

Forum Branżowe > Sport > Stadion jest Nice. Producent automatyki wspiera akademię z Chorzowa

Stadion jest Nice. Producent automatyki wspiera akademię z Chorzowa

Autor: AK

Data publikacji: 2019-10-04

Firma Nice – czołowy producent specjalizujący się w produkcji systemów do zarządzania automatyką domową – pozostaje mecenasem Akademii Stadionu Śląskiego Chorzów. W ubiegłym tygodniu strony zdecydowały o przedłużeniu umowy, na mocy której od dwóch lat marka z siedzibą w Pruszkowie wspiera młodych adeptów futbolu spod "Kotła Czarownic".



Dla chorzowskiej kuźni talentów pomyślna finalizacja rozmów o kontynuowaniu współpracy z Nice jest dobrą wiadomością. Logo, które od dwóch lat znajduje się na koszulkach każdej z drużyn Stadionu pozostanie na nich na dłużej. Jak mówią w Chorzowie, wsparcie ze strony tak uznanego patrona zapewnia nie tylko bezpieczeństwo finansowe klubu, ale i prestiż, który niesie z sobą firma z Pruszkowa. – Wiadomo, że nie jesteśmy w stanie śledzić szczegółowo występów czy wyników poszczególnych drużyn, ale obserwujemy postępy sportowe i organizacyjne

Stadionu. Biorąc pod uwagę formę działalności akademii, jej sukcesy i skalę, patrzymy na ten projekt z dumą. Cieszymy się wraz z tymi młodymi ludźmi ich osiągnięciami. Dla nas to chluba, zresztą angażuje się w to wszystko część naszej załogi. Tworzy się unikalna więź między "sponsorowanym" a "sponsorującym". To była jedna z przyczyn, dla których kontynuujemy współpracę – tłumaczy Adam Krużyński, dyrektor ds. sprzedaży grupy Nice.

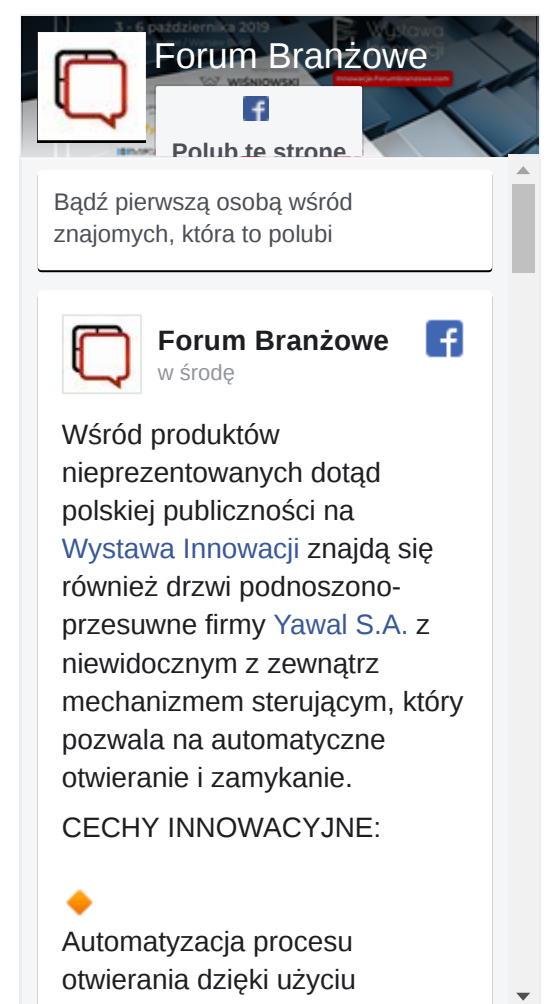
Tak naprawdę formy współpracy strony wcale nie nazywają jednak sponsoringiem. To raczej mecenat, którym Nice objęło stale rozwijającą się akademię z Chorzowa. – Początki były prozaiczne. Przed nami sponsorem Stadionu Śląskiego była inna firma, której siedziba również znajduje się w Pruszkowie. Przy okazji jednego z wydarzeń sportowych miałem okazję poznać Prezesa Andrzeja Miłkowskiego. Wywiązała się między nami rozmowa, a kiedy po wygaśnięciu umowy z poprzednim mecenasem Andrzej szukał nowego patrona dla Akademii, pojawiliśmy się my. Taką bezinwazyjną formę reklamy – choć nasze wsparcie ma tu bardziej charakter mecenatu niż sponsoringu – uznaliśmy za zupełnie naturalną dla naszej polityki – opowiada Krużyński.



Aspektów, które wpłynęły na decyzję o wsparciu dla Akademii Stadionu było kilka. Krużyński wskazuje na kluczowe elementy, które przekonały firmę przez niego reprezentowaną do zaangażowania w projekt rozbudowy szkółki. – Sama lokalizacja Akademii jest dla nas wyjątkowa. Wielu partnerów biznesowych i użytkowników naszego sprzętu mamy w aglomeracji śląskiej, więc uznaliśmy zaangażowanie w klub za zupełnie naturalne dla naszej polityki. Ale tak naprawdę we wszystkich projektach najważniejsi są ludzie. Bez względu na to gdzie angażujemy się we wsparcie, opiera się ono o relacje z osobami zarządzającymi i dającymi twarz jego strukturom. Postać prezesa Andrzeja Miłkowskiego – osoby z ogromną pasją, bezinteresownej – była olbrzymim argumentem kierującym nami przy podejmowaniu decyzji. Kolejna rzecz to pewna neutralność. Stadion Śląski to podmiot skupiający się na



