



Wpływ ekonomiczny organizacji zawodów z cyklu IRONMAN w Warszawie, Krakowie i Poznaniu



Spis treści

-
- 1 Profil uczestników ([s. 5](#))
 - 2 Wpływ imprez na gospodarkę lokalną ([s. 9](#))
 - 3 Zawody jako promocja miasta ([s. 22](#))
 - 4 Sport a zdrowie ([s. 24](#))
 - 5 Wolontariat ([s. 27](#))
 - 6 Przykłady doświadczeń międzynarodowych ([s. 29](#))
-

Streszczenie zarządcze

Szacujemy, że **miasta-organizatorzy bezpośrednio zyskują prawie 9 mln PLN** we wzroście wpływów podatkowych oraz na ekwiwalencie reklamowym.

Ze względu na przyjęte założenia wynik ten należy traktować jako dolną granicę korzyści finansowych organizacji zawodów dla miasta.

1

Liczba uczestników zawodów

W zawodach IRONMAN w Warszawie, Krakowie i Poznaniu w 2025 r. brało udział łącznie 6183 osób z czego 5012 przyjechało spoza miasta, w tym 2516 spoza Polski. Wliczając osoby towarzyszące szacujemy, że oznaczało to 11226 turystów. Jednocześnie w zawodach towarzyszących brało udział dodatkowe 4,5-5 tys. osób, w zdecydowanej większości uczestników lokalnych.

2

Wartość w gospodarce

Szacujemy, że łącznie zawody zwiększają wartość dodaną (składowa PKB) w gospodarkach miast organizatorów o 41,6 mln PLN. Składa się na to przede wszystkim wpływ wydatków uczestników, którzy przyjechali spoza tych miast. Ich wydatki szacowane na 44,7 mln PLN przekładają się na 38,8 mln PLN wartości dodanej, a działalność organizatora to kolejne 2,8 mln PLN. To natomiast podnosi wpływy podatkowe miast-organizatorów o przynajmniej 1,8 mln PLN

3

Wartość ekwiwalentu marketingowego

Doniesienia medialne o imprezie tworzą wartość reklamową dla miast-organizatorów. Szacowane jest, że biorąc pod uwagę wyłącznie Polski rynek medialny, żeby miasta uzyskały podobny rozgłos musiałyby opłacić kampanię reklamową wartą 7 mln PLN. Jednocześnie istotny udział uczestników zagranicznych oznacza, że impreza służyła również jako promocja międzynarodowa.

4

Sport ma pozytywny wpływ na zdrowie

Badania wykazują, że wydarzenia sportowe mają przełożenie na sytuację zdrowotną. Ludzie obserwujący zawody są bardziej zmotywowani, żeby samemu ćwiczyć, co wspiera aktywność fizyczną ograniczając ryzyka m.in. zawału serca, raka, Alzheimerera oraz poprawiając zdrowie psychiczne.

5

Doświadczenie zagraniczne

Organizacja zawodów, jako źródło pozytywnych korzyści społecznych wspierana jest na całym świecie. W Niemczech czy Austrii wydarzenia jak np. maraton Berliński czy Wiedeński przyciągają dziesiątki tysięcy uczestników z całego świata. W Berlinie korzyść miasta z rozwoju sektora sportowego szacowana jest na ok. 1 mld euro.

Miasta organizatorzy: koszty i korzyści

Zawody IRONMAN przynoszą miastom wymierne korzyści. Wzrost aktywności gospodarczej widoczny w większej wartości dodanej przekłada się na wzrost dochodów podatkowych. Dodatkowo uwzględniając informacje medialne o zawodach miasta otrzymują kampanię promocyjną wartą miliony złotych.

Korzyści netto dla miast-organizatorów zawodów IRONMAN [tys. PLN]

	Wzrost dochodów z podatków PIT i CIT	Wartość ekwiwalentu marketingowego	Korzyść finansowa miast z organizacji zawodów	Wartość dodana* lokalnie (korzyści dla lokalnej gospodarki)
ŁĄCZNIE	1 850,8	7 037,1	8 887,9	41 596,7
Warszawa	768,5	1 418,0	2 186,5	17 270,5
Kraków	713,8	3 837,2	4 551,0	15 922,4
Poznań	368,5	1 781,9	2 150,4	8 403,8

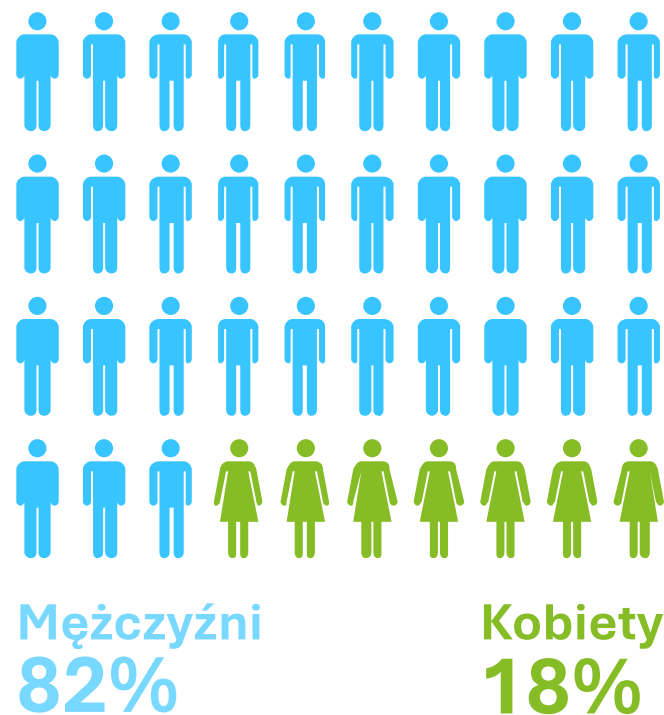
Zawody przyczyniły się do wytworzenia wartości w całej gospodarce Polski. Szacujemy, że turyści zagraniczni, którzy przyjechali na zawody wytworzyli impuls popytowy o wartości 20,7 mln PLN. Łącznie PKB Polski wzrosło dzięki temu o 38,3 mln PLN. W związku z turystyką krajową wartość dodana w gospodarkach miast-gospodarzy wzrosła mocniej niż w całym kraju z dodatkowym przepływem netto 3,3 PLN do nich.

