

Gdańska Karta Marketingu Sportowego

Uczestnicy Bałtyckiego Kongresu Marketingu Sportowego odbywającego się w Gdańsku w dniach 19 i 20 września 2013 r. deklarują wsparcie dla:

1. Stworzenia wielopłaszczyznowych, systemowych rozwiązań na rzecz integracji i współpracy samorządów, federacji i klubów sportowych, małych i średnich przedsiębiorstw, korporacji, mediów, organizacji pozarządowych a także ośrodków akademickich na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym oraz międzynarodowym.
2. Działań na rzecz przewycięzania wyzwań związanych z otyłością oraz innymi chorobami cywilizacyjnymi.
3. Rozpoczęcia regularnego zbierania danych jakościowych i ilościowych podczas wydarzeń sportowych, których celem jest poprawa jakości ich organizacji, co będzie powodować zwiększenie atrakcyjności sportu, jako jednej z dziedzin przemysłu czasu wolnego.
4. Wykorzystania potencjału osób, które zdobyły wcześniej praktyczne doświadczenia w organizacji imprez sportowych, podczas przeprowadzania kolejnych cyklicznych wydarzeń sportowych o różnej skali.
5. Kształcenia menedżerów wspierających polskie federacje i kluby sportowe w ramach krajowej i międzynarodowej edukacji formalnej i nieformalnej.
6. Opracowania różnych programów studiów lub innych form osobistego rozwoju dla zawodników kończących swoje aktywne życie sportowca wyczynowego, aby wykorzystać kapitał ich wiedzy, doświadczeń i umiejętności.
7. Wprowadzenia zachęcających przepisów podatkowych dla małych i średnich przedsiębiorstw, które angażują się poprzez sponsoring sportowy w Społeczną Odpowiedzialność Biznesu.
8. Wykorzystania przez 7 dni w tygodniu, 24 godziny na dobę infrastruktury sportowo-rekreacyjnej, szczególnie powstałej dzięki wsparciu finansowemu Unii Europejskiej.

Przy wdrażaniu zapisów Gdańskiej Karty Marketingu Sportowego chcemy stworzyć nowe perspektywy rozwoju polskiego sportu.