KARPATY KROSNO

I-ligowiec na ekstraklasowym poziomie

OFERTA SPONSORSKA 2014/2015

Główne cele osiągane przez Przedsiębiorstwa dzięki sponsoringowi

- Wzrost świadomości i znajomości marki
- Budowa wizerunku marki
- Pozyskanie nowych klientów
- Wzrost lojalności klientów wobec marki
- Budowa relacji z kontrahentami
- Wzrost sprzedaży
- Podniesienie zmotywowania i morale pracowników
- Realizacja społecznej odpowiedzialności biznesu

Sponsoring sportowy pozwala na odnoszenie korzyści dzięki cechom sportu, takim, jak m.in.: **uniwersalność, emocje, dynamika, czy zainteresowanie mediów**

Świadomość istnienia marki

Sponsoring sportowy pozwala na zwiększenie spontanicznej i wspomaganej rozpoznawalności marki. Dzięki pojawieniu się marki w świadomości klientów zwiększa się szansa wyboru danej marki. Spośród podobnych produktów wybierane przez konsument są te, które są bardziej znane i bliższe.

Efekt samej ekspozycji

Badania psychologa społecznego Roberta Zajonca z 1986 r. wskazują, iż im częściej się widzi, spotyka się dany obiekt, tym sympatia do danego obiektu 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. Posiadając częsty kontakt z danym obiektem konsument posiada większą sympatię wobec niego.

Przeniesienie skojarzeń i pozytywnego nastawienia

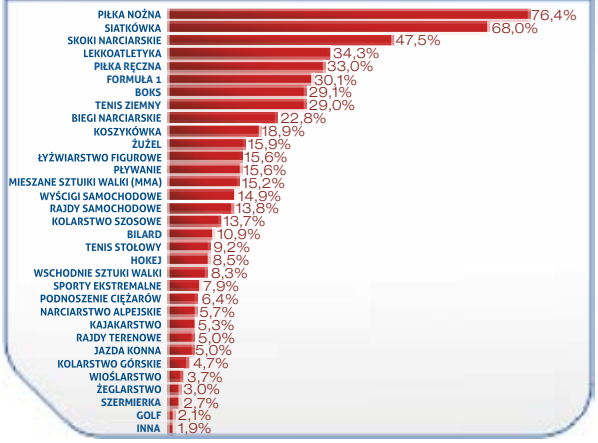
Przeniesienie wizerunku wynika z pamięci skojarzeniowej opierającej się na tworzeniu sieci powiązań, łączących dwa bodźce kojarzące się ze sobą. W przypadku klubu można korzystać ze skojarzeń z dużymi uznanymi markami takimi jak Orlen czy Plus, dyscypliną siatkówki oraz kibicami siatkarskimi, czy kulturą siatkówki. Sam również sport, widowisko oraz nowoczesny obiekt sportowy wpływają na pozytywne konotacje i postrzeganie sponsora.

Popularność dyscypliny

Siatkówka budzi **wyłącznie pozytywne skojarzenia**

Piłka siatkowa zarówno mężczyzn jak i kobiet to dyscyplina, która w przeciągu ostatnich dziesięciu lat święciła największe triumfy spośród rodzimych gier zespołowych. Kto z nas nie chciał uczestniczyć w meczach Ligi Światowej, kiedy to wypełniony po brzegi biało-czerwony spodek świętował sukcesy naszych siatkarzy. W meczach siatkarskich uczestniczą **widzowie w każdym wieku, każdej płci, wiele rodzin z dziećmi.**

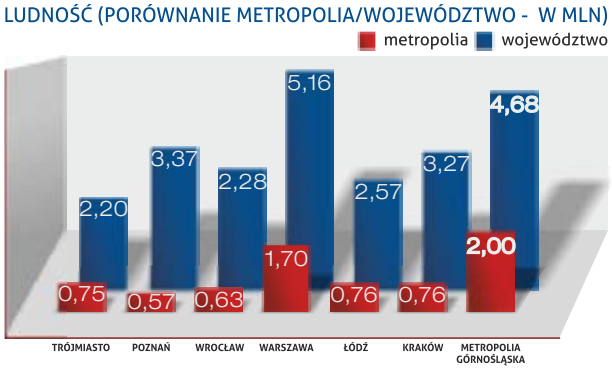
DRUGA NAJBARDZIEJ POPULARNA DYSCYPLINA SPORTOWA W KRAJU



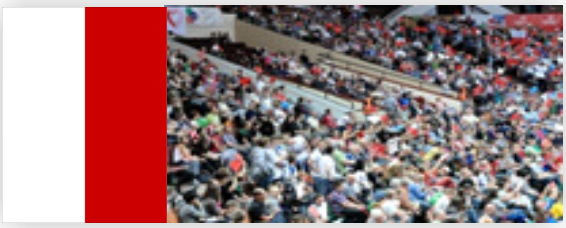
PIERWSZA DYSCYPLINA WŚRÓD PRZEDSIĘBIORSTW ZAANGAŻOWANYCH W SPONSORING, KTÓRA W PRZYSZŁOŚCI BĘDZIE OBSZAREM ZAINTERESOWANIA SPONSOROWANIEM PRZEZ FIRMY