*: Wartość dodana jest główną składową Produktu Krajowego Brutto

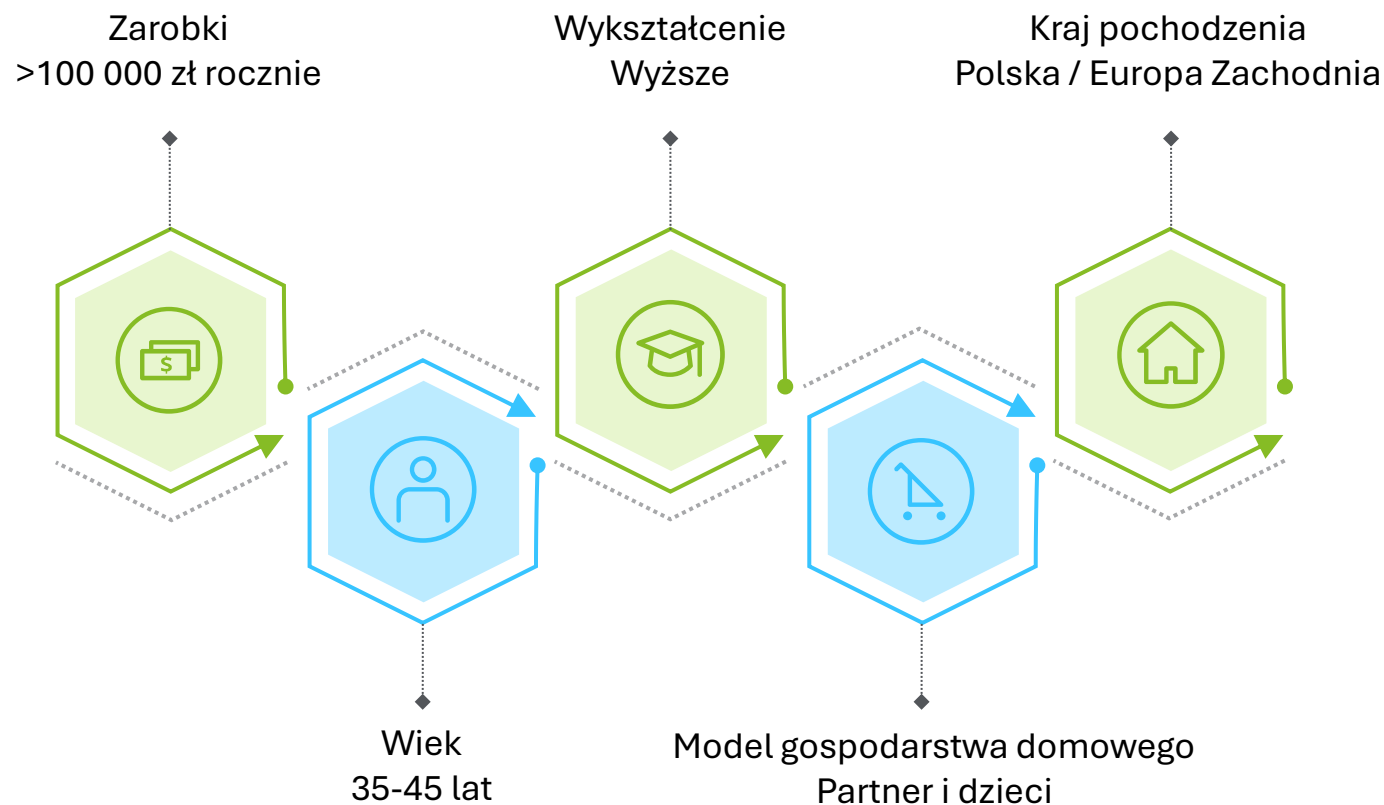
Profil uczestników

Profil uczestnika zawodów IRONMAN

Profil uczestnika zawodów został opracowany na podstawie danych z zawodów w Warszawie, Krakowie i Poznaniu. Brało udział w nich odpowiednio 2715, 1823 i 1645 osób, **łącznie 6183 osoby**. Zgromadzone dane pozwalają na kompleksową analizę demograficzną oraz społeczną uczestników i umożliwią określić kim są uczestnicy wydarzeń IRONMAN w Polsce. Analiza skupia się wyłącznie na samych zawodach IRONMAN. Dodatkowo w zawodach towarzyszących (dodatkowy bieg na 5 km, sztafety triathlonowe oraz zawody dla dzieci) brało udział 4,5-5 tys. osób, w zdecydowanej większości mieszkańców lokalnych.



Typowy uczestnik zawodów



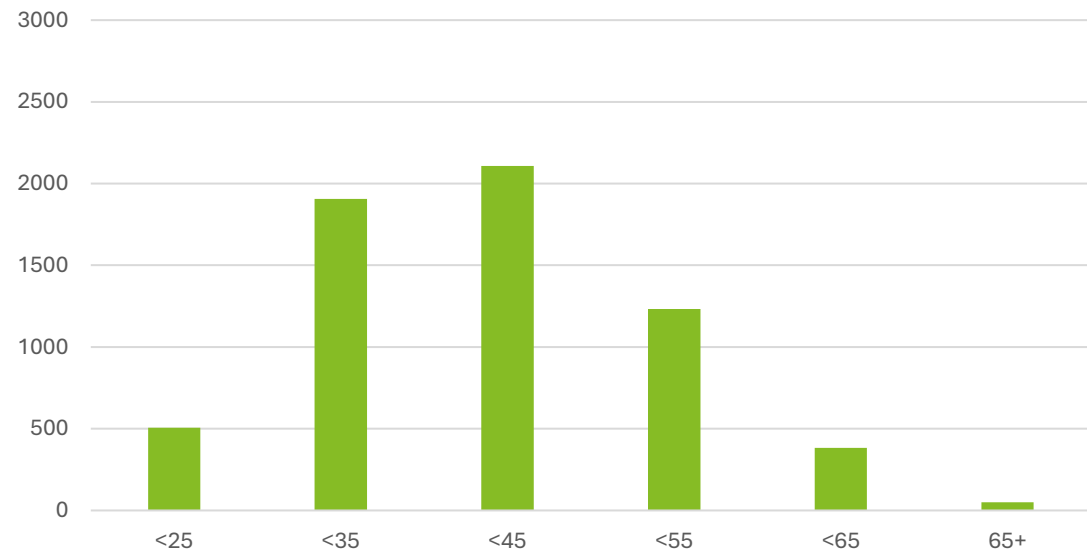
Nota: Pytania o wykształcenie, zarobki oraz członków rodziny nie były obowiązkowe do uzupełnienia w ankiecie dlatego grupa badawcza jest mniejsza (15%-38% uczestników) dlatego może wystąpić błąd statystyczny

Profil uczestnika – dane o uczestnikach

Zawody IRONMAN przyciągają profil uczestników, który dla miast-organizatorów powinien być szczególnie interesujący z perspektywy rozwoju turystyki i promocji miasta. To grupa osób aktywnych, o ponadprzeciętnych dochodach i poziomie wykształcenia, które chętnie inwestują w sport, zdrowie oraz podróżowanie. Przedstawione dane odnoszą się do całości populacji uczestników.

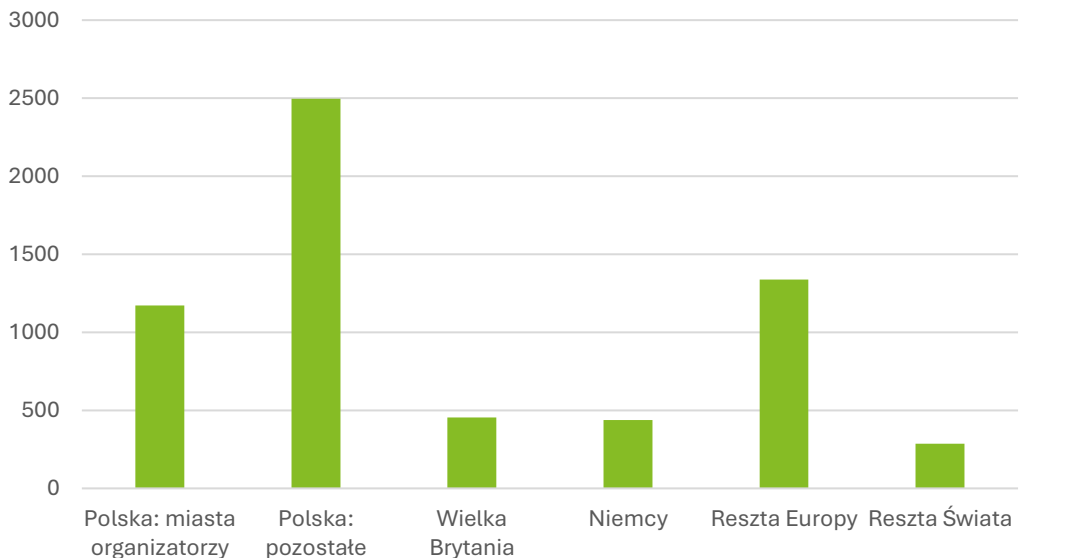
Wiek

Na zawodach IRONMAN obecni są przedstawiciele różnych pokoleń. Największą grupą są ludzie w wieku roboczym, **przede wszystkim z przedziału 30-44 lata**, która odpowiada za ponad 50% uczestników.



Pochodzenie

Spośród uczestników **ponad 80% stanowią przyjezdni**, z czego połowę stanowią przyjezdni z reszty Polski, a połowę z zagranicy. W zawodach biorą udział ludzie ze wszystkich kontynentów z wyłączeniem Antarktydy, choć zdecydowana większość jest z Europy.