FACEBOOK

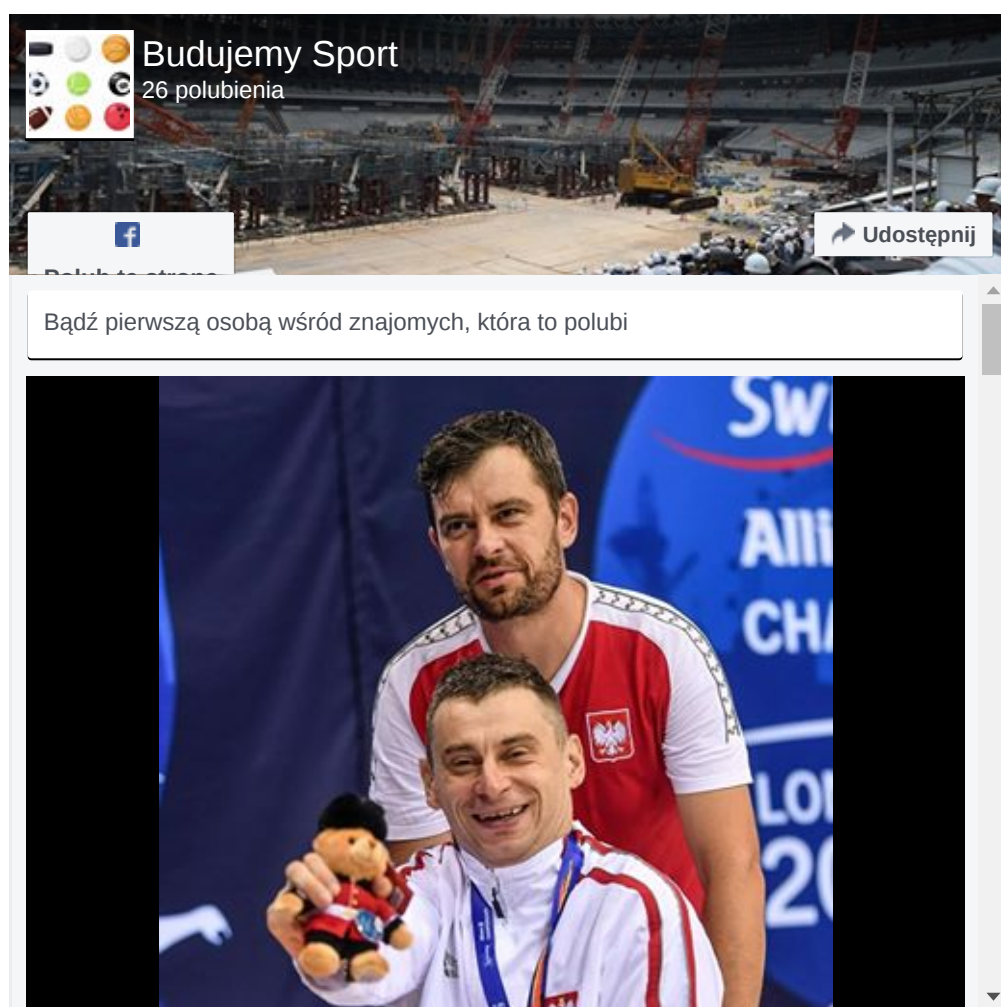


szkoleniu młodzieży, niezwiązany bezpośrednio z zawodową piłką. Dzięki temu nie kojarzymy się wśród fanów z tym, czy innym klubem w regionie – wyjaśnia dyrektor Krużyński.

– Dla nas współpraca z Nice to gwarancja dalszego rozwoju i sygnał, że idziemy w dobrą stronę. Współpraca z tak uznaną marką niesie za sobą również prestiż. Jesteśmy wdzięczni Adamowi Krużyńskiemu i firmie Nice za zaufanie, którym nas obdarzyli i wsparcie, dzięki któremu w swojej pracy wciąż możemy iść do przodu i osiągać sukcesy w szkoleniu młodzieży na coraz wyższym poziomie – przyznaje Andrzej Miłkowski, prezes Akademii Stadionu Śląskiego.

Wsparcie młodzieży z Chorzowa wpisuje się w politykę firmy, która swój wizerunek od lat buduje w oparciu o silne związki ze sportem i jego ideami. – Trzeba mieć w sobie ducha sportowca. Jeśli ktoś nie ma do tego żyłki, trudno go przekonać że warto inwestować w sport. Od początku istnienia firmy szukaliśmy sposobu na promowanie marki i budowanie jej rozpoznawalności. Nasze DNA jest spójne, podobnie jak sport, który wzbudza emocje, chcemy dawać radość użytkownikom naszymi nowoczesnymi i funkcjonalnymi produktami, które dają poczucie bezpieczeństwa i zwiększają komfort życia. Ta strategia się sprawdziła. Przez 20 lat obecności na rynku wypracowaliśmy sobie pozycję lidera wśród dystrybutorów automatyki domowej w Polsce. W badaniach rozpoznawalności marki też plasujemy się na czołowych lokatach w tym sektorze – mówi Krużyński. Firma Nice, której jest przedstawicielem, przez lata była oficjalnym partnerem piłkarskiej Ekstraklasy, pierwszym w historii sponsorem głównym polskich sędziów szczebla centralnego, jest również sponsorem tytularnym 1. Ligi Żużla, a jej logo regularnie pojawia się na dużych imprezach sportowych w całym kraju.

Więcej o zaangażowaniu firm naszej branży w sport:



Zapisz się do newslettera

Chcesz być na bieżąco z wydarzeniami w branży stolarki, fasad, bram i osłon? Zapisz się do naszego newslettera!

ZAPISZ SIĘ!



W najnowszym wydaniu
W kolejnym numerze
Prezentacja gazety
Prenumerata
Reklama

