



PZPN

*Najważniejsze działania
Polskiego Związku Piłki Nożnej
w latach 2012 - 2016*

Łączy nas piłka

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA POLSKIEGO ZWIĄZKU PIŁKI NOŻNEJ W LATACH 2012 – 2016

I. SZKOLENIE I ROZGRYWKI

1. NARODOWY MODEL GRY PZPN
2. PRO JUNIOR SYSTEM PZPN
3. KSZTAŁCENIE TRENERÓW I NOWA FORMUŁA SZKOŁY TRENERÓW PZPN
4. PUCHAR POLSKI – NADANIE NOWEJ RANGI I PRESTIŻU
5. POZYSKANIE PARTNERA MEDIALNEGO DLA I LIGI
6. CENTRALNA LIGA JUNIORÓW
7. LIGA MAKROREGIONALNA JUNIORÓW MŁODSZYCH
8. PROGRAM AMATOR – WSPARCIE KLUBÓW NIŻSZYCH LIG
9. PROGRAM „BRAMKA DLA ŻAKA” – SPRZĘT DLA DRUŻYN DZIECIĘCYCH
10. UNIFIKACJA ORGANIZACJI WSPÓŁZAWODNICTWA I SZKOLENIA DZIECI I MŁODZIEŻY
11. OBNIŻENIE OPŁAT ZA TRANSFERY ZAWODNIKÓW
12. PRZEJĘCIE OPŁAT SĘDZIOWSKICH I, II ORAZ III LIGI
13. PROFESJONALIZACJA PROCESU LICENCYJNEGO DLA KLUBÓW
14. REFORMA ROZGRYWEK II ORAZ III LIGI
15. ZAKUP SPRZĘTU VIDEO DO REJESTRACJI MECZÓW III LIGI
16. WZROST LICZBY GRAJĄCYCH KOBIET
17. WDROŻENIE INFORMATYCZNEGO SYSTEMU SKAUTINGU

II. GRASSROOTS

1. AKADEMIA MŁODYCH ORŁÓW
2. LETNIA AKADEMIA MŁODYCH ORŁÓW
3. TURNIEJ „Z PODWÓRKA NA STADION O PUCHAR TYMBARKU”
4. UJEDNOLICENIE PROGRAMU SZKOLENIA OŚRODKÓW SZKOLENIA SPORTOWEGO MŁODZIEŻY
5. ROZWÓJ PROJEKTU „KIBICE RAZEM” - INTEGRACJA ŚRODOWISKA

III. PROMOCJA I POPULARYZACJA POLSKIEJ PIŁKI

1. PORTAL *LaczyNasPiłka.pl*
2. ROZWÓJ KANAŁÓW KOMUNIKACJI TZW. SOCIAL MEDIA (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube, Google+)
3. FINAŁ LIGI EUROPY *UEFA EUROPA LEAGUE* – MAJ 2015
4. MISTRZOSTWA EUROPY U21 *UEFA EUROPEAN U21 CHAMPIONSHIP* - CZERWIEC 2017
5. TRANSMISJE MECZÓW ELIMINACYJNYCH REPREZENTACJI MŁODZIEŻOWYCH ORAZ REPREZENTACJI A KOBIET NA ANTENACH TELEWIZYJNYCH

IV. ZARZĄDZANIE I FINANSE FEDERACJI

1. RESTRUKTURYZACJA I REORGANIZACJA BIURA PZPN
2. ODBUDOWANIE WIARYGODNOŚCI I WIZERUNKU PZPN
3. POZYTYWNY WIZERUNEK PREZESA PZPN
4. „DOM REPREZENTACJI” – STADION PGE NARODOWY W WARSZAWIE
5. ZWIĘKSZENIE WPŁYWÓW Z UMÓW SPONSORSKICH, TELEWIZYJNYCH I MARKETINGOWYCH
6. ZWIĘKSZENIE NAKŁADÓW FINANSOWYCH NA ROZWÓJ PIŁKI KOBIECEJ