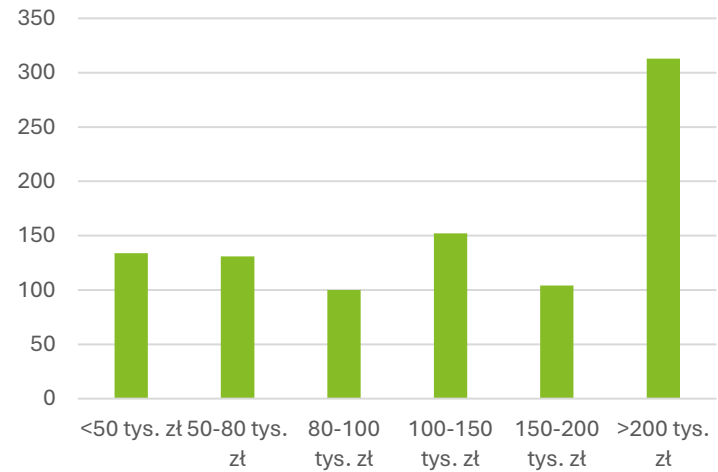


Profil uczestnika – c.d.: dane z ankiet dobrowolnych

Zawody IRONMAN przyciągają profil uczestników, który dla miast-organizatorów powinien być szczególnie interesujący z perspektywy rozwoju turystyki i promocji miasta. To grupa osób aktywnych, o ponadprzeciętnych dochodach i poziomie wykształcenia, które chętnie inwestują w sport, zdrowie oraz podróżowanie. Przedstawione dane pochodzą z dobrowolnych ankiet.

Zarobki

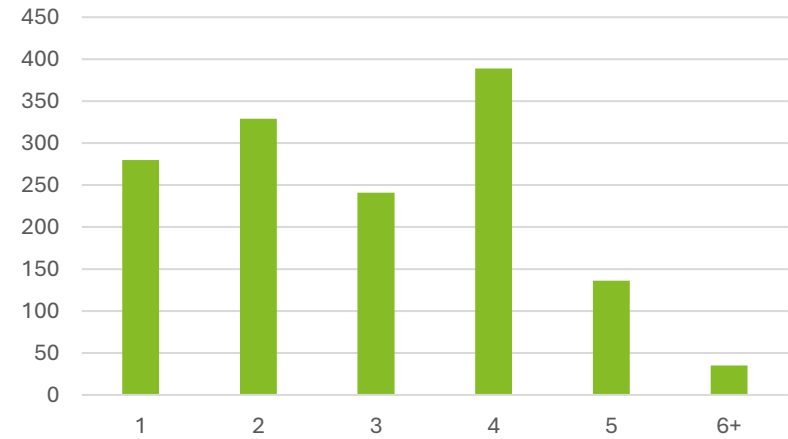
Uczestnicy zawodów należą do zróżnicowanych grup ekonomicznych. **Pojedynczo największą grupą są osoby z perspektywy Polski zamożne***, zdefiniowane tutaj jako osoby o przychodzie rocznym gospodarstwa domowego przekraczającym 200 tys. zł.



*Na pytanie odpowiedziało nieco ponad 15% uczestników zawodów. Wyniki jednak można uznać za spójne z profilem demograficznym.

Model gospodarstwa domowego

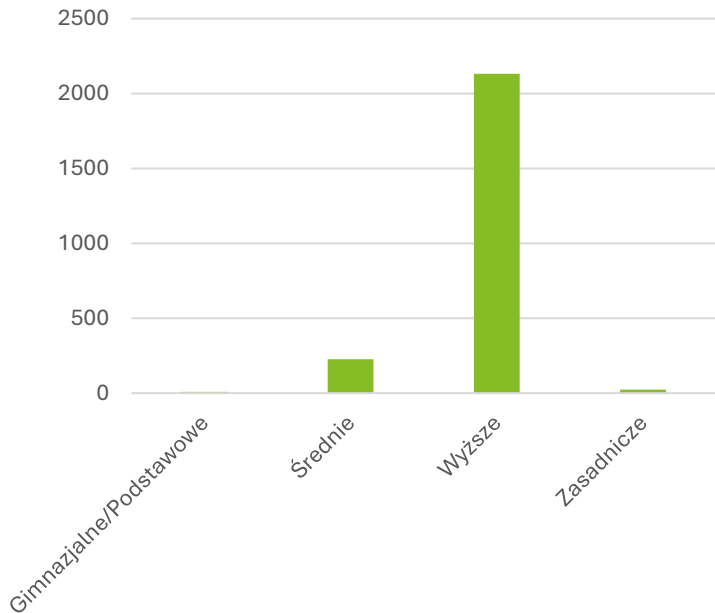
Większość badanych uczestników posiada rodziny. Ponad 80% wskazało, że **żyje w gospodarstwie domowym z przynajmniej jedną inną osobą**, a 57% wskazało przynajmniej dwie.



* Na pytanie odpowiedziało ok. 22,8% wszystkich uczestników, wyniki można traktować jako reprezentatywne.

Wykształcenie

Uczestnicy triathlonu IRONMAN są dobrze wykształceni. Blisko **90% osób**, które udzieliły odpowiedzi **ma wyższe wykształcenie**, a kolejne 9,5% średnie*.



* Na pytanie odpowiedziało prawie 38,7% wszystkich uczestników, wyniki można traktować jako reprezentatywne.

Wpływ imprez na gospodarkę lokalną

Korzyści gospodarcze

Korzyści gospodarcze z organizacji zawodów tworzone są zarówno na poziomie całego kraju, jak i w gospodarce lokalnej.

Korzyści na **poziomie krajowym** biorą się zarówno z aktywności gospodarczej wywołanej przez zawody w miastach-organizatorów, jak i wydatki poniesione poza miastami, zarówno przez organizatora zawodów, jak i na transport uczestników do tychże miast.

Korzyści na **poziomie lokalnym** są tworzone przede wszystkim przez przyjezdnych uczestników zawodów, którzy jako turyści generują dodatkowy popyt w gospodarce, ale również w wyniku ponoszenia przez organizatora istotnej części wydatków lokalnie.

1

Metodologia ([s. 11](#))

2

Efekty na poziomie krajowym([s. 12](#))

3

Efekty na poziomie lokalnym(s. 13 – 21)

Wpływ uczestników(s.13 – 17)

- Łączny ([s. 13](#))
- Podstawowe dane i założenia (s. 14)
- Wyniki dla miast (s. 15 – 17)

Wpływ organizatora(s. 18 – 21)

- Łączny ([s. 18](#))
- Wyniki dla miast (s. 19 – 21)

Metodologia obliczeń

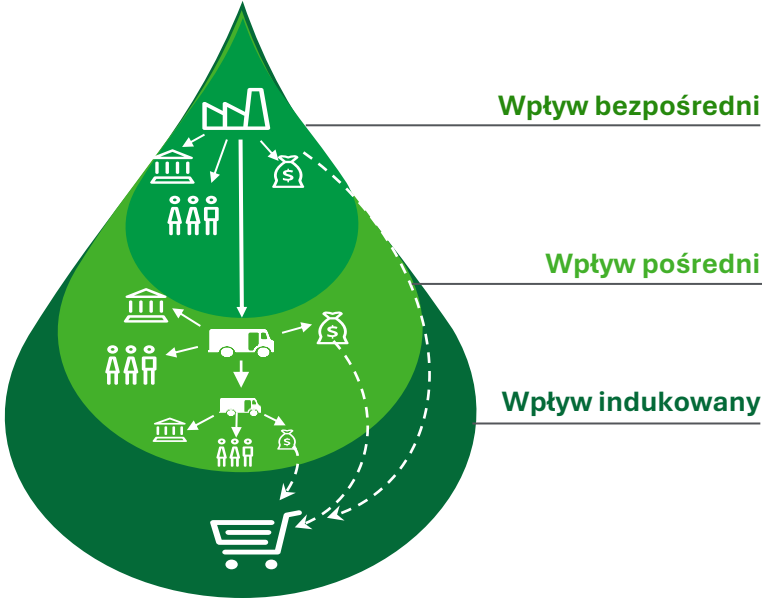
Analiza wpływu ekonomicznego zawodów skupia się na **efektach popytowych** generowanych przez imprezę na 3 poziomach: **efektach bezpośrednich, pośrednich i indukowanych**. Prezentowane są wyniki netto (bez uwzględnienia podatku VAT).

Efekty bezpośrednie odnoszą się do wydatków organizatora zawodów, ale także ich uczestników. Trafiają one bezpośrednio do przedsiębiorstw, u których zakupywane są towary i usługi. W przypadku wydatków organizatorów są one oszacowane wprost na podstawie danych własnych. Wydatki uczestników są szacowane na podstawie danych ankietowych.

