

- WYBIERAMY ODPOWIEDNICH SPORTOWCÓW.
- WYKORZYSTUJEMY MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE I EVENTY.
- BUDUJEMY WIZERUNEK MARKI NA SUKCESACH SPORTOWCÓW.
- ZWIĘKSZAMY ZASIĘG DZIĘKI LOJALNYM FANOM.
- ZAPEWNIAMY WSPARCIE EKSPERTÓW OD MARKETINGU SPORTOWEGO.
- DOSTOSOWUJEMY STRATEGIĘ DO POTRZEB BIZNESU.
- ŁĄCZYMY MARKI Z WARTOŚCIAMI SPORTOWCÓW
- ZARZĄDZAMY KOMUNIKACJĄ ZEWNĘTRZNĄ.
- TWORZYMYS POZYTYWNY ODBIÓR MARKI.
- KREUJEMY HISTORIĘ MARKI W MEDIACH.



DZIEKUJEMY ZA UWAGĘ KONTAKT



SZYMON SIKORSKI

CEO&Founder
s.sikorski@publicon.pl
+48 600 968 951



ANNA MAŁYS

Project Manager
a.malys@thesport.pl
+48 538 628 479

