

# 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.

## 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



# SKACZ ZE MNA !!!



# 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 TATĄ, 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 CENNA 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 określać mianem wydarzenia medialnego zostało ono zdefiniowane jako „fakt społeczny”, zaskakujący albo oczekiwany, który dzięki skoncentrowanej uwadze mediów i specyficznym cechom relacjonowania przyciąga najszerszą publiczność, nabierając cech DONIOSŁOŚCI i HISTORYCZNOŚCI

## GOŚCIE VIP NA TRYBUNACH

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





Spotkania promujące aktywność fizyczną wśród młodzieży  
- ekspozycja MARKI



Ambasador Akcji Charytatywnej  
- PARA Olimpijczycy - Kalendarz



Branding - Program Ministerstwa  
Sportu i Turystyki - TEAM 100



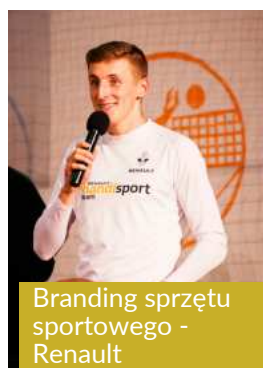
Branding sprzętu sportowego -  
Renault



Branding samochodu - Renault



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

Zwiększ rozpoznawalności marki oraz buduj lojalności 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 osiągnięte dzięki tradycyjnym działaniom reklamowym.



## POTENCJAŁ W LICZBACH



**ŚREDNIA KIBICÓW  
NA STADIONIE-IGRZYSKA**

50 000



**WIDZÓW TRANSMISJI  
W TELEWIZJI-IGRZYSKA**

100 000



**WIDZÓW TRANSMISJI  
W INTERECIE-IGRZYSKA**

25 000



**FANÓW NA  
FACEBOOKU**

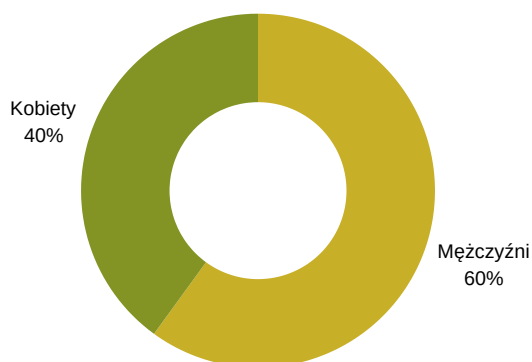
3 800



**FOLLOWERSÓW  
NA INSTAGRAMIE**

1 101

# 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

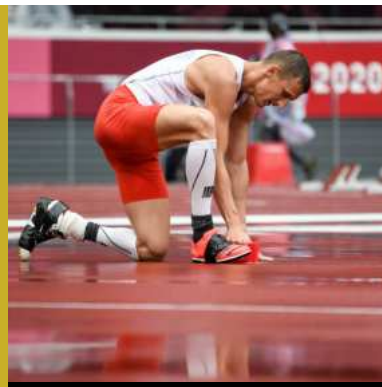
34%

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 billboardach



## SAMOCHÓD

Niech Twoja marka podróżuje ze mną



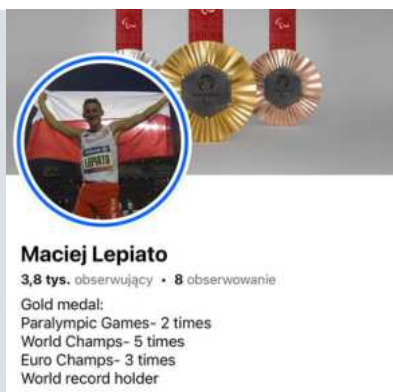
## SPOTKANIA MOTYWACYJNE

Zorganizuj spotkania motywacyjne dla swoich pracowników



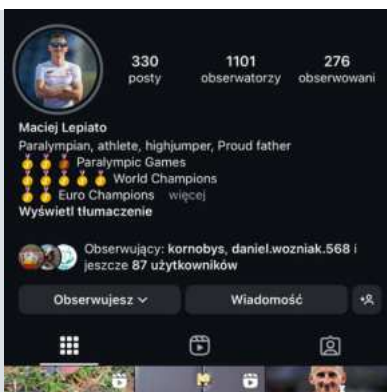
## ZAWODY

Uczestnicz w zawodach na żywo



## FACEBOOK

Posty oraz relacje



## 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 Zajonc'a 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 usług, 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 niepieniężnym, polegająca na obustronnej wymianie towaru za usługę - promocji towaru.