DRUGA NAJCZĘŚCIEJ UPRAWIANA DYSCYPLINA SPORTOWA W KRAJU ORAZ REGIONIE (ŹRÓDŁO GUS)

LUDNOŚĆ (PORÓWNANIE METROPOLIA/WOJEWÓDZTWO - W MLN)



MISTRZOSTWA ŚWIATA (2014)
W SIATKÓWCE W POLSCE



Pozytywny wizerunek
i nastawienie przenoszone na sponsora

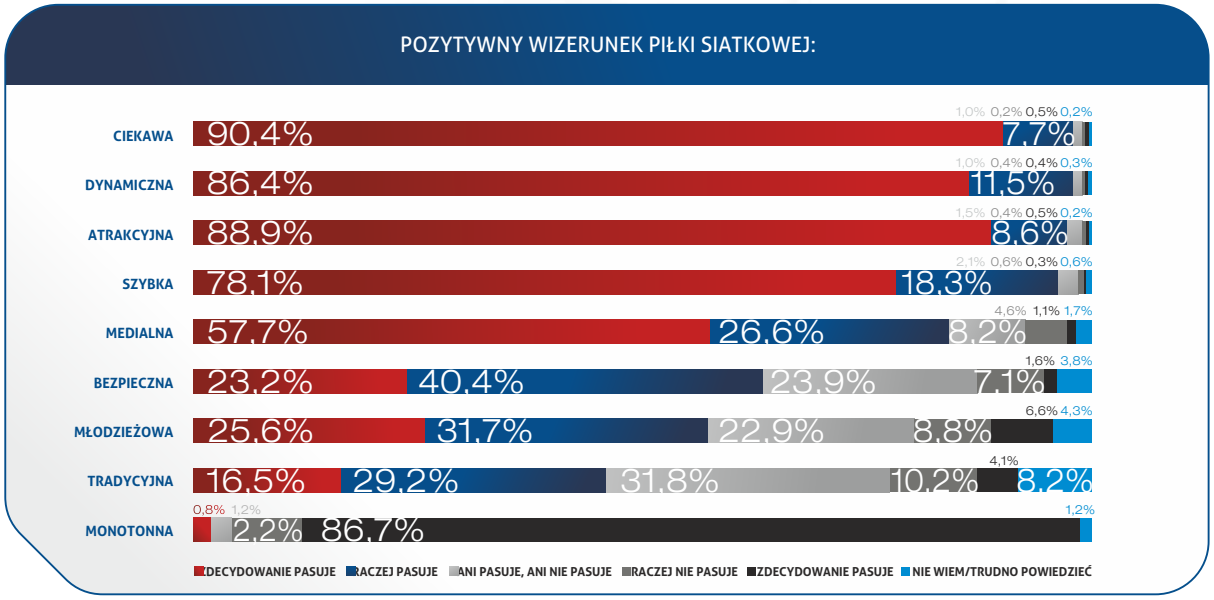
SPORT

„Każdy rodzaj sportu niesie ze sobą bogaty skarbiec wartości. Ćwiczenie uwagi, kształcenie woli, wytrwałość, odpowiedzialność, znoszenie trudu i niewygód, duch wyrzeczenia i solidarności, wierność obowiązkom – to wszystko należy do cnót sportowca"

Arkadiusz Gołaś
reprezentant Polski siatkarzy

POLSKA SIATKÓWKA

Pozytywnie postrzegana dyscyplina sportowa



KIBICE SIATKARSCY

Rodzinna atmosfera, kibice w każdym wieku, rodziny z dziećmi

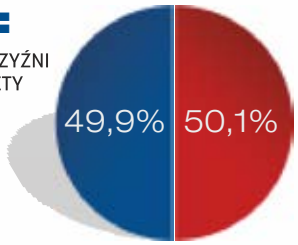
Każdy, kto sprzedaje produkt lub oferuje usługę chciałby wiedzieć kim jest jego klient, czego oczekuje i jak reaguje. Wiedza na temat klienta jest wiedzą bezcenną, wiedzą, która pozwala przygotować produkt jakiego klient oczekuje.