Wpływ pośredni i indukowany zostały oszacowane przy pomocy modelu przepływów międzygałęziowych. **Wpływ pośredni** odnosi się do efektów związanych z działalnością poddostawców i dalszych powiązań gospodarczych. **Wpływ indukowany** odnosi się do wzrostu popytu w gospodarce w związku z zatrudnianiem pracowników przy organizacji zawodów, ale również przez poddostawców. Oszacowane efekty pośrednie i indukowane odnoszą się do gospodarki całego kraju. W celu oszacowania ich wartości na poziomie lokalnym wyliczone wartości zostały skorygowane o przeciętne współczynniki udziału lokalnego wzięte z Torój (2024).

Przyjęta metodologia jest zgodna ze standardami rynkowymi, jednak wiąże się z pewnymi ograniczeniami. Zastosowanie średnich wskaźników dla sekcji PKD wiąże się z nieuwzględnianiem specyfiki gospodarki lokalnej samorządów. W związku z tym i ze względu należy traktować prezentowane wyniki jako przybliżenie. W szczególności wyniki dla wpływu pośredniego mogą być niedoszacowane, ze względu na istotną rolę sekcji usługowych w miastach, a indukowane przeszacowane ze względu na przeszacowanie produkcji rolnej.

Wpływ gospodarczy wydatków w gospodarce: wizualizacja



Źródło: opracowanie własne Deloitte

Przeciętny udział lokalny w produkcji pośredniej wg kodów PKD

Table 1. Share of home region as a destination of regional intermediate supply.

NACE sections	Share of intermediate supply to home region [% intermediate supply to all regions]	
	$\hat{\mu}_i$ = mean [%, across regions]	$\hat{\sigma}_i$ = std. dev. [p.p., across regions]
A	47.1	11.3
BDE	77.5	10.8
C	66.0	12.7
F	52.0	6.8
G-J	75.1	8.2
K-N	61.9	15.2
O-U	68.8	12.8

Źródło : Andrzej Torój (2024) *Estimating high-resolution interregional input–output tables: a Bayesian spatial approach*, Economic Systems Research, 36:3, 353-377, DOI: 10.1080/09535314.2024.2358357

Łączne efekty na poziomie krajowym

Zawody sportowe mogą mieć pozytywny wpływ na gospodarkę, a istotna jego część realizuje się na poziomie lokalnym. Zasadniczo wynika to z 2 głównych czynników. Po pierwsze organizatorzy zawodów funkcjonują jako podmiot gospodarczy, którego działalność jest częścią lokalnej gospodarki. Po drugie przyciągają uczestników z całego świata, którzy wydają pieniądze u lokalnych przedsiębiorców.

Wyniki modelu Input-Output

38,3 mln

**PLN wartości
dodanej**

41,6 mln PLN

WZROST WARTOŚCI DODANEJ W MIASTACH-
ORGANIZATORACH

3,3 mln PLN

PRZEPŁYWU NETTO WARTOŚCI Z RESZTY KRAJU

13,1 mln PLN

DODATKOWE
WYDATKI
GOSPODARSTW

20,7 mln PLN

DODATKOWY IMPULS POPYTOWY
ZWIĄZANY Z UCZESTNIKAMI
ZAGRANICZNYMI

2,3 mln. PLN

DODATKOWYCH
DOCHODÓW
PUBLICZNYCH Z PIT I
CIT

Założono efektywną łączną stawkę PIT i CIT na poziomie 6% na podstawie wyliczonego udziału podatków w PKB na „Informacji dotyczącej rozliczenia podatku PIT za 2023 r.”, „Informacji dotyczącej rozliczenia podatku dochodowego od osób prawnych za 2023 r.” oraz danych GUS o PKB nominalnym w 2023.



Podmiot gospodarczy

Organizatorzy imprezy ponoszą nakłady na jej organizację, z których istotna część ponoszona jest na poziomie lokalnym. W szczególności organizatorzy:

- Zatrudniają lokalnie pracowników do pomocy przy obsłudze wydarzenia
- Wynajmują obiekty w mieście
- Korzystają z lokalnej infrastruktury energetycznej
- Korzystają z lokalnego cateringu



Wpływ uczestników

Uczestnicy zawodów przyjeżdżają na nie z zagranicy i innych części kraju. Wydają oni pieniądze lokalnie m.in. na:

- Nocleg i gastronomię
- Zwiedzanie miasta np. muzea
- Transport po mieście

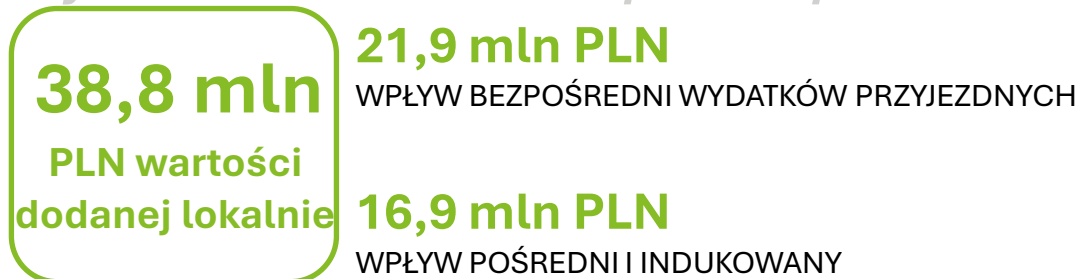
Globalne a lokalne korzyści

- ✓ Prezentowane tutaj wyniki odnoszą się do łącznego wpływu na poziomie gospodarki Polski. Wynika on z nowych wydatków zagranicznych uczestników. W dalszej części raportu wyniki będą odnosić się wyłącznie do miast-organizatorów. Jest o
- ✓ **Wydatki uczestników z Polski nie wpłynęły na łączny popyt w gospodarce krajowej, przesunęły go natomiast do miast organizatorów.**

Łączne efekty na poziomie lokalnym: wpływ uczestników

Głównym pozytywnym efektem zawodów jest przyjazd ludzi z całego świata, którzy wydają pieniądze w miastach organizatorach. Należy pamiętać, że uczestnicy nie przyjeżdżają sami, wiemy na podstawie wyników ankiet, które są spójne z wynikami badań dla zawodów IRONMAN w innych krajach, że przyjeżdża z nimi średnio 2-3 osoby towarzyszące. Przyjezdni spędzają w mieście-organizatorze średnio 2,5-3 noce. Uwzględniając te czynniki, szacujemy że jeden uczestnik wiąże się z prawie 9000 PLN dodatkowych obrotów w lokalnej gospodarce.

