



Bank Pekao

BIERZ ŻYCIE ZA ROGI



# Dlaczego wspieramy koszykówkę?

Świat sportu i basketu  
w dobie kryzysu COVID-19

# Spis treści

Podsumowanie	3
Rola koszykówki we współczesnym sporcie	5
Świat sportu zawodowego – charakterystyka, wpływ pandemii i znaczenie sponsoringu	10
Sytuacja finansowa krajowej branży sportu	19
Koszykówka w Polsce – jej miejsce na krajowej mapie sportu	22
Aktywność sportowa Polaków – jaka jest i gdzie się koncentruje?	29

## Autorzy

Piotr Bartkiewicz  
Krzysztof Mrówczyński  
Kamil Zduniuk



# Dlaczego Bank Pekao zdecydował się na sponsoring sportu?

## Sport i aktywność fizyczna to ważny aspekt życia społecznego w Polsce...

Polacy deklarują uprawianie licznych dyscyplin sportowych i aktywności ruchowych – od najbardziej popularnych globalnie do wręcz niszowych. Najwięcej osób wymienia główne dyscypliny rekreacyjne – rower czy pływanie

Co więcej, w różnego rodzaju klubach i sekcjach sportowych w Polsce w treningach uczestniczy nieco ponad 1,1 mln ćwiczących – w tym 58% przypada na sporty drużynowe, a 42% na sporty indywidualne



Odsetek ćwiczących różne rodzaje sportu i aktywności ruchowej w Polsce



## ...który warto promować i wspierać. Sponsoring jest istotnym i stale rosnącym źródłem wsparcia sportu na świecie.

Miniona dekada przyniosła nową falę wzrostu popularności sportu na świecie, za którym idzie zwiększona oglądalność, a w szczególności rosnący realny biznes, chwilowo zastopowany przez pandemię koronawirusa



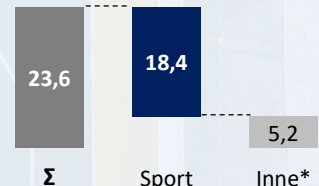
Łączna wycena 50 największych klubów sportowych na świecie  
Mld dolarów



Sport pochłania zdecydowanie największą część wydatków sponsoringowych. Rola sponsoringu w strukturze dochodów branży istotnie wzrosła w dobie pandemii (wobec utraty części innych wpływów)



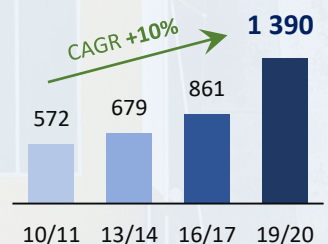
Wartość europejskiego rynku sponsoringu  
Mld dolarów



Przykład NBA – najważniejszej ligi koszykarskiej na świecie – pokazuje tempo zmian w zakresie sponsoringu i skalę środków, o jakie toczy się gra



Łączne wpływy NBA z tytułu sponsoringu  
Mln USD



\* PKD 93.1, dane dla firm o liczbie pracujących większej niż 9 osób \*\* Głównie kultura i rozrywka  
Źródło: Eurostat, OECD, Forbes, GUS, European Sponsorship Association, Pekao Analizy

# I dlaczego akurat koszykówka?

Koszykówka to pod każdym względem jedna z czołowych dyscyplin sportowych na świecie. W Polsce wciąż przedstawia ona jednak spory potencjał rozwoju...

Koszykówka zalicza się do TOP 3 najpopularniejszych dyscyplin sportowych na świecie – zarówno pod względem oglądalności, jak i liczby uprawiających. Swoją narodową reprezentację koszykarską posiada niemal każdy kraj na świecie.

  
**2,2 mld**  
# obserwujących

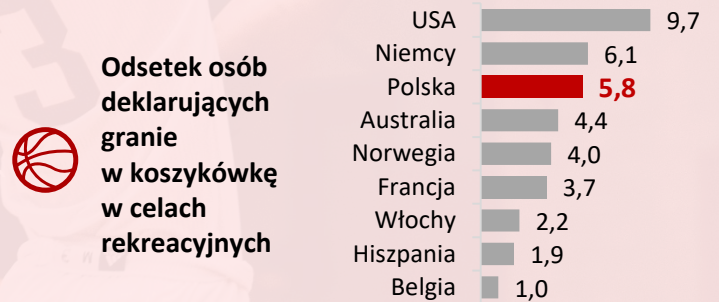
  
**475 mln**  
# aktywnie uprawiających

  
**213**  
# narodowych federacji

Pomimo dużego dystansu, jaki dzieli ją od piłki nożnej i siatkówki, koszykówka jest **trzecią najchętniej uprawianą wyczynowo grą zespołową w Polsce**



Wciąż daleko jej jednak do popularności osiągananej w wielu innych krajach Europy, w których koszykówka już teraz ustępuje jedynie piłce nożnej. Z drugiej strony, Polskę charakteryzuje **dość wysoki odsetek osób grających w koszykówkę rekreacyjnie**



...a bodźcem do niego mogą być ostatnie sukcesy męskiej reprezentacji narodowej

Polska reprezentacja kwalifikując się do ubiegłorocznych mistrzostw świata i docierając w nich do ćwierćfinałów osiągnęła jeden z największych sukcesów w swojej historii. Warto je podtrzymać i aktywnie wspierać



Koszykówka przyciąga zarówno na boiska, jak i przed ekrany TV głównie młodych – jej sponsoring dobrze wpisuje się zatem w najnowszą strategię rozwoju Banku Pekao S.A.



# 1 Rola koszykówki we współczesnym sporcie

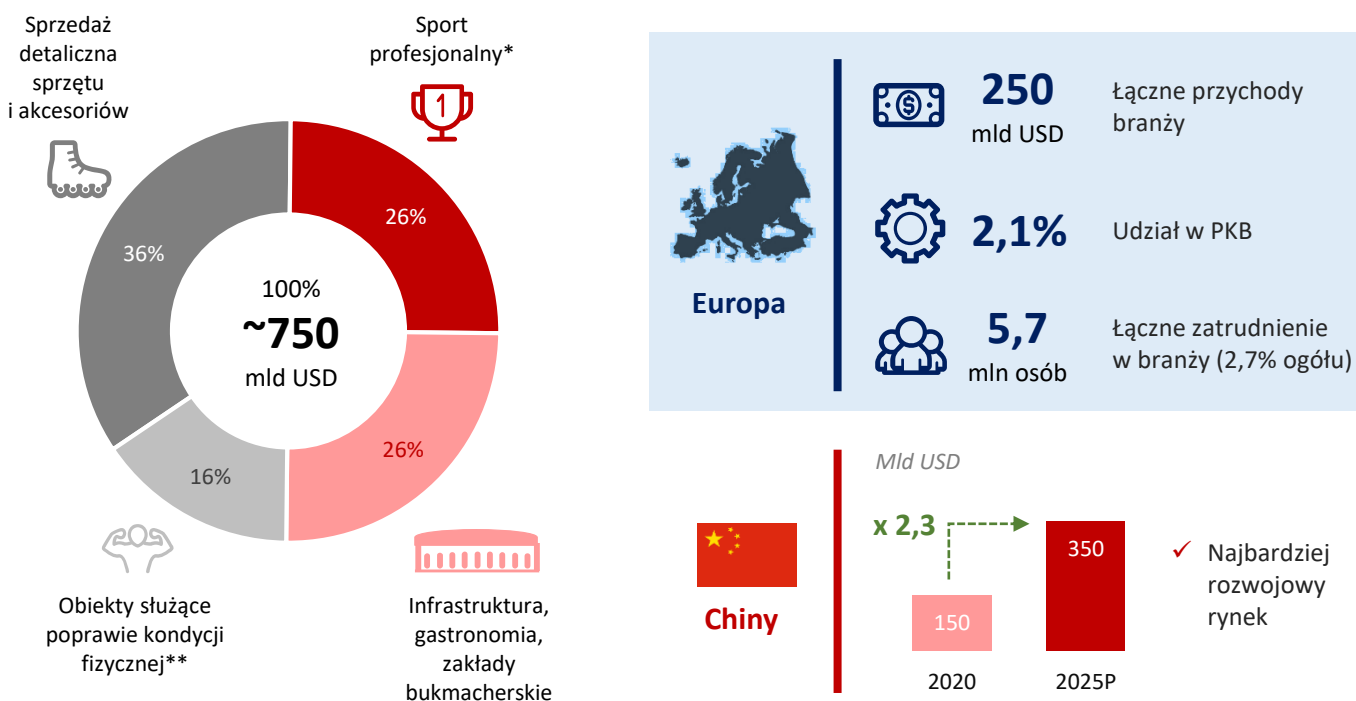
**Sport to duża i zróżnicowana branża. Europa jest jej bardzo ważnym rynkiem regionalnym**

Dane odzwierciedlające wartość rynku sportowego na świecie mocno się różnią w zależności od jego definicji i przedmiotowego zakresu. Według firmy Sports Value, specjalizującej się w analizach tej branży, jej **łącznie globalne przychody wynoszą około 750 mld dolarów**. Nieco ponad połowę tej kwoty generuje profesjonalny sport – zarówno bezpośrednio, głównie poprzez sprzedaż biletów, praw do transmisji, sprzedaży wizerunku (m.in. prawa reklamowe, gadżety), sponsoringu, sprzedaży czy transferów zawodników, jak również pośrednio (m.in. poprzez wpływy zarządców nieruchomości z tytułu wynajmu i organizacji eventów, obsługujących takie eventy branży gastronomicznej czy śledzącej sport na bieżąco branży zakładów bukmacherskich). Szacunki dotyczące samego rynku

sportu zawodowego nie są jednak jednolite i dość mocno różnią się w zależności od źródła (najczęściej podawanym przedziałem jest kwota 400-500 mld dolarów). Pozostała część branży przypada na świat sportu amatorskiego – wymienić tu należy przede wszystkim wartość blisko 300 mld USD rynek sprzętu sportowego, jak również działalność obiektów umożliwiających uprawianie różnych dyscyplin sportowych i/lub innych form aktywności fizycznej.

Według tej samej firmy analitycznej **największą część łącznej wartości globalnego rynku koncentruje się w USA**. **Drugim bardzo ważnym regionalnym rynkiem sportu jest Europa**, gdzie jego wartość szacowana jest na kwotę około 250 mld dolarów. Według innego źródła (the European Platform for Sport Innovation) branża ta generuje na Starym Kontynencie ponad 2% łącznego PKB, tworząc miejsca pracy dla blisko 6 mln osób

**Rys. 1 Wielkość i znaczenie gospodarcze szeroko rozumianej branży sportu na świecie**



\* W tym m.in. wpływ z biletów i praw do transmisji, umów sponsoringowych, transferów zawodników, reklam, sprzedaży wizerunku

\*\* np. kluby fitness, boiska, hale sportowe

Źródło: Sports Value, The European Platform for Sport Innovation, Analizy Pekao

(niecałe 3% ogółu zatrudnionych). Trzecim największym i przy tym charakteryzującym się zdecydowanie najszybszym tempem rozwoju rynkiem sportu są Chiny. W Państwie Środka obserwuje się prawdziwy sportowy boom – wartość tego rynku szacuje się obecnie na 15 mld dolarów, a w horyzoncie 2025 roku Sports Value prognozuje ją na nawet 350 mld dolarów.

**Koszykówka zajmuje bardzo ważne miejsce w światowym sporcie. Widoczna jest jednak silna regionalizacja**

Globalny sport ma jednego niezaprzeczalnego lidera, jeśli chodzi o najczęściej oglądane i uprawiane dyscypliny. Jest nią oczywiście piłka nożna, popularna praktycznie w każdym zakątku globu i z racji tego generująca również zdecydowanie największe przychody. Wg dostępnych szacunków futbol przyciąga na stadiony i przed ekrany telewizorów około 3,5 mld osób, a więc około połowę mieszkańców globu. Z kolei czynnie uprawia ją ponad 1,3 mld mieszkańców wszystkich kontynentów (z dużą przewagą nad drugą w tym zestawieniu siatkówką).

Jaką pozycję zajmuje w tym wszystkim koszykówka? Okazuje się, że bardzo istotną – można ją śmiało zaliczyć do trójki najpopularniejszych gier zespołowych, czy też ogólnie dyscyplin sportowych na świecie. Według sportsshow.net jest ona trzecim najczęściej oglądanym sportem – liczbę widzów / fanów szacuje się na około **2,2 mld osób**. Pod tym względem rozdziela ona w zestawieniu dwie inne bardzo popularne w Azji (zwłaszcza w Indiach i Pakistanie), a relatywnie mało znane europejskim fanom dyscypliny zespołowe, tj. krykiet oraz hokej na trawie.

Trzecie miejsce na świecie koszykówka zajmuje również pod względem liczby osób aktywnie w nią grających. Dostępne szacunki mówią o blisko pół miliarda mieszkańców globu uprawiających ten sport. Pod tym względem wyprzedza ją, oprócz piłki nożnej, jedynie siatkówka – względnie popularna (zarówno w wersji halowej, jak i plażowej) na wszystkich kontynentach, w tym również w krajach zasobnych ludnościowo (oprócz Europy m.in. Brazylia, Rosja, USA, w ostatnim czasie także Chiny i Japonia). Daleko za sobą pozostawia ona zaś dyscypliny sportowe popularne zwłaszcza w Azji takie jak tenis stołowy, badminton czy krykiet, łatwo dostępne dla dużej części populacji

## Które dyscypliny sportowe przyciągają najwięcej widzów na świecie...



Liczba obserwujących w mln osób

Piłka nożna		3 500
Krykiet		2 500
<b>Koszykówka</b>		<b>2 200</b>
Hokej na trawie		2 000
Tenis ziemny		1 000
Siatkówka		900
Tenis stołowy		850
Baseball		500
Football amerykański		410
Golf		390

Źródło: [www.sportsshow.net](http://www.sportsshow.net)

## ...które zaś są najchętniej uprawiane?



Liczba narodowych federacji



kolarstwo, jak również bardziej „elitarnie” dziedziny, takie jak tenis ziemny czy golf. **O dużej popularności koszykówki od tej „czynnej” strony świadczy również fakt, iż obok siatkówki jest ona dyscypliną sportową zrzeszającą największą liczbę narodowych federacji – według światowej organizacji FIBA działa ich obecnie na całym świecie aż 213, co oznacza że przygniatająca większość państw globu posiada swoją drużynę narodową w tym sporcie.**

Ciekawe są zestawienia popularności poszczególnych dyscyplin sportowych na różnych kontynentach. W tym zakresie można zaobserwować daleko idące regionalne „specjalizacje”. W Europie, Ameryce Łacińskiej i w Afryce rządzi niepodzielnie piłka nożna, która jest również dyscypliną nr 2 na zdecydowanie najliczniejszym ludnościowo kontynencie azjatyckim. W USA królem sportu jest futbol amerykański, a dyscypliną nr 3 jest baseball, a więc inna gra zespołowa popularna jedynie na wybranych rynkach (poza USA m.in. również w Japonii). W Indiach, Pakistanie, Bangladeszu oraz Australii i Oceanii bardzo ważne miejsce w sercach kibiców zajmuje z kolei krykiet oraz hokej na trawie.

**Koszykówka to przede wszystkim rynek amerykański, z najlepszą na świecie, stanowiącą szczyt marzeń każdego zawodowego koszykarza, ligą NBA (która gromadzi przy okazji zdecydowanie największą część globalnych przychodów z tej dyscypliny). Popularnością niewiele ustępuje ona tam futbolowi amerykańskiemu (z najbardziej wartościową ligą świata – NFL). Co ważne, koszykówka jest również dyscypliną nr 1 pod względem**



— ”

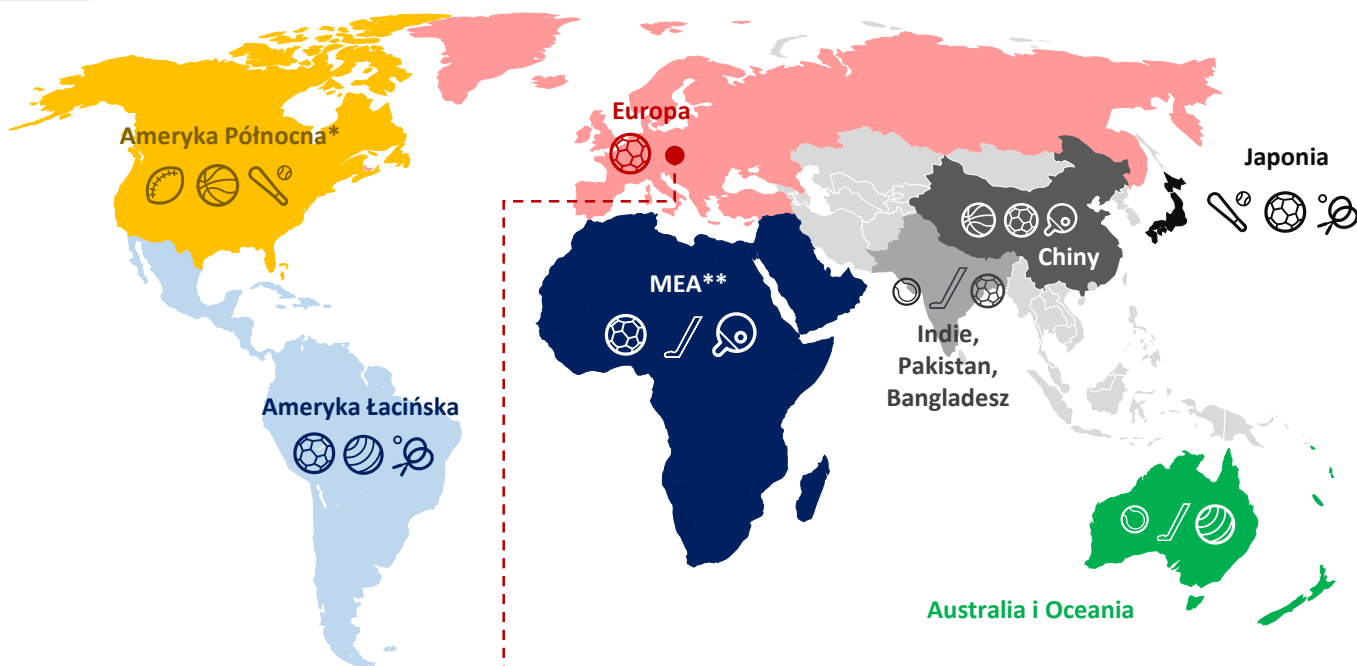
**Mekką światowej koszykówki są niezmiennie od lat USA z jej absolutnie topową ligą NBA. Drugim najważniejszym i zarazem bardzo rozwojowym rynkiem są Chiny. Ważną rolę koszykówka odgrywa również w Europie, choć nie we wszystkich krajach kontynentu**

“

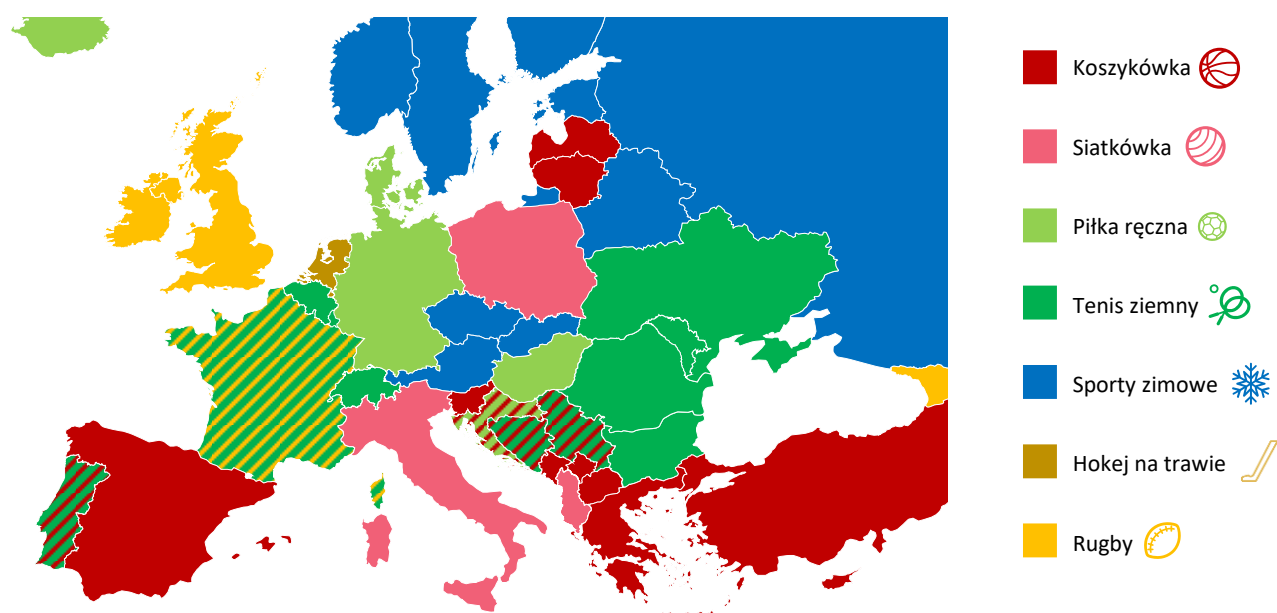
oglądalności w Chinach<sup>1</sup>. Trzecim dużym regionalnym rynkiem tej dyscypliny jest Europa, gdzie w poszczególnych krajach występuje jednak bardzo silne zróżnicowanie, jeśli chodzi o popularność poszczególnych sportów. W naszym zestawieniu świadomie pominięliśmy piłkę nożną, która w zdecydowanej większości krajów Starego Kontynentu ma niekwestio-

wany status sportu nr 1. Okazuje się, że **koszykówka jest tą niefutbolową dyscypliną, która cieszy się największą popularnością w szczególnie dużej liczbie państw europejskich**. W pierwszej kolejności warto tu wspomnieć zwłaszcza o dwóch krajach bałtyckich (Litwa, Łotwa) i Turcji, gdzie przewyższa ona pod tym względem nawet wcześniej wspomnianą piłkę nożną. Oprócz nich

**Rys. 2** Najpopularniejsze dyscypliny\* wg krajów / regionów świata



**Najpopularniejsze dyscypliny sportowe (poza piłką nożną) w poszczególnych krajach europejskich**



\* Jako kryterium przyjęta została oglądalność

Źródło: humankinetics.me, www.sportsshow.net, informacje internetowe o krajach, Analizy Pekao

1) Decydują o tym bogate i długie tradycje czynnego uprawiania tej dyscypliny sportu w omawianym kraju (koszykówka jest m.in. grą zespołową najczęściej uprawianą wśród żołnierzy chińskiej armii), a w ostatnich latach również sukcesy chińskich zawodników w lidze amerykańskiej NBA, połączone z silnym zaangażowaniem NBA w promocję ligi w Państwie Środka



koszykówką najbardziej pasjonują się mieszkańcy południa Europy, gdzie najczęściej jest ona sportową dyscypliną nr 2. Dotyczy to zwłaszcza Grecji, krajów Półwyspu Iberyjskiego oraz praktycznie wszystkich państw bałkańskich (w tych ostatnich, podobnie jak w Portugalii, koszykówka posiada niekiedy status wicelidera popularności na równi z innymi dyscyplinami – tenisem ziemnym czy piłką ręczną). Ponadto dużą popularnością (sport nr 3) koszykówka cieszy się także we Włoszech.