GRUPA ODBIORCÓW
KIBICE SIATKARSCY

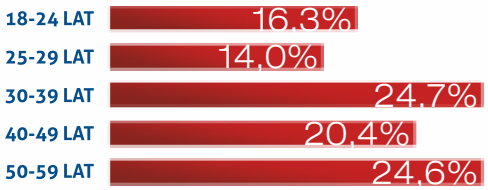
PROFIL KIBICA PIŁKI SIATKOWEJ:*

Płeć:

49,9% MĘŻCZYŹNI
50,1% KOBIETY

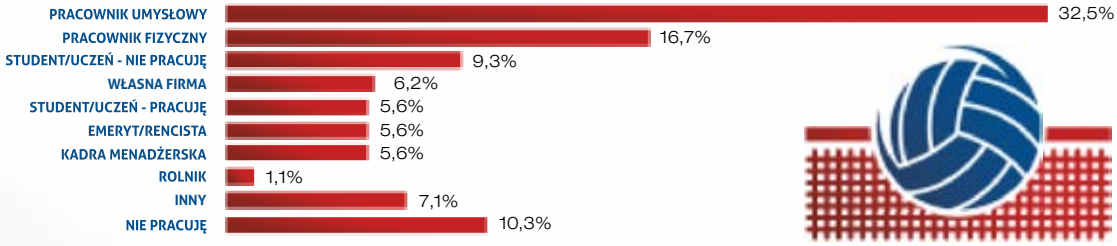


Wiek:

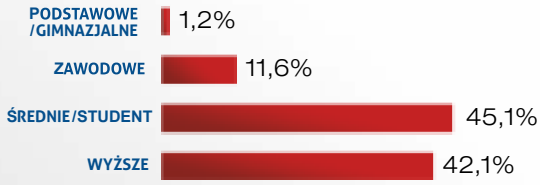


Siatkówka przyciąga uwagę obu płci oraz różnych kategorii wiekowych, przez co prawdopodobieństwo dotarcia do Państwa grupy docelowej jest bardzo wysokie.

Status zawodowy:



Wykształcenie:



Główne województwa zamieszkania:

Siatkówka jako dyscyplina sportowa jest niezwykle popularna w województwie małopolskim, a na meczach pojawiają się ludzie o różnych stopniach wykształcenia, co daje możliwość szerokiego spektrum odbioru ekspozycji Państwa firmy.

Krośnieńska siatkówka na fali

Sezon 2013/2014 był jednym z lepszych sezonów w ostatnich 25 latach

Po niezwykle udanych występach w sezonie zasadniczym 2013/2014, zarówno żeńska drużyna grająca w I lidze, jak i drużyna męska grająca w II lidze awansowały do dalszych rozgrywek, a w konsekwencji zyskały prawo walki o awans do żeńskiej Orlen Ligi i męskiej I-ligi. W najważniejszych spotkaniach wzbiły się na wyżyny swoich umiejętności, ambitnie walczyły o każdą piłkę. Ostatecznie musiały uznać wyższość swoich rywali i nie udało im się awansować, jednak osiągnięcia obydwu zespołów w tym niezwykle wyczerpującym sezonie i tak zasługują na najwyższe uznanie, bo znalazły się w gronie najlepszych drużyn siatkarskich w kraju.

"Dziewczyny zrobiły furorę w I lidze. Duży szacunek dla nich, bo pokazały charyzmę, wolę walki, determinację, piękno sportu. Przekonały kibiców, że warto przychodzić na mecze. Pukaliśmy do drzwi Orlen Ligi, niewiele zabrakło. Może został malutki niedosyt, bo dziewczyny i my chcieliśmy tego awansu, choć oczywiście trzeba być świadomym, że byłoby to bardzo duże wyzwanie organizacyjne i finansowe. Chłopcy też walczyli do końca, nie podali się. Cele i misję sportową wypełnili w stu procentach. Duże uznanie dla trenerów – zbudowali ciekawe, waleczne zespoły, które dostarczyły nam niezapomnianych przeżyć. Cieszymy się, że nasze zespoły zaszły tak daleko. To jeden z lepszych sezonów krośnieńskiej siatkówki, na pewno jeden z lepszych w ostatnich 25 latach. To duża satysfakcja dla zawodników, trenerów i działaczy – wszystkich, którzy w jakimś stopniu na ten sukces pracowali. Dziękujemy sponsorom, którzy obdarzyli nas zaufaniem. Chcieliśmy się wywiązać z naszych zobowiązań, dobrze ich reprezentować. Mam nadzieję, że nikogo nie zawiedliśmy" – mówi **Andrzej Hojnor, Prezes Klubu**. Jednocześnie zaprasza sponsorów do współpracy w przyszłym sezonie, do którego już tak naprawdę ruszają przygotowania. - Promocja przez sport jest bardzo dobra, a siatkówka to popularna i widowiskowa dyscyplina. Zapraszamy do współpracy, chcemy, żeby firmy miały możliwość uczestniczenia w rozwoju tej dyscypliny sportu w Krośnie.

