

MACIEJ LEPIATO

One TEAM One DREAM



OFERTA
WSPÓŁPRACY

2024-28

WSTĘP

Maciej Krzysztof Lepiato ur. 18 sierpnia 1988

w Poznaniu – polski lekkoatleta,
specjalizujący się w skoku wzwyż, Mistrz
Paraolimpijski i siedmiokrotny medalista
Mistrzostw Świata osób z
niepełnosprawnościami.

W 2010 zdobył srebrny medal Mistrzostw Polski
młodzieżowców oraz reprezentował kraj w meczu
międzypaństwowym zawodników pełnosprawnych.

Pierwszy międzynarodowy sukces, w gronie
niepełnosprawnych sportowców, odniósł na
Mistrzostwach Świata w Christchurch 2011, gdzie
stanął na najwyższym stopniu podium. Podczas
Igrzysk Paraolimpijskich w Londynie 2012 zdobył
złoty medal i poprawił Rekord Świata na wysokość
2,12 m. Podczas Igrzysk Paraolimpijskich w Rio
2016 zdobył złoty medal i poprawił Rekord Świata
na wysokość 2,19 m. Na Igrzyskach Paraolimpijskich
w Tokio 2020 skoczył na wysokość 2,04 m,
zdobywając brązowy medal.

Na MŚ w Paryżu 2023 r. zdobywa złoty
medal a rok później na MŚ w japońskim Kobe
sięga po brązowy krążek. Podczas Igrzysk
Paraolimpijskich w Paryżu 2024 skokiem na
wysokość 2,03 m zapewnił sobie brązowy
medal.



SKACZ ZE MNĄ !!!

2 WSTĘP

3 O MNIE, o dyscyplinie, o sobie

4 Dlaczego WARTO ?

6 Dotrzyj z Nami do ...

7 Kim jest Nasz kibic ?

8 Twoja Marka będzie ...

10 Cele firmy ...

12 Zagraj z Nami

13 Media

15 OPINIE



O MNIE

O dyscyplinie

Skok wzwyż – konkurencja lekkoatletyczna, polegająca na odbiciu się - po wykonaniu rozbiegu i przeniesieniu całego ciała ponad poprzeczką zawieszoną na pionowych stojakach. Zawodnicy mają trzy próby na pokonanie danej wysokości. Po strąceniu poprzeczki istnieje możliwość przeniesienia pozostałych prób na następną wysokość. Trzy kolejne nieudane próby eliminują z konkursu.

O sobie

Jestem dumnym TATA, mężem, opiekunem RODZINY- to prywatnie. A zawodowo ? Spełniony sportowiec, ciągle poszukujący nowych WYZWAŃ. Jestem czterokrotnym medalistą Igrzysk Paralimpijskich, pięciokrotnym Mistrzem Świata, aktualnym Rekordzistą Świata, multimedalistą ME MP.

Jestem człowiekiem upartym, konsekwentnym, cierpliwym i skutecznie dążącym do założonych CELÓW. Dużo się uśmiecham na co dzień. Jestem wygadany ale nie męczący. Dobrze prezentuję się przed kamerą oraz z mikrofonem w ręce.

Cały czas chcę się rozwijać, uczyć, stawać lepszym.



DLACZEGO WARTO?

Promocja marki przez sport niesie ze sobą szereg istotnych zalet.

Pierwszą i najważniejszą z nich jest zwiększenie rozpoznawalności. Sport jest uniwersalnym językiem, który przekracza granice kulturowe i społeczne, pozwalając markom na globalne dotarcie. Kolejną ważną korzyścią jest zdobywanie nowych klientów. Każde sportowe wydarzenie to okazja do nawiązania kontaktu z potencjalnymi klientami, których zainteresowania już są skierowane na aktywność fizyczną i zdrowe nawyki. Sport umożliwia też poprawę wizerunku marki. Angażując się w promocję zdrowego stylu życia, marki mogą budować pozytywną reputację i zdobywać lojalność klientów. Można powiedzieć, że sport to nie tylko strategia promocyjna, ale i sposób na solidne budowanie marki, który przekłada się na jej długofalowy sukces.