Wyniki lokalne modelu Input-Output



44,7 mln PLN

SZACOWANE
WYDATKI
PRZYJEZDNYCH

13,2 mln PLN

WZROST WYDATKÓW
GOSPODARSTW DOMOWYCH

77,6 mln PLN

WZROST OBROTÓW
W GOSPODARCE
LOKALNEJ

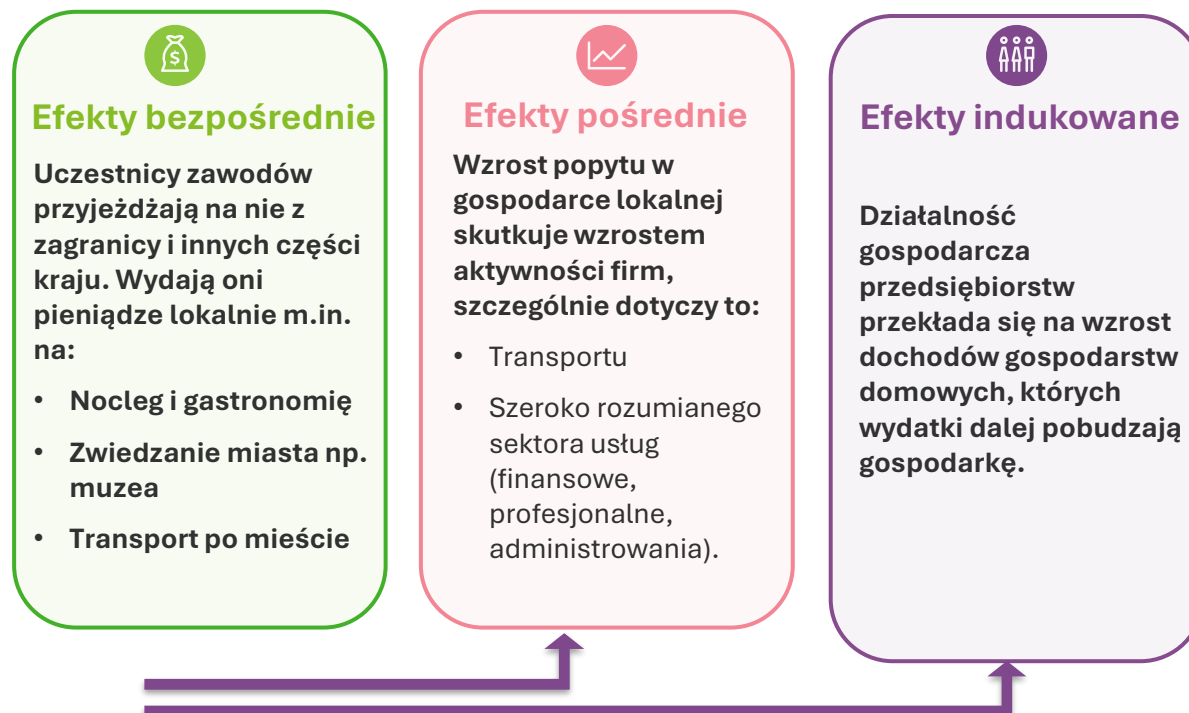
8,5 mln PLN

WARTOŚCI DODANEJ
WYPŁYWAJĄCEJ DO RESZTY KRAJU

1,7 mln PLN

DODATKOWYCH
DOCHODÓW JST Z
PIT I CIT

Wzrost dochodów mieszkańców i przedsiębiorstw przekłada się wprost na wyższe dochody samorządów zgodnie z ustawą o dochodach JST z 2024 r.



Na cele obliczeń poczyniono następujące założenia:

- ✓ Efekty policzono na podstawie ankiety wśród uczestników
- ✓ Efekt policzono łącznie dla uczestników i osób towarzyszących
- ✓ Wyniki z ankiety skorygowano zakładając brak wydatków miejscowych
- ✓ Wydatki na transport odpowiadające cenom biletów komunikacji miejskiej
- ✓ Wydatki poza noclegiem i transportem podzielono pół na pół między gastronomię i kulturę

Efekt uczestników: podstawowe dane i założenia

Obliczenia zostały przeprowadzone na podstawie danych z ankiet wśród uczestników. Ponieważ ankiety wypełniały także osoby mieszkające w danym mieście, oddzielnie oszacowano czas pobytu i wydatki dla osób przyjezdnych, które są kluczowe dla wpływu gospodarczego.

Dane do obliczeń

	Wszyscy uczestnicy				Uczestnicy z zagranicy		
	Liczba uczestników spoza miasta	Liczba osób towarzyszących	Przeciętny czas pobytu	Średnie wydatki na dzień	Skorygowane osoby towarzyszące	Skorygowany czas pobytu	Skorygowane wydatki na dzień
Warszawa	2128	1.5	3	660 PLN	1.9	3.8	842 PLN
Kraków	1404	2.3	2.65	700 PLN	3	3.4	909 PLN
Poznań	1480	1.8	2.7	610 PLN	2	3	678 PLN

Dla wszystkich miast przyjęto stawkę 0% VAT na transport (założono komunikację publiczną) i 8% na pozostałe wydatki

Warszawa: efekt uczestników

Zawody w Warszawie przyciągają zdecydowanie najwięcej uczestników spoza miasta. W połączeniu ze średnio najdłuższym pobytem skutkuje to najwyższym wpływem ekonomicznym zawodów, choć częściowo efekt ten jest niwelowany najniższą liczbą osób towarzyszących przyjeżdżających razem z uczestnikami.

Wpływ wydatków związanych z uczestnikami zawodów IRONMAN na gospodarkę miasta Warszawa [tys. PLN]

	Obroty	Wartość dodana	Wydatki gospodarstw domowych	Dochody miasta*	Wartość dodana: Transport, magazynowanie, naprawa pojazdów	Wartość dodana: handel, hotelarstwo, gastronomia	Wartość dodana: Kultura, sport, rekreacja
ŁĄCZNIE	33 390,1	16 437,4	5 747,4	729,5	1 687,2	8 747,1	2 046,2
Bezpośrednie	17 822,7	9 132,0	-	-	95,7	7 367,2	1 669,7
Pośrednie	7 308,8	3 406,2	-	-	641,3	263,2	172,2
Indukowane	8 258,6	3 899,2	-	-	950,9	1 116,7	204,3

*: Wyliczone na podstawie dochodów gospodarstw domowych i wartości dodanych. Przyjęto stawki z ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego z dn. 1.10.2024, wyliczenia dotyczą wyłącznie dochodów z PIT i CIT.

Kraków: efekt uczestników

Kraków wyraźnie korzysta na turystycznym charakterze miasta, przez co pomimo przyciągania na zawody najmniejszej spośród trzech analizowanych miast liczby uczestników spoza miasta, efekty gospodarcze są porównywalne z Warszawą. W szczególności zawodnicy przyjeżdżający do Krakowa zabierają ze sobą najwięcej osób towarzyszących, oraz charakteryzują się największą skłonnością do ponoszenia wydatków dodatkowych w przeliczeniu na dzień pobytu.

Wpływ wydatków związanych z uczestnikami zawodów IRONMAN na gospodarkę miasta Kraków [tys. PLN]

	Obroty	Wartość dodana	Wydatki gospodarstw domowych	Dochody miasta*	Wartość dodana: Transport, magazynowanie, naprawa pojazdów	Wartość dodana: handel, hotelarstwo, gastronomia	Wartość dodana: Kultura, sport, rekreacja
ŁĄCZNIE	29 057,1	14 843,6	5 004,3	646,8	1 508	8 071,5	1 826,6
Bezpośrednie	15 497,4	8 480,6	-	-	119,2	6 870,1	1 491,3
Pośrednie	6 368,9	2 967,9	-	-	559,6	229,2	153,7
Indukowane	7 190,8	3 395,1	-	-	829,2	972,3	181,7

*: Wyliczone na podstawie dochodów gospodarstw domowych i wartości dodanych. Przyjęto stawki z ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego z dn. 1.10.2024, wyliczenia dotyczą wyłącznie dochodów z PIT i CIT.

Poznań: efekt uczestników

Uczestnicy zawodów w Poznaniu przynoszą do lokalnej gospodarki 7,5 mln wartości dodanej, z czego największy udział ma handel, hotelarstwo i gastronomia.

Wpływ wydatków związanych z uczestnikami zawodów IRONMAN na gospodarkę miasta Poznań [tys. PLN]

	Obroty	Wartość dodana	Wydatki gospodarstw domowych	Dochody miasta*	Wartość dodana: Transport, magazynowanie, naprawa pojazdów	Wartość dodana: handel, hotelarstwo, gastronomia	Wartość dodana: Kultura, sport, rekreacja
ŁĄCZNIE	14 664,4	7 492,1	2 494,5	324,5	844,7	4 194,1	735,5
Bezpośrednie	7 851,8	4 301,6	-	-	111,6	3 592,3	597,7
Pośrednie	3 228,1	1 498,1	-	-	299,4	115,7	61,9
Indukowane	3 584,5	1 692,4	-	-	433,8	486,2	75,9

*: Wyliczone na podstawie dochodów gospodarstw domowych i wartości dodanych. Przyjęto stawki z ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego z dn. 1.10.2024, wyliczenia dotyczą wyłącznie dochodów z PIT i CIT.

Korzyści na poziomie lokalnym: wpływ organizatora

W celu organizacji zawodów IRONMAN Sport Evolution dokonuje zakupów od lokalnych podmiotów, wprowadzając do gospodarek miast-organizatorów dodatkowy pieniądź. Daje to dalszy impuls popytowy zwiększając aktywność gospodarczą. Wyliczenia wskazują, że organizacja zawodów wiąże się z wysokim efektem mnożnikowym. Większość wytworzonej wartości pozostaje lokalnie.