W pozostałych krajach większą uwagę kibiców przyciągają inne dyscypliny sportowe. **Kluczem do popularności jest w tym przypadku bardzo często pozycja poszczególnych drużyn narodowych czy zawodników w światowych rankingach.** W części krajów północy Europy, podobnie jak w Rosji, Białorusi oraz u naszych południowych sąsiadów bardzo ważne miejsce w sercach kibiców zajmuje hokej na lodzie (w Finlandii jest on wręcz zdecydowanie sportem nr 1). Oprócz nich dyscyplinami zimowymi (głównie narciarstwem) pasjonują się także Norwedzy i Austriacy. Na wyspach brytyjskich i we Francji (jak również w niewielkiej Gruzji) bardzo wysoką popularnością cieszy się rugby. Polska i Włochy to kraje wielkich kibiców siatkarskich, z kolei w kilku innych państwach drugą najpopularniejszą grą zespołową jest piłka ręczna (Dania, Niemcy, Islandia, Węgry czy Norwegia). W większości pozostałych europejskich krajów szczególnie istotną rolę odgrywa ponadto tenis ziemny (często na równi z wcześniej wspomnianymi dyscyplinami sportowymi). W wielu z nich wysoką oglądalność „nakręcili” historyczne sukcesy reprezentantów tych krajów (np. Serbia – Novak Djokovic, Szwajcaria – Roger Federer czy Rumunia – Simona Halep).



## 2 Świat sportu zawodowego – charakterystyka, wpływ pandemii i znaczenie sponsoringu

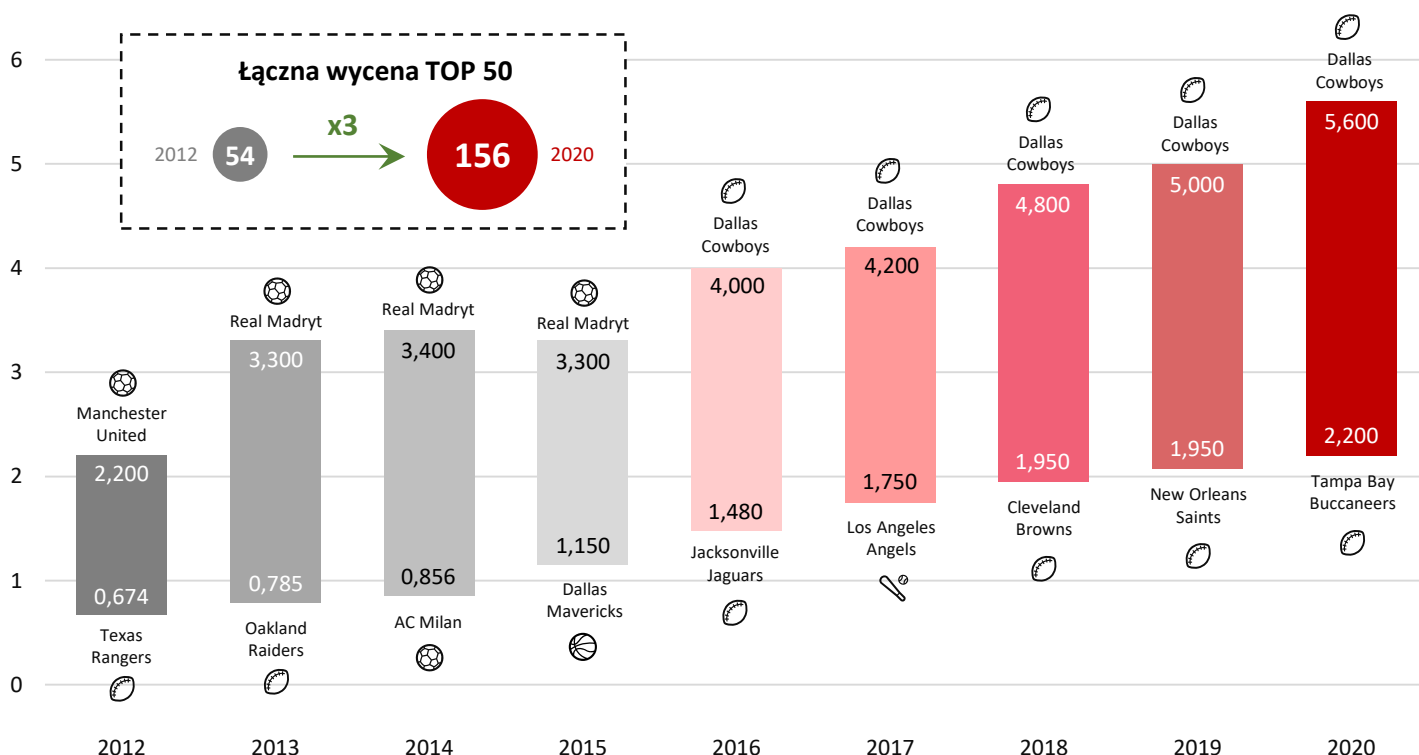
**Do kryzysu globalny rynek sportu przeżywał boom, a wyceny największych sportowych marek wręcz szalały**

Miniona dekada to bez wątpienia jeden z najlepszych okresów w historii omawianej branży. Rosnąca świadomość społeczna w zakresie dbałości o zdrowie sprzyjała wzrostowi aktywności fizycznej ludności wszystkich kontynentów, co skutkowało dynamicznym wzrostem popytu na sprzęt sportowy (którego światowa sprzedaż rosła do 2019 roku w średniorocznym tempie około 5%) oraz usługi obiektów związanych z utrzymywaniem właściwej kondycji takich jak np. kluby fitness. Na zdecydowanej fali wznoszącej był w tym czasie również rynek sportu profesjonalnego, którego dynamika rozwojowa przewyższała nawet tę cechującą amatorską część globalnej branży. Tak dobra koniunktura w omawianym obszarze pozwoliła na dalsze wzmocnienie światowych liderów tego sektora, czyniąc z niektórych czołowych

klubów sportowych prawdziwe biznesowe potęgi. Wystarczy wspomnieć, że w 2020 roku łączna wartość 50 najbardziej wartościowych drużyn sportowych globu osiągnęła rekordową wartość ponad 150 mld dolarów (odpowiednik około 25% polskiego PKB). **Bardzo ilustracyjna jest analiza trendów zachodzących w tym zakresie na przestrzeni ostatnich kilku lat.** Jeszcze w 2012 roku wycena najdroższego wówczas klubu sportowego świata (Manchester United) wynosiła 2,2 mld USD. Tymczasem zaledwie 8 lat później, w roku pandemii COVID-19, na taką samą kwotę wyceniana była drużyna Tampa Bay Buccaneers (NFL), zamykająca zestawienie TOP 50 najbardziej wartościowych drużyn globu. **Łączna wycena drużyn ujętych w rankingu wzrosła zaś pomiędzy 2012 a 2020 rokiem ponad 2,5-krotnie.** Bardzo wymowne jest też porównanie obecnej wyceny większości klubów z wartością transakcji kupna / sprzedaży poszczególnych drużyn na przestrzeni

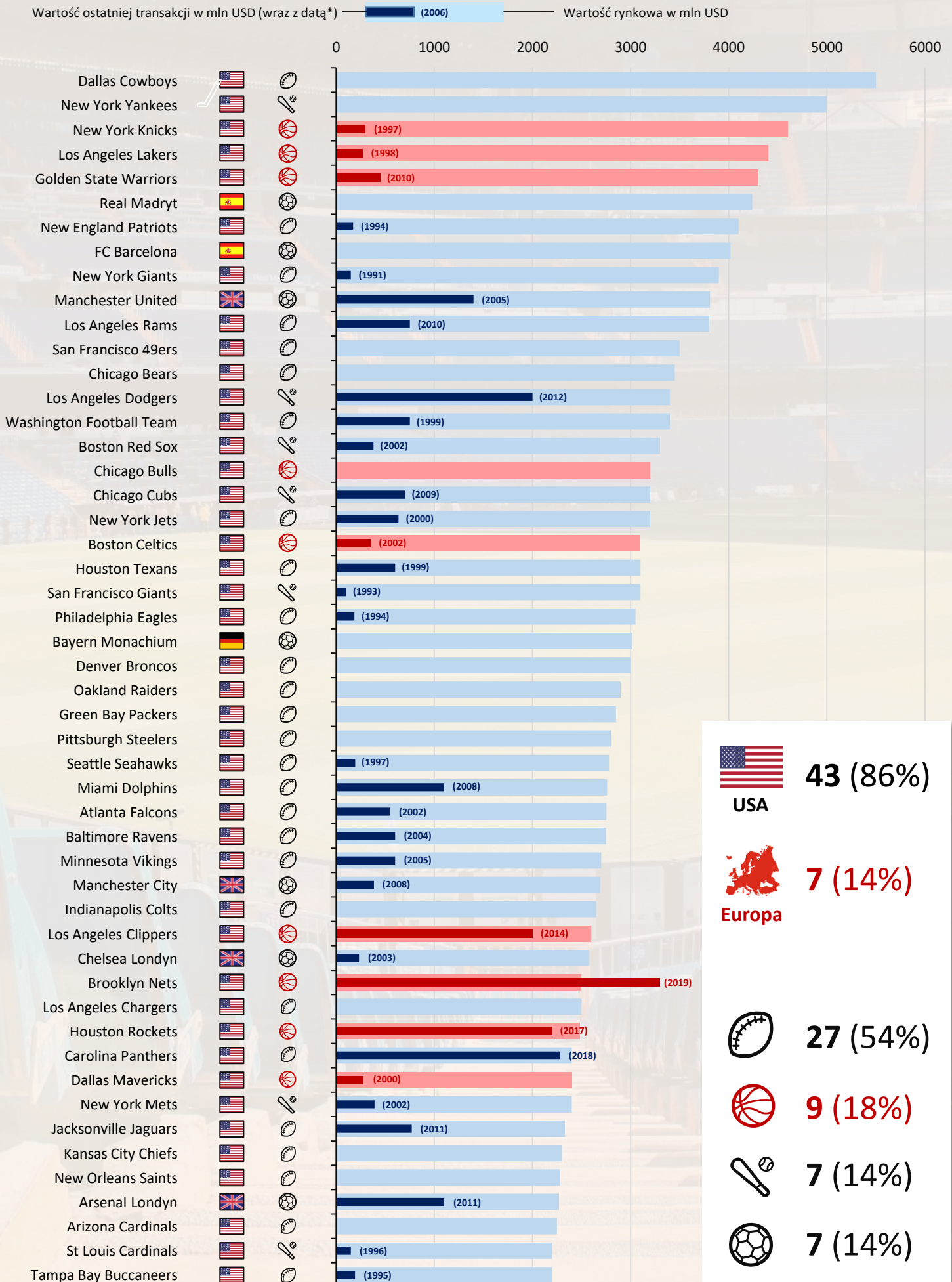
**Rys. 3** Wartość rynkowa 1. i 50. najbardziej wartościowego klubu sportowego na świecie, 2012-2020

mld USD



Źródło: Forbes

# TOP 50 najbardziej wartościowych klubów świata wg Forbes (2020)



\* Pod uwagę wzięto wyłącznie transakcje zawarte po 1990 roku  
Źródło: Forbes

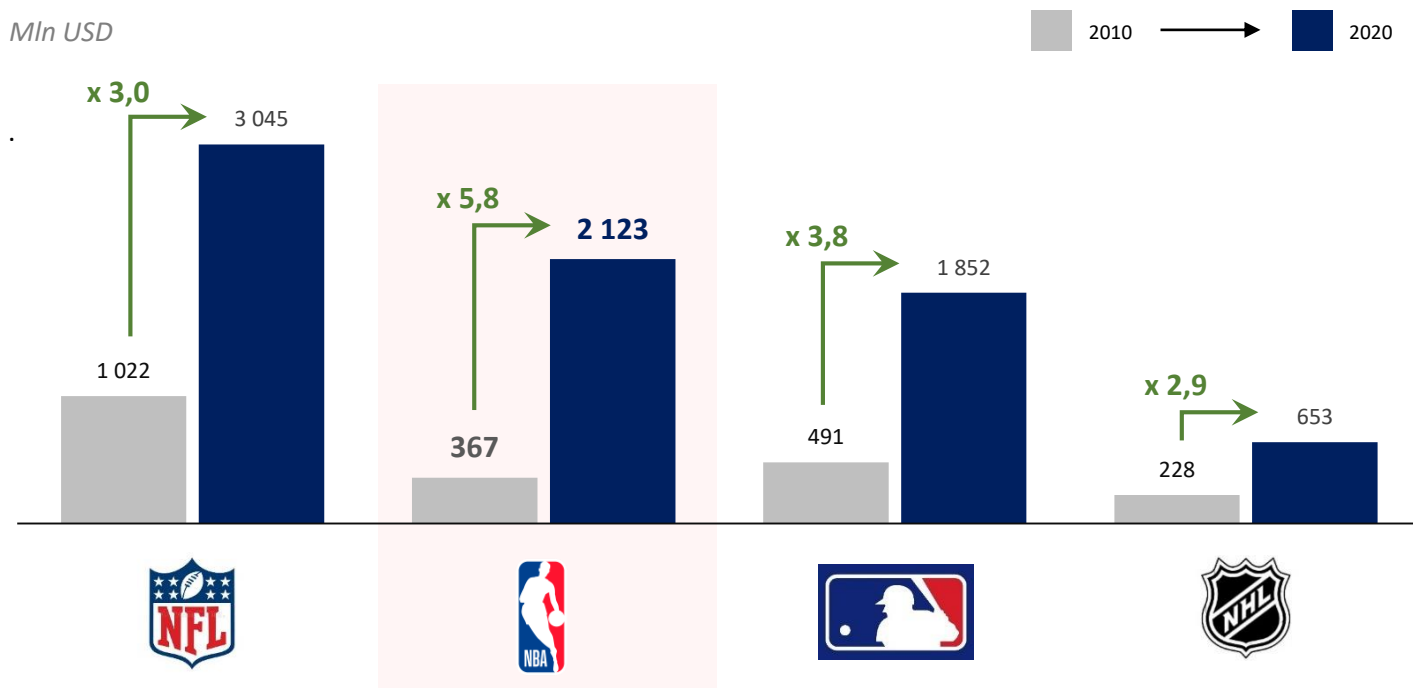
ostatnich 30 lat – w większości przypadków ich nabywcom udało się bowiem kilkakrotnie zwiększyć w tym czasie wartość pozyskanych marek.

Warto podkreślić, iż **całą czołówkę najbardziej wartościowych klubów sportowych na świecie tworzą drużyny z tylko dwóch dużych rynków – amerykańskiego oraz europejskiego**, w dodatku ze zdecydowanym wskazaniem na ten pierwszy. W ubiegłorocznym zestawieniu znalazły się bowiem aż 43 drużyny z Ameryki Północnej oraz 7 klubów ze Starego Kontynentu (w tym drugim przypadku reprezentowanych wyłącznie przez kluby piłkarskie). Spośród najdroższych klubów globu zdecydowanie najliczniejszą reprezentację (aż 27 podmiotów) posiadają te tworzące ligę futbolu amerykańskiego NFL, a liderem globalnego rankingu od 5 lat pozostaje niezmiennie największy z nich – drużyna Dallas Cowboys. Kluby koszykarskie NBA zasilają drugą najliczniejszą grupę tworzącą ranking TOP 50, z 9 drużynami ujętymi w zestawieniu, spośród których najdroższe trzy (New York Knicks, Los Angeles Lakers oraz Golden State Warriors) zajmują odpowiednio miejsca 3-5. Ranking dopełniają zaś kluby amerykańskiej ligi baseballu MLB, z analogiczną jak w przypadku europejskich klubów futbolowych reprezentacją 7 drużyn.

W ostatnich latach wyraźnie szybciej rósł przy tym w siłę biznes klubów trzech największych lig amerykańskich. Jeszcze w 2013 roku czołową trójkę rankingu tworzyły wiodące futbolowe marki z Europy (Real Madryt, Manchester United oraz FC Barcelona). Tymczasem w 2020 roku wyceniana najdrożej z nich drużyna Realu Madryt zajmowała w rankingu dopiero 6. miejsce.

Co również warto zaznaczyć, **spośród wszystkich czołowych lig amerykańskich, to właśnie NBA była tą, gdzie wyceny klubów w minionej dekadzie poszybowały w górę zdecydowanie najmocniej**. Pomiędzy 2010 a 2020 rokiem średnia wartość klubu topowej ligi koszykarskiej świata **zwiększyła się bowiem aż blisko 6-krotnie** (na tle 3-4 krotnych wzrostów w przypadku wspomnianych lig NFL, MLB czy hokejowej NHL). Dość dobrze odzwierciedla to swego rodzaju renesans tej dyscypliny sportu za oceanem po dość słabszej dekadzie, która nastąpiła z kolei po złotej erze lat 90-tych, w których NBA biła rekordy popularności na całym świecie dzięki obecności takich gwiazd jak Michael Jordan i Scottie Pippen (przewodzących uważanej przez wielu za najlepszą w historii drużynie Chicago Bulls). Pod względem średniej wartości klubu NBA przebiła w minionej dekadzie baseballową MLB. Wciąż jednak to w NFL koncentrują się największe wpływy finansowe.

