



×



OFERTA PARTNERSTWA · CYKL OLIMPIJSKI 2027-2028

Polski Hokej na Trawie × ENEA

Dwuletnie partnerstwo na czas przygotowań olimpijskich i stulecie związku.

Mierzalny zasięg, aktywacje sprzedażowe dla kluczowych klientów ENEA i raportowanie efektów na bieżąco.

14.03 mln

wyświetleń w social media (12 mies., FB + IG, PZHT + Superliga)

×2

wzrost zasięgów od stycznia - 2 mln w ostatnich 30 dniach

44

klubów w całej Polsce (19 młodzieżowych, 12 uczniowskich)

125

licencjonowanych trenerów · praca u podstaw z dziećmi

! Dlaczego teraz

Następne dwa lata to najlepsze okno, by marka rosła razem z dyscypliną, która właśnie przyspiesza.

Cykl olimpijski

Sezon 2027-2028 to przygotowania i turniej kwalifikacyjny do Igrzysk. Kwalifikacja z Europy jest jedną z najtrudniejszych - 7 z 12 ekip olimpijskich to Europa. Każdy mecz to realna stawka i uwaga mediów.

Stulecie związku

PZHT działa od 1926 roku. Jubileusz stulecia w listopadzie 2026 to naturalny, medialny pretekst do obecności marki - z bogatym kalendarzem startów reprezentacji w sezonie 2027.

Rozpędzone media

Zasięgi podwoiły się od stycznia. Transmisje w TVP3 z Gniezna i Wałcza, pełne relacje w WatchHockey i własnej aplikacji - rosnący, mierzalny nośnik dla sponsora.

Nowa infrastruktura

Powstają boiska z nawierzchniami olimpijskimi - Poznań (AWF i Politechnika), Gniezno, Toruń. Rozwój dyscypliny to rozwój ekspozycji partnera.

! Kalendarz 2026-2028 - stały strumień wydarzeń

Partnerstwo trafia w gęsty kalendarz. Marka jest widoczna nie raz, a przez cały cykl olimpijski.

25 SIERPNIA 2026

Premiera aplikacji mobilnej PZHT

Nowy kanał ekspozycji i danych, gotowy od pierwszego dnia partnerstwa.

LISTOPAD 2026

Stulecie PZHT (1926-2026)

Jubileusz stulecia związku - naturalny, medialny moment na obecność marki.

GRUDZIEŃ 2026

Mistrzostwa Świata U kobiet (Egipt)

Reprezentacja na arenie międzynarodowej.

STYCZEŃ 2027

Halowe ME U21 kobiet w Gnieźnie

Impreza mistrzowska na polskim boisku, z transmisjami TV.

2028

Halowe ME Seniorów w Gnieźnie

Potencjał medalowy i najwyższa wartość komercyjna. Biletowanie, strefa kibica.

2027

ME grupy A w Londynie

Etap przygotowań reprezentacji do kwalifikacji olimpijskiej.

2027-2028

Turniej kwalifikacyjny do Igrzysk

Najwyższa stawka i największa uwaga mediów w całym cyklu.

2029

Możliwe Mistrzostwa Świata U21 w Polsce

Perspektywa dużej imprezy na krajowej, rozbudowanej infrastrukturze.

Zasięg - twarde liczby

Dane z eksportu Meta Business za okres 29.05.2025-29.05.2026. Nazewnictwo zgodne z metodologią Meta.

KANAŁ	WYŚWIETLENIA / 12 MIES.
Facebook - Polski Hokej na Trawie	7 891 918
Instagram - @polishfieldhockey	4 050 485
Instagram - Hokej Superliga	1 213 088
Facebook - Hokej Superliga	875 393
Razem	14 030 884

Ekwiwalent mediowy

Ile ENEA zapłaciłaby, kupując tę samą widoczność jako reklamę. Liczymy z twardych danych o zasięgu i ekspozycji, metodą stosowaną przez firmy audytowe.