POTENCJAŁ MIASTA I REGIONU

Twoja grupa docelowa to fani sportu – gdy Twoje produkty lub usługi są skierowane do osób interesujących się sportem, współpraca ze sportowcem czy organizacjami sportowymi pozwoli Ci na skuteczne DOTARCIE do odpowiednich ODBIORCÓW.



SZKOLENIE MŁODZIEŻY

PROJEKT, którego celem jest zachęcenie rodziców i dzieci do tego, aby sport stał się CZĘŚCIĄ ICH ŻYCIA



KLUB

Klubu Naszych Partnerów pozwoli Ci na szeroko pojęte budowanie RELACJI, TOŻSAMOŚCI, oraz JEDNOŚCI. Pozyskiwanie nowych partnerów oraz znajomości.



BRANDING

Branding na stadionach i imprezach to jeden ze sposobów, w jaki TWOJA firma może wykorzystać POTENCJAŁ REKLAMOWY. Współpracując z organizacjami sportowymi, TWOJA marka może tworzyć wyjątkowe doświadczenia dla fanów, jednocześnie zyskując CENNĄ EKSPOZYCJĘ.

ROZPOZNAWALNOŚĆ MARKI

Uniwersalny zasięg i atrakcyjność sportu sprawia, że sponsorzy marek mogą odnieść znaczące korzyści, zarówno dzięki ekspozycji, jak i temu, jak dobrze konsumenci oceniają ZAANGAŻOWANIE MARKI

KIBICE

Z punktu widzenia kibica, zwiększone inwestycje to prawdopodobnie dobrze wydane pieniądze, ponieważ konsumenci postrzegają sponsorów marek podczas wydarzeń sportowych jako bardzo godnych zaufania. Według ostatniego badania Trust in Advertising Study, tylko rekomendacje od ludzi cieszą się większym zaufaniem konsumentów.

MEDIA

W przypadku transmisji wydarzeń sportowych, które można określić mianem wydarzenia medialnego zostało ono zdefiniowane jako „fakt społeczny”, zaskakujący albo oczekiwany, który dzięki skoncentrowanej uwadze mediów i specyficznych cechom relacjonowania przyciąga najszerszą publiczność, nabierając cech DONIOSŁOŚCI i HISTORYCZOŚCI

GOŚCIE VIP NA TRYBUNACH

Bądź gościem Vip na zawodach lekkoatletycznych. Poznaj, kulisy rywalizacji sportowej, zasmakuj kuchni w, której głównymi potrawami jest KREW, POT, ŁYZY



Ambasador Akcji Charytatywnej - PARA Olimpijczycy - Kalendarz



Branding sprzętu sportowego - Renault



Branding samochodu - Renault



Branding - Program Ministerstwa Sportu i Turystyki - TEAM 100



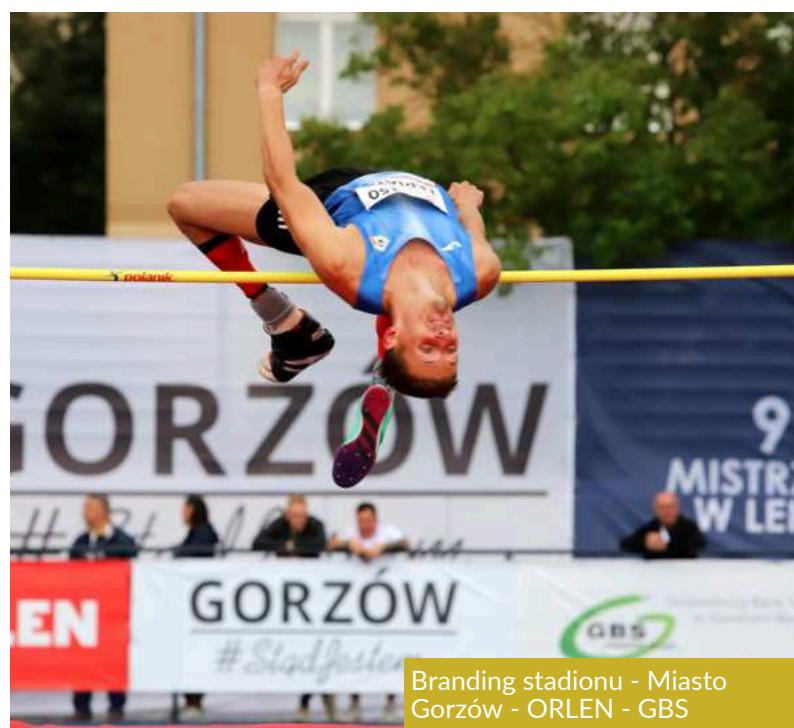
Ambasador MARKI - spotkania motywacyjne - CITI HANDLOWY