**Rys. 4 Średnia wartość klubu największych amerykańskich lig sportowych, 2020 vs. 2010**

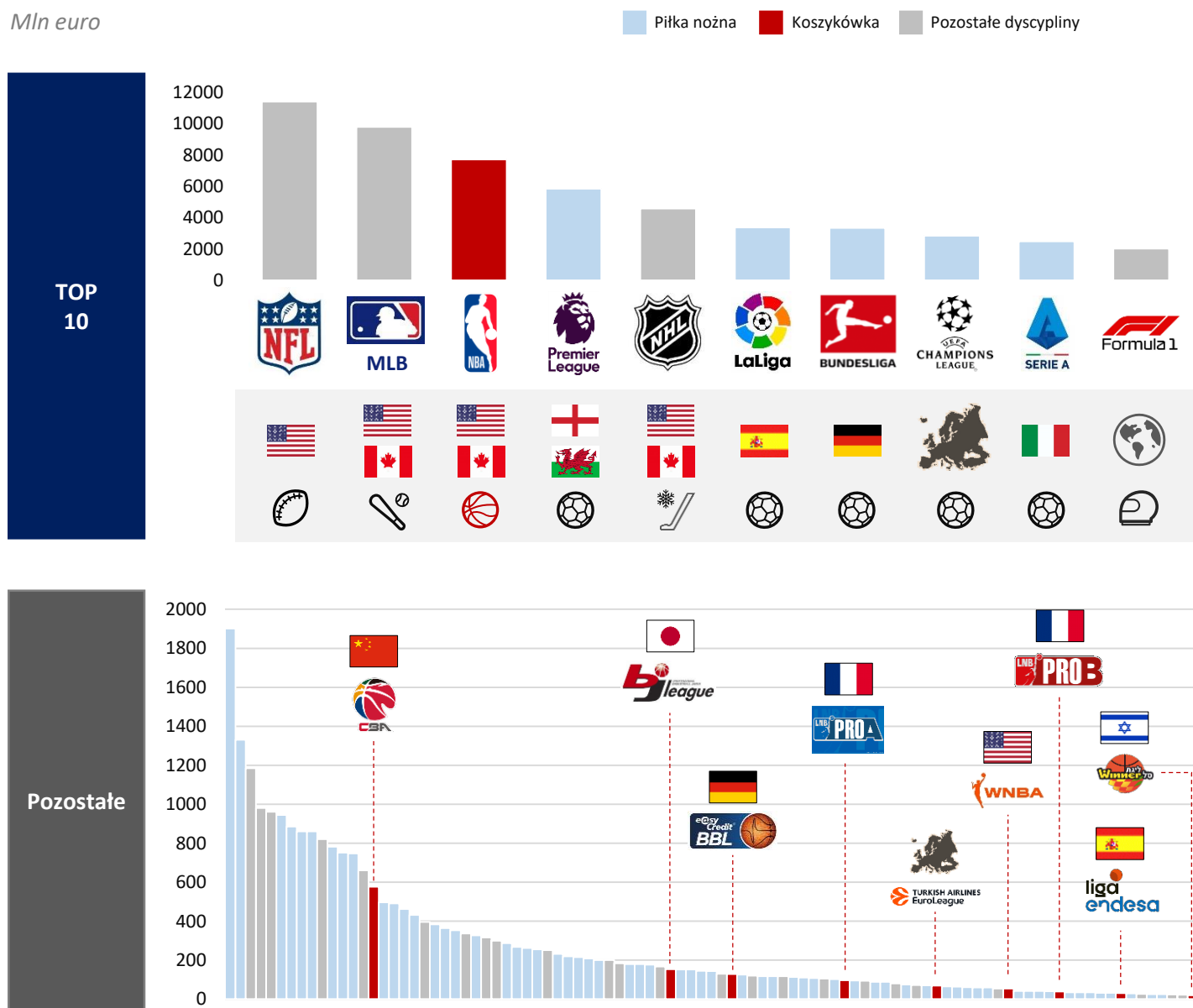


### NBA i pozostałe ligi koszykarskie na świecie dzieli finansowa przepaść

Niezwykła globalna popularność i marka, jaką zyskała sobie przez dziesięciolecia liga NBA sprawiła, iż de facto niemal zmonopolizowała ona światowy rynek profesjonalnego basketu. W wielu krajach ma ona zresztą większą oglądalność aniżeli rozgrywki lokalne. **Dostępne dane o przychodach największych zawodowych lig sportowych świata pokazują jak duże są różnice w skali biznesu koszykarskiego w USA oraz w pozostałych regionach świata.** Jeszcze przed kryzysem (w 2019 roku)

przychody NBA osiągnęły rekordowy pułap blisko 8 mld euro (8,8 mld dolarów). Przewyższyły one tym samym obroty drugiej największej ligi koszykarskiej świata – chińskiej NBL – aż ponad 13-krotnie. Co więcej, jeszcze większa przepaść dzieli od amerykańskiej nawet największe ligi koszykarskie Europy. Przychody tylko jednej z nich – niemieckiej Bundesligi – przekraczały przed kryzysem poziom 100 mln euro, a łączne obroty popularnej na Starym Kontynencie Euroligi (koszykarski odpowiednik piłkarskiej Ligi Mistrzów) wyniosły niecałe 70 mln euro. Popularność basketu, jak i towarzyszące mu pieniądze, nie mogą także jakkolwiek równać się z

**Rys. 5 Przychody czołowych lig koszykarskich na tle innych rozgrywek sportowych świata\***



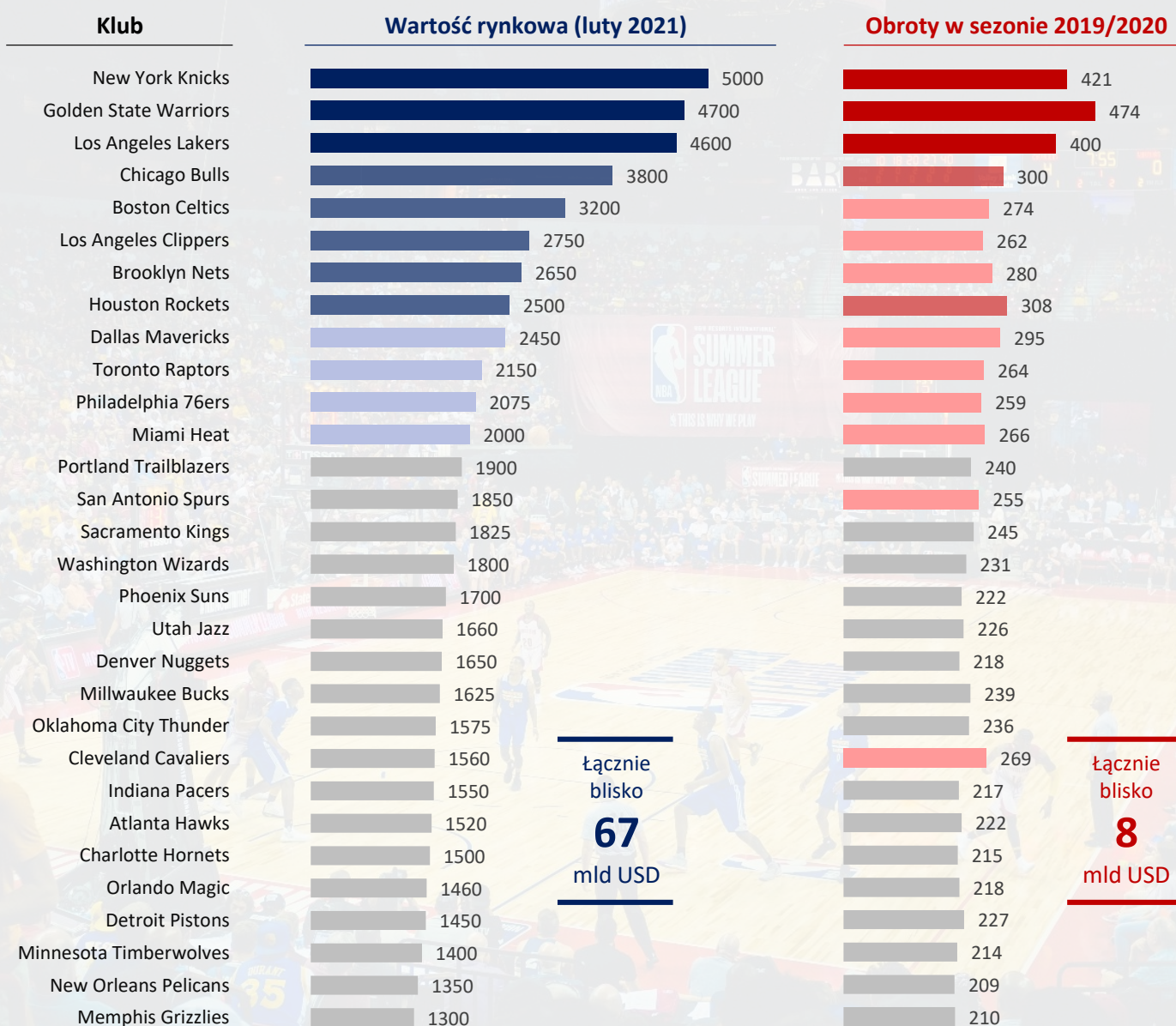
\* W zestawieniu ujęto ligi o rocznych przychodach co najmniej 20 mln euro. Pod uwagę wzięto przedkryzysowe poziomy przychodów (z reguły za rok 2019)  
 Źródło: Informacje finansowe poszczególnych lig sportowych, Analizy Pekao

tyimi generowanymi w Europie przez ligi piłkarskie. Dla przykładu większe od wspomnianej koszykarskiej Euroligi przychody uzyskała w 2019 roku uchodząca za bardzo przeciętną pod względem sportowym krajowa Ekstraklasa. Rozgrywki futbolowe zdecydowanie dominują zresztą pod względem ilościowym w prezentowanym zestawieniu największych lig sportowych świata.

Co więcej, rozkład przychodów i wartości poszczególnych klubów NBA jest dość równomierny, w efekcie czego nawet te teoretycznie najbiedniejsze funkcjonują

na pułapie nieosiągalnym dla jakiegokolwiek przedstawiciela innej ligi koszykarskiej na świecie. **Łączną wartość klubów NBA szacuje się obecnie na 67 mld dolarów**, zamykającego zaś zestawienie najbardziej wartościowych drużyn ligi Memphis Grizzlies na około 1,3 mld dolarów. Łączne przychody tego klubu przekraczają zaś 200 mln dolarów i są wyraźnie wyższe niż najbardziej intratnej w Europie koszykarskiej Bundesligi. W takich okolicznościach nie może dziwić fakt, iż **NBA pozostaje głównym celem sportowym (a dla wielu niespełnionym marzeniem) dla najzdolniejszych koszykarzy globu.**

**Rys. 6** Wartość marki i przychody poszczególnych klubów NBA (mln USD)



Źródło: Statista

## Co dla świata sportu, w tym koszykówki, oznaczała pandemia COVID-19?

Branża sportu, jako jedna z tych gromadzących duże skupiska osób, zalicza się do największych poszkodowanych pandemii koronawirusa. Jej skutki odczuwalne są na całej długości łańcucha wartości – zarówno w jego amatorskiej, jak i profesjonalnej części. Jednym z powodów, dla których sport zawodowy mocno cierpi z uwagi na obostrzenia związane z COVID-19, jest fakt, iż znaczne przychody kluby sportowe – zwłaszcza z największych lig świata – osiągają z tytułu sprzedaży biletów. Wpływy te multiplikowane są następnie przez sprzedaż różnych towarów i usług towarzyszącą imprezom sportowym (np. gastronomia, pamiątki). Liderami pod względem obrotów generowanych przez sprzedaż biletów są ponownie cztery największe zawodowe ligi amerykańskie – w 2019 roku w każdej z nich sięgały one co najmniej 1 mld dolarów (z NBA na 4. pozycji). Od kilkudziesięciu do nawet kilkuset milionów dolarów przynoszą one ponadto największym rozgrywkom piłkarskim na Starym Kontynencie.

Regres łącznych przychodów (niekiedy bardzo silny, jak w przypadku amerykańskiej ligi baseball'owej MLB) największe zawodowe ligi sportowe odnotowały już w poprzednim sezonie, jedynie częściowo naznaczonym przez pandemię. Z kolei sezon 2020/2021 został już w całości rozegrany w zaostrzonym reżimie sanitarnym, w zdecydowanej większości bez widowni na trybunach. Straty z tego tytułu są tym bardziej dotkliwe, że większość lig sportowych znajdowała się w ostatnich latach na fali wznoszącej. Przykładowo w przypadku hiszpańskiej La Liga (która jeszcze w sezonie 2019/20 odnotowała porównywalne przychody do tych osiągniętych w poprzednich rozgrywkach) łączne wpływy z dwóch ostatnich sezonów mogą okazać się aż o około 2 mld euro niższe od zakładanych jeszcze przed wybuchem pandemii.

Jak w takim otoczeniu radzą sobie mniejsze rozgrywki sportowe, w tym z mniej popularnych niż piłka nożna gier zespołowych, do których zalicza się koszykówka? Należy zakładać, że **odcięcie ich od ważnego źródła przychodów, jakim jest sprzedaż biletów, może być przez nie odczuwalne nawet bardziej niż ma to miejsce w przypadku liderów tej branży**, którzy straty spowodowane brakiem eventów z udziałem publiczności

rekompensują sobie znacznymi wpływami z praw do transmisji. Mecze rozgrywane bez kibiców częściowo tracą wprawdzie na swojej atmosferze i atrakcyjności również z punktu widzenia kibica telewizyjnego, lecz nie oznacza to, że odstąpił on od śledzenia na ekranie najciekawszych wydarzeń sportowych. Co więcej, w dobie pandemii i „odcięcia” konsumenta od wielu innych form spędzania wolnego czasu, popularność rozrywki domowej (do której zalicza się również oglądanie transmisji z imprez sportowych) zdecydowanie wzrosła. Należy jednak zauważyć, że nie wszystkie dyscypliny sportu cieszą się takim samym zainteresowaniem widzów. Doskonale zdają sobie z tego sprawę najwięksi nadawcy telewizyjni, którzy ostro konkurują o prawa do transmisji meczów kadry narodowej w piłce nożnej, siatkówce, czy też mityngów lekkoatletycznych. Jednak większość sportów, zwłaszcza drużynowych

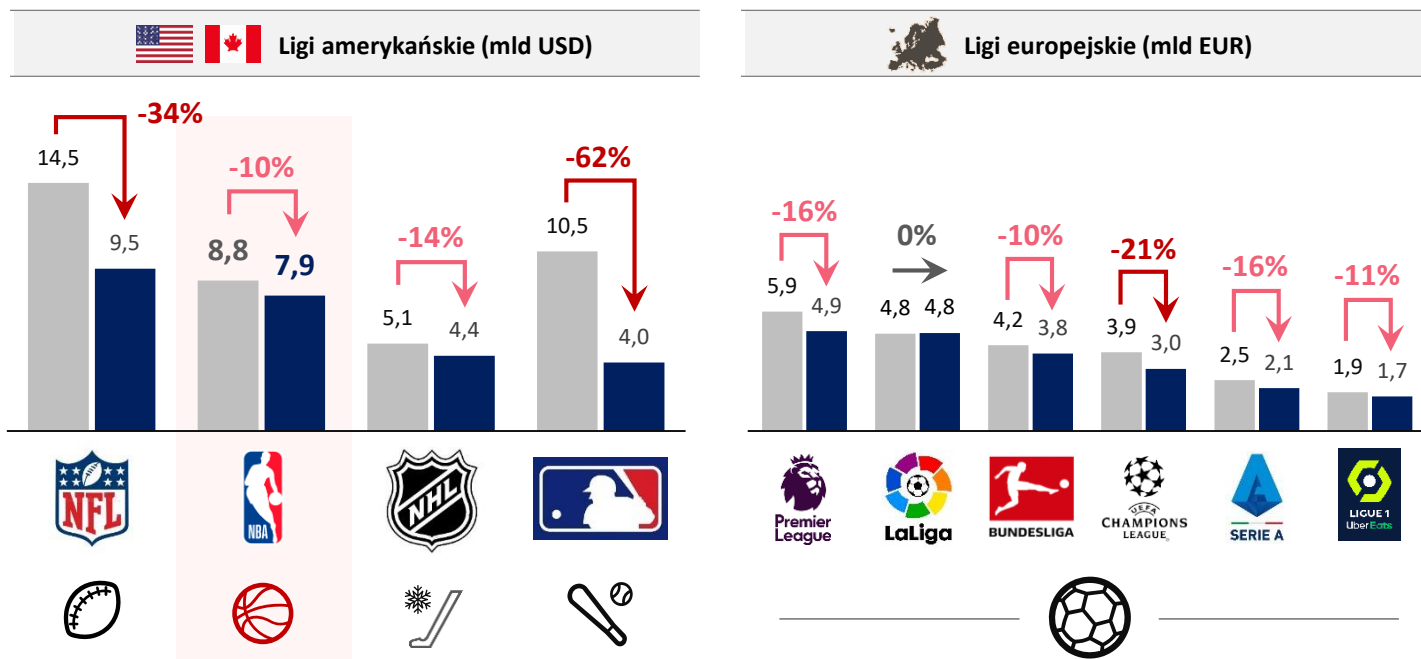
Rys. 7

### Przychody wybranych lig sportowych z tytułu sprzedaży biletów, 2019

Mln USD



Źródło: Statista, Analizy Pekao

**Rys. 8** Zmiany przychodów największych lig sportowych świata, sezon 2019/20 vs. 2018/19

Źródło: Forbes, Statista, sportspromedia.com, Analizy Pekao

nie może liczyć na środki pochodzące od nadawców telewizyjnych. Dla nich podstawowym źródłem dochodu jest sprzedaż karnetów i biletów. Zainteresowanie daną grą zespołową ma często charakter regionalny, zwłaszcza w mniejszych miastach i jest elementem tożsamości lokalnej społeczności, której członkowie wiernie kibicują swoim drużynom niezależnie od osiągniętych przez nie wyników. Niemniej brak wpływów z tytułu obecności medialnej stanowi zawsze duże wyzwanie w kontekście planowania budżetu.

### Strategia budowania marki oparta o długofalowy sponsoring sportu może przynosić korzyści natury zarówno marketingowej, jak i CSR-owej

Nie może zatem dziwić fakt, że zarówno poszczególne zespoły, jak i ligi zabiegają o sponsorów. Ich hojność uzależniona jest w większości przypadków od wyników osiągniętych przez sponsorowane przez nich drużyny. Jednak, aby dany zespół mógł odnieść sukces potrzebuje najpierw poważnego zastrzyku finansowego od sponsorów<sup>2</sup>. Historia sportu zna wiele przypadków - zwłaszcza w odniesieniu do słabszych lig i grających

w nich klubów - gdy utrata głównego sponsora wiązała się nie tylko z finansowym, ale także sportowym załamaniem ich funkcjonowania. Z drugiej zaś strony najlepsze kluby czy ligi mogą wybierać spośród kolejki firm chętnych do tego, aby ich nazwa stała się częścią nazwy drużyny, logo znalazło się na koszulkach jej zawodników czy też firmowało całe rozgrywki.

**Sport jest zdecydowanie najważniejszym obszarem działalności sponsoringowej.** Przykładowo tylko w 2020 roku w Europie przyciągnął on aż ponad ¼ łącznych wydatków na ten cel. Jest to pokłosie m.in. wartości, których sport jest nośnikiem. Do najważniejszych z nich można zaliczyć rywalizację w duchu fair play, konsekwencję w dążeniu do celu oraz stawianie czoła własnym słabościom. Są one niezwykle uniwersalne i charakteryzują działalność większości firm. Poza tym sport jest źródłem silnych emocji, co sponsorzy również chętnie wykorzystują w aktywnościach marketingowych, skierowanych do swoich klientów.

Jak wskazują dane Europejskiego Stowarzyszenia Sponsoringu **pandemia COVID-19 odcisnęła swoje piętno także na omawianym rynku – jego łączna**

2) Choć niekiedy mamy również do czynienia z sytuacją odwrotną – sukces sportowy przyciąga sponsorów



wartość zmalała w 2020 roku aż o 23% r/r. Część firm, borykając się ze skutkami kryzysu, ograniczała swoje wydatki marketingowe i nie przedłużała dotychczasowych umów sponsoringowych bądź zmniejszała ich zakres, a co za tym idzie również wartość.