Wyniki lokalne modelu Input-Output

2,8 mln

**PLN wartości
dodanej**

1,13 mln PLN

WPŁYW BEZPOŚREDNI

1,69 mln PLN

WPŁYW POŚREDNI I INDUKOWANY

1,37 mln PLN

DOCHODY
GOSPODARSTW

0,97 mln PLN

WPŁYW POŚREDNI I INDUKOWANY

6,73 mln PLN

DODATKOWYCH
OBROTÓW W
MIEŚCIE

68,2 tys. PLN

WPŁYW POŚREDNI I INDUKOWANY

150 tys. PLN

DODATKOWYCH
DOCHODÓW JST Z
PIT I CIT

Wzrost dochodów mieszkańców i przedsiębiorstw przekłada się wprost na wyższe dochody samorządów zgodnie z ustawą o dochodach JST z 2024 r. częściowo zwracając poniesioną dotację.



Efekty bezpośrednie

Organizatorzy IRONMAN wydają pieniądze lokalnie m.in. na:

- Koszty reorganizacji ruchu
- Wynajem obiektów
- Energię
- Catering
- Pracowników obsługujących imprezę



Efekty pośrednie

Wzrost popytu w gospodarce lokalnej skutkuje wzrostem aktywności firm, szczególnie dotyczy to:

- Usług administrowania i usług wspierających
- Budownictwa

Efekty pośrednie odpowiadają za około 30-40% wartości wytwarzanej w gospodarce lokalnej.



Efekty indukowane

Płace wypłacane zarówno przez organizatora, jak i jego poddostawców również zwiększają popyt w gospodarce lokalnej, w szczególności na:

- Handel, hotelarstwo, gastronomię
- Usługi finansowe, ubezpieczeniowe i dot. nieruchomości.

Odpowiada to za 18-28% wytworzonej wartości

Organizacja zawodów najmocniej pobudza popyt w następujących sekcjach:

- ✓ Usługi administrowania i wspierające
- ✓ Handel, hotelarstwo, gastronomia
- ✓ Budownictwo

Warszawa: efekt organizacji zawodów

Wpływ organizacji zawodów dla Warszawy jest najprawdopodobniej szczególnie mocno niedoszacowany. Przyjęcie udziału lokalnego na poziomie średniej krajowej szczególnie mocno niedoszacowuje roli Warszawy jako stolicy kraju i głównego ośrodka gospodarczego Polski.

Wpływ wydatków związanych z organizacją zawodów IRONMAN na gospodarkę miasta Warszawa [tys. PLN]

	Obroty	Wartość dodana	Dochody gospodarstw domowych	Dochody miasta*	Wartość dodana: budownictwo	Wartość dodana: handel, hotelarstwo, gastronomia	Wartość dodana: Usługi administrowania i wspierające
ŁĄCZNIE	2 036,4	833,1	328,8	39	69,1	85,9	126,5
Bezpośrednie	943,7	311,6	112	13	-	-	-
Pośrednie	672,6	323,2	138,3	16	61,1	42,5	116,7
Indukowane	420,1	198,35	78,5	10	8,1	43,4	9,9

*: Wyliczone na podstawie dochodów gospodarstw domowych i wartości dodanych. Przyjęto stawki z ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego z dn. 1.10.2024, wyliczenia dotyczą wyłącznie dochodów z PIT i CIT.

Kraków: efekt organizacji zawodów

Pozytywny wpływ działalności organizatora zawodów był szczególnie mocno odczuwalny w Krakowie. Wynikało to m.in. ze względnie wysokich wydatków na pracowników pomagających przy ich organizacji.

Wpływ wydatków związanych z organizacją zawodów IRONMAN na gospodarkę miasta Kraków [tys. PLN]

	Obroty	Wartość dodana	Dochody gospodarstw domowych	Dochody miasta*	Wartość dodana: budownictwo	Wartość dodana: handel, hotelarstwo, gastronomia	Wartość dodana: Usługi administrowania i wspierające
ŁĄCZNIE	2 756,7	1 078,8	670,1	67	119,1	126,6	124,5
Bezpośrednie	1 205,6	359,1	212,0	22	-	-	-
Pośrednie	925,6	422,9	283,0	27	107	64,95	109,7
Indukowane	628,5	296,75	175,1	18	12,1	61,7	14,7

*: Wyliczone na podstawie dochodów gospodarstw domowych i wartości dodanych. Przyjęto stawki z ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego z dn. 1.10.2024, wyliczenia dotyczą wyłącznie dochodów z PIT i CIT.

Poznań: efekt organizacji zawodów

Wpływ usług administrowania i wspierających na kreację wartości dodanej przy organizacji zawodów w Poznaniu jest szczególnie istotny. Wiąże się to również z większą rolą produkcji pośredniej przy kreacji wartości, w tym dochodów gospodarstw domowych. Łączna wartość dla gospodarki lokalnej szacowana jest na wyższą kwotę niż dla Warszawy.

Wpływ wydatków związanych z organizacją zawodów IRONMAN na gospodarkę miasta Poznań [tys. PLN]

	Obroty	Wartość dodana	Dochody gospodarstw domowych	Dochody miasta*	Wartość dodana: budownictwo	Wartość dodana: handel, hotelarstwo, gastronomia	Wartość dodana: Usługi administrowania i wspierające
ŁĄCZNIE	1 934,9	911,7	375,9	44	48,9	63,9	136,8
Bezpośrednie	1 008,3	461,2	80	15	-	-	-
Pośrednie	574,0	284,05	197.65	19	42,2	27,5	128,5
Indukowane	352.55	166,5	98,2	10	6,8	36,4	8,3

*: Wyliczone na podstawie dochodów gospodarstw domowych i wartości dodanych. Przyjęto stawki z ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego z dn. 1.10.2024, wyliczenia dotyczą wyłącznie dochodów z PIT i CIT.

Zawody jako promocja miasta

Wartość ekwiwalentu marketingowego

(ang. Average Value Equivalency – AVE) to kwota, jaką trzeba by było zapłacić za uzyskanie takiej samej wartości medialnej ekspozycji, jaką uzyskała dana marka, gdyby opłaciła kampanię reklamową. Imprezy sportowe typu IRONMAN samoistnie zapewniają wysoką medialność miastom i sponsorom dzięki mediom zarówno społecznościowym jak i tradycyjnym.

Miasto, w którym odbywało się wydarzenie	Całkowita liczba publikacji medialnych	Całkowite dotarcie przekazu medialnego	Całkowita wartość AVE przekazu
Warszawa	807	9 751 047	1 418 008 zł
Kraków	1648	19 992 725	3 837 220 zł
Poznań	1444	8 353 741	1 781 903 zł

Dzięki organizacji wydarzenia miasta i sponsorzy zyskują rozległą akcję promocyjną, niezależnie od innych korzyści gospodarczych czy turystycznych. Wartość AVE odzwierciedla skalę tego medialnego dotarcia.

Wartość promocji wygenerowanej przez publikacje w radiu, prasie, telewizji, a przede wszystkim na portalach internetowych i mediach społecznościowych, która powstała naturalnie, w wyniku zainteresowania wydarzeniem, **wyniosła dla Warszawy, Krakowa i Poznania w sumie nieco ponad 7 milionów złotych**. To właśnie tyle kosztowałyby kampania reklamowa o równoważnym zasięgu.

Warto dodać, że dane Instytutu Monitorowania Mediów obejmują wyłącznie przekaz generowany w Polsce i przez polskich odbiorców. Tymczasem **Polacy stanowili jedynie ok. 60% uczestników** zawodów IRONMAN w analizowanych miastach. Oznacza to, że **rzeczywisty efekt promocyjny** – zarówno dla sponsorów, jak i dla miast – **jest znacznie większy**, szczególnie w krajach Europy Zachodniej, z których pochodziła większość zagranicznych uczestników.

Sponsoring wydarzenia

Największe korzyści wizerunkowe ze współpracy przy imprezach IRONMAN Poland osiągają miasta-gospodarze, konsekwentnie pojawiające się we wszystkich publikacjach dotyczących wydarzenia. Niemniej, **wartość wizerunkowa** ($AVE * \text{wskaźnik skuteczności dotarcia marki} * \text{wskaźnik uzyskanej korzyści wizerunkowej}$) marek sponsorów – zarówno głównych, jak i wspierających – była znaczna i stanowiła realny ekwiwalent kampanii o milionowych budżetach.