Branding sprzętu sportowego - Renault



Ambasador - Bank GBS



Branding stadionu - Miasto Gorzów - ORLEN - GBS

DOTRZYJ Z NAMI DO NOWYCH KLIENTÓW

Zwiększąc rozpoznawalność marki oraz budując lojalność wśród konsumentów poprzez skojarzenia z rozpoznawalnym sportowcem.

W praktyce oznacza to, że kiedy kibice oglądają swój ulubiony sport lub sportowca, widzą również logo sponsora, co tworzy pozytywne skojarzenie w ich umysłach.

Angażując się w sponsoring sportowy zyskasz również możliwość dotarcia do nowych grup docelowych, co skutkuje nie tylko poszerzeniem rynku, ale także zwiększeniem przywiązania wśród obecnych klientów korzystających z usług związanych z Twoim sektorem.

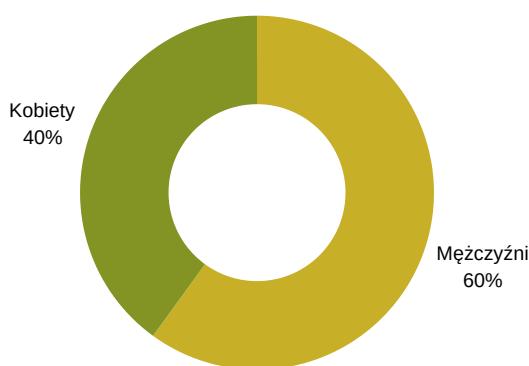
A co najważniejsze, strategiczne korzystanie ze sponsoringu sportowego może prowadzić do budowy silnego kapitału marki, a potencjalne zwroty z tej inwestycji często przekraczają te osiągane dzięki tradycyjnym działaniom reklamowym.



POTENCJAŁ W LICZBACH



KIM JEST NASZ KIBIC?



21%

Polaków deklaruje zainteresowanie sukcesami polskich zawodników niepełnosprawnych

**4,41 mld.
4,25 mld.
5,12 mld.**

Globalna publiczność telewizyjna:
Igrzyska P. Rio de Janeiro 16 r
Igrzyska P. Tokio 21 r
Igrzyska P. Paryż 24 r

47%

Polaków chce na bieżąco śledzić informacje na temat niepełnosprawnych sportowców

**1200 godz.
1200 godz.
540 godz.
100 godz.**

Liczba godzin transmisyjnych na Igrzyskach P. w Tokio 21 r
Amerykańska NBC
Australijski Channel 7
Japońska Telewizja
TVP Sport

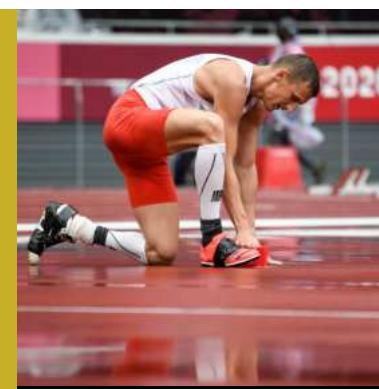
34%

Polaków podziwia niepełnosprawnych sportowców

500 godz.