Z drugiej jednak strony wpływy branży sportowej z tytułu umów sponsoringowych nie uległy w minionym roku tak dużemu obniżeniu – wg wspomnianej organizacji zmalały one jedynie o 9% r/r (vs. dramatyczny, blisko 75% spadek w pozostałych obszarach, głównie w kulturze i rozrywce). Blisko połowę wydatków sponsoringowych w Europie (49% łącznej wartości, czy też ponad 60% wydatków na sam sport) pochłania piłka nożna. Drugim, rosnącym szybko w siłę obszarem ich koncentracji jest e-sport, który w 2020 roku odpowiadał za około 12% łącznej wartości rynku sponsoringu na Starym Kontynencie. **Koszykówka, wraz z piłką ręczną oraz rugby jest natomiast tą dyscypliną sportową, która sięga po największy kawałek pozostałej części sponsoringowego „tortu”.** Zaangażowanie się na jej rzecz największych polskich firm (w tym banku Pekao S.A.), co z pewnością wpłynie pozytywnie na poziom krajowych rozgrywek, jest ważnym krokiem w kierunku odzyskiwania przez koszykówkę popularności, jaką cieszyła się w latach 90-tych XX wieku wśród polskich kibiców.

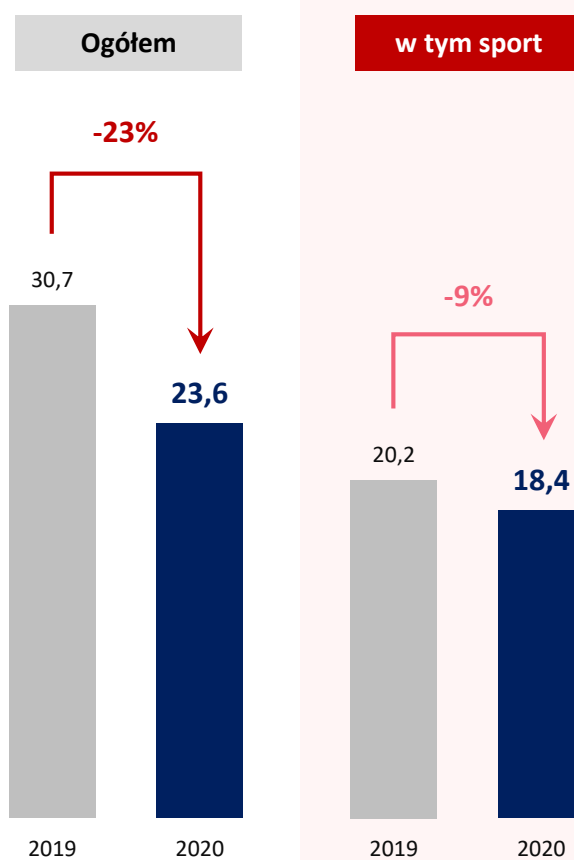
Niedoścignionym wzorem, jeśli chodzi o zdolność przyciągania sponsorów, jest **największa liga koszykarska świata, NBA. W poprzednich 11 sezonach wpływy z tytułu umów sponsoringowych wzrosły w niej niemal trzykrotnie, przy czym zdecydowane**

przyspieszenie tego trendu (wzrost średnioroczny aż o 17%) obserwowano po 2017 roku, a w sezonie 2019/20, częściowo obejmującym pandemię i zakończonym już bez udziału widzów, osiągnięty został w tym względzie nowy rekord.

Rys. 9

### Wartość europejskiego rynku sponsoringu, 2020 vs. 2019

mld EUR



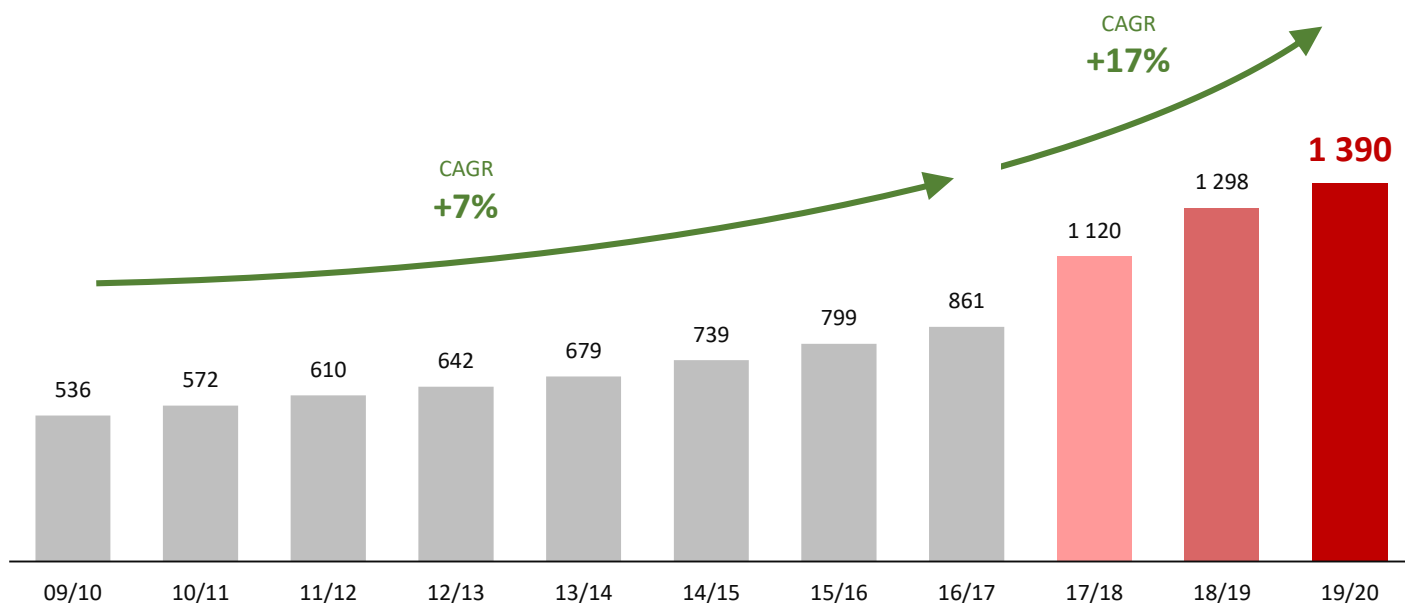
”

**Sponsoring w Europie pochłania ponad 20 mld dolarów, a koszykówka jest jednym z obszarów jego największej koncentracji. To szczególnie ważne źródło dochodów klubów w okresie kryzysu**

“



**Rys.10** Łączne wpływy NBA z tytułu sponsoringu w poprzednich 11 sezonach (mln USD)



Źródło: Statista



# 3 Sytuacja finansowa krajowej branży sportu

**Branża sportu w Polsce boryka się z brakiem rentowności, a jej sytuację finansową dodatkowo skomplikowała pandemia COVID-19**

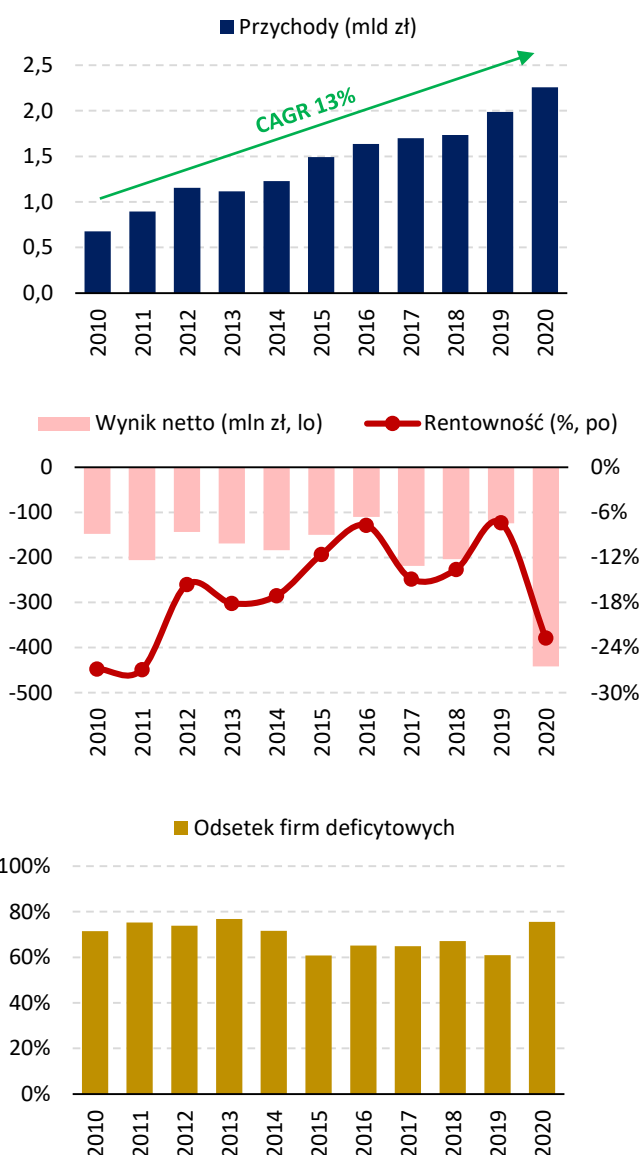
Długoterminowy rozwój branży sportu w Polsce, w tym również sportowego poziomu wielu dyscyplin sportowych w naszym kraju, zaburzą bardzo przyziemne problemy – bieżące finanse firm zaangażowanych w ten sektor gospodarki. **Dobitnie uwypuklają one potrzebę napływu środków, w czym tak ważną rolę odgrywają między innymi wartościowi sponsorzy.** Od wielu lat, a zwłaszcza w tak trudnym czasie jest obecnie, wiele polskich klubów, instytucji czy lig wspieranych jest między innymi przez instytucje i przedsiębiorstwa państwowe.

Korzystnie prezentują się jedynie trendy w zakresie skali biznesu: osiągnięte przychody rosły w minionej dekadzie (2010-2020) systematycznie i w wysokim średnim tempie 13% rocznie. Dynamika wzrostu, dalece przekraczająca tempo wzrostu PKB czy inflację, świadczy o **rosnącym zainteresowaniu usługami sportowymi w kraju.** Natomiast przez cały ten okres branży **nie udało się wyjść „na plus” w zakresie generowanego wyniku netto.** W większości strata wahała się w przedziale ok. 100-200 mln zł, co przekładało się na rentowność netto od -8 do -18%. Dodatkowy „cios” ze strony kryzysu COVID (okresowo ograniczone możliwości uprawiania sportu zawodowego i amatorskiego) przyniósł bardzo silny wzrost tej straty (do -442 mln zł) i spadek rentowności do -23%. Branży dodatkowo ciąży

względnie **wysoki poziom zadłużenia** (>70% w relacji do aktywów) **oraz niska płynność** (wskaźnik szybki ok. 0,7, vs. rekomendowane 1-1,2).

Dane dla firm z obszaru usług sportowych składających sprawozdania finansowe – reprezentacyjny wycinek tego rynku – wskazują więc na **istotny problem z**

**Rys. 11 Wyniki finansowe sektora usług sportowych w Polsce\***



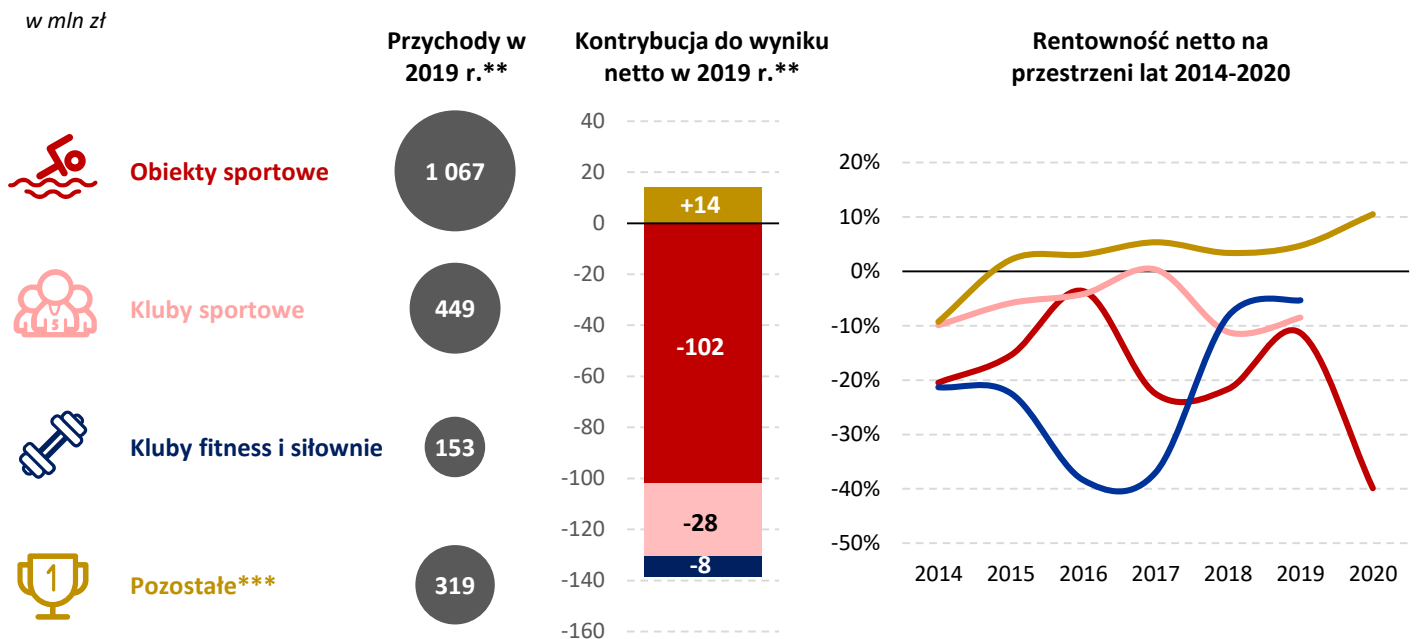
\* Firmy >9 zatrudnionych z PKD 93.1, składające sprawozdania F-01.  
Źródło: Pont Info, Analizy Pekao



”

**Branża sportu w Polsce musi mierzyć się z wyraźnymi problemami finansowymi, co w praktyce czyni ją mocno uzależnioną od zewnętrznego wsparcia**

“

**Rys. 12 Wyniki finansowe sektora usług sportowych\* w Polsce wg segmentów**

\* Firmy >9 zatrudnionych z PKD 93.1, składające sprawozdania F-01. \*\* Rozbicie za 2019 r. ze względu na brak wystarczająco szczegółowych danych za 2020 r.

\*\*\* M.in. organizacja wydarzeń sportowych i lig, działalność indywidualnych sportowców, trenerów, sędziów

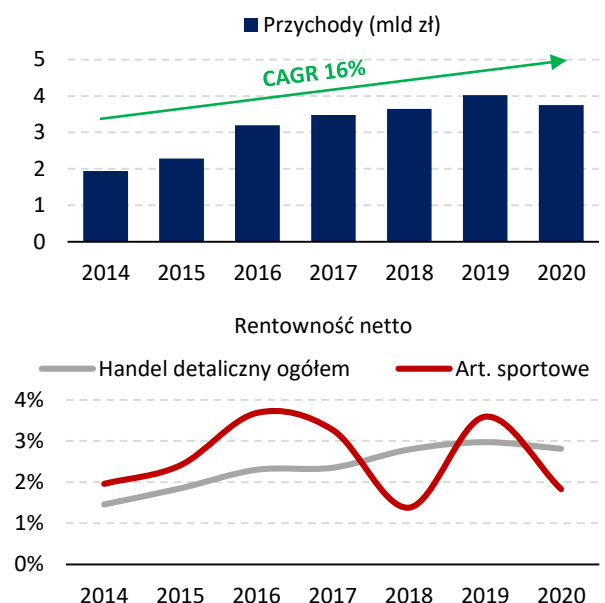
Źródło: Pont Info, Analizy Pekao

osiąganiem zysku z bieżącej działalności. Co istotne, problem ten **wykracza poza wpływ kryzysu COVID, jest wyzwaniem stale obecnym w tej branży**, objawiającym się nawet w okresach tzw. „prosperity” gospodarczego. Wniosek ten jeszcze silniej obrazuje fakt, że **w poprzedniej dekadzie średnio 7 na 10 przedsiębiorstw branży przynosiło straty**.

Dodatkowych wskazówek dostarcza bardziej szczegółowe rozbicie danych finansowych po segmentach. W pierwszej kolejności rzuca się w oczy **duża rola obiektów sportowych, których przychody stanowią nieco ponad połowę całej branży**. W kategorii tej mieszczą się stadiony, hale sportowe, baseny, kręgielnie, pola golfowe i inne obiekty służące uprawianiu sportu. Dalsze 23% przychodów generują kluby sportowe (zarówno zawodowe, jak i amatorskie). Stosunkowo niewielka okazuje się rola różnego rodzaju klubów fitness/siłowni (8%). Całość uzupełnia pozostała działalność (16%), gdzie znajduje się m.in. organizacja wydarzeń sportowych czy lig, jak też działalność indywidualnych sportowców, trenerów czy sędziów.

Spośród tych obszarów jedynie ostatni – grupujący tzw. pozostałą działalność – generuje dodatni wynik netto. Natomiast **obiekty sportowe, kluby sportowe oraz kluby fitness/siłownie systematycznie mierzą się ze**

**stratami finansowymi**. Biorąc za wyznacznik najświeższe dostępne dane (2018-2019), względnie lepiej wyglądała branża fitness, choć wciąż była to rentowność na poziomie -5%. Niepełne dane za 2020 rok utrudniają ocenę wpływu kryzysu COVID na segmenty, natomiast

**Rys. 13 Wybrane dane finansowe sprzedaży detalicznej art. sportowych w Polsce\***

\* Firmy >9 zatrudnionych z PKD 47.64, składające sprawozdania F-01.

Źródło: Pont Info, Analizy Pekao

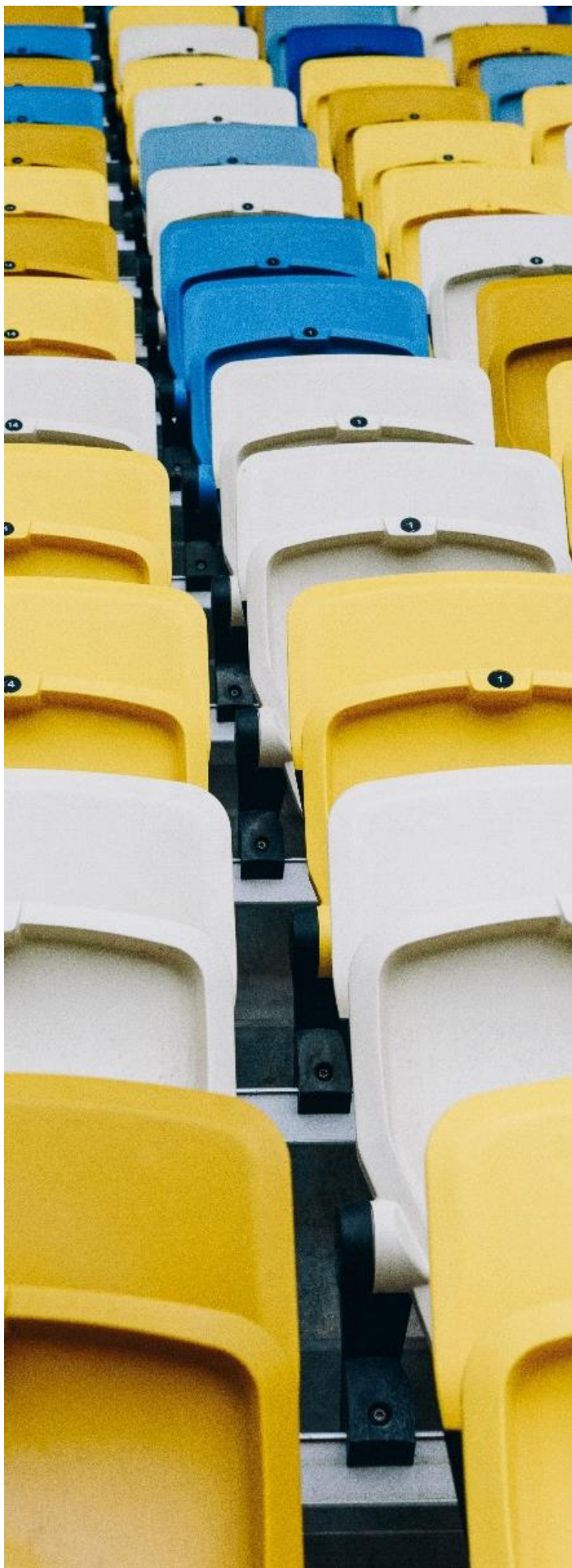
przykład największego obszaru – obiektów sportowych – nie pozostawia wątpliwości co do skali wyzwania (spadek rentowności netto do -40%, vs. -11% w 2019 r.). Należy zakładać, że podobna sytuacja miała miejsce także w zakresie klubów fitness/siłowni oraz klubów sportowych (szacując sumarycznie, ich rentowność spadła z -6% do -25%)<sup>3</sup>.