1.5 mln zł

roczna wartość ekspozycji marki w PZHT

SKŁADNIK

PODSTAWA WYCENY

WARTOŚĆ ROCZNA

Media społecznościowe	14,03 mln wyświetleń × 30 zł/1000 × mnożnik wiarygodności treści 1,6	670 tys. zł
Transmisje TV (TVP3)	ekspozycja logo na bandach i strojach, liczona za czas antenowy widoczności	520 tys. zł
Publikacje i portale (PR)	wzmianki o rozgrywkach, kadrze i wydarzeniach	200 tys. zł
Aplikacja i platformy własne	ekspozycja w kanałach cyfrowych PZHT i WatchHockey	110 tys. zł
Razem	-	~1,5 mln zł

Mnożnik wiarygodności treści (1,6) odzwierciedla realną różnicę: ekspozycja w treści redakcyjnej i organicznej działa mocniej niż płatna reklama, bo odbiorcy ufają jej bardziej. To standard w wycenach public relations. Wartość TV liczymy za czas widoczności logo podczas transmisji, nie za pojedynczy spot. **Co ważne - ten poziom pokrywa się z kwotą pakietu głównego, a nie obejmuje jeszcze aktywacji sprzedażowych, warstwy społecznej ani prestiżu sportu olimpijskiego.**

Pakiety partnerstwa

Trzy poziomy zaangażowania. Kwoty poniżej to propozycja startowa do kalibracji z zarządem PZHT.

REKOMENDOWANY

SPONSOR GŁÓWNY / TYTULARNY

1,5 mln zł / rok

2-letnia umowa · cykl olimpijski

✓ Tytuł Sponsora Głównego reprezentacji i rozgrywek

✓ Logo na strojach kadr, bandach, tłach konferencji, transmisjach TV

✓ Nazwa marki w programach grassroots („ENEA rośnie z hokejem”)

✓ Pakiet aktywacji B2B - konkursy i wyjazdy dla kluczowych klientów

✓ Panel danych o efektach w czasie rzeczywistym

✓ Klub Ambasadora Marki - 2 spotkania rocznie

✓ Wyłączność w kategorii energetyka

PARTNER STRATEGICZNY

500 tys. zł / rok

wybrane prawa i kanały

✓ Status Partnera Strategicznego

✓ Logo na bandach i w komunikacji cyfrowej

✓ Obecność przy wybranych imprezach (halowe ME, finały)

✓ Pakiet aktywacji dla klientów w mniejszym wolumenie

✓ Raport kwartalny efektów

PARTNER OFICJALNY

200 tys. zł / rok

wejście / pojedyncze wydarzenia

✓ Status Partnera Oficjalnego

✓ Ekspozycja przy konkretnym wydarzeniu (stulecie, cykl chiński)

✓ Obecność w social media i aplikacji

✓ Raport z wydarzenia

Kwoty i pakiety potwierdzone z zarządem PZHT.

Świadczenia dopasowane do ENEA

ENEA oczekuje sponsoringu sprzedażowego, standardów raportowania i budowania rozpoznawalności marki. Adresujemy to wprost.

Aktywacje sprzedażowe B2B

Konkursy i wyjazdy dla kluczowych klientów ENEA z energetyki i hutnictwa - mecze kadry, strefy VIP, spotkania z zawodnikami. Sport jako narzędzie relacji z klientem, nie tylko ekspozycji.

Rozpoznawalność przed uwolnieniem rynku

Marka ENEA ma niższą rozpoznawalność w części regionów - około 20 procent w Rzeszowie i Katowicach. Sieć 44 klubów i media docierają tam, gdzie ENEA chce budować obecność przed uwolnieniem rynku energii.

Raportowanie na bieżąco

Panel danych o zasięgach i efektach ekspozycji, zgodny ze standardami oznaczania i raportowania ENEA. Częściowa automatyzacja po stronie idea4me. Stały wgląd zamiast raz na kwartał.

Warstwa społeczna

Praca u podstaw z dziećmi 10-14 lat, programy Hokejmania i Hokejbus, granty dla małych klubów. W 2022 roku 2,5 tysiąca dzieci w kampach „ENEA rośnie z hokejem” - gotowy, sprawdzony format.