1 144

Liczba publikacji z obecnością sponsora



79%

Udział publikacji z obecnością sponsora



4 977 053

Dotarcie publikacji z obecnością sponsora



1 505 015 zł

AVE publikacji z obecnością sponsora



857 858 zł (4 193 972 zł wartości wizerunkowej)

AVE sponsora wyznaczone na podstawie udziału marki w publikacji



Firma Enea, jako główny sponsor, zyskała na sponsoringu nie tylko przy zasięgach medialnych, których **AVE stanowiło 84,5% tego wytworzonego przez całe wydarzenie**, ale również dzięki działaniom na żywo (logo na koszulkach, medalach, plecakach) oraz podczas kampanii reklamowych wydarzenia (logo w informatorach, ulotkach, na plakatach).

Na żywo: 757 550 kontaktów, o średniej wartości 0,33 zł, przerodziło się w wartość wizerunkową w wysokości **1 234 772 zł**.

Kampanie reklamowe: 19 436 097 kontaktów, o średniej wartości 0,024 zł, przerodziło się w wartość wizerunkową w wysokości **2 912 807 zł**.

citi handlowy

sportano.pl

CISOWIANKA

Pozostali sponsorzy również mogą liczyć na ekspozycję dzięki mediom, działaniom na żywo oraz kampaniom reklamowym połączonym z wydarzeniem IRONMAN.

Średnia suma wartości wizerunkowej wygenerowana dla pojedynczej marki, biorąc pod uwagę 35 sponsorów wydarzeń z Warszawy, Krakowa i Poznania, to **2 586 600 zł**. Jest to równowartość **530 041 zł AVE**.

Wśród tych sponsorów, wartość ta rozkłada się w 37% na działania na żywo, 25% kampanie reklamowe oraz 38% na publikacje w mediach.

Sport a zdrowie

Korzyści zdrowotne, ekonomiczne i społeczne aktywności fizycznej

Sport ma wielowymiarowy wpływ na życie człowieka i funkcjonowanie społeczeństwa – poprawia zarówno zdrowie fizycznie i psychiczne, a zarazem kondycję ekonomiczną państwa jak i sprzyja budowaniu więzi społecznych.

Wpływ na zdrowie

Sport ma udowodniony, korzystny wpływ na zdrowie, a nawet niewielka dawka aktywności fizycznej może przynosić znaczące korzyści.

Badanie Iowa State University wskazuje, że **codzienne bieganie** zaledwie 5-10 minut **wiąże się z redukcją ryzyka śmiertelnego zawału serca o 50%**.

Journal of Nutrition podkreśla, że **regularna aktywność fizyczna obniża ryzyko wystąpienia różnych rodzajów nowotworów od 10% do 50%**.

Poza efektami fizycznymi, sport znacząco wpływa także na zdrowie psychiczne. **Co najmniej 150 minut aktywności fizycznej tygodniowo pozwala zredukować ryzyko wystąpienia depresji oraz demencji o 30%** (Spotdata, 2022).

Wpływ sportu na gospodarkę

Zdrowie społeczeństwa stanowi fundament sprawnego funkcjonowania państwa. Lepszy stan zdrowia przekłada się na mniejszą liczbę dni nieobecności w pracy oraz niższe wydatki publiczne związane z opieką zdrowotną.

Instytut Badań Strukturalnych wskazuje, że **jeśli co drugi nieaktywny Polak zacząłby ćwiczyć, liczba osób z nadwagą zmniejszyłaby się o około 200 tys.**, a oszczędności wynikające z redukcji absencji pracowników wyniosłyby nawet 3 mld zł.

Według Journal of Sport and Health Science **osoby** wykonujące pracę siedzącą, które były **aktywne fizycznie w czasie wolnym**, w porównaniu z osobami nieaktywnymi, **odczuwały mniejszy stres i większy poziom energii**.

Gdyby Polacy zrezygnowali z aktywności fizycznej liczba miejsc pracy zmniejszyłaby się o 150 tys., co stanowi około 0,9% wszystkich pracowników. W 2019 roku, wartość PKB powiązana ze sportem wynosiła 47,5 mld zł, co stanowiło 2,1% całkowitego produktu krajowego brutto (Spotdata, 2022).

Wydarzenia typu triathlon

W ramach przygotowań do długodystansowych zawodów jak IRONMAN, wyższy poziom aktywności fizycznej również przynosi korzyści zdrowotne. Według Journal of Alzheimer's Disease, **osoby biegające ponad 24 km tygodniowo wykazują o 40% niższe ryzyko zgonu z powodu choroby Alzheimera. Regularna jazda na rowerze zmniejsza śmiertelność ogólną o 21%** oraz śmiertelność związaną z nowotworami o 10%, natomiast **pływanie wiąże się ze spadkiem śmiertelności ogólnej o 24%**, a także z poprawą składu ciała i profilu lipidowego krwi – poziomu cholesterolu i trójglicerydów (Oja et al., 2024).

Duże wydarzenia sportowe, takie jak Igrzyska Olimpijskie czy Mistrzostwa Świata w piłce nożnej, mają znaczący wpływ globalny i promują kraje na arenie międzynarodowej. Jednakże, masowe imprezy często nie wykazują się pozytywnym wpływem na gospodarkę oraz społeczeństwo. Na 14 Igrzysk Olimpijskich od 1972, tylko cztery wygenerowały niewielką nadwyżkę w budżecie operacyjnym, podczas gdy największe starty sięgały aż 7 mld dolarów (Morawski, 2023). Środki te mogły zostać wykorzystane na finansowanie systemu ochrony zdrowia lub rozwój lokalny, a ich przeznaczenie na organizację imprezy, której głównym celem była promocja kraju, wiązało się z dużym ryzykiem nieprzyniesienia zwrotu z inwestycji. Nie można więc pomijać wydarzeń o mniejszej skali w kontekście generowania korzyści dla społeczeństwa, zwłaszcza w kontekście sportu, aniżeli promocji kraju. Dzięki wpływie na poziomie lokalnym, **umożliwiają one tworzenie silniejszych sieci społecznych i lepsze powiązanie mieszkańców z wydarzeniem** (Taks, 2013), a zarazem lepszą promocję sportu. Aby uzyskać pozytywny efekt na społeczeństwie, kluczowe przy organizacji wydarzeń, jest uwzględnienie jego wartości, co jest **łatwiejsze do osiągnięcia przy mniejszych przedsięwzięciach** (Misener and Mason, 2006). Realizacja licznych, mniejszych oraz rentownych wydarzeń może przynosić społeczeństwu korzyści większe niż organizacja jednego, dużego przedsięwzięcia.

Wydarzenia sportowe stymulują zainteresowanie społeczeństwa aktywnością fizyczną, co pośrednio przekłada się na korzyści zdrowotne oraz gospodarcze. Wśród widzów Półmaratonu Poznańskiego, będących na ogół aktywnymi osobami, **74% poczuło się zmotywowanych do kontynuowania regularnej aktywności**. Z kolei spośród widzów Tour de France, którzy wcześniej nie korzystali z roweru, 25% stało się zainspirowanym do częstszego użytku (Spotdata, 2022).