### **Lepiej natomiast wygląda sytuacja dystrybutorów artykułów sportowych dla konsumentów**

Obroty firm specjalizujących się w handlu detalicznym artykułami sportowymi **rosły do 2019 r. w wysokim średnim tempie 16% rocznie**. Pandemia przełamała ten korzystny długoterminowy trend, ale spadek o 7% r/r należy uznać za umiarkowany biorąc pod uwagę skalę i charakter kryzysu (pomóc mogły w tym środki pomocowe oraz wzmożone zakupy artykułów służących utrzymaniu formy fizycznej w domu).

**Znacznie korzystniej niż w przypadku usług wypadają wskaźniki rentowności.** Średnia marżowość netto w ostatnich latach wynosiła 2,6%, wobec 2,4% średnio dla całego handlu detalicznego w Polsce. Choć widoczne są względnie duże jej wahania pomiędzy poszczególnymi latami, to w większości przypadków pozostawała ona powyżej trendu dla handlu. **Branża ciężiej zniosła natomiast pandemiczny 2020 rok.** Rentowność netto spadła z 3,6% do poniżej 2%, a co więcej, „na plus” udało się wyjść prawdopodobnie głównie dzięki środkom pomocowym (sama rentowność sprzedaży wynosiła -2,2%). Warto jednak zaznaczyć, że odsetek firm deficytowych (16% w 2020 r.) wypada wciąż lepiej niż w przypadku handlu detalicznego ogółem (22%).

3) Przypadek klubów sportowych jest o tyle ciekawy, że szacunkowo ich przychody znacząco się powiększyły (nawet dwukrotnie vs. 2019 rok). Niewykluczone, że jest to efekt natury obostrzeń w czasie pandemii (okresowo byli z nich zwolnieni członkowie klubów sportowych, co zachęciło szereg amatorów chętnych do dalszego uprawiania sportu do zapisywania się do nich i – w części przypadków – opłacenia koniecznych składek członkowskich). Nie zmienia to faktu, że ich działalność jest trwale nierentowna i również w 2020 roku szacunkowo miała miejsce duża (znacząco większa niż w 2019 roku) strata netto.



# 4 Koszykówka w Polsce – jej miejsce na krajowej mapie sportu

**Koszykówka zajmuje ważne miejsce wśród najchętniej uprawianych wyczynowo w Polsce sportów...**

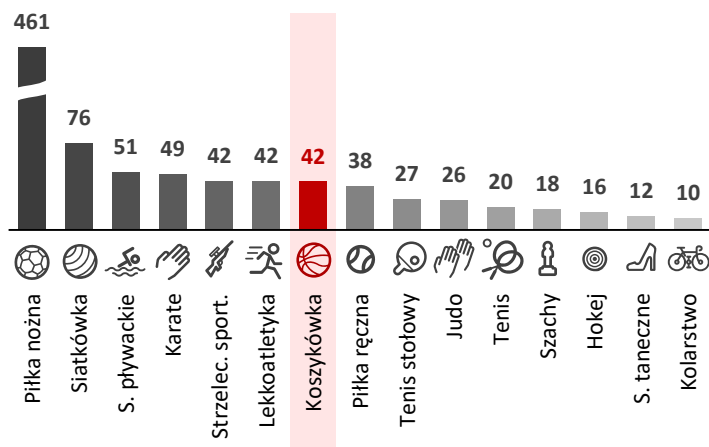
Według danych GUS, w różnego rodzaju klubach i sekcjach sportowych w Polsce w treningach uczestniczy nieco ponad 1,1 mln ćwiczących (najświeższe statystyki na ten temat pochodzą z 2018 r.). Liczba ta obejmuje zarówno trenujących profesjonalnie, jak i amatorów będących członkami klubów/sekcji – generalnie jednak gromadzi osoby „silnie zaangażowane” w dany sport (zawodowo lub poprzez ważną życiową pasję), dla których jest on w większości czymś więcej niż tylko sposobem spędzania wolnego czasu. Wśród najchętniej

uprawianych dyscyplin bezapelacyjnie króluje wprawdzie piłka nożna (461 tys. ćwiczących), ale na kolejnych miejscach w TOP15 znajduje się szereg zróżnicowanych sportów o względnie podobnym już zainteresowaniu. Znajdziemy tu m.in. sporty pływackie (3. miejsce, 51 tys.), różnego rodzaju sporty walki (wśród których najwyżej plasują się karate i judo, odpowiednio 4. i 10. miejsce), lekkoatletykę (6. miejsce, 42 tys.) czy tenis (11. miejsce, 20 tys.). W szczególności, szereg wysokich pozycji pokrywają **najważniejsze sporty drużynowe** (łącznie 58% wszystkich ćwiczących). Pomijając wspomnianą piłkę nożną, najwyżej plasuje się siatkówka (2. miejsce, 76 tys.). **Podium najchętniej**

**Rys. 14** Ćwiczący w sekcjach sportowych\* w Polsce – wybrane dane wg dyscyplin

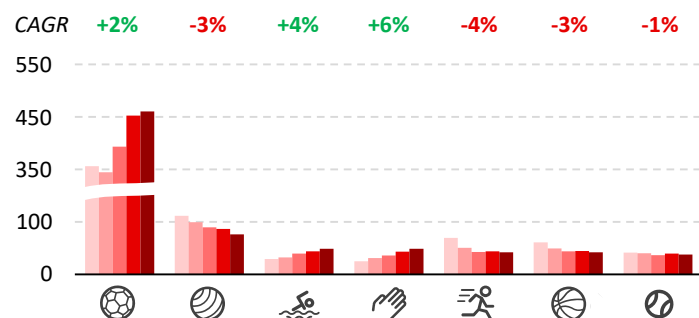
### TOP15 najchętniej uprawianych dyscyplin sportowych

w tys. ćwiczących, 2018 r.

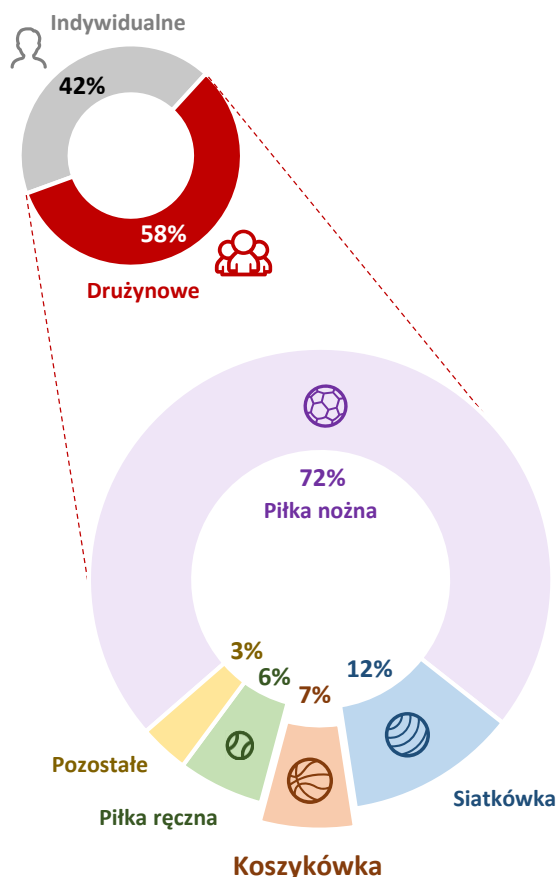


### Szereg czasowy – wybrane dyscypliny

w tys. ćwiczących



### Grupy sportów wg udziału (2018 r.)



\* Osoby, które czynnie uprawiają sport uczestnicząc systematycznie w treningach lub podobnych zajęciach. Osoby trenujące więcej niż jedną dyscyplinę mogą być liczone w statystyce wielokrotnie. Obejmuje przede wszystkim różnego rodzaju kluby, związki i sekcje sportowe (zarówno o zasięgu ogólnokrajowym, jak i lokalnym), jak też niektóre inne organizacje (np. AZSy)  
Źródło: GUS, Analizy Pekao

uprawianych sportów drużynowych w Polsce na trzecim miejscu uzupełnia natomiast koszykówka. 42 tys. ćwiczących stanowi ok. 7% uprawiających sporty drużynowe i 4% ćwiczących ogółem.

Ciekawych wniosków dostarcza analiza szeregu czasowego w zakresie liczby trenujących. W przypadku koszykówki od 2006 roku spada ona w tempie ok. 3% rocznie. Jest to jednak problem, który dotyczy w Polsce niemal wszystkich sportów drużynowych (wyjątkiem jest piłka nożna). Lepsze wyniki osiągają sporty indywidualne, np. pływanie (CAGR +4%) czy sporty walki (w tym dla przykładu karate CAGR +6%).

**...z drugiej strony jednak jej oglądalność odstaje od wielu innych dyscyplin**

Jak już zostało wyraźnie pokazane w pierwszym rozdziale, współczesny profesjonalny sport – w szczególności dyscypliny drużynowe – jest już działalnością niemal w równym stopniu sportową oraz biznesową. **Skuteczna rywalizacja na poziomie krajowym, a tym bardziej międzynarodowym wymaga dużych nakładów** na trening, kadre wraz z zapleczem, sprzęt i wiele innych niezbędnych elementów. **Ilość pieniędzy płynąca do danego sportu jest z kolei silnie skorelowana z jego oglądalnością** – im jest ona wyższa, tym wyższe są wpływy z praw telewizyjnych, reklam czy od sponsorów.

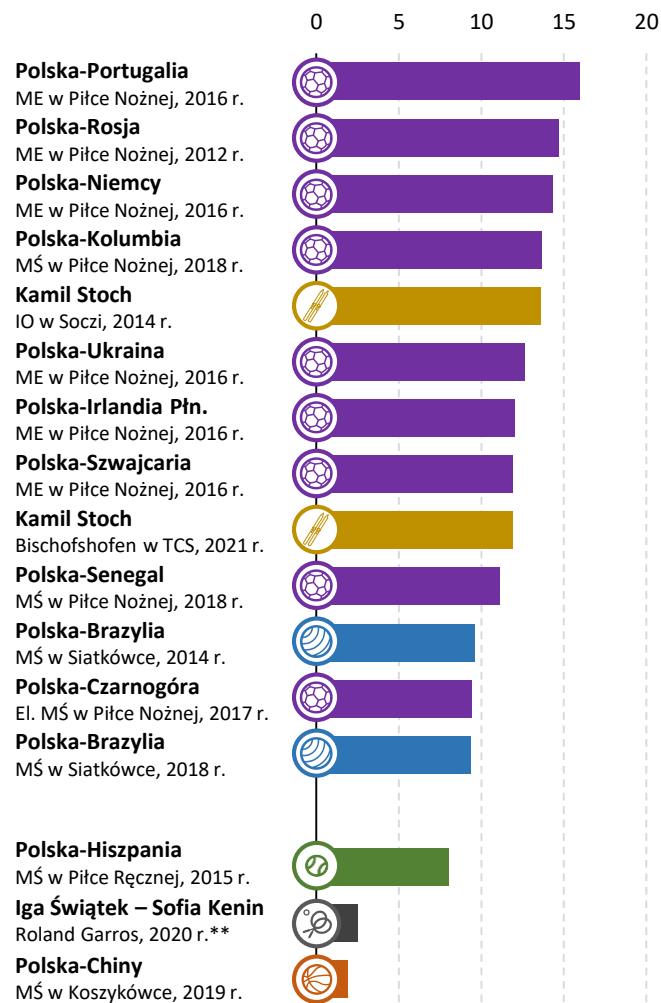
**Wśród rekordów oglądalności transmisji sportowych w Polsce z ostatnich 10 lat dominuje oczywiście piłka nożna** – większość miejsc w rankingu zajmują poszczególne mecze na dwóch najważniejszych imprezach, czyli Mistrzostwach Świata i Europy, do których reprezentacja się regularnie kwalifikowała. Dotychczasowy rekord jest efektem największego w tym czasie sukcesu kadry, czyli meczu ćwierćfinałowego z Portugalią na Mistrzostwach Europy w 2016 roku (przegranego dopiero po rzutach karnych). W szczytowym momencie mecz oglądało ok. 16 mln widzów przed telewizorami.

Jak na tym tle wypadają inne dyscypliny? **Tylko dwie – siatkówka i skoki narciarskie – potrafiły osiągnąć pułapy zbliżające je do meczów piłkarskich** (choć wciąż daleko od wspomnianego rekordu). W przypadku siatkówki wyniki zostały wywindowane przez znakomite

Rys. 15

## Rekordy oglądalności sportu w Polsce w ciągu ostatnich 10 lat\*

w mln w szczytowym momencie



\* Wybrane wydarzenia, zgodnie z dostępnością danych

\*\* Ten sam wynik osiągnął mecz Agnieszki Radwańskiej z Petrą Kvitovą w finale turnieju Masters w 2015 r.

Źródło: Arskom Sport Brokers, Wirtualne Media, TVP, Eurosport, Analizy Pekao

występy kadry narodowej na Mistrzostwach Świata w 2014 i 2018 r., oba zakończone tryumfem – finałowe



— ”

**Koszykówka to trzeci najchętniej uprawiany w Polsce sport drużynowy, po piłce nożnej i siatkówce**

“

**Rys. 16 Koszykówka w Polsce w liczbach**

dane za 2018 r.



Źródło: GUS, Analizy Pekao

pojedynki (oba z Brazylią) oglądało ok. 9,5 mln osób. Popularność skoków narciarskich to z kolei połączenie spuścizny pozostawionej przez Adama Małysza oraz sukcesów jego następców, w szczególności Kamila Stocha – jego indywidualne sukcesy, złoty medal na IO w Soczi w 2014 r. i zwycięstwo w Turnieju Czterech Skoczni w sezonie 2020/21 oglądało odpowiednio 13,6 i 11,9 mln widzów. Spośród innych nowszych sukcesów Polaków, warto odnotować historycznie zwycięstwo Igi Świątek w tenisowym turnieju wielkoszlemowym (Roland Garros 2020), które oglądało 2,5 mln kibiców. Natomiast **oglądalność koszykówki w Polsce stoi obecnie na dosyć słabym poziomie**. Obecny rekord oglądalności ustanowił **mecz z Chinami na Mistrzostwach Świata w 2019 r. który oglądało w szczytowym momencie 1,9 mln widzów<sup>4</sup>**.

**Sytuację w tym zakresie potrafią jednak znacząco zmieniać sukcesy Polski na arenie międzynarodowej...**

Porównanie koszykówki z takimi sportami jak siatkówka, skoki, a tym bardziej piłka nożna nie wypada wciąż korzystnie, ale z przytaczanych statystyk płynie jeden nawet istotniejszy wniosek – **pomijając specyficzny przypadek piłki nożnej, popularność sportu w Polsce jest bardzo silnie uzależniona od sukcesów reprezentantów kraju**. Oczywiście, jak było już wspomniane we wcześniejszych rozdziałach, taki efekt obserwowany jest do pewnego stopnia także w innych krajach, ale jak się wydaje w Polsce przyjmuje on wyjątkowo dużą skalę. „Głód zwycięstw” i cieszenia się z sukcesów na najważniejszych światowych eventach potrafi skokowo powiększyć zainteresowanie wśród Polaków nawet wcześniej mniej oglądanych sportów. Pokazują to w szczególności przypadek siatkówki (regularne utrzymywanie się Polski w światowym „topie” zapewniło ciągły napływ kibiców w ostatniej dekadzie) oraz skoków narciarskich (skądinąd bardzo niszowego sportu, który jednak zdobył w Polsce ogromną i stałą popularność dzięki indywidualnym sukcesom), a w nieco mniejszej skali także sukcesy kobiecego tenisa (Agnieszka Radwańska, Iga Świątek).

**Należy tymczasem podkreślić, że na fali wznoszącej – wprawdzie nie tak silnej jak w przytoczonych przykładach – znajduje się ostatnio również krajowy „basket”. Ostatni turniej mistrzostw świata, na którym polska reprezentacja gościła po raz pierwszy od 50 lat, zakończyliśmy na 8. miejscu, co było jednym z największych sukcesów polskiej koszykówki w historii i wynikiem nieosiągalnym w ostatnich dekadach m.in. dla dużo popularniejszej reprezentacji futbolowej. W roku olimpijskim kolejnych emocji i radości dostarczyła nam zaś reprezentacja kraju w koszykówce 3x3, która najpierw zakwalifikowała się do turnieju finałowego igrzysk w Tokio, by we wrześniu sięgnąć po historyczny brązowy medal mistrzostw Europy.** Sukcesy te potencjalnie mogą stanowić podwaliny pod ponowny wzrost popularności koszykówki w naszym kraju, który nie będzie jednak możliwy bez silniejszego zaangażowania całej społeczności koszykówki w Polsce, jak również sponsorów.

Większych trudności dostarcza **porównanie krajowych rozgrywek ligowych** – z jednej strony z powodu ubogich statystyk, a z drugiej ze względu na dostęp do ich oglądania (duże są bowiem różnice pomiędzy kanałami

4) Szczytowa oglądalność grupowego meczu z Chinami, ze względu na przebieg spotkania (dogrywka), była nawet nieco wyższa niż w przypadku przegranego ćwierćfinału z Hiszpanią (ten drugi mecz miał wyższą oglądalność średnią, ok. 1 mln osób, vs. ok. 900 tys. w przypadku potyczki z Chinami).