I. SZKOLENIE I ROZGRYWKI

1. NARODOWY MODEL GRY PZPN

- ❖ Pierwsza tak kompleksowa publikacja PZPN od ponad 30 lat;
- ❖ Zbiór podstawowych zasad dla trenerów wszystkich kategorii wiekowych w zakresie procesu szkolenia zawodników i drużyn;
- ❖ Inspiracja do tworzenia własnych modeli gry uwzględniających zmiany rozwojowe polskiej piłki nożnej;
- ❖ Unifikacja podstawowych pojęć dotyczących nazewnictwa, numeracji pozycji zawodników oraz faz gry;
- ❖ Bezpłatne egzemplarze dla każdego trenera;
- ❖ Narodowy Model Gry PZPN dostępny na *ŁaczyNasPiłka.pl*.

2. PRO JUNIOR SYSTEM PZPN

- ❖ System promowania i wspierania jakości szkolenia w klubach ESA, I oraz II ligi;
- ❖ Finansowe wsparcie klubów szkolących młodych zawodników posiadających polskie obywatelstwo;
- ❖ Łączny budżet projektu -10 000 000 zł na sezon:
 - Budżet dla ESA 3 000 000 zł,
 - Budżet dla I ligi 4 500 000 zł,
 - Budżet dla II ligi 2 500 000 zł.

3. KSZTAŁCENIE TRENERÓW I NOWA FORMUŁA SZKOŁY TRENERÓW PZPN

- ❖ Doskonała infrastruktura Szkoły Trenerów w jednym kompleksie sportowym;
- ❖ Szeroki program prowadzonych kursów z udziałem autorytetów polskiego i europejskiego futbolu: UEFA PRO, UEFA Elite Youth, UEFA B+A dla byłych wybitnych piłkarzy, UEFA Goalkeeper A;
- ❖ Nacisk na jakość i praktyczny aspekt kursów jako główne elementy edukacji trenerskiej;
- ❖ Tworzenie mechanizmów powodujących konieczność stałego dokształcania się trenerów;
- ❖ Modyfikacja systemu hospitacji kursów;
- ❖ Standaryzacja zasad organizacji kursów uwzględniająca tzw. „ustawę deregulacyjną”;
- ❖ Uzyskanie zgody z UEFA na przedłużenie do 2019 roku okresu przejściowego na podnoszenie kwalifikacji zgodnych z Konwencją Trenerską UEFA przez instruktorów oraz trenerów-absolwentów uczelni państwowych (z klasą II i I) do poziomu UEFA B, UEFA A.

4. PUCHAR POLSKI – NADANIE NOWEJ RANGI I PRESTIŻU

- ❖ Odbudowa rangi i prestiżu rozgrywek o Puchar Polski;
- ❖ Przejrzysty schemat rozgrywek na szczeblu centralnym;
- ❖ Droga na PGE Narodowy – coroczny finał 2 maja;
- ❖ Rekordowa frekwencja na finałach Pucharu Polski:
 - 2014 – ponad 37 000,
 - 2015 – ponad 45 000,
 - 2016 – ponad 48 000;
- ❖ Zwiększenie wysokości nagród finansowych:
 - Zdobywca PP na szczeblu WZPN – 30 000 zł – łącznie 480 000 zł,
 - Zdobywca PP – 1 000 000 zł,
 - łączna pula nagród – 3 480 000 zł;

- ❖ Spójna identyfikacja wizualna na wszystkich transmitowanych meczach PP;
- ❖ Pozyskanie partnera medialnego – POLSAT, który transmituje co najmniej 23 mecze w każdym sezonie (mecze półfinałowe i finał na kanale otwartym);
- ❖ Roczny budżet projektu - 6 500 000 zł.