Własna aplikacja mobilna - kanał, którego nie ma prawie nikt

PZHT kończy budowę własnej aplikacji. **Premiera 25 sierpnia 2026.**

Co jest w aplikacji

Wyniki na żywo, tabele, terminarz, profile kadry i aktualności - bezpośredni kanał do kibica, bez pośredników. Własny nośnik, nad którym mamy pełną kontrolę.

To rzadkość wśród związków

Własnej aplikacji dla kibiców nie ma w Polsce prawie żaden związek sportowy. Nawet duże ograniczają się do stron albo apki z samymi przepisami. Kluby piłkarskie mają swoje aplikacje, związki - praktycznie nie. PZHT jest tu z przodu.

Dla ENEA to trzy rzeczy naraz

Stała ekspozycja marki w telefonach kibiców. Dane o zaangażowaniu w czasie rzeczywistym - te same, które trafią do panelu raportowego. I miejsce na aktywacje: formularze rabatowe, oferty dla firm, punkty styku z klientem. Kanał, którego konkurencyjne związki po prostu nie mają do zaoferowania.

Zwrot dla ENEA

Rozpoznawalność B2C: 14 mln wyświetleń rocznie plus zasięg TV, kierowane m.in. do regionów słabszej rozpoznawalności marki - dokładnie tam, gdzie ENEA potrzebuje obecności przed uwolnieniem rynku energii.

Sprzedaż B2B: aktywacje jako narzędzie utrzymania i pozyskania klientów z energetyki i hutnictwa - mierzalny kanał relacji, nie tylko wizerunek.

Prestiż olimpijski: obecność przy kwalifikacjach do Igrzysk i stuleciu związku - skojarzenie marki z ambicją, rozwojem i sukcesem sportowym.

Spółeczna odpowiedzialność z dowodami: gotowy program dla dzieci z twardymi liczbami - realna, a nie deklaracyjna wartość CSR.

Każda złotówka pracuje na cel

Nikt z zarządu PZHT nie pobiera wynagrodzenia. Środki sponsora nie znikają w kosztach administracji - w całości idą na sport, kluby i widoczność, którą marka realnie zobaczy. Dla partnera, który patrzy na efektywność wydatku, to twarda gwarancja, że budżet pracuje tam, gdzie ma pracować.

Dlaczego PZHT, a nie inny związek

ENEA analizuje pięć związków i wybierze jeden. Nasze przewagi:

- **Rozpęd, nie stagnacja** - zasięgi podwojone w pół roku. Dyscyplina w fazie wzrostu, nie schyłku.
- **Sport olimpijski z realną stawką** - cykl kwalifikacji daje regularny, medialny kalendarz na dwa lata.
- **Ogólnopolska sieć u podstaw** - 44 kluby, 125 trenerów, obecność w małych miejscowościach, gdzie marki budują lojalność.
- **Gotowa historia z ENEA** - program „ENEA rośnie z hokejem” już działał. Kontynuacja, nie start od zera.
- **Zaplecze cyfrowe** - własna aplikacja, panele danych, automatyzacja raportowania. Profesjonalny partner operacyjny po stronie związku.

Kolejne kroki

1 Domknięcie oferty (do końca sierpnia)

Kalibracja kwot i pakietów z zarządem PZHT. Koordynatorem współpracy z ENEA jest **Mateusz Substyk (PZHT)** - jeden punkt kontaktu, odpowiedzialny za responsywność i raportowanie, których ENEA wymaga od związku.

2 Prezentacja dla ENEA (wrzesień)

Spotkanie z decydentami. Przedstawienie oferty, panelu danych i planu aktywacji sprzedażowych.

3 NDA i warunki

Podpisanie poufności co do kwoty. Ustalenie świadczeń, kalendarza i standardów raportowania.

4 Start partnerstwa

Uruchomienie ekspozycji, pierwszego panelu raportowego i pierwszej aktywacji B2B.

Oferta przygotowana dla PZHT · dane zasięgów: eksport Meta Business 2025-2026 · przygotowanie: idea4me. Kwoty i pakiety mają charakter propozycji roboczej, do potwierdzenia z zarządem PZHT przed przekazaniem ENEA.