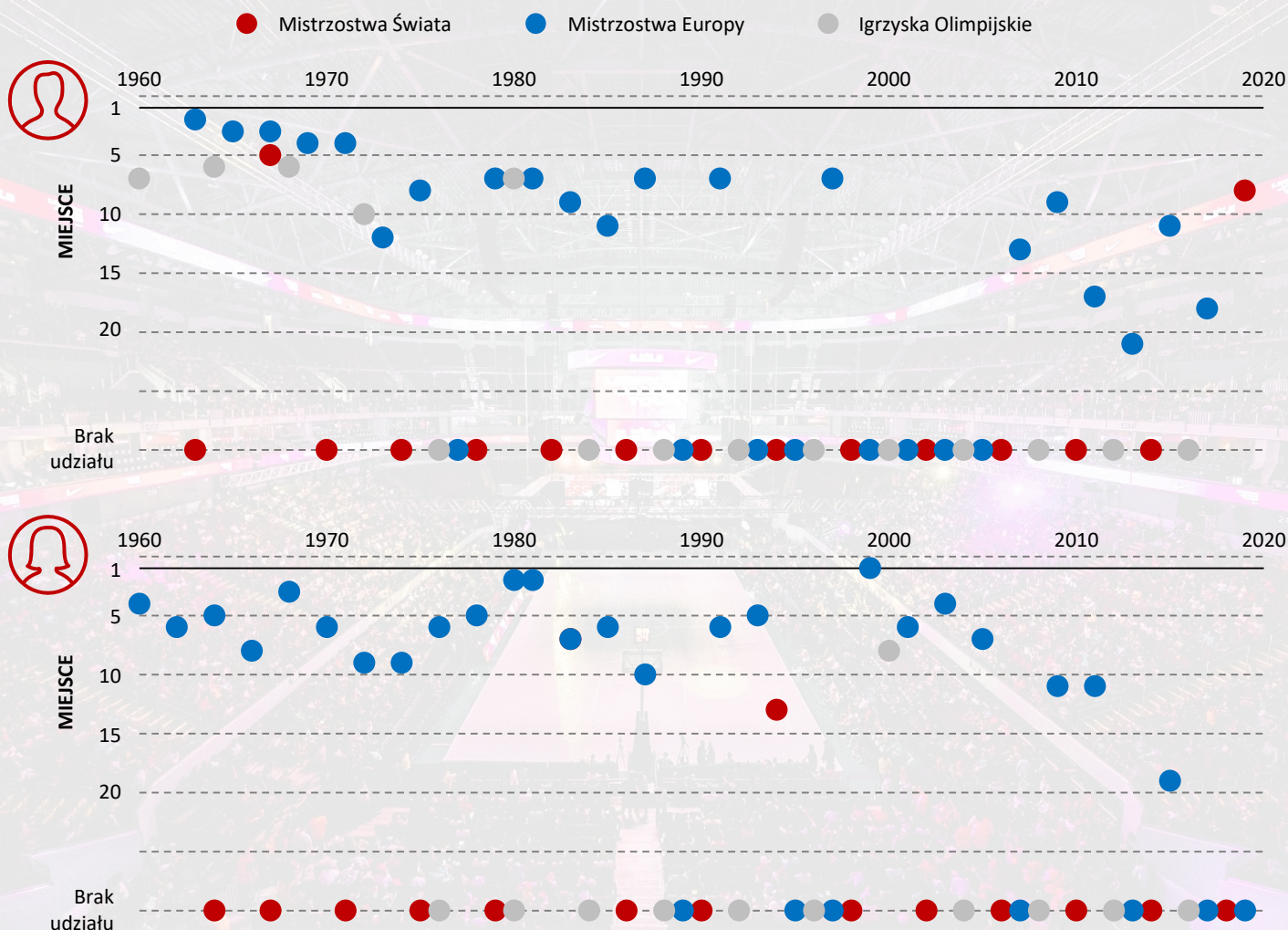


płatnymi i ogólnodostępnymi). **Dobrego przykładu dostarcza jednak porównanie wybranych wyników ligi piłkarskiej i siatkarskiej.** Mecze piłkarskiej ekstraklasy w sezonie 2019/20 w kanałach płatnych oglądało średnio 90 tys. kibiców przed TV (szczytowo nieco ponad 200 tys.), a w kanałach ogólnodostępnych średnio 412 tys. (szczytowo 685 tys.). Z kolei mecze siatkarskie – dostępne tylko w kanałach płatnych – ogląda regularnie ponad 100 tys. osób, a najważniejsze mecze cieszą się popularnością dochodzącą do 300 tys. osób. Ostatnie międzynarodowe sukcesy ZAKSY Kędzierzyn-Koźle w prestiżowej Lidze Mistrzów śledziło z kolei prawie 500 tys. kibiców, a szczytowo 700 tys. (również tylko płatny dostęp). **Statystyki te pokazują, że międzynarodowa siła, wysoki poziom sportowy i sukcesy danego sportu przekładają się również na oglądalność polskiej ligi - na poziomie porównywalnym do najpopularniejszej piłki nożnej.**

**...tym bardziej warto więc postarać się o ich kontynuację również w przypadku koszykówki**

W przypadku koszykówki przedsmak tego, co mogą napędzić sukcesy sportowe dały już wspomniane występy reprezentacji na Mistrzostwach Świata w 2019 roku, które pobiły rekordy oglądalności tej dyscypliny sportu i przyczyniły się krótkiego „boomu” zainteresowania nią w mediach zarówno tradycyjnych, jak i społecznościowych. **Regularna gra i systematyczne sukcesy kadry (a także krajowych klubów) na najważniejszych imprezach mogłyby wygenerować taki wpływ bardziej długoterminowo.** Z tego właśnie powodu **warto zainwestować dodatkowe środki w polską koszykówkę** – historia pokazuje, że Polska ma potencjał w wielu dyscyplinach aby osiągać sukcesy na arenie międzynarodowej, za którymi często idzie wzrost popularności wśród kibiców (a tym samym również

**Rys. 17 Wyniki polskich reprezentacji koszykówki na międzynarodowych imprezach 1960-2020**

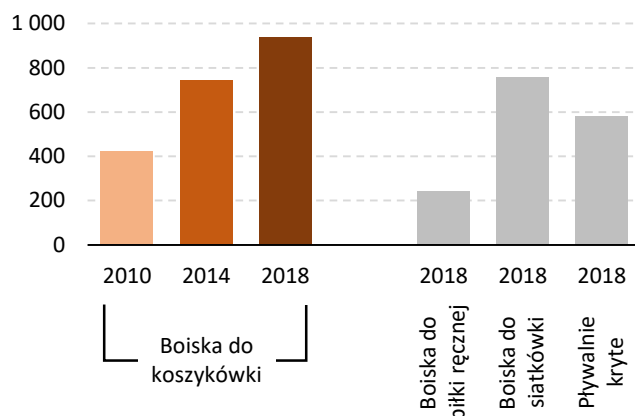


zainteresowanie telewizyj, reklamodawców czy sponsorów).

**Obecny moment jest zatem dobry na zwiększoną promocję koszykówki.** Ostatnie kilkanaście lat było bowiem trudnym okresem dla tej dyscypliny pod względem sportowym, na których tle wspomniany ćwierćfinał MŚ 2019 i brązowy medal ME koszykarskich „trójek” pozytywnie wyróżniają się i pokazują, że obecne pokolenie zawodników ma potencjał do nawiązania do dawnych sukcesów. Warto więc podtrzymać dobrą passę i na jej „fali” próbować odbudować fascynację koszykówką, podobną chociażby do tej, która miała miejsce w Polsce na przełomie lat 80. i 90., kiedy w kraju pojawiały się pierwsze materiały i transmisje z ligi NBA.

**Pomóc w tym powinna znacznie lepsza niż wówczas infrastruktura, która na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat uległa znaczącej poprawie.** Według danych GUS w 2018 r. w Polsce dostępnych było **938 boisk do koszykówki** (wyłączając boiska przyszkolne,

**Rys. 18** Porównanie dostępności infrastruktury wybranych sportów w Polsce\*

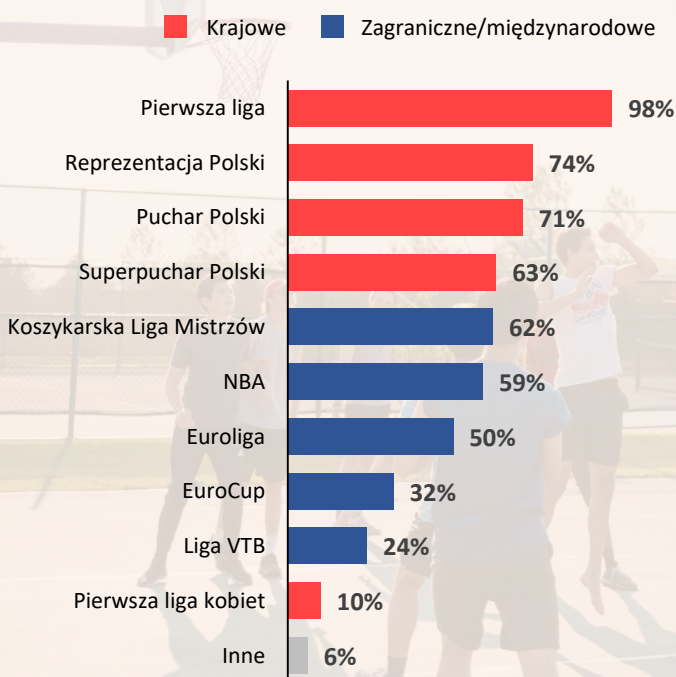


\* Bez obiektów przyszkolnych  
Źródło: GUS, Analizy Pekao

których liczbę można szacować na 6-8 tys.). Tylko w ciągu 8 lat, od 2010 roku, liczba ta wzrosła ponad dwukrotnie. Obecnie możliwości do gry w koszykówkę jest więcej niż w przypadku innych sportów korzystających z tzw. boisk małych.

## Profil polskiego kibica koszykówki\*

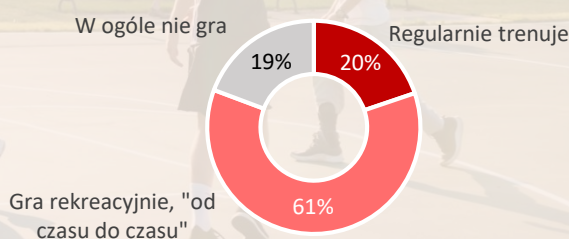
### Jakie rozgrywki interesują go najbardziej?



### Jaki często chodzi na mecze pierwszej ligi?\*\*\*



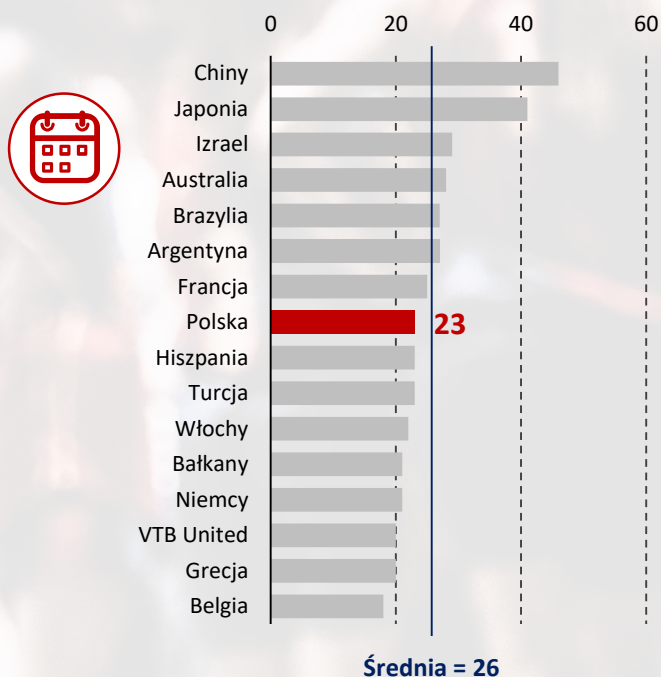
### Jaki często sam gra w koszykówkę?



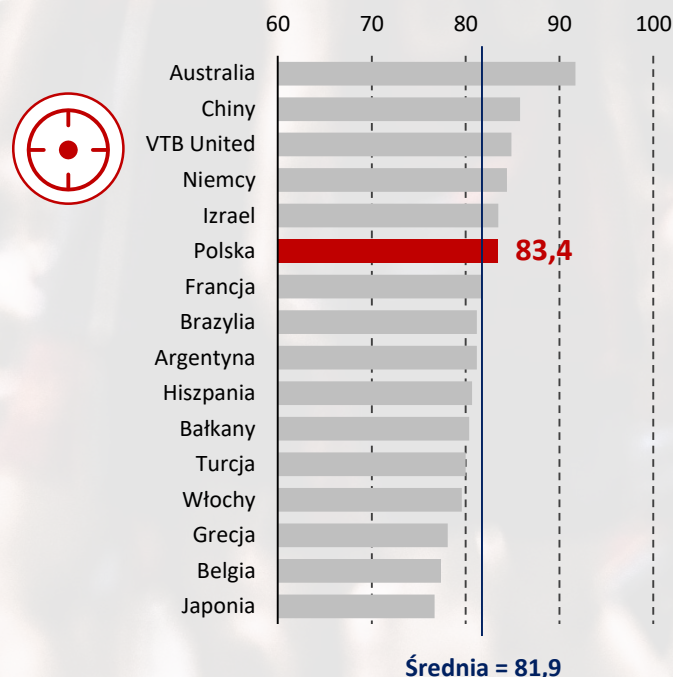
\* Dane pochodzą z badania ankietowego zrealizowanego w 2019 roku i opublikowanego w 2020 roku \*\* Tylko osoby, które w sezonie były na jakimkolwiek meczu koszykówki (niekoniecznie polskiej pierwszej ligi)  
Źródło: Sponsoring Insight na zlecenie PZKosz, Analizy Pekao

# Polska liga koszykówki – ciekawostki i porównania\*

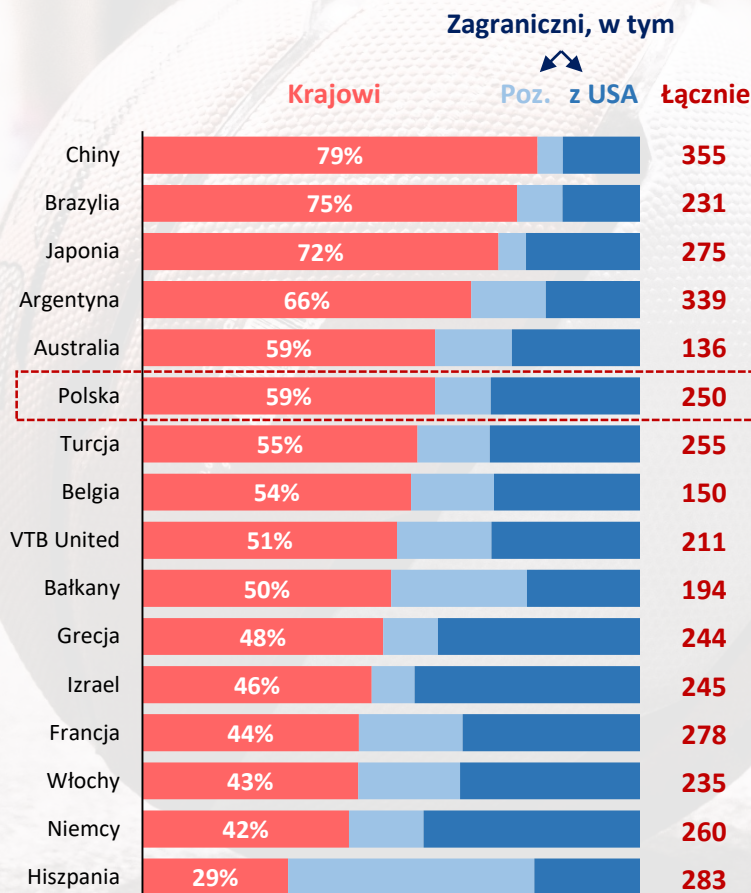
## Liczba rozegranych meczów w sezonie średnio przez jedną drużynę



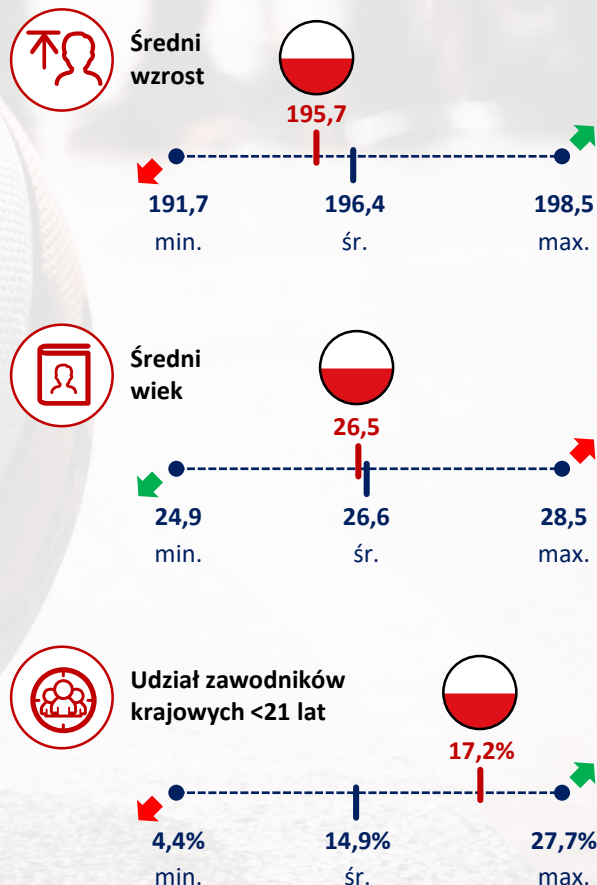
## Średnia ilość punktów zdobywanych przez drużynę we wszystkich meczach sezonu



## Rozkład zawodników według narodowości



## Charakterystyka zawodników



\* Dane dotyczą sezonu 2019-2020. VTB United to międzynarodowa liga grupująca kraje głównie Europy Wschodniej: Rosję, Białoruś, Estonię i Łotwę, a dodatkowo także Kazachstan. Bałkany grupują ligi kilku krajów regionu: Serbia, Czarnogóra, Bośnia i Hercegowina, Chorwacja, Słowenia  
Źródło: FIBA International Basketball Migration Report 2020, Analizy Pekao

Dodatkowego argumentu dostarcza fakt, że **krajowa liga prezentuje coraz wyższy poziom sportowy**, a średnia liczba punktów zdobywana przez drużynę w meczu – w pewnym stopniu **wyznacznik ofensywności, a tym samym atrakcyjności dla kibica – plasuje się wysoko w międzynarodowych rankingach**. Specyficzne przepisy polskiej ligi koszykarskiej sprawiają również, że wyróżniamy się **wysokim udziałem krajowych graczy (59% ogółu zawodników), a wśród nich w szczególności młodych, poniżej 21 lat (17% – to daje nam 5 miejsce wśród 16 lig badanych w swoich raportach przez FIBA)**. Taka sytuacja to dobra baza do wzrostu potencjału kadry narodowej w przyszłości.

Duża rola rodzimych zawodników jest także istotna w tym względzie, iż - jak pokazują badania - **polski kibic koszykówki jest mocno zainteresowany właśnie krajowymi rozgrywkami**. Ankiety wykonane na zlecenie PZKosz wskazują, że niemal każdy respondent (98%) oglądający koszykówkę śledzi sytuację w polskiej pierwszej lidze, a większość (ok. 60-75%) także mecze kadry oraz krajowe puchary. Na dalszych miejscach znaleźć można rozgrywki zagraniczne i międzynarodowe: koszykarską Ligę Mistrzów (62%), NBA (59%) czy Euroligę (50%). Z danych tych nie można wyciągać daleko idących wniosków (m.in. ze względu na charakter próby), ale pokazują one mimo wszystko, że kibice koszykówki w Polsce wykazują duże zainteresowanie krajowymi rozgrywkami. Taka sytuacja nie zawsze ma miejsce w innych dyscyplinach, chociażby w piłce nożnej, gdzie polska Ekstraklasa czy puchary cieszą się mniejszym zainteresowaniem niż najbardziej prestiżowe zagraniczne rozgrywki (Liga Mistrzów, angielska Premier League, hiszpańska La Liga, niemiecka Bundesliga, etc.). **Ten swoisty koszykarski patriotyzm cechujący polski „fanbase” tej dyscypliny jest z pewnością dobrą bazą do dalszego wzrostu popularności tego sportu w przyszłości.**



# 5 Aktywność sportowa Polaków – jaka jest i gdzie się koncentruje?

**Sport powinien być ważnym elementem dnia, ale w Polsce jest uprawiany dość rzadko. Warto go zatem wspierać i promować**

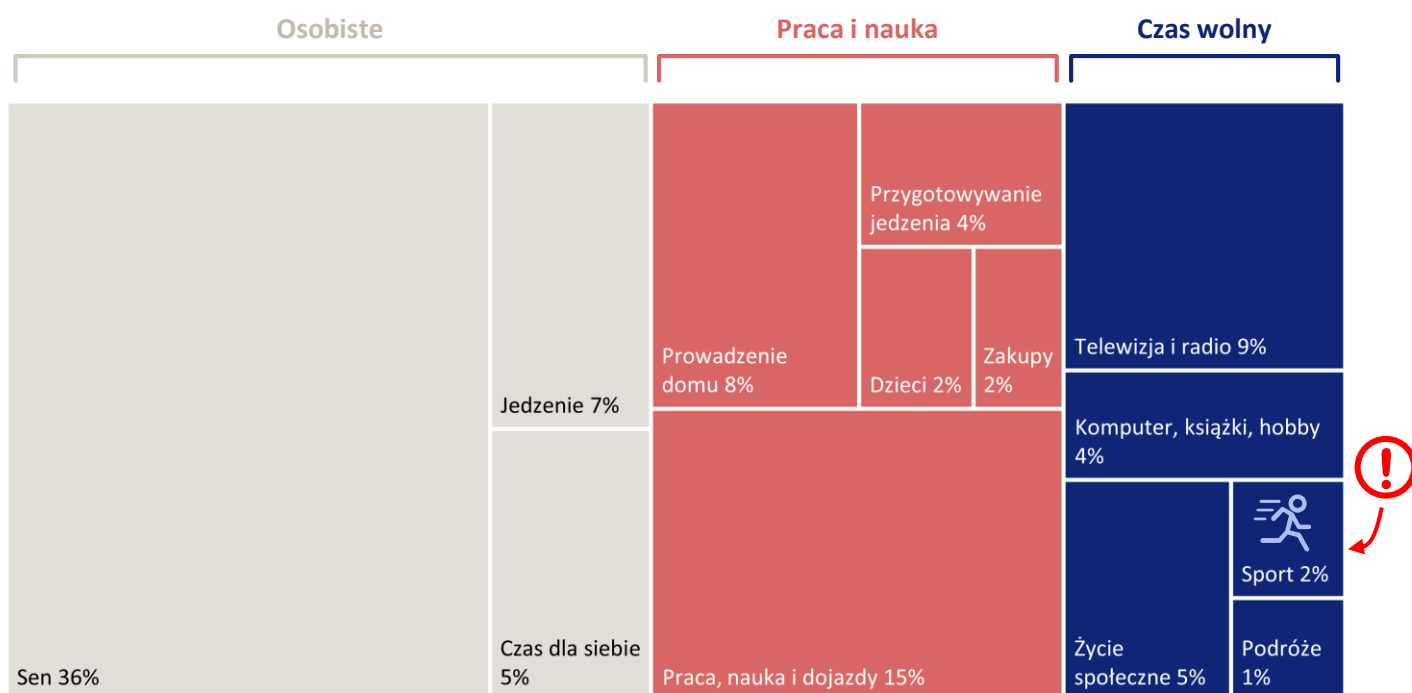
Człowiek ma każdego dnia do dyspozycji 24 godziny, z których musi „wykroić” czas na obowiązki fizjologiczne (sen, jedzenie, odpoczynek), pracę zarobkową lub naukę na jednym ze szczebli edukacji formalnej i nieformalnej, a także na pracę niezarobkową, czyli wszelkiego rodzaju sprawunki domowe, od sprzątania po spędzanie czasu z dziećmi i wyprowadzanie psa na spacer. Pozostały czas spędzany jest na życie społeczne i kulturalne oraz rozrywkę, sport i rekreację.