Wzrost liczby godzin transmisyjnych na Igrzyskach P. w Paryżu 24 r

Polsat Sport



TWOJA MARKA BĘDZIE TAM GDZIE MY



GALE

Uczestnicz ze mną w reprezentatywnych galach



BILLBOARDY

Niech Twoje logo będzie eksponowane na bilbordach



SAMOCHÓD

Niech Twoja marka podróżuje ze mną



SPOTKANIA MOTYWACYJNE

Zorganizuj spotkania motywacyjne dla swoich pracowników



ZAWODY

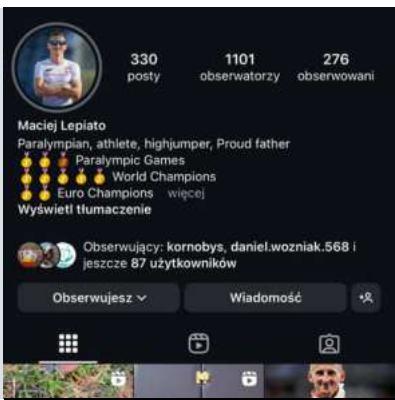
Uczestnicz w zawodach na żywo



FACEBOOK

3,8 tys. obserwujących • 8 obserwowanie

Gold medal:
Paralympic Games- 2 times
World Champs- 5 times
Euro Champs- 3 times
World record holder



INSTAGRAM

Posty oraz relacje



MEDIA

Zaprezentuj się w mediach

DLACZEGO WARTO SPONSOROWAĆ?

Uniwersalność, emocje, dynamika, zainteresowanie mediów to najważniejsze cechy sportu, dzięki którym biznes na cały świecie odnosi wymierne korzyści. Najczęstsze cele firm realizowane przez sport to: wzrost świadomości i znajomości marki, budowa wizerunku marki, pozyskiwanie nowych klientów, wzrost lojalności klientów wobec marki, budowa relacji z kontrahentami, wzrost sprzedaży.



45% kibiców deklaruje wybór produktów i usług sponsora, względem konkurencyjnej firmy*