Nasze mocne strony
Szkolenie młodzieży

Klub współpracuje z wieloma szkołami, w których pracują wybitni specjaliści z zakresu siatkówki,

Nasi trenerzy pracują ponadto w szkołach podstawowych, gimnazjach i szkołach ponad-gimnazjalnych, dzięki czemu klub ma ułatwiony kontakt z uzdolnioną sportowo młodzieżą, KARPATY Krosno to nie tylko drużyny seniorskie. Widząc przyszłość w swoich wychowankach, przedkładamy dużą uwagę do prawidłowego i harmonijnego rozwoju dzieci. Wnaszych grupach młodzieżowych trenuje **ok. 240 dziewcząt i chłopców**.

W szkoleniu młodzieży pracuje 9 trenerów w następujących grupach:

- początkująca 3 i 4 klasa szkoły podstawowej dziewczynki i chłopcy
- młodzik dziewczynki i chłopcy
- kadet dziewczynki i chłopcy
- junior dziewczynki i chłopcy

Juniorki Karpat Krosno awansowały w sezonie 2013/2014 do ćwierćfinałów Mistrzostw Polski w Nysie.

Kadeci Karpat Krosno awansowali w sezonie 2013/2014 do ćwierćfinałów Mistrzostw Polski w Świnoujściu

Akademickie Mistrzostwa Polski

Siatkarki Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie trzeci raz z rzędu sięgnęły po złoty medal Akademickich Mistrzostw Polski.
W rozgrywanych w dniach 1-4 maja, na arenach sportowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, zawodach podopieczne Dominika Stanisławczyka zostawiły w pokonanym polu piętnaście innych zespołów, reprezentujących zdecydowanie większe uczelnie, tracąc przy tym zaledwie jednego seta.
W finałowym meczu krośnieńskie zawodniczki nie dały szans reprezentacji Akademii Górniczo-Hutniczejz Krakowa.
Drużyna PWSZ od początku swego istnienia do dnia dzisiejszegow głównej mierze opiera się na zawodniczkach broniących na co dzień barw Karpat Krosno.

Naszym zawodniczkom przyznano również nagrody indywidualne: MVP turnieju została wyróżniona Katarzyna Nadziałek, a najlepszą libero Paulina Czekajska.

Kiedy trzy lata temu studentki krośnieńskiej uczelni sięgnęły po pierwszy tytuł można było mówić o małej niespodziance.W tym roku, patrząc na wyniki zespołu ligowego oraz mając w pamięci fakt, że krośnianki mają na swoim koncie już dwa tytuły, reprezentantki Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej były stawiane w roli faworytek.

Trzecie złoto akademiczek

KROSNO, KRAKÓW Siatkarki Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej zdobyły mistrzostwo Polski

Podopieczne Dominika Stanisławczyka zostawiły w pokonanym polu piętnaście innych zespołów podczas akademickich mistrzostw Polski rozgrywanych na arenach sportowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Krośnianki rywalizowały z reprezentacjami dużych polskich uczelni. W turnieju przegrały zaledwie jeden set.

– Kiedy trzy lata temu nasze studentki sięgnęły po pierwszy tytuł, można było mówić o małej niespodziance – zaznacza Zbigniew Barabasz, prorektor ds. studiów. – W tym roku, biorąc pod uwagę wyniki zespołu ligowego, w którym grają, i fakt, że miały na swoim koncie już dwa tytuły, reprezentantki Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej były stawiane w roli faworytek.

W meczu finałowym spotkały się dwie ekipy, które w turnieju nie zaznały porażki. Krośnieńskie siatkarki nie dały w nim szans reprezentacji Akademii Górniczo-Hutniczej z Krakowa, wygrywając 3:0 (25:22, 25:20, 25:14).

Krośnianki zdobyły również nagrody indywidualne: MVP (najbardziej wartościową zawodniczką) turnieju została Katarzyna Nadziałek, a najlepszą libero Paulina Czekajska.

To nie koniec sezonu dla siatkarek AZS PWZS. Czeka je bowiem jeszcze barażowy turniej o awans do Orlen Ligi. Zdaniem fachowców nie są w nim bez szans.

Po zwycięskie złoto sięgnęła drużyna w składzie: Joanna Beslnarczyk (jednocześnie II trener), Paula Słonecka, Ewelina Mikołajewska, Ewelina Halasz, Aneta Duda, Paulina Czekajska, Iwona Grzegorczyk, Ela Szymańska, Izabela Bałucka, Dorota Jasionowicz, Barbara Mikosz, Katarzyna Nadziałek. **tom**

Wyniki meczy AZS PWSZ Krosno z: UE Katowice 2-1, AEK Warszawa 2-0, Uniw. Gdański 2-0, PWSZ Tarnów 2-0, półfinał z Uniwersytetem Szczecińskim 2-0, finał z AGH Kraków 3-0.

Drużyna żeńska
I liga siatkówki kobiet

Drużyna męska

II liga siatkówki mężczyzn

na ekstraklasowym poziomie

Nasze mocne strony
Działania marketingowe CSR

Budowanie w pozytywnych relacji z placówkami wychowawczymi z terenu Krosna i okolic poprzez: organizacja akcji promocyjnych w przedszkolach i szkołach –cykliczne spotkania z zawodniczkami zawodnikami, pokazowe zajęcia z młodzieżą, na spotkania zapraszane są zorganizowane grupy młodzieży szkolnej z Krosna o okolic.

Mikołajki z Domem Dziecka - wizyty siatkarek i siatkarzy cyklicznie w domu dziecka z okazji Mikołaja.
Akcje charytatywne podczas spotkań siatkarskich – zbiórka krwi, środków finansowych dla potrzebujących.
Coroczny udział w **Wielkiej Orkiestrze Świątecznej Pomocy** – mecze mixy siatkarskie z udziałem siatkarek i siatkarzy oraz przedstawicieli sponsorów i zarządu stowarzyszenia.

Organizacja cyklicznych spotkań członków klubu kibica i wszystkich kibiców z drużynami.

Cykliczne turnieje drużyn Plus Ligi i Orlen Ligi

Rokrocznie w Krośnie organizowane są turnieje dla drużyn **Plus LIGI i ORLEN LIGI o Puchar Prezydenta Miasta Krosna**. W tej inicjatywie bardzo mocno uczestniczy miasto Krosno wspierając działania Stowarzyszenia.

W minionych latach do Krosna przyjeżdżały tak uznane zespoły siatkarskie jak Resovia Rzeszów, ZAKSA Kędzierzyn Koźle w przypadku siatkówki lub Impel Wrocław czy BANK BPS Muszynianka Fakro Muszyna w przypadku siatkówki Pań.

Bardzo dobra organizacja turnieju, a przede wszystkim znakomita infrastruktura sportowa sprawiła, że zespoły grające na najwyższym poziomie chcą przyjeżdżać i grać w Krośnie, ku uciesze kibiców, dla których nie lada gratką jest zobaczyć największe gwiazdy siatkówki.

Fakt organizacji turniejów ma również olbrzymie znaczenie dla sponsorów Klubu, którym proponujemy bardzo atrakcyjne warunki promowania się również jako sponsorzy turniejów, dzięki czemu są kojarzenia z najlepszymi w całej Polsce, gdyż turnieje mają ogólnopolski rozgłos medialny.

Nasze mocne strony
Infrastruktura sportowa

Hala sportowa rozpoczęła swą działalność w **grudniu 2003 roku.**

Rozsuwane trybuny teleskopowe są w stanie pomieścić około **1700 widzów**. Po dostawieniu krzesełek wokół areny obiekty mieści ponad 2000 widzów.

Na terenie hali znajduje się **30 pokoi gościnnych 2, 3, 4-osobowych** z pełnym węzłem sanitarnym, pomieszczenia biurowe, siłownia, klub fitness, salon odnowy biologicznej, sauna, restauracja oraz wiele innych atrakcji.

Hala wzorem najlepszych tego typu obiektów na świecie posiada znakomitą infrastrukturę pod kątem tzw „hospitality". Wyposażona jest w specjalne **loże dla ważnych gości (VIP) tzw. skyboxy**, w których może odbywać się niezależny catering.

Firmy chcące promować swoją działalność wśród kibiców, znajdą dobre miejsca zarezerwowane pod powierzchnię reklamową zoptymalizowane w taki sposób aby znaleźć się w obiektach fotoreporterów i kamer telewizyjnych oraz wiele miejsca w holu hali na wszelkiego rodzaju akcje promocyjne

Jedna z największych frekwencji w I lidze

Średnia frekwencja na meczach I ligi sięgająca **1000 kibiców oraz 1500 kibiców** na meczach na szczycie stawia naszą drużynę w czołówce I ligi kobiet.

Drużyna posiada liczący około **50 osób Klub Kibica**, który tworzy unikalną atmosferę na trybunach. Kibice nie tylko dopingują nas w Krośnie, ale dzięki wzorowej współpracy z Zarządem Klubu, który wspiera Klub Kibica w organizacji wyjazdów, możemy liczyć na doping w całej Polsce.

Przez cały sezon prowadzimy akcje promocyjne w zakładach pracy na terenie Krosna, które polegają na dystrybucji bezpłatnych biletów.

Wzrost rozpoznawalności
i świadomości istnienia marki

Przy rosnącej ilości przekazów reklamowych sponsoring sportowy umożliwia dotarcie do szerokiego grona odbiorców, gdzie skojarzenia i emocje są przenoszone na Sponsora, a sam przekaz jest odbierany w czasie transmisji. Dzięki sponsoringowi rozwija się sport, a sponsor uzyskuje ekspozycję unikając m.in. problemu z tzw. zjawiskiem **„zippingu"** polegającym na zmianie kanału telewizyjnego w czasie przerw reklamowych Dzięki sponsoringowi sportowemu uzyskuje się ekspozycje w różnego rodzaju mediach przez cały rok.

Wartość mediowa marki Karpaty Krosno w sezonie 2013/2014

1 242 351 zł

RODZAJ MEDIUM	LICZBA PUBLIKACJI NT KLUBU W SEZONIE 2013/2014	WARTOŚĆ MEDIOWA PUBLIKACJI W SEZONIE 2013/2014
Publikacje w prasie	252	1 132 519 zł
Publikacje w Internecie	394	109 832 zł
Publikacje w prasie i Internecie razem	646	1 242 351 zł

Dane opracowane przez Agencję Marketingu Sportowego SportsM na podstawie monitoringu mediów realizowanego przez Instytut Monitorowania Mediów oraz monitoringu internetu realizowanego przez SentiOne.

Dodatkową wartość ekspozycji generują:

WIDOWNIA 2013/2014		RODZAJ MEDIUM	LICZBA W SEZONIE 2013/2014
Wielkość widowni podczas wszystkich meczów klubu	**9 000**	relacje w TVP Rzeszów	**4**
		transmisje internetowe	**12**
		broszury	**6100**
Średnia na mecz ligowy	**1 200**	plakaty	**4104**
		naklejki na autobusach	**4**
		strona internetowa	**21160 (wyświetleń)**

Źródło: Karpaty Krosno

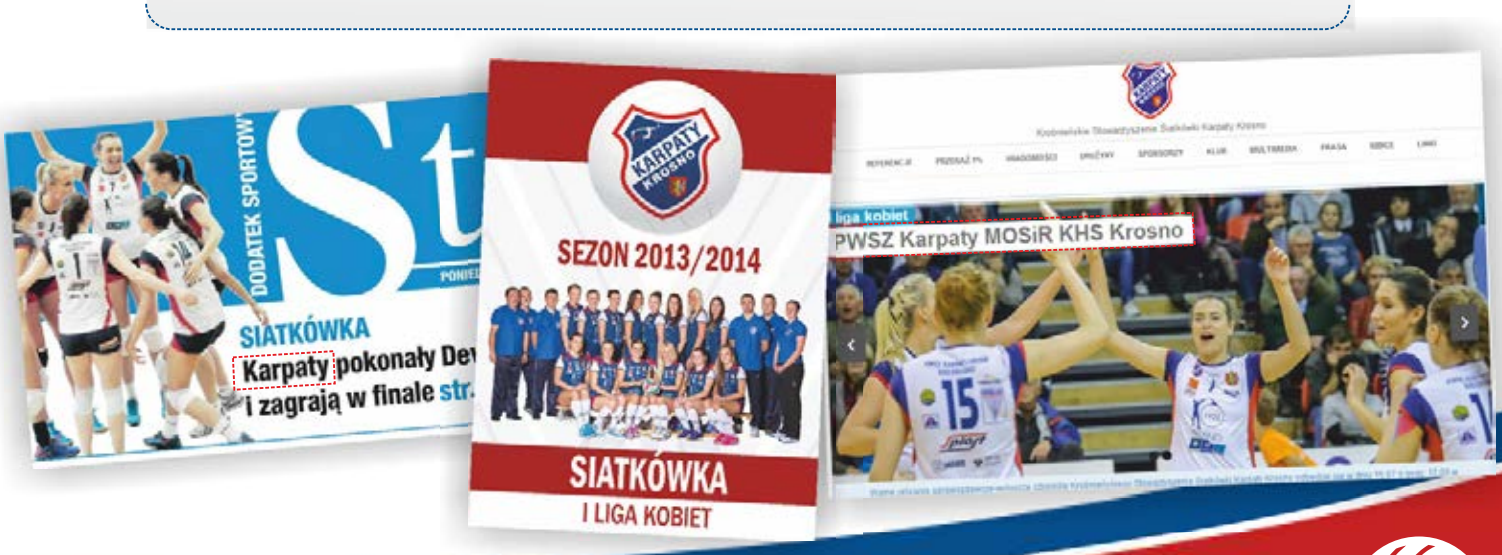
Co to jest **wartość mediowa**?

To wartość wyliczana w oparciu o średnie CPT (koszt jednorazowego dotarcia reklamy do tysiąca osób z grupy docelowej) oraz średnią oglądalność programów TV, podczas których eksponowane były eksponowane marki, średni nakład prasy czy średnie odwiedziny serwisów internetowych, w których pojawiła się marka. Wartość mediowa pokazuje szacunkowy koszt, jaki należałoby ponieść chcąc uzyskać podobne GRP (wartość określająca siłę kampanii reklamowej) z wykorzystaniem konwencjonalnej reklamy.

Co to oznacza dla **sponsora**?

Większa wartość mediowa klubu proporcjonalnie zwiększa Wartość wizerunkową jego sponsorów

Możliwość ujęcia nazwy sponsora w nazwie klubu zwiększa ekspozycję marki firmy we wszystkich rodzajach mediów



Oferowane pakiety sponsorskie

1 Pakiet platynowy (sponsor tytularny):

- **Prawo do zamieszczenia nazwy** lub marki sponsora w nazwie drużyny klubu „Sponsor Karpaty Krosno"
- **Prawo do używania tytułu** sponsora tytularnego Karpaty Krosno.
- **Logotyp Sponsora na banerach** reklamowych eksponowanych podczas meczów. (pow. max 80 m²) – 6-8 banerów dwustronnych.
- **Logotyp Sponsora umieszczony na koszulkach** meczowych zawodników (pow. max 700 cm²) w najlepszych marketingowo miejscach uzgodnionych ze Sponsorem.
- **Logotyp sponsora umieszczony na dresach i ubraniach** treningowych (pow. max. 350 cm²).
- **Logotyp sponsora umieszczone na koszulkach dzieci** obsługujących zawody.
- **Reklama Sponsora zamieszczona na stałe** na jednej powierzchni reklamowej w strategicznym miejscu hali sportowej w Krośnie (pow. max. 10 m²).
- **Reklama Sponsora - duży baner/logotyp** sponsora umieszczony w serwisie internetowym www.karpaty-krosno.pl z odniesieniem do strony sponsora.
- **Prawo do wykorzystania logotypu** klubu Karpaty Krosno w celach marketingowych (wymaga konsultacji).
- **Reklama sponsora w mediach** (wywiady robione na tle banerów reklamowych).
- **Umieszczenie logo sponsora na wszystkich drukowanych materiałach:** plakatach, ulotkach, zaproszeniach, programach.
- **Prawo do wykorzystania wizerunku zawodników** w kampaniach reklamowych (wymaga konsultacji).
- **Możliwość ustawienia stoiska firmy** na terenie hali podczas rozgrywek w Krośnie.
- **Reklama monitowana przez spikera** zawodów w trakcie rozgrywek spotkań.
- **Możliwość organizacji konkursów** przed, w przerwie oraz po zakończeniu meczów w Krośnie.
- **Promocja sponsora podczas wszystkich bankietów i imprez zewnętrznych** organizowanych przez klub z wyłączeniem oficjalnych turniejów siatkarskich organizowanych przez klub Karpaty Krosno.

2 Pakiet złoty (sponsor strategiczny):

- **Prawo do używania tytułu** sponsora strategicznego Karpaty Krosno.
- **Logotyp sponsora na banerach reklamowych** eksponowanych podczas meczów. /pow. max. 60 m²/ - 4-6 banerów dwustronnych.
- **Logotyp sponsora umieszczony na koszulkach** meczowych zawodników (pow. max. 400 cm²).
- **Logotyp sponsora umieszczony na dresach i ubraniach treningowych** (pow. max. 200 cm²).
- **Reklama Sponsora zamieszczona na stałe** na jednej powierzchni reklamowej w strategicznym miejscu hali sportowej w Krośnie (pow. ok. 10 m²).
- **Reklama (logotyp) sponsora umieszczona w serwisie internetowym** www.karpaty-krosno.pl z odniesieniem do strony sponsora.
- **Prawo do wykorzystania logotypu klubu** Karpaty Krosno w celach marketingowych (wymaga konsultacji).
- **Umieszczenie logo sponsora na wszystkich drukowanych materiałach**: plakatach, ulotkach, zaproszeniach, programach.
- **Możliwość ustawienia stoiska promocji** /sprzedaży na terenie hali podczas rozgrywek w Krośnie.
- **Reklama sponsora w mediach** (wywiady robione na tle banerów reklamowych).
- **Reklama monitowana przez spikera** zawodów w trakcie rozgrywek spotkań.
- **Możliwość organizacji konkursów** przed, w przerwie oraz po zakończeniu meczów w Krośnie.
- **Promocja sponsora** podczas wszystkich imprez zewnętrznych organizowanych przez klub z wyłączeniem turniejów siatkarskich organizowanych przez klub Karpaty Krosno.

Oferowane pakiety sponsorskie

3 Pakiet srebrny (sponsor wspierający):

- **Prawo do używania tytułu** sponsora wspierającego.
- **Logotyp sponsora na banerach** reklamowych eksponowanych podczas meczów (pow. max. 40 m²) – 2-4 banery dwustronne.
- **Logotyp sponsora umieszczony na koszulkach meczowych** zawodników. (pow. max. 150 cm²).
- **Logo sponsora umieszczone w serwisie internetowym** www.karpaty-krosno.pl
- **Umieszczanie logo sponsora na wszystkich drukowanych materiałach**: plakatach, ulotkach, zaproszeniach, programach.
- **Reklama sponsora w mediach** (wywiady robione na tle banerów reklamowych).
- **Reklama monitowana przez spikera zawodów** w trakcie rozgrywanych spotkań.
- **Możliwość organizacji konkursów** przed, w przerwie oraz po zakończeniu meczów w Krośnie.

4 Pakiet brązowy (sponsor wspomagający):

- **Prawo do używania tytułu sponsora** wspomagającego.
- **Logo sponsora umieszczone w serwisie internetowym** www.karpaty-krosno.pl
- **Logotyp sponsora umieszczony na koszulkach** dzieci obsługujących zawody.
- **Umieszczanie małego logo sponsora** na: ulotkach, programach,
- **Możliwość organizacji konkursów** przed, w przerwie oraz po zakończeniu meczów.
- **Reklama monitowana przez spikera** zawodów w trakcie rozgrywanych spotkań.

5 Pakiet partnerski (partner klubu):

- **Prawo do używania tytułu** partner klubu.
- **Logo sponsora umieszczone w serwisie internetowym** www.karpaty-krosno.pl
- **Umieszczanie małego logo sponsora** na: ulotkach, programach,
- **Możliwość organizacji konkursów** przed, w przerwie oraz po zakończeniu meczów.
- **Reklama monitowana przez spikera** zawodów w trakcie rozgrywanych spotkań.

Od 2014 roku współpracujemy z Radio Trendy - nową nadającą na terenie Podkarpacia stacją radiową. Dzięki tej współpracy oferujemy na bardzo preferencyjnych warunkach możliwość promocji naszych sponsorów w eterze podczas np. transmisji z meczów.

Klub dysponuje 24 miejscami [dwustronnymi banerami o pow. 4 m² - jedna strona] rozstawianymi na zawody sportowe wokół boiska oraz dwoma powierzchniami reklamowymi umieszczonymi na hali sportowej o pow. 10 m² każda.

Wysoko oceniana współpraca sponsorska przez naszych dotychczasowych partnerów biznesowych

Krośnieńskie Huty Szkła KROSNO S.A. od wielu lat są związane z krośnieńską siatkówką. W ostatnim sezonie sportowym 2013/2014 współpraca pomiędzy naszą firmą, a Krośnieńskim Stowarzyszeniem Siatkówki Karpaty Kromo mocno się zacieśniła. Krośnieńskie Huty Szkła KROSNO S.A. zostały sponsorem tytularnym drużyny PWSZ Karpaty MOSiR KHS Krosno, prowadzonym przez ww. Stowarzyszenie.

Z przyjemnością rekomendujemy Krośnieńskie Stowarzyszenie Siatkówki Karpaty Krosno jako uczciwego oraz rzetelnego partnera w biznesie. Stowarzyszenie wykazuje się sporą kreatywnością, celnym i indywidualnym podejściem do każdego partnera oraz inicjatyw przez niego podejmowanych. Krośnieńskie Stowarzyszenie Siatkówki Karpaty jest organizacją wiarygodna i godną zaufania. Ustalone zobowiązania wykonuje dokładnie i terminowo. W imieniu Krośnieńskich Hut Szkła KROSNO S.A. chciałbym wyrazić szczere zadowolenie ze współpracy z Krośnieńskim Stowarzyszeniem Siatkówki

Dariusz Gawroński
Dyrektor Generalny

Gmina Krosno zaświadcza, że Krośnieńskie Stowarzyszenie Siatkówki Karpaty Krosno jest wiarygodnym partnerem, od wielu lat organizując przedsięwzięcia sportowe sumiennie wywiązuje się ze wszystkich zobowiązań wynikających z zawartych umów. Dzięki działalności stowarzyszenia oraz osiągniętych wysokich wyników sportowych miasto Krosno jest godnie reprezentowane na arenie krajowej i międzynarodowej, a siatkówka stała się dyscypliną cieszącą się dużą popularnością wśród dzieci, młodzieży i dorosłych mieszkańców miasta. W oparciu o wieloletnią współpracę Gmina Krosno rekomenduje Krośnieńskie Stowarzyszenie Siatkówki Karpaty Krosno jako godne polecenia i nawiązania partnerskiej współpracy.

Bronisław Baran
Zastępca Prezydenta Miasta Krosna

STIMO Systemy Informatyczne współpracuje z Krośnieńskim Stowarzyszeniem Siatkówki Karpaty Krosno od kilku lat. W ostatnim sezonie sportowym 2013/2014 współpraca pomiędzy Spółką a Stowarzyszeniem mocno się zacieśniła. Rekomendujemy Krośnieńskie Stowarzyszenie Siatkówki Karpaty Krosno jako uczciwego oraz rzetelnego partnera w biznesie, który wykazuje sporą inwencję w promowaniu wizerunku naszej firmy poprzez siatkówkę.

Wszystkim polecamy współpracę z Krośnieńskim Stowarzyszeniem Siatkówki Karpaty Krosno i wiemy, że może ona przynieść pozytywne rozwiązania na polu sportu i biznesu.

Sławomir Jurczak
Współwłaściciel

Krośnieńskie Stowarzyszenie Siatkówki **Karpaty Krosno**

ul. Legionów 6
38-400 Krosno

693 212 204
klub@karpaty-krosno.pl

www.karpaty-krosno.pl