Stary postulat równego podziału dnia na osiem godzin snu, osiem godzin odpoczynku i osiem godzin rozrywki jest we współczesnym świecie trudny do spełnienia. Nie ma miejsca w niemal żadnym kraju, ale przeciętnemu Polakowi jest do niego dalej niż mieszkańcom większości krajów europejskich. Według danych z badań budżetów czasu, przeciętny obywatel Polski

poświęca nieco mniej czasu na rozrywkę i rekreację niż jego odpowiednicy z innych państw UE: 5 godzin w porównaniu do 5,5-6 godzin wśród europejskich liderów.

W ramach tej kategorii uwagę zwraca oczywiście **partycypacja w zajęciach sportowych. Przeciętny Polak spędza na tym dziennie 10 minut, podczas gdy typowy Europejczyk poświęca na sport i zajęcia na świeżym powietrzu 13 minut.** To może nie wydawać się znaczącą różnicą, ale na przestrzeni roku oznacza to 18 godzin mniej poświęconych zajęciom sportowym. Co więcej, statystyka ta uśrednia terminarzy osób uprawiających sport i pozostałej części społeczeństwa. Gdy już znajdujemy czas na sport, efekty są skromniejsze niż w innych krajach. Przeciętny czas partycypacji w sporcie i aktywności ruchowej w Polsce to 90 minut i jest niemal najniższy w całej UE (100-120 minut). **Niska pozycja Polski jest w zasadzie niezależna od danych wybranych do porównania.** Na przykład ćwiczenia aerobowe wg Eurostatu w 2014 r. wykonywało 17,1% dorosłych Polaków wobec 31% mieszkańców UE. W przypadku

**Rys. 19** Podział czasu przeciętnego Polaka w ciągu dnia wg badania budżetów czasu\*



\* Najświeższe dostępne dane  
Źródło: Eurostat, Analizy Pekao

ćwiczeń siłowych było 5,8% Polaków wobec średniej UE na poziomie 17,8%. Ćwiczenia aerobowe i siłowe jednocześnie regularnie wykonuje co 25. Polak i co 8. mieszkaniec UE.

Dodatkowo, na niską aktywność fizyczną Polaków składają się dwa niezależne od siebie powody. Po pierwsze, **w każdej grupie wieku odsetek Polaków regularnie wykonujących ćwiczenia fizyczne jest mniejszy niż w większości innych państw UE.** Po drugie, **w miarę starzenia się aktywność zanika w polskim społeczeństwie szybciej niż w innych krajach.** O ile bowiem w Polsce po przekroczeniu 45. roku życia odsetek osób ćwiczących spada znacząco (w przypadku najbardziej wymagających typów zajęć aż do zera), o tyle gdzie indziej nie obserwujemy podobnego zjawiska. W istocie rzeczy, odsetek ćwiczących w wieku 65-74 w typowym kraju UE nie jest znacząco niższy niż w grupie 35-44!

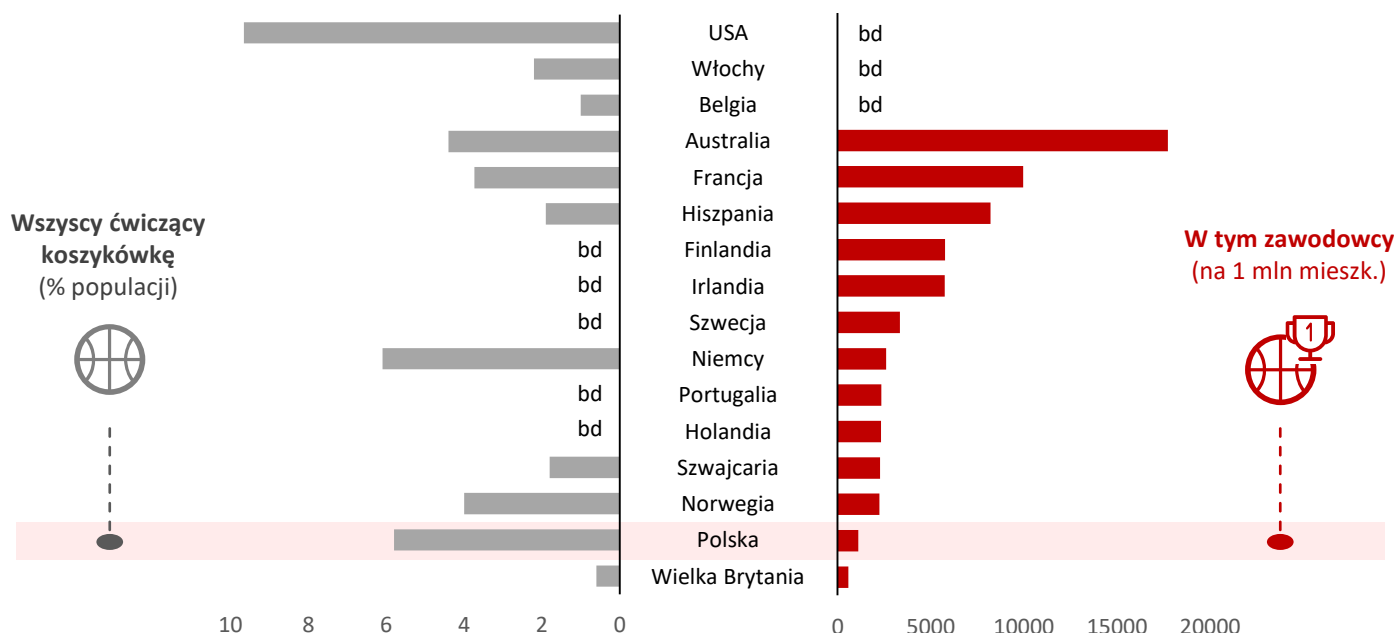
Brak aktywności wiąże się z gorszym stanem zdrowia w dwojaki sposób – z jednej strony, występowanie chorób przewlekłych zmniejsza możliwości prowadzenia aktywnego trybu życia. Z drugiej strony, brak aktywności fizycznej i sportowej pozbawia korzyści wynikających z takiego trybu życia. Nie rozstrzygamy tutaj, co było pierwsze, jajko czy kura. Wiemy jednak, że **niska aktywność fizyczna łączy się w Polsce z relatywnie gorszym stanem zdrowia i zadowoleniem z niego.**

Przykładowo, wg danych OECD Polacy są jednym z najmniej zadowolonych ze swojego stanu zdrowia społeczeństw w tej grupie krajów. Subiektywny stan zdrowia pogarsza się z wiekiem i towarzyszy mu większa częstotliwość przewlekłych i chronicznych chorób (do 45. roku życia są one rozpowszechnione w Polsce tak, jak typowym kraju europejskim). Wreszcie, pomimo ogromnego skoku wykonanego w ostatnim 30-leciu, przeciętne dalsze trwanie życia jest w Polsce niższe niż wśród liderów w krajach rozwiniętych.

Pogorszenie stanu zdrowia i rezygnacja z aktywności fizycznej następują w Polsce przed zakończeniem wieku produkcyjnego i przed przejściem na emeryturę. Komplikuje to proces wydłużania aktywności zawodowej i społecznej - w sytuacji szybkiego starzenia się populacji jest on wszakże pożądany. Tym niemniej, warto pamiętać, że dzisiejsi 50-latkowie są inni niż ich równolatkowie – zdrowsi, bardziej aktywni, również zawodowo.

Jedną z odpowiedzi na stan zdrowia i dość niską aktywność fizyczną Polaków powinno być większe zainteresowanie sportem. **Koszykówka, jako dyscyplina angażująca całe ciało, ma tu szczególną rolę do odegrania. Upowszechnienie aktywności fizycznej i odpowiednich wzorców w tym zakresie w młodszych grupach wieku stwarza dobry fundament dla długiego i aktywnego życia.**

**Rys. 20** Ćwiczący koszykówkę w wybranych państwach



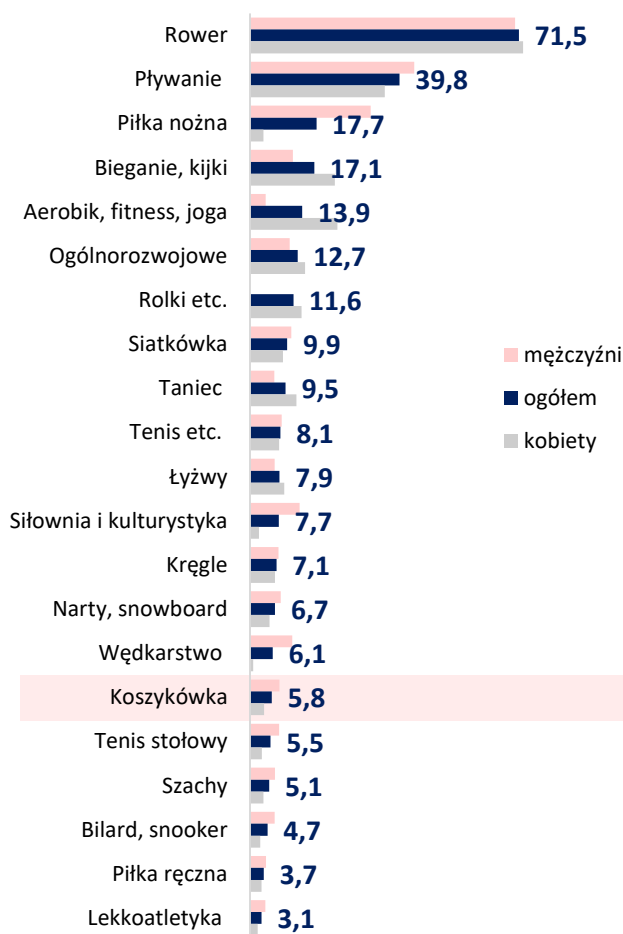
**Popularność koszykówki jako formy spędzania wolnego czasu jest dość wysoka**

Na tle międzynarodowym popularność koszykówki w Polsce plasuje się na przeciętnym poziomie, choć można mieć wątpliwości co do pełnej porównywalności danych z różnych krajów. Z ich dostępnością również bywa różnie. Z pewnością jednak **wynik Polski – 5,8% grających rekreacyjnie w koszykówkę w relacji do całej populacji – nie jest niski i plasuje się nawet w górnej części zestawień europejskich** (choć z całą pewnością jest niższy niż w USA). Nieco klarowniejszy obraz (przynajmniej pod względem porównywalności) dają dane dotyczące liczby osób uprawiających ten sport wyczynowo, choć w praktyce dotyczą one zarówno popularności sportu, jak i jego organizacji w kraju. W Polsce ćwiczących koszykówkę zawodowców jest ok. 1,1 / 1000 mieszkańców, co jest jednym z najniższych wyników w Europie (przeciętnie 2,6), a jedynym dużym krajem na Kontynencie z niższym wynikiem jest Wielka Brytania (0,6).

**Kto w Polsce gra w kosza...**

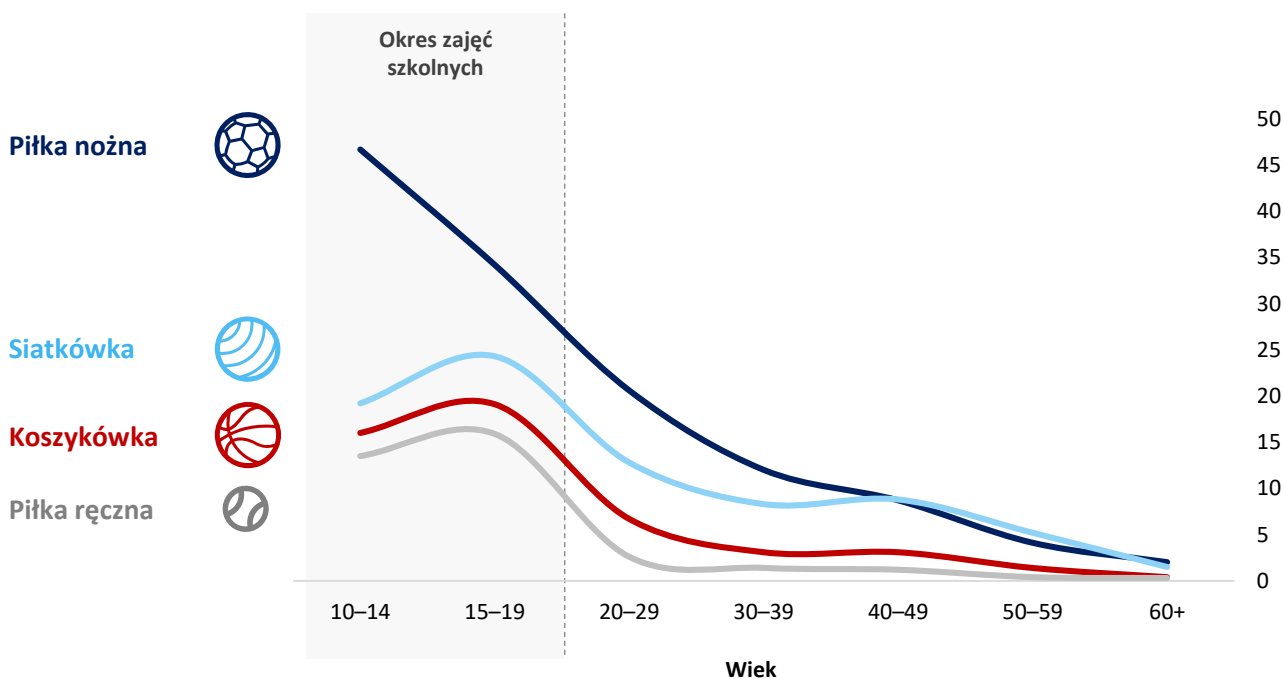
**Sporty zespołowe w Polsce mają dwa życia.** Pierwsze opiera się na obowiązkowych zajęciach w szkołach, drugie – na dobrowolnym uczestnictwie osób dorosłych.

**Rys. 21** Odsetek ćwiczących różne rodzaje sportu i aktywności ruchowej



Źródło: GUS, Analizy Pekao

**Rys. 22** Odsetek ćwiczących najważniejsze gry zespołowe według wieku



Źródło: GUS, Analizy Pekao

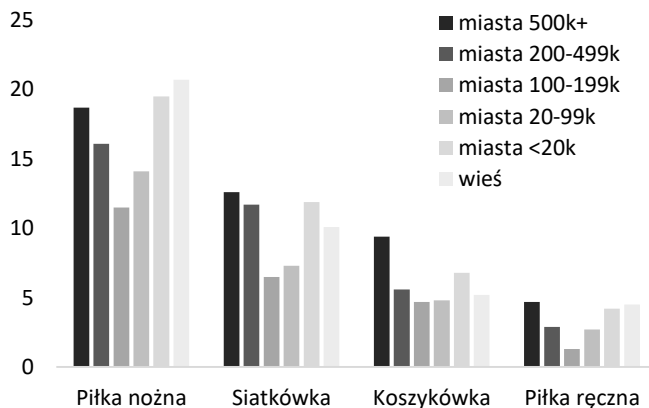
Jak nietrudno się domyśleć, pierwszy etap jest tym popularniejszym. W koszykówkę gra ok. 20% osób w wieku 15-19 i 15% osób w wieku 10-15. Co więcej, koszykówka, siatkówka i piłka ręczna mają wspólną cechę w postaci wzrostu popularności po przekroczeniu 14. roku życia, w przeciwieństwie do piłki nożnej. Sugeruje to, że o ile **dominującym wzorcem kulturowym w zakresie sportu zespołowego jest piłka nożna, o tyle w szkołach średnich udaje się wpoić uczniom zasady gry i (do pewnego stopnia) zainteresowanie innymi sportami zespołowymi, w tym koszykówką.** W miarę upływu czasu i starzenia się, chęć w te gry spada. W koszykówkę gra co piąty polski nastolatek, ale już tylko co piętnasty dwudziestolatek i 3% trzydziesto- i czterdziestolatków. W grupie pięćdziesięciolatków w koszykówkę gra tylko co setny



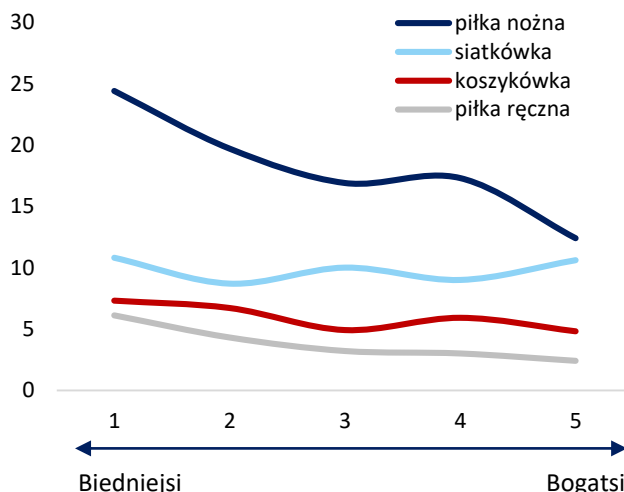
Rys. 23

**Odsetek ćwiczących grę w koszykówkę wg cech socjoekonomicznych**

**Miejsce zamieszkania**



**Kwintyle rozkładu dochodów**



Źródło: GUS, Analizy Pekao

z nich i tak kończy się kariera tego sportu wśród osób dorosłych. Jakkolwiek niska popularność koszykówki wśród osób starszych jest faktem, dysponujemy tylko aktualnym przekrojem polskiego społeczeństwa. Być może dzisiejsi 15-latkowie chętniej grają w koszykówkę niż ich odpowiednicy lata temu i będą chętniej grać, gdy staną się 30-latkami, niż dzisiejsi 30-latkowie.

**Koszykówka w Polsce jest dość egalitarnym sportem,** choć jest to egalitarność osiągnana przy relatywnie niskiej popularności ogółem. Tym niemniej, nie występują praktycznie żadne istotne różnice w popularności koszykówki między grupami dochodowymi (7,3% dla 20% osób z najniższymi dochodami i 4,8% dla 20% osób

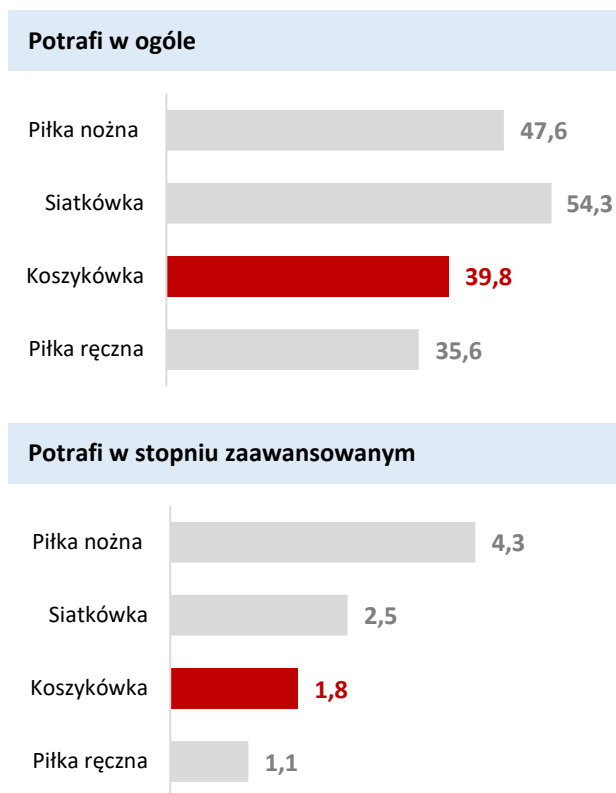


o najwyższych dochodach). Zamiłowanie do koszykówki łączy również Polaków mieszkających na terenach wiejskich (5,2%), w małych (4,8%) i średniej wielkości miastach (5,6%). W największych polskich miastach grających w koszykówkę jest 9,4%.