Wolontariat

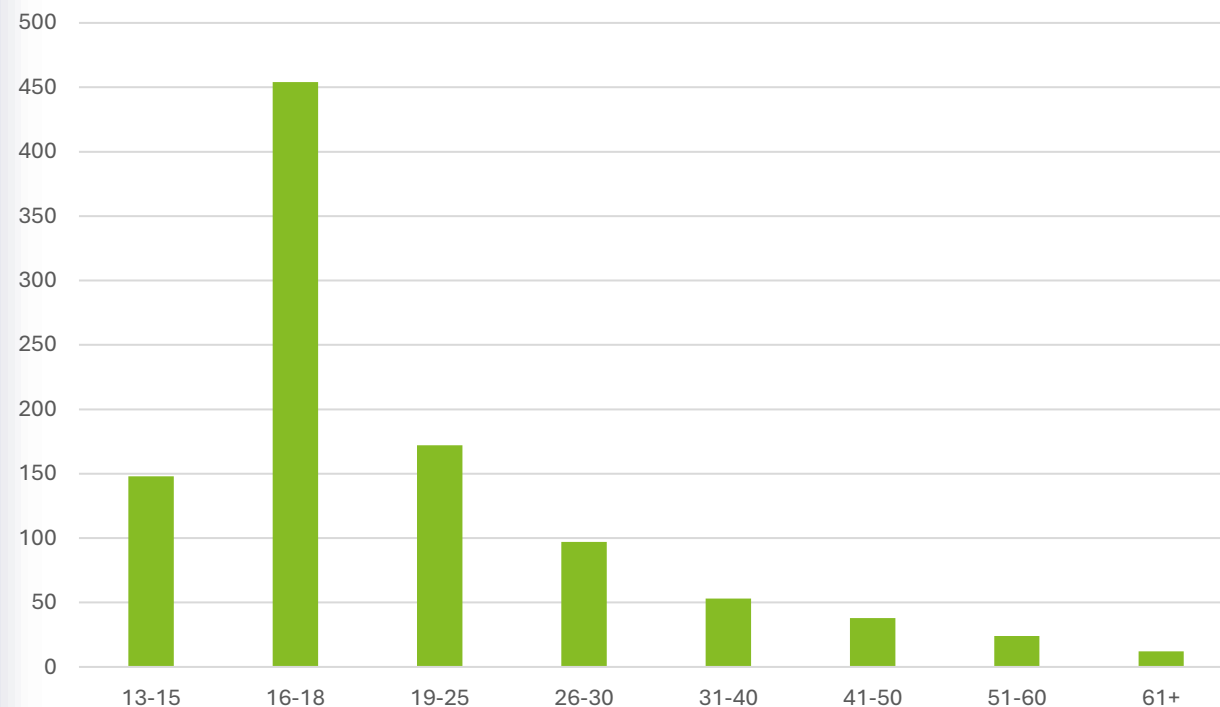
Wolontariat

Organizacja imprez sportowych oprócz wsparcia osób zatrudnionych korzysta z pomocy wolontariuszy. Przy zawodach IRONMAN w Polsce pomagało w 2025 r. łącznie **998 wolontariuszy**: 408 przy zawodach w Warszawie, 303 w Krakowie i 287 w Poznaniu.

Wolontariat pozwala na na zawodach IRONMAN na aktywny udział osób zainteresowanych, które nie biorą udziału w zawodach. Blisko połowa wolontariuszy to młodzież w wieku licealnym, ale istotną część stanowi również młodzież z ostatnich lat szkoły podstawowej oraz w wieku studenckim. Jednocześnie wolontariat łączy pokolenia, z najstarszymi wolontariuszami mającymi ponad 60 lat.

Choć wolontariusze nie otrzymują wynagrodzenia za swoją pracę organizacja wolontariatu wiąże się z **kosztami związanymi z zarządzaniem nimi**. Na potrzeby zawodów organizowane jest specjalne **centrum wolontariatu**. Oprócz tego organizator zapewnia **wolontariuszom wyprawkę** w formie t-shirtów itp. oraz zapewnia **wyżywienie** dla nich. Łącznie kosztowało to organizatora ponad **74,5 tys. PLN** nie uwzględniając kosztów sfinansowanych w formie umowy barteru np. w ramach sponsoringu.

Rozkład wieku wolontariuszy przy zawodach Ironamn



Przykłady doświadczeń międzynarodowych: Berlin i Wiedeń

Sport w Berlinie

Wydarzenia sportowe przynoszą istotną wartość gospodarczą w miastach gdzie są organizowane. Z tej przyczyny miasta są chętne do organizacji zawodów. W Niemczech wpisuje się to w szerszą kulturę sportu budującego poczucie wspólnoty. Dla Berlina zawody sportowe stanowią istotny element wspierający lokalną gospodarkę oraz wspierający turystykę.

W liczbach



> 1 MLD Euro

Roczny obrót



~ 20 000 osób

Zatrudnionych



2 300

Klubów sportowych w mieście



620 000

Członków klubów

Berlin Marathon

- ✓ **Ok. 80 000** uczestników wydarzenia w 2025 r.
- ✓ **1,2 mln** szacowana ilość kibiców ustawiających się przy trasie
- ✓ **496,4 mln euro** szacowana wartość gospodarcza imprezy

Internationales Stadionfest Berlin

- ✓ Międzynarodowy mityng lekkoatletyczny z najlepszymi sportowcami z całego świata
- ✓ **40 500** średnia frekwencja kibiców na stadionie w 2024 r.

Six Days of Berlin

- ✓ **Coroczne** zawody w kolarstwie torowym w Berlinie.
- ✓ **14,5 tys.** miejsc dla kibiców sprzedanych w 2 dniach zawodów w 2025.

Berlin Triathlon

- ✓ Zawody rozgrywane na 3 różnych dystansach
- ✓ **Ok. 1 700** uczestników łącznie
- ✓ **Ok. 100** uczestników w kategorii młodzież szkolna

Runners City Night Berlin

- ✓ **Ok. 14 500** uczestników w 2025
- ✓ Wielu przyjezdnych specjalnie na wydarzenie

Maraton Wiedeński

Podobnie jak w Niemczech, w Austrii funkcjonuje rozwinięta kultura sportowa. Chociaż najpopularniejszym sportem do oglądania jest piłka nożna nie jest to sport najczęściej uprawiany. Najczęściej uprawianymi formami aktywności fizycznej są m.in. jazda na rowerze i pływanie.

Maraton Wiedeński jest największą imprezą biegową w Austrii.



Impreza organizowana jest od **1984** roku. Impreza należy do głównych corocznych wydarzeń w Austrii i Europie.



W ramach imprezy organizowany jest nie tylko maraton, ale również półmaraton oraz maraton sztafetowy.



46 083 uczestników brało udział łącznie we wszystkich organizowanych w ramach imprezy zawodów w 2025, co było dotychczasowym rekordem. W samym maratonie wzięło udział **12 968** osób.



W imprezie biorą udział zarówno profesjonalni biegacze, jak i amatorzy. Uczestnicy przyjeżdżają na nią z całego świata.



Nazwa Deloitte odnosi się do jednego lub kilku podmiotów Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL”), jej firm członkowskich oraz ich podmiotów powiązanych (zwanym łącznie „organizacją Deloitte”). DTTL (zwana również „Deloitte Global”), każda z jej firm członkowskich i podmiotów z nimi powiązanych są prawnie odrębnymi, niezależnymi podmiotami, które nie mogą podejmować decyzji ani zobowiązań za inne podmioty wobec osób trzecich. DTTL, każda z jej firm członkowskich i podmiotów powiązanych ponoszą odpowiedzialność wyłącznie za własne działania i zaniechania, a nie za działania i zaniechania innych firm członkowskich i podmiotów powiązanych. DTTL nie świadczy usług na rzecz klientów. Zapraszamy na stronę www.deloitte.com/pl/onas w celu uzyskania dalszych informacji.

Deloitte to wiodąca, międzynarodowa firma świadcząca klientom usługi obejmujące m.in. audyt, konsulting, doradztwo finansowe, zarządzanie ryzykiem, doradztwo podatkowe.

Nasza globalna sieć firm członkowskich i podmiotów powiązanych (zwana łącznie „organizacją Deloitte”) obejmuje ponad 150 krajów i terytoriów i świadczy usługi na rzecz czterech na każde pięć spółek z rankingu Fortune Global 500®. Aby dowiedzieć się, w jaki sposób około 312 000 pracowników Deloitte realizuje misję firmy, zachęcamy do odwiedzenia strony: www.deloitte.com.

Deloitte Central Europe to regionalna organizacja podmiotów działających w grupie Deloitte Central Europe Holdings Limited, firmy członkowskiej Deloitte Touche Tohmatsu Limited w Europie Środkowej. Usługi świadczą spółki zależne i powiązane z Deloitte Central Europe Holdings Limited, które stanowią odrębne i niezależne podmioty prawa. Spółki zależne i powiązane z Deloitte Central Europe Holdings Limited znajdują się w grupie wiodących firm, świadczących usługi profesjonalne w regionie Europy Środkowej; zatrudniają łącznie niemal 7 000 pracowników w 44 biurach, działających w 18 krajach.