**3 miesiące rewolucji w sporcie**

**Miesiące narodowej kwarantanny postawiły pod sporym znakiem zapytania całą branżę sportu –   
tak hobbystycznego jak i profesjonalnego, dla której szczyt sezonu przypada właśnie na wiosnę i lato. Pomimo tego, że w ostatnich dniach warunkowo odblokowano sektor sportowy w Polsce, to warto pamiętać, że wiele zaplanowanych rozgrywek się nie odbyło, a ligi zostały zawieszone. Nawet Letnie Igrzyska Olimpijskie w Tokio zostały przełożone. Jeżeli jednak istnieje dobra strona tej sytuacji   
to byłoby nią to, że zamknięte siłownie, odwołane widowiska, a nawet zakaz biegania po lesie – zwróciły uwagę na to, jak kluczową role odgrywa aktywność fizyczna w życiu prywatnym   
i zawodowym.**

Zarówno WHO, jak i World Economic Forum, w swoich opracowaniach dot. walki ze skutkami epidemii koronawirusa podkreślają znaczenie aktywności fizycznej. WHO – w aspekcie zdrowia ogólnego przypomina, że regularny wysiłek wzmacnia nie tylko naszą kondycję, ale i efektywność naszego układu odpornościowego. Z kolei opracowania WEF kładą nacisk na właściwości sportu w zakresie przeciwdziałania skutkom izolacji społecznej, którą dziś objęta jest prawie połowa ludzkości,   
na wydajność pracy, która bezdyskusyjnie wpłynie na proces powrotu narodowych gospodarek do normalności. Jak się bowiem okazuje, wysiłek może ochronić pracowników przed wynikającymi   
z długiego odosobnienia problemami z zakresu zdrowia psychicznego, takimi jak depresja, syndrom syndrom stresu pourazowego (PTSD) czy przedwczesnego wypalenia zawodowego.

**Sport w pracy**

Jak dobitnie pokazują przykłady ludzi sukcesu, sport to także ogromna wartość biznesowa. Wymaga bowiem umiejętności szybkiego podejmowania decyzji, dostosowywania do zmieniających się czynników zewnętrznych, nierzadko kryzysowych, czy konsekwencji działania. A są to wszak cechy tak bardzo pożądane zarówno u przywódców, jak i pracowników – i niewątpliwie staną się one jeszcze istotniejsze w post-pandemicznym świecie. Wystarczy spojrzeć na przykład choćby Richarda Bransona, który słynie z zamiłowania do sportów ekstremalnych czy choćby Davida Mayer’a de Rothschild, który jest uznanym podróżnikiem i żeglarzem. Obaj przyznają, że sport pomaga im w podejmowaniu istotnych decyzji biznesowych.

*Moja sportowa miłość to regaty w klasie 505. To stosunkowo niewielkie żaglówki, które dzięki swojej zwinności i osiąganym prędkościom podczas żegludze w ślizgu, zapewniają maksimum adrenaliny i nie ukrywajmy – nie wybaczają błędów -* opowiada o swojej pasji Dominik Ostrowski, prezes zarządu, Opcja.pl – *W swojej pracy zawodowej codziennie podejmuję wiele decyzji, które – dokładnie jak   
na sportowej żaglówce – mają bezpośredni wpływ na ludzi z którymi pracuję i końcowy efekt. Doświadczenie z pracy „na wodzie” przenoszę do biura. Sądzę, że odkąd rozpocząłem swoje starty zawodnicze w regatach, o wiele prościej jest mi poradzić sobie z presją wyzwań czy kryzysów, w jakie obfituje prowadzenie każdej firmy. Żartobliwie można powiedzieć, że po kilku dniach na wodzie   
w bardzo trudnych warunkach, ciężko sobie wyobrazić, by mogło nas coś zestresować w biznesie.*

**Sport a biznes**

Bundesliga, Premier League, to instytucje znane na całym świecie, które jednocześnie są ogromnymi przedsięwzięciami gospodarczymi, napędzającymi różne branże – od hotelarstwa, przez tekstylia   
po media. Dzięki unikalnej zdolności do emocjonalnego przywiązywania kibiców, kluby i drużyny sportowe na całym świecie są także idealnym partnerem współpracy wizerunkowej dla marek, poprzez tzw. sponsoring. Ostatecznie „granie do jednej bramki” z daną drużyną umożliwia bardzo pozytywne   
i bezpośrednie dotarcie do jej fanów – potencjalnych klientów.

*Długo szukaliśmy możliwości zaangażowania się w sport, który jednocześnie odzwierciedlał nasze wartości firmowe, jak również rezonował z grupą odbiorców naszych usług. - ­* Mówi Anna Zajączkowska z firmy WhiteWood – *Jako że wywodzimy się z Pomorza, chcieliśmy podkreślić również nasz związek   
z wodą. Dlatego też zdecydowaliśmy się na współpracę z Polskim Stowarzyszeniem Klasy 505, które stworzyło prężną społeczność żeglarzy oraz z powodzeniem organizuje wydarzenia światowej klasy,   
jak np. Puchar Polski Klasy 505. Wierzymy, że wspólnie osiągniemy jeszcze więcej.*

W dobie pandemii, ten układ został wystawiony na szwank – wiele firm zdecydowało się przekierować swoje „środki sportowe” na realizację innych celów, pozostawiając swoich dotychczasowych podopiecznych w trudnej sytuacji. Jest to istotne ryzyko, ponieważ sponsoring jest czymś więcej niż zwykłym mecenatem – to partnerstwo z drużyną, z jej kibicami i fanami.

*Woda to żywioł i emocje, więzi załogi i wspólne świętowanie po treningach czy regatach. Dlatego też aktywnie wspieramy od lat Polskie Stowarzyszenie Klasy 505.* – opowiada Piotr Żółtek , Browar Port Gdynia – *Żeglarstwo uosabia całą naszą filozofię tworzenia produktu i stałej pracy nad jego jakością. Wierzymy, że wspólnie budujemy silne więzi międzyludzkie, a to właśnie jest sednem sukcesu czy sportowego, czy biznesowego.*

Każdy sponsor chce móc pochwalić się inwestycją w zwycięską drużynę, jednak cicha prawda leży   
w tym, że prawdziwy związek tworzy się, dzięki trwałości i obecności –w sukcesie, w porażce czy   
w Pandemii. To właśnie ta konsekwencja sprawia, że z czasem wartości marki stają się wartościami drużyny i vice versa.

Kontakt dla mediów:

Paweł Choroba

Specjalista ds. komunikacji

+48 600 889 141

[info@int505.pl](mailto:info@int505.pl)