5. POZYSKANIE PARTNERA MEDIALNEGO DLA I LIGI

- ❖ Nawiązanie współpracy z Telewizją POLSAT w zakresie transmisji meczów I ligi;
- ❖ Zwiększenie wartości umowy do około 5 000 000 zł na sezon, w całości przekazywane do klubów;
- ❖ Z każdej kolejki transmisja co najmniej dwóch meczów oraz po każdej kolejce, emisja magazynu podsumowującego wszystkie mecze.

6. CENTRALNA LIGA JUNIORÓW

- ❖ Stworzenie rozgrywek klubowych o mistrzostwo Polski w kategorii Junior Starszy (U19) na szczeblu centralnym w dwóch grupach liczących po 16 klubów;
- ❖ Nabycie uprawnień przez Mistrza CLJ do udziału w rozgrywkach UEFA Youth League;
- ❖ Łączna pula nagród - 400 000 zł rocznie;
- ❖ Kwota na dofinansowanie uczestnictwa drużyn (transport, zakwaterowanie, itp.) 1 200 000 zł;
- ❖ Koszt opłat sędziowskich w pełni pokrywany przez PZPN – 875 000 zł;
- ❖ Roczny budżet projektu - 2 500 000 zł.

7. LIGA MAKROREGIONALNA JUNIORÓW MŁODSZYCH

- ❖ Reorganizacja Klubowych Mistrzostw Polski Juniorów Młodszych;
- ❖ Zwiększenie kwoty na dofinansowanie uczestnictwa do wysokości 25 000 zł na klub – łączna kwota dofinansowania 800 000 zł;
- ❖ Łączna pula nagród – 200 000 zł;
- ❖ Roczny budżet projektu - 1 000 000 zł.

8. PROGRAM AMATOR – WSPARCIE KLUBÓW NIŻSZYCH LIG

- ❖ Wsparcie finansowe klubów IV ligi i niższych klas rozgrywkowych w 2016 roku poprzez zakup sprzętu sportowego – 5 570 000 zł;
- ❖ Objęcie wsparciem również Wojewódzkich ZPN po 50 000 zł na koordynację projektu – łącznie 800 000 zł;
- ❖ Pierwszy w historii PZPN tego typu projekt prowadzony na tak dużą skalę skierowany do klubów w niższych klasach rozgrywkowych;
- ❖ Łączny budżet projektu - 6 370 000 zł.

9. PROGRAM BRAMKA DLA ŻAKA – SPRZĘT DLA DRUŻYN DZIECIĘCYCH

- ❖ Opracowanie programu polegającego na przekazaniu kompletu bramek zgodnego ze standardem określonym w Unifikacji dla klubu posiadającego drużynę w kategorii żaka w oficjalnych rozgrywkach;
- ❖ Planowane przekazanie bramek do 31 stycznia 2017 roku;
- ❖ Szacowany koszt programu - 1 500 000 zł.

10. UNIFIKACJA ORGANIZACJI WSPÓŁZAWODNICTWA I SZKOLENIA DZIECI I MŁODZIEŻY

- ❖ Standaryzacja organizacji szkolenia i rozgrywek na terenie całej Polski;

- ❖ Wprowadzenie prostych i jednolitych zasad współzawodnictwa dla każdej kategorii wiekowej (od 6 do 15 lat) w zakresie: formuły rozgrywek, wymiarów boisk, liczby zawodników, zmian, wielkości bramek itd.
- ❖ Działania związane z celem Unifikacji - optymalne wykorzystanie treningu i meczów młodych piłkarzy, tak aby kontakt z piłką był jak najczęstszy, gra sprawiała przyjemność, a wynik nie był sprawą pierwszorzędą;
- ❖ Unifikacja dostępna na *LaczyNasPilka.pl*.