## W RAMACH WSPÓŁPRACY OTRZYMASZ DODATKOWO

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

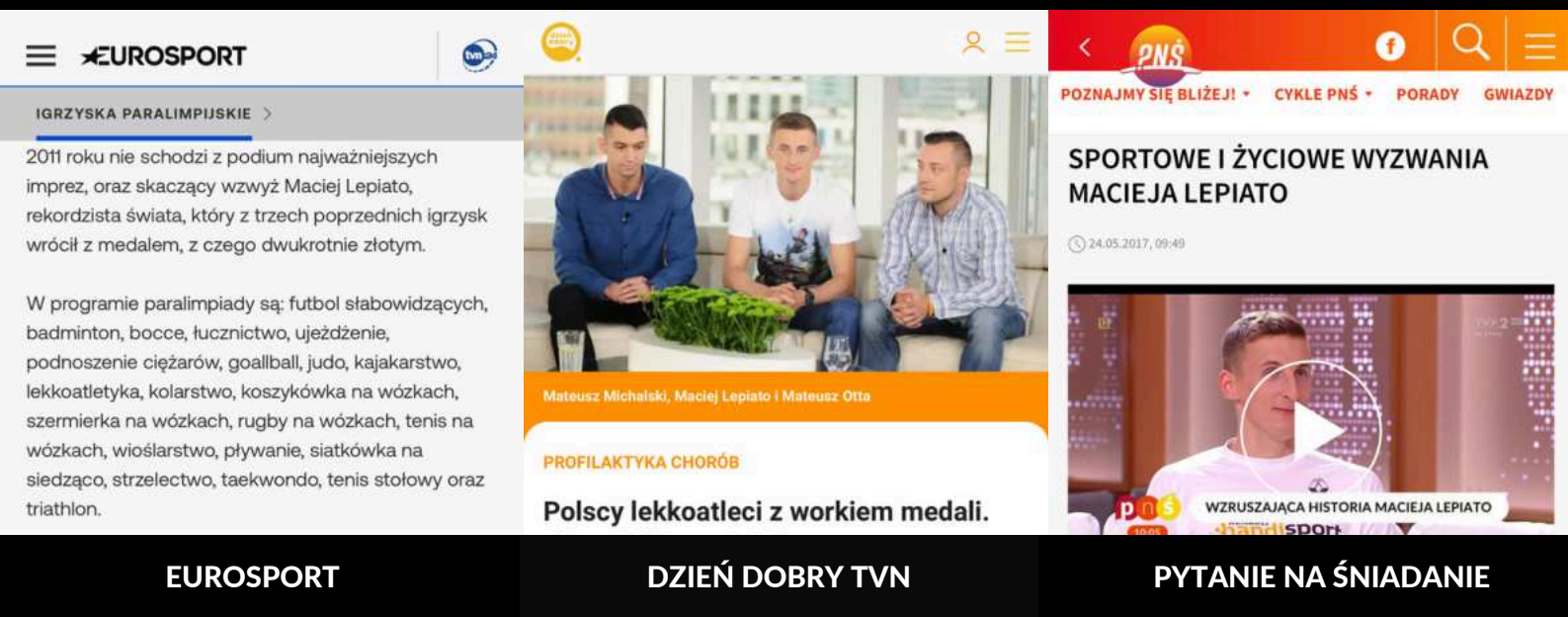






# Maciej Lepiato - MEDIA

## Telewizja



## Radio



# Maciej Lepiato - MEDIA

## Media cyfrowe



KANAŁ SPORTOWY



TVP SPORT



WIRTUALNA POLSKA

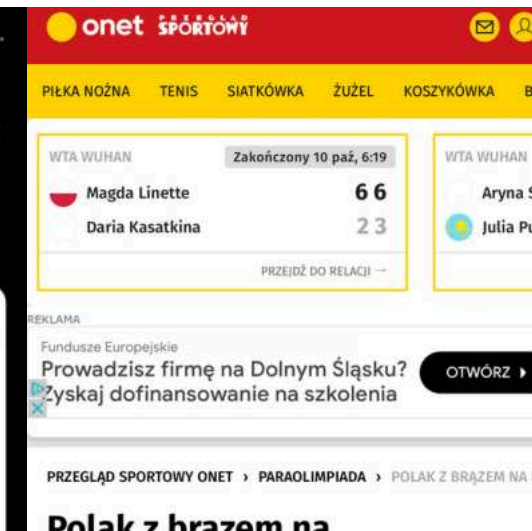
## Media cyfrowe



SPORT.PL



POLSAT SPORT



ONET - PRZEGLĄD 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 otrzymał 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.

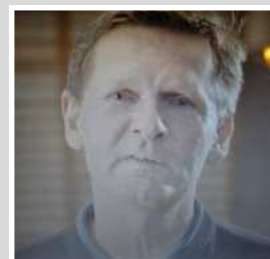


**Jacek Wszół**  
Polska ikona sportu  
Dwukrotny medalista olimpijski w skoku wzwyż

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 skarżył 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