*Badania Nielsen Sport

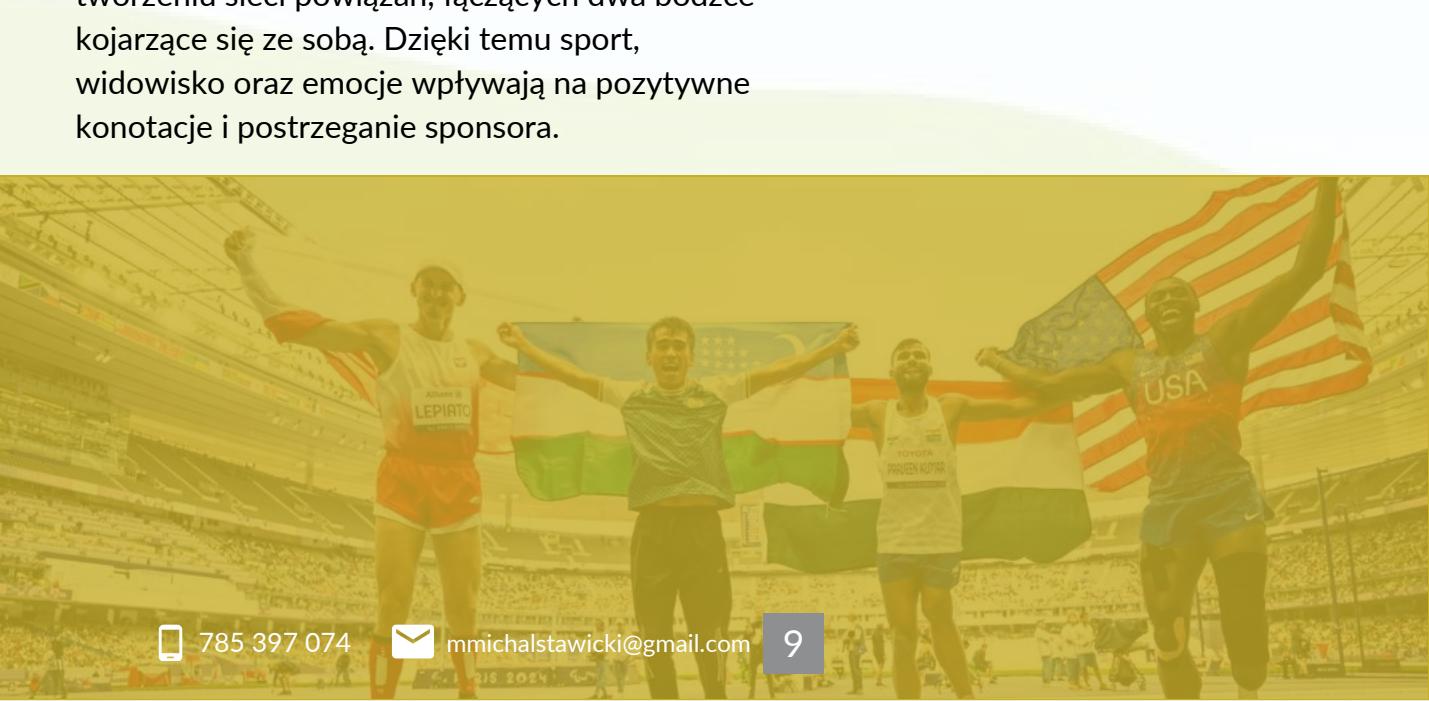
PRZENIESIENIE POZYTYWNYCH SKOJARZEŃ

Przeniesienie wizerunku ze sportu na sponsora wynika z pamięci skojarzeniowej opierającej się na tworzeniu sieci powiązań, łączących dwa bodźce kojarzące się ze sobą. Dzięki temu sport, widowisko oraz emocje wpływają na pozytywne konotacje i postrzeganie sponsora.

PUNKTY STYKU Z MARKĄ FIRMY

Badania psychologa społecznego Roberta Zajonca z 1986 r. wskazują, iż im częściej się widzi, spotyka dany obiekt, tym sympatia do niego jest większa.

Taką rolę pełnią wszelkiego rodzaju nośniki reklamowe eksponowane podczas widowiska. Człowiek posiada szeroką pamięć, tj. zapamiętuje podświadomie także te informacje, które nie są dla niego zauważalne. Kibic darzy większą sympatią marki sponsorów, bo ma z nimi częsty kontakt.



ZAUFANIE I WIARYGODNOŚĆ
LONDYN 2012 - ZŁOTY

Sportowcy są postrzegani jako eksperci w swoich dyscyplinach sportowych i cieszą się dużym zaufaniem swoich fanów. Wiarygodność ta może przenieść się na reprezentowane przez nie firmy, czyniąc je bardziej godnymi zaufania konsumentów.

WPŁYWOWE WZORCE DO NAŚLADOWANIA
RIO 2016 - ZŁOTY

Wiele osób postrzega sportowców jako wzorce do naśladowania ze względu na ich poświęcenie, dyscyplinę i determinację w dążeniu do sukcesu. Kojarząc się z tymi cechami, marki mogą odnieść korzyść z kojarzenia ich z pozytywnymi wzorami do naśladowania.



ZREALIZUJ CELE FIRMY PRZYKŁADY AKTYWIZACJI SPONSORINGU

**PROFESJONALIZM I ETYKA
PRACY**
TOKIO 2020 - BRĄZOWY

Odniesienie sukcesu w sporcie wymaga ogromnego zaangażowania, dyscypliny i ciężkiej pracy – a wszystkie te cechy dobrze przekładają się również na profesjonalne reprezentowanie usług i produktów. Te cechy sprawiają, że sportowcy są niezawodnymi przedstawicielami każdego brandu.