Rekreacyjna lub zawodowa gra w koszykówkę jest tylko jedną z form konsumpcji. Niemal każdy sport funkcjonuje jako aktywna lub pasywna forma rozrywki. Nie posiadamy dostatecznie dobrych danych na temat pasywnej konsumpcji, ale możemy wykorzystać częściowe informacje płynące z badań społecznych. Proste porównanie aktywnego uczestnictwa w sporcie z popularnością różnych dyscyplin sportu w czasie igrzysk olimpijskich<sup>5</sup> wskazuje na to, że **koszykówka (podobnie, jak większość sportów zespołowych) jest znacznie chętniej oglądana niż faktycznie ćwiczona.**

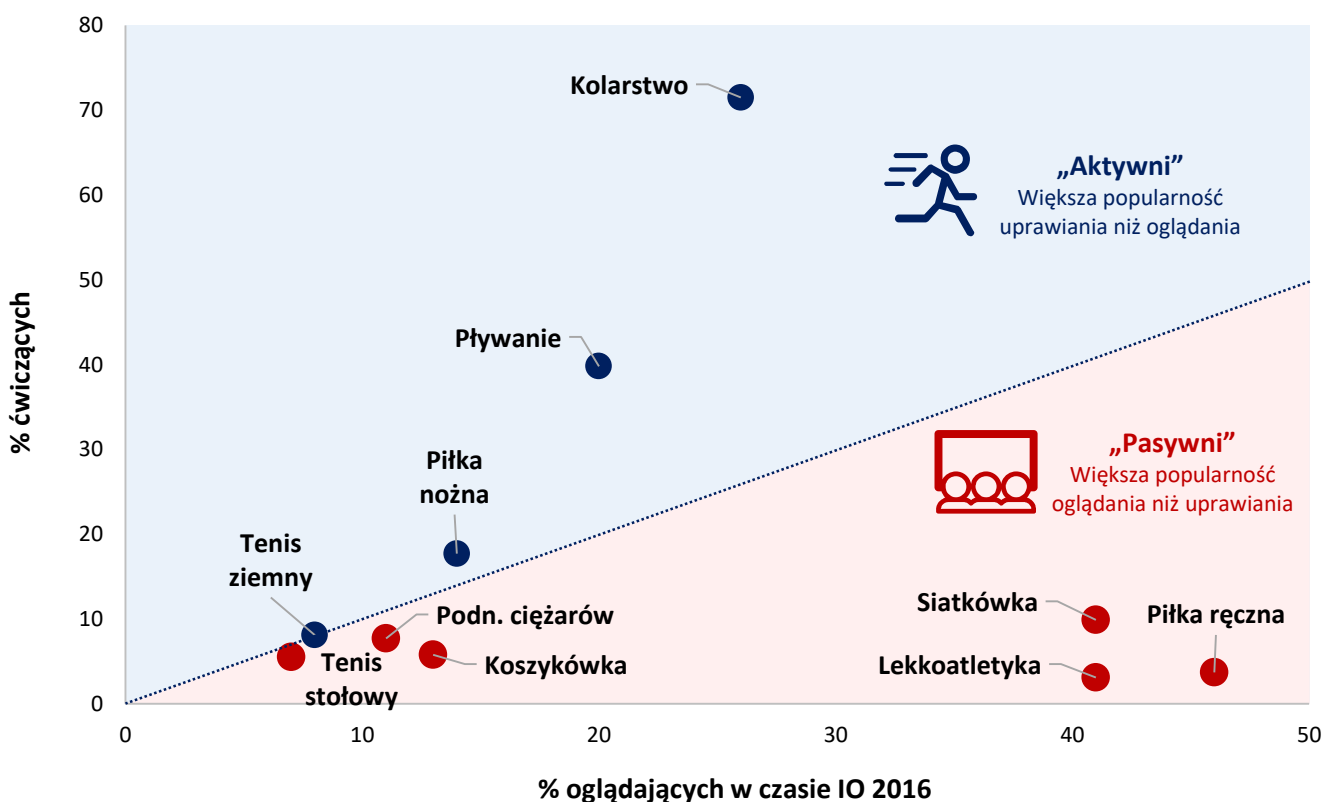
**Dlaczego zatem rezygnujemy z ćwiczeń?** Częściowo wynika to z umiejętności – o ile 40% ankietowanych Polaków potrafi grać w koszykówkę, o tyle zaawansowanymi umiejętnościami dysponuje jedynie ok. 2%. Nie są to jednak wartości odbiegające od innych

**Rys. 24 Ocena umiejętności gry**



Źródło: GUS, Analizy Pekao

**Rys. 25 Porównanie aktywnego i pasywnego uczestnictwa w sporcie i rekreacji ruchowej**



Źródło: GUS, CBOS, Analizy Pekao

5) Na zainteresowanie transmisjami wpływają też inne czynniki, takie jak udział reprezentantów i reprezentacji Polski oraz ogólna popularność dyscypliny w kraju

gier zespołowych (za wyjątkiem piłki nożnej). Muszą zatem istnieć inne przyczyny.

### ...a kto w Polsce nie gra w kosza i dlaczego?

Jakkolwiek przesłanki podejmowania aktywności fizycznej są interesujące, nawet **ważniejsze jest to, dlaczego ludzie z niej rezygnują**. W skali całego społeczeństwa bowiem odsetek osób uczestniczących w rekreacji ruchowej lub zajęciach sportowych stanowi jego mniejszość (45%). Znaczącą mniejszość (20%), jeśli rozważymy tylko osoby regularnie aktywne.

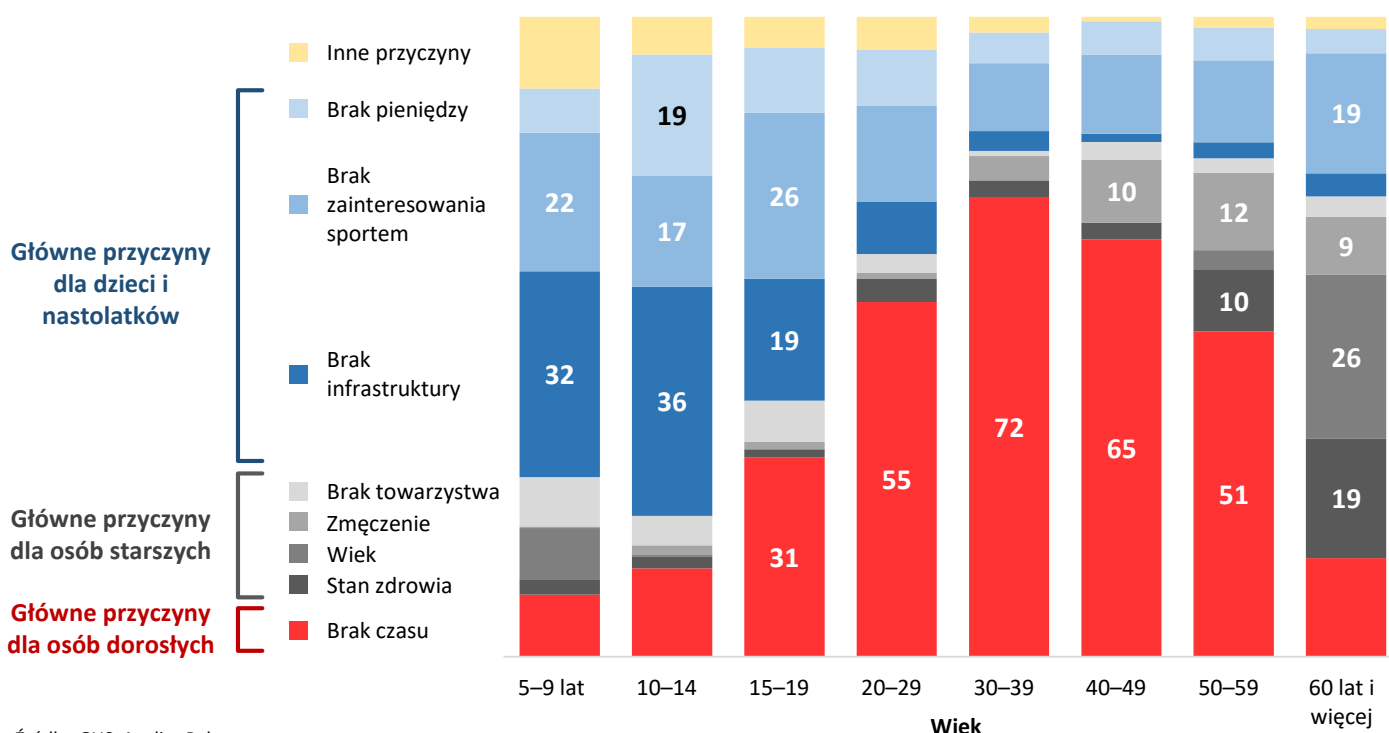
Dlaczego tak się dzieje? Przyczyny mocno zależą od wieku. Wśród dzieci oraz młodzieży przewodzą **brak odpowiedniej infrastruktury**, ewentualnie opiekuna prowadzącego zajęcia (19-36% wskazań) **oraz brak zainteresowania sportem** (17-26%). W miarę zbliżania się do progu dorosłości i po jego przekroczeniu dominację zdobywa najbardziej prozaiczna z przyczyn – **brak czasu** (ok. 50-70% w przypadku osób w wieku produkcyjnym). Największe kłopoty w tym względzie zgłaszają trzydziestolatkowie (co prawdopodobnie należy wiązać z czasem pochłanianym przez konieczność opieki nad małymi jeszcze wówczas dziećmi), ale skala zjawiska jest duża także na wcześniejszych etapach (31% dla 15-19 lat, 55% dla 20-29 lat). Okolice 40. roku życia

stanowią ważną cezurę – tu brak czasu zaczyna ustępować miejsca czynnikom związanym z wiekiem: zdrowiu, zmęczeniu, wiekowi jako takiemu i (do pewnego stopnia) brakowi zainteresowania sportem. Co ciekawe – i ważne – co do ogółu kwestie finansowe (brak pieniędzy) nie są postrzegane jako duża bariera uprawiania sportu (max. 19% dla dzieci 10-14 lat).

### Nie istnieje zatem jeden powód absencji i jedna strategia mogąca zwiększyć aktywność fizyczną:

- w przypadku najmłodszych (dzieci i nastolatków) kluczowa jest **rola szkół, a także inwestycje w infrastrukturę** (w tym dojazdową), jak też **aktywni rodzice (i nauczyciele)**, którzy wzbudzą zainteresowanie tym czy innym sportem;
- dla młodych dorosłych (osoby 20-40 lat) barierą jest przede wszystkim czas pracy (w Polsce relatywnie długi) oraz podział obowiązków domowych i czas ich wykonywania. Nie ma tutaj prostej drogi zaradczej poza generalnymi **zmianami postaw społecznych i priorytetów życiowych**;
- w późniejszym okresie życia rośnie **rola dobrej opieki zdrowotnej** (jej wpływ na stan zdrowia – zarówno faktyczny, jak i odczuwalny) oraz, ponownie, **kształtowania postaw społecznych**.

**Rys. 26** Deklarowane przyczyny niepodjęcia aktywności fizycznej w Polsce wg grup wieku





Bank Pekao

BIERZ ŻYCIE ZA ROGI



PZKosz

Bank Pekao S.A.  
Sponsor polskiej  
koszykówki



WSPIERAMY  
TYCH, KTÓRZY  
PODEJMUJĄ  
WYZWANIA

## Nota prawna

Niniejsza publikacja (dalej „Publikacja”) przygotowana przez Departament Analiz Makroekonomicznych Banku Polska Kasa Opieki Spółka Akcyjna (dalej „Pekao S.A.”) stanowi publikację handlową i ma charakter wyłącznie informacyjny. Żadna z jej części nie stanowi podstawy do zawarcia jakiegokolwiek umowy lub powstania zobowiązania, w szczególności nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego. Publikacja nie stanowi rekomendacji udzielanej w ramach usługi doradztwa inwestycyjnego, analizy inwestycyjnej, analizy finansowej oraz innej rekomendacji o charakterze ogólnym dotyczącej transakcji w zakresie instrumentów finansowych, rekomendacji inwestycyjnej w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r, w sprawie nadużyć na rynku ani porady inwestycyjnej o charakterze ogólnym dotyczącej inwestowania w instrumenty finansowe, a informacje w niej zawarte nie mogą być traktowane, jako propozycja nabycia jakichkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego, podatkowego lub jako forma świadczenia pomocy prawnej. Publikacja nie została przygotowana zgodnie z wymogami prawnymi zapewniającymi niezależność badań inwestycyjnych i nie podlega żadnym zakazom w zakresie rozpowszechniania badań inwestycyjnych i nie stanowi badania inwestycyjnego.

Przedstawiona w publikacji analiza oparta jest na informacjach publicznie dostępnych – do jej sporządzenia nie wykorzystano żadnych informacji poufnych. Pekao S.A. dołożył należytej staranności w celu zapewnienia, iż zawarte informacje nie są błędne lub nieprawdziwe w dniu ich publikacji, jednak Pekao S.A. ani jego pracownicy nie ponoszą odpowiedzialności za ich prawdziwość i kompletność jak również za jakiegokolwiek szkody powstałe w wyniku wykorzystania niniejszej publikacji lub zawartych w niej informacji. Pekao S.A. nie udziela w odniesieniu do niniejszej publikacji żadnych gwarancji, wyraźnych ani dorozumianych, dotyczących wartości handlowej, przydatności do określonego celu lub nienaruszania własności intelektualnej lub innego nienaruszania praw.

Niektóre treści objęte niniejszą publikacją mogą zawierać odesłania do stron internetowych i materiałów opracowanych przez podmioty trzecie. Pekao S.A. nie dokonuje weryfikacji takich stron internetowych i materiałów, w szczególności pod kątem ich prawdziwości i rzetelności zawartych w nich informacji, a wszelkie korzystanie z takich stron internetowych i materiałów następuje na wyłączne ryzyko i odpowiedzialność użytkownika. Odsyłanie przez Pekao S.A. w publikowanych treściach do zewnętrznych stron internetowych i materiałów nie oznacza również, że Pekao potwierdza lub podziela zawarte w nich poglądy i informacje.

Niniejsza publikacja może zawierać wypowiedzi prognozujące. Wypowiedzi te, oparte na bieżących planach, założeniach, ocenach, prognozach, oczekiwaniach oraz historycznych danych, jako odnoszące się do zdarzeń przyszłych są ze swej natury niepewne i obarczone ryzykiem błędu. Z tego względu nie stanowią one gwarancji przyszłych zdarzeń, sytuacji gospodarczej w ujęciu makroekonomicznym ani w odniesieniu do jakiegokolwiek konkretnego podmiotu lub grupy podmiotów, cen instrumentów finansowych lub jakichkolwiek przyszłych wyników i wskaźników finansowych. Wszelkie prognozy dotyczące poziomu kursów walutowych nie odnoszą się do instrumentów finansowych opartych o te kursy walutowe.

Informacje zawarte w tej publikacji są aktualne na datę utworzenia dokumentu i mogą ulec zmianie w przyszłości. Pekao S.A. nie zobowiązuje się do ich aktualizowania po dniu utworzenia dokumentu.

Pekao S.A. i jego spółki zależne oraz którykolwiek z jego lub ich pracowników mogą być zainteresowani którąkolwiek z transakcji, papierów wartościowych i towarów wymienionych w tej publikacji, jak również Pekao S.A. lub jego spółki zależne mogą świadczyć usługi dla lub zabiegać o transakcje z którąkolwiek spółką wymienioną w tej publikacji.

Pekao S.A. oświadcza, że jest animatorem rynku lub dostawcą płynności w odniesieniu do Skarbowych Papierów Wartościowych wyemitowanych przez Ministerstwo Finansów oraz dokonuje transakcji na Skarbowych Papierach Wartościowych na własny rachunek. Pekao S.A. na mocy zawartych umów pełni funkcję Dealera Rynku Pieniężnego oraz Dealera Skarbowych Papierów Wartościowych.

Departament Analiz Makroekonomicznych jest wydzieloną jednostką organizacyjną, niezależną od jednostki zawierającej w imieniu Banku transakcje na instrumentach finansowych. Jednocześnie wprowadzone wewnętrzne rozwiązania administracyjne oraz bariery informacyjne mają na celu zapobieganie konfliktom interesów. Wynagrodzenie pracowników sporządzających Publikacje nie jest i nie będzie bezpośrednio lub pośrednio powiązane z wynikami finansowymi uzyskiwanymi przez Pekao S.A. w ramach transakcji na instrumentach finansowych. Pracownicy sporządzający Publikacje nie są zaangażowani kapitałowo w instrumenty finansowe będące przedmiotem Publikacji oraz nie pełnią żadnej funkcji w organach emitenta oraz nie otrzymują od niego wynagrodzenia. Zgodnie z najlepszą wiedzą pracowników sporządzających Publikacje, nie występują powiązania, które mogłyby rodzić konflikt interesów.

Analiza i ewentualna ocena instrumentów finansowych zawarta w Publikacji dokonywana jest przy zastosowaniu kombinacji metod, w tym fundamentalnej, rynkowej, porównawczej i technicznej. Analiza fundamentalna bazuje na założeniu, iż otoczenie ekonomiczne i finansowe ma istotny wpływ na wycenę instrumentów finansowych i oczekiwania co do kierunków zmian w przyszłości. Zaletą tej metody jest oparcie analizy o czynniki obiektywne, w tym wskaźniki makroekonomiczne. Główną słabością może być wpływ krótkoterminowych tendencji rynkowych wywołanych czynnikami pozafundamentalnymi. Metoda rynkowa uwzględnia m.in. takie elementy jak postrzeganie sytuacji rynkowej przez inwestorów oraz bieżące zmiany w relacji popytu i podaży. Jej wadą jest duża subiektywność oraz brak dostępu do aktualnych danych. Metoda porównawcza opiera się na analizie zależności między klasami aktywów czy poszczególnymi instrumentami w celu identyfikacji krótkoterminowych odchyleń od historycznych zależności, co wspiera ocenę płynącą z zastosowania metody fundamentalnej. Wadą tego podejścia może być zbyt daleko idące uproszczenie w postaci bazowania na trendach z przeszłości. Metoda techniczna pozwala oszacować trendy w krótkim terminie, opierając się na analizie zachowania parametrów rynkowych związanych z instrumentami finansowymi w przeszłości. Słabą stroną podejścia jest bazowanie na historii, która nie musi się powtórzyć oraz brak odporności na bieżące zmiany w otoczeniu ekonomicznym.

Niniejsza publikacja nie jest przeznaczona do użytku prywatnych inwestorów. Decyzja inwestycyjna w odniesieniu do papieru wartościowego, produktu finansowego lub inwestycji powinna być podjęta na podstawie opublikowanego prospektu emisyjnego lub kompletnej dokumentacji dla papieru wartościowego, produktu finansowego lub inwestycji. Ostateczna decyzja zawarcia transakcji należy wyłącznie do inwestora. Pekao S.A. nie występuje w roli pośrednika ani przedstawiciela inwestora. Przed zawarciem każdej transakcji inwestor powinien, nie opierając się na informacjach przekazanych przez Pekao S.A., określić jej ryzyko, potencjalne korzyści oraz straty z nią związane, jak również w szczególności charakterystykę, konsekwencje prawne, podatkowe i księgowo-transakcyjne oraz konsekwencje zmieniających się czynników rynkowych, a także w sposób niezależny ocenić czy jest w stanie sam lub po konsultacjach ze swoimi doradcami podjąć takie ryzyko.

Nadzór nad działalnością Pekao S.A. sprawuje Komisja Nadzoru Finansowego.

Powielanie bądź publikowanie niniejszego dokumentu lub jego części bez pisemnej zgody Pekao S.A. jest zabronione.

## Departament Analiz Makroekonomicznych

**Dr Ernest Pytlarczyk, CFA, Główny Ekonomista Banku**

✉ [ernest.pytlarczyk@pekao.com.pl](mailto:ernest.pytlarczyk@pekao.com.pl)

### Zespół Analiz Sektorowych

**Krzysztof Mrówczyński, Kierownik Zespołu