11. OBNIŻENIE OPŁAT ZA TRANSFERY ZAWODNIKÓW

- ❖ Zmniejszenie obciążeń finansowych klubów poprzez:
 - Zmniejszenie o połowę, z 3% do 1,5% wartości transferu, opłaty na rzecz PZPN z tytułu transferu zawodnika do zagranicznego klubu,
 - Rezygnacja z pobierania przez PZPN opłat od klubu pozyskującego, uzależnionych od wysokości ekwiwalentu za wyszkolenie/kwoty transferowej na rzecz jednolitej opłaty ryczałtowej,
 - Zmniejszenie o 500 zł ryczałtu na rzecz PZPN z tytułu pozyskania zawodnika wolnego lub na podstawie transferu definitywnego do klubu I lub II ligi;
- ❖ Wymierne oszczędności dla klubów ESA, I oraz II ligi:
PRZYKŁAD:
Opłata transferowa na rzecz PZPN za zawodnika transferowanego z klubu polskiego do zagranicznego za kwotę 5 000 000 EUR.
 - rok 2014 – 150 000 EUR,
 - rok 2016 – 75 000 EUR.

12. PRZEJĘCIE OPŁAT SĘDZIOWSKICH I, II ORAZ III LIGI

- ❖ Zmniejszenie obciążeń finansowych klubów poprzez przejęcie przez PZPN opłat sędziów obserwatorów i delegatów w I i II lidze oraz kosztów obsad sędziów w III lidze:
 - I liga – 1 445 000 zł,
 - II liga – 1 130 000 zł,
 - III liga – 1 700 000 mln zł (od stycznia 2017);
- ❖ Roczny budżet - 4 275 000 zł.

13. PROFESJONALIZACJA PROCESU LICENCYJNEGO DLA KLUBÓW

- ❖ Gruntowna nowelizacja przepisów podręcznika licencyjnego;
- ❖ Wprowadzenie spójnych kryteriów dla wszystkich lig: ESA, I, II, III, IV liga i niższe klasy rozgrywkowe;
- ❖ Merytoryczne wzmocnienie Komisji Licencyjnych i Działu Licencji PZPN, poprzez zaangażowanie do działania grupy ekspertów z zakresu finansów, prawa i ekonomii;
- ❖ Usprawnienie systemu licencyjnego jako przyczynek m.in. do poprawy zarządzania klubów. Efekt:
 - Wzrost liczby rentownych klubów ESA:
rok 2011: 3 kluby,
rok 2015: 8 klubów;
 - Spadek zobowiązań krótko- i długoterminowych klubów ESA o 159 000 000 zł:
rok 2011: 611 000 000 zł,
rok 2015: 452 000 000 zł;
 - Spadek kosztów wynagrodzeń w klubach ESA, w relacji do łącznych kosztów klubów:
rok 2012: 76,6%,
rok 2015: 61,2%.

14. REFORMA ROZGRYWEK II ORAZ III LIGI

- ❖ Podniesienie poziomu sportowego poprzez wzrost współzawodnictwa klubów uczestniczących w rozgrywkach II i III ligi;
- ❖ Zwiększenie prestiżu i atrakcyjności rozgrywek;
- ❖ Reforma rozgrywek II ligi polegająca na utworzeniu jednej grupy liczącej 18 zespołów;
- ❖ Reforma III ligi polegająca na utworzeniu 4 grup w makroregionach liczących po 18 zespołów;
- ❖ Promocja II ligi poprzez transmisje meczów i emisje magazynu na portalu *LaczyNasPilka.pl*.

15. ZAKUP SPRZĘTU VIDEO DO REJESTRACJI MECZÓW III LIGI

- ❖ Zakup sprzętu video na potrzeby 72 klubów III ligi;
- ❖ Umieszczenie nagrań na dedykowanym serwerze dostępnym dla wszystkich uczestników rozgrywek oraz Kolegium Sędziów WZPN i PZPN;
- ❖ Wykorzystywanie sprzętu do działań sportowych, promocyjnych oraz wizerunkowych klubu;
- ❖ Łączny koszt projektu - 200 000 zł.

16. WZROST LICZBY GRAJĄCYCH KOBIET

- ❖ Liczba zarejestrowanych kobiet grających w piłkę nożną:
 - rok 2012 ponad 8 000,
 - rok 2016 ponad 53 000.

17. WDROŻENIE INFORMATYCZNEGO SYSTEMU SKAUTINGU

- ❖ Informatyczny system przeznaczony dla Skautów Regionalnych (48 skautów piłki męskiej i 20 skautów piłki kobiecej), Skautów Zagranicznych oraz trenerów reprezentacji młodzieżowych;
- ❖ Wyszukiwanie i monitorowanie najzdolniejszych młodych zawodników w kraju i za granicą;
- ❖ Ujednolicenie skali ocen piłkarzy we wszystkich reprezentacjach.

PZPN

II. GRASSROOTS

1. AKADEMIA MŁODYCH ORŁÓW

- ❖ Wdrożenie projektu wzorcowej akademii piłkarskiej dla chłopców i dziewcząt;
- ❖ Ujednoczenie programu szkolenia dzieci w wieku 6 -12 lat dostępnego na *ŁączyNasPiłka.pl*;
- ❖ 25 AMO w całej Polsce;
- ❖ 3-stronna współpraca PZPN-WZPN-SAMORZĄD;
- ❖ 2 400 dzieci uczestniczących regularnie w treningach;
- ❖ Bezpłatne uczestnictwo dzieci w zajęciach;
- ❖ Stałe podwyższanie kwalifikacji Trenerów AMO (50 osób UEFA A i wyżej);
- ❖ Stały monitoring jakości szkolenia;
- ❖ Pozyskanie Sponsora Głównego – BIEDRONKA;
- ❖ Roczny budżet projektu - 3 500 000 zł.

2. LETNIA AKADEMIA MŁODYCH ORŁÓW

- ❖ Letnie obozy piłkarskie dla najzdolniejszych chłopców i dziewcząt;
- ❖ Zakończone trzy akcje letnie (2014, 2015, 2016) w Gniewinie (ośrodek pobytowy Reprezentacji Hiszpanii podczas UEFA EURO2012);
- ❖ Bezpośrednia praca młodych adeptów piłki z Trenerami Kadr Reprezentacji Młodzieżowych oraz autorytetami piłki nożnej (m.in.: Józef Młynarczyk, Wojciech Kowalewski);
- ❖ Od 2014 roku udział w LAMO 160 dziewcząt oraz 360 chłopców;
- ❖ Roczniaki 2002 oraz 2003 chłopców przejście pierwszej selekcji do Młodzieżowej Reprezentacji Narodowej;
- ❖ 3 międzynarodowe mecze towarzyskie uczestników LAMO;
- ❖ Pozyskanie Sponsora Głównego – BIEDRONKA;
- ❖ Roczny budżet projektu - 750 000 zł.

3. TURNIEJ Z PODWÓRKA NA STADION O PUCHAR TYMBARKU

- ❖ Jedna z największych inicjatyw dziecięcych w Europie;
- ❖ W sezonie 2015/2016 liczba zgłoszonych dzieci to 320 000;
- ❖ 3 kategorie wiekowe U-8, U-10, U-12;
- ❖ Finał Turnieju przed Finałem Pucharu Polski na PGE Narodowym;
- ❖ Stała współpraca i współfinansowanie z Ministerstwa Sportu i Turystyki;
- ❖ Długoterminowa umowa ze Sponsorem Głównym – TYMBARK, do 2020 roku;
- ❖ Roczny budżet projektu - 4 000 000 zł.

4. UJEDNOLICENIE PROGRAMU SZKOLENIA OŚRODKÓW SZKOLENIA SPORTOWEGO MŁODZIEŻY

- ❖ Opracowany i wdrożony ujednoczony program szkoleniowy zaakceptowany przez Ministerstwo Sportu i Turystyki;
- ❖ Program monitoringu jakości szkolenia.

5. ROZWÓJ PROJEKTU KIBICE RAZEM - INTEGRACJA ŚRODOWISKA

- ❖ Dialog społeczny pomiędzy środowiskiem kibiców a społecznością lokalną;
- ❖ 12 ośrodków w Polsce (Białystok, Chorzów, Gdańsk, Gdynia, Kielce, Legnica, Lublin, Poznań, Tychy, Warszawa, Wrocław, Zabrze);
- ❖ Projekt współfinansowany przez Ministerstwo Sportu i Turystyki oraz jednostki samorządowe.



PZPN

III. PROMOCJA I POPULARYZACJA POLSKIEJ PIŁKI

1. PORTAL *ŁaczyNasPilka.pl*

- ❖ Multiplatforma internetowa;
- ❖ Od 2014 łączenie środowiska piłkarskiego ze społecznością kibiców, możliwości swobodnej komunikacji dla obu grup;
- ❖ Projekt unikatowy w skali Europy, aktywizujący i angażujący środowisko piłkarskie;
- ❖ Średnio 5 500 000 odsłon miesięcznie, 1 000 000 unikalnych użytkowników miesięcznie;
- ❖ Wyniki meczów, tabele i terminarze Reprezentacji Polski we wszystkich kategoriach wiekowych;
- ❖ Wyniki meczów, tabele i terminarze rozgrywek od Ekstraklasy aż do dziecięcych rozgrywek żaka – co tydzień rezultaty 8 000 meczów;
- ❖ Artykuły, ekskluzywne wywiady, relacje video ze zgrupowań Reprezentacji, poradniki, pomoce multimedialne przygotowywane przez wykwalifikowaną kadre;
- ❖ Bezpłatna baza eksperckich porad i materiałów multimedialnych;
- ❖ Oficjalny internetowy Sklep Kibica Reprezentacji Polski.

2. ROZWÓJ KANAŁÓW KOMUNIKACJI TZW. SOCIAL MEDIA (FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, SNAPCHAT, YOUTUBE, GOOGLE+)

- ❖ Wykorzystanie kanałów społecznościowych do komunikacji z kibicami;
- ❖ Integracja portalu *ŁaczyNasPilka.pl* z Facebook, Google+, Twitter, YouTube i Snapchat zwiększająca zasięg odbiorców:
 - 882 000 fanów na Facebook,
 - 309 000 subskrybentów kanału YouTube,
 - 88 000 000 widownia materiałów na kanale YouTube,
 - 250 000 obserwujących na Twitterze PZPN i *ŁaczyNasPilka.pl*;
- ❖ Nagroda Biznesu Sportowego DEMES za 2015 rok w kategorii „Social Media”.

3. FINAŁ LIGI EUROPY UEFA EUROPA LEAGUE – MAJ 2015

- ❖ Pozyskanie i organizacja finału prestiżowych europejskich rozgrywek klubowych na stadionie PGE Narodowy w Warszawie w maju 2015 roku.

4. MISTRZOSTWA EUROPY U21 UEFA EUROPEAN U21 CHAMPIONSHIP – CZERWIEC 2017

- ❖ Pozyskanie drugiej najważniejszej imprezy UEFA dla reprezentacji narodowych w Europie;
- ❖ Mistrzostwa na 6 stadionach w Polsce: Gdynia, Bydgoszcz, Kielce, Lublin, Tychy i Kraków.

5. TRANSMISJE MECZÓW ELIMINACYJNYCH REPREZENTACJI MŁODZIEŻOWYCH ORAZ REPREZENTACJI A KOBIEC NA ANTENACH TELEWIZYJNYCH

- ❖ Popularyzacja rozgrywek młodzieżowych dzięki transmisjom TV meczów eliminacyjnych Reprezentacji Polski (U17, U19, U21) oraz Reprezentacji Polski Kobiet A rozgrywanych w Polsce na antenach POLSAT SPORT, POLSAT SPORT NEWS.

IV. ZARZĄDZANIE I FINANSE FEDERACJI

1. RESTRUKTURYZACJA I REORGANIZACJA BIURA PZPN

- ❖ Stworzenie nowej struktury organizacyjnej biura PZPN;
- ❖ Usprawnienie administracji Biura PZPN dzięki powołaniu nowych departamentów, wprowadzeniu jasnych procedur oraz usprawnieniu procesu decyzyjnego;
- ❖ Wprowadzenie racjonalnej polityki kosztowej (wprowadzenie polityki podróży służbowych, renegocjacje strategicznych umów z kluczowymi dostawcami, centralizacja zakupów);
- ❖ Przyznanie PZPN nagrody Biznesu Sportowego DEMES dla najlepiej zarządzanej organizacji sportowej w Polsce za 2014 i 2015 rok.

2. ODBUDOWANIE WIARYGODNOŚCI I WIZERUNKU PZPN

- ❖ Diametralny wzrost wiarygodności i zaufania społecznego do Związku;
- ❖ Zgodnie z wynikami badania CBOS „Piłka nożna i jej kibice”* z czerwca 2016 roku znacząca zmiana w postrzeganiu Związku:

OCENA:	2012	2016
pozytywnie	18%	45%
negatywnie	59%	15%

* Badanie CBOS dostępne na stronie: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_097_16.PDF

3. POZYTYWNY WIZERUNEK PREZESA PZPN

- ❖ Według badania CBOS „Piłka nożna i jej kibice”* z czerwca 2016 roku:
 - Prezes PZPN Zbigniew Boniek rozpoznawalny przez 96% badanych;
 - Zaufanie wobec Zbigniewa Bońka 75% badanych, wg raportu pierwsze miejsce w rankingu zaufania społecznego wśród osób aktywnych w życiu publicznym w naszym kraju.

* Badanie CBOS dostępne na stronie: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_097_16.PDF

4. „DOM REPREZENTACJI” – STADION PGE NARODOWY W WARSZAWIE

- ❖ Podpisanie strategicznej umowy ze spółką PL.2012 PLUS do 2020 roku;
- ❖ Wszystkie mecze eliminacyjne, a także wszystkie finały Pucharu Polski rozgrywane na tym obiekcie; mecze towarzyskie rozgrywane na innych stadionach w całej Polsce;
- ❖ Rekordowa frekwencja na meczach kadry (ponad 50 000 osób na meczach w ramach eliminacji do ME we Francji, druga frekwencja w Europie podczas meczów eliminacyjnych);
- ❖ Rekordowe wpływy ze sprzedaży biletów oraz pakietów biznesowych (39 000 000 zł w 2015 roku).

5. ZNACZĄCE ZWIĘKSZENIE WPŁYWÓW Z UMÓW SPONSORSKICH, TELEWIZYJNYCH I MARKETINGOWYCH

- ❖ Renegocjacja strategicznych umów ze Sponsorami/Partnerami PZPN;
- ❖ Utworzenie i wypełnienie nowej piramidy sponsorskiej dla Reprezentacji Polski do 31 lipca 2018 roku;
- ❖ Pozyskanie sponsorów dla Pucharu Polski, inicjatyw Grassroots, sędziów oraz Związku;

- ❖ Wynegocjowanie korzystniejszych warunków umów na scentralizowane prawa telewizyjne na mecze Reprezentacji Polski, Pucharu Polski oraz I ligi;
- ❖ Ponad 40 partnerów/sponsorów współpracujących z PZPN;
- ❖ Uruchomienie modułu sponsorskiego celem stałej weryfikacji ekwiwalentów reklamowych oraz realizacji zobowiązań w stosunku do Sponsorów.

6. ZWIĘKSZENIE NAKŁADÓW FINANSOWYCH NA ROZWÓJ PIŁKI KOBIECej

- ❖ Ponad dwukrotny wzrost nakładów finansowych:
 - rok 2011 - 2 300 000 zł,
 - rok 2016 - 4 700 000 zł.



PZPN