**KREOWANIE WYJĄTKOWYCH
DOŚWIADCZEŃ**
PARYŻ 2024 - BRĄZOWY

Sportowcy są związani z ważnymi wydarzeniami, takimi jak Igrzyska Olimpijskie, często mają wyjątkowe doświadczenia, które stwarzają atrakcyjne możliwości opowiadania historii o markach poszukujących kreatywnych sposobów dotarcia do konsumentów.

**CZTEROKROTNY UCZESTNIK IGRZYSK
CZTEROKROTNY MEDALISTA IGRZYSK**

RODZAJE SPONSORINGU

SPONSOR FINANSOWY

Kluczowa rola jako istotne źródło wsparcia finansowego i partnerstwa. Jest to obopólna, korzystna relacja, w której sponsor zapewnia podmiotowi sportowemu pomoc finansową w zamian za możliwości promocyjne i ekspozycję.



SPONSOR TECHNICZNY

Dostarczenie niezbędnego towaru i usługi, które wspierają sportowca lub jego zespół na zawodach lub poza nimi. Może to obejmować szeroki zakres obszarów. Partner odgrywa istotną rolę w zapewnieniu sprawnego codziennego funkcjonowania sportowca i jego zespołu.



BARTER

Umowa o charakterze nie pieniężnym, polegająca na obustronnej wymianie towaru za usługę - promocji towaru.



W RAMACH WSPÓŁPRACY OTRZYMASZ DODATKOWO

- Pamiątkowe zdjęcie z autografiem
- Koszulka startowa z LOGO
- Comiesięczny raport marketingowy
- Raport całoroczny ze sportowych dokonań
- Zaproszenie na udział w zawodach
- Spotkania motywacyjne z pracownikami firmy

ZAGRAJ Z NAMI!



Maciej Lepiato - MEDIA

Telewizja

The screenshot shows a news article from Eurosport about the Paralympics. The headline reads "2011 roku nie schodzi z podium najważniejszych imprez, oraz skaczący wzwyż Maciej Lepiato, rekordzista świata, który z trzech poprzednich igrzysk wrócił z medalem, z czego dwukrotnie złotym." Below the text is a photo of three men sitting on a couch: Mateusz Michalski, Maciej Lepiato, and Mateusz Otto. A caption below the photo identifies them. To the right, there's a video thumbnail for "WZRUSZAJĄCA HISTORIA MACIEJA LEPIATO" with a play button over it. The video title is "SPORTOWE I ŻYCIOWE WYZWANIA MACIEJA LEPIATO". The video was posted on 24.05.2017, 09:49.

EUROSPORT

DZIEŃ DOBRY TVN

PYTANIE NA ŚNIADANIE

Radio

The screenshot displays three radio station websites:

- Radio ESKA:** Shows a photo of Maciej Lepiato celebrating after winning a medal. A banner at the bottom left says "Paraolimpiada 2024. Maciej Lepiato zdobył brąz w skoku".
- PolskieRadio.pl:** Headlines "#Guttmann2023. Maciej Lepiato wybrany sportowcem roku".
- RMF 24:** Shows a photo of Maciej Lepiato performing a high jump.

RADIO ESKA

**PROGRAM PIERWSZY
POLSKIE RADIO**

RMF FM

Maciej Lepiato - MEDIA

Media cyfrowe

KANAŁ SPORTOWY

Znamy chorążych na Igrzyska Paraolimpijskie w Paryżu!

Mateusz Dęderski
Zródło: Polsat Sport

18:14, 08. sierpnia 2024 Aktualizacja:

Kułomiotka Lucyna Kornobis i skoczek wzwyż Maciej Lepiato będą chorążymi reprezentacji Polski podczas nadchodzących Igrzysk Paraolimpijskich w Paryżu.



KANAŁ SPORTOWY

TVP SPORT

LEKKOATLETYKA

Maciej Lepiato: zdobyłem piąty złoty medal mistrzostw świata i dogoniłem Pawła Fajdka!

FILIP KOŁODZIEJSKI / 2023-07-13 06:41



TVP SPORT

WP SportoweFakty

Start > Lekkoatletyka > Brązowy medal Polaka na MŚ. "Wynik poniżej normy"

REKLAMA

Nowaość: skóra sucha i atopowa
Zestaw dermokosmetyków do twarzy i ciała do skóry atopowej. Naturalne

Brązowy medal Polaka na MŚ. "Wynik poniżej normy"



WIRTUALNA POLSKA

Media cyfrowe

sport.pl

sport.pl - Lekkoatletyka - Felietony Lepiato - Byłem w Rio. Maciej Lepiato

Byłem w Rio. Maciej Lepiato. W Tokio chcę walczyć ze zdrowym!

Maciej Lepiato
22.09.2016 10:00



SPORT.PL

Polsat Sport @polsatsport

Obserwuj ...

Maciej Lepiato zdobył brązowy medal igrzysk paraolimpijskich w skoku wzwyż w kategorii F64

Polak uzyskał wysokość 2.03

#Paralympics2024

SKOK WZWYŻ



POLSAT SPORT

onet sport

PIŁKA NOŻNA TENIS SIATKÓWKA ŻUŻEL KOSZYKÓWKA BOKS

WTA WUHAN Zakończony 10 paź, 6:19

| | | |
|-----------------|---|---|
| Magda Linette | 6 | 6 |
| Daria Kasatkina | 2 | 3 |

PRZEJDŹ DO RELACJI →

REKLAMA

Fundusze Europejskie
Prowadzisz firmę na Dolnym Śląsku?
Zyskaj dofinansowanie na szkolenia

OTWÓRZ ▶

PRZEGŁAD SPORTOWY ONET ▶ PARAOLIMPIADA ▶ POLAK Z BRAZEM NA PARALIMPIADĘ

Polak z brazem na

ONET - PRZEGŁAD SPORTOWY

OPINIE o Macieju Lepiato



Robert Korzeniowski
Polska ikona sportu
Czterokrotny medalista olimpijski w chodzie

W promowaniu sportu powinniśmy skupić się na wszystkich jego dziedzinach.

Osobiście bardzo mnie cieszy fakt, że w zeszłorocznej edycji Sportowca Roku, Polskiego Komitetu Paralimpijskiego otrzymało bliski mojemu sercu, Maciej Lepiato.



Artur Partyka
Polska ikona sportu
Dwukrotny medalista olimpijskich w skoku wzwyż

Maciek szuka celów, motywacji.

Medale i zwycięstwa są fajne, ale to, że młody człowiek z takimi problemami znajduje pasję w tym, co robi, a przy okazji pokazuje innym, że można być pełnosprawnym, jest o wiele ważniejsze.

Trzymam kciuki.

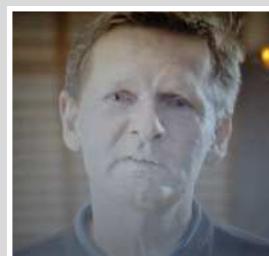


Jacek Wszoła
Polska ikona sportu
Dwukrotny medalista olimpijski w skoku wzwyż

Widziałem jego występy i osiągnięty wynik.

Nie odzwierciedlał tego co widziałem - jego potencjał jest znacznie większy.

Także wszystko jest otwarte, jego wynik jest niewiadomą, co też jest fajne.



Krzysztof Borek
Pierwszy trener

Maciek zawsze chce czegoś więcej.

Maciek nigdy się nie skarzył i od początku wierzył w to co robił.



ZAPRASZAM DO KONTAKTU

Współpraca
Michał Stawicki
📍 Gorzów Wlkp/Warszawa/Łódź/Bełchatów
📞 tel. 785 397 074
✉️ e-mail: mmichalstawicki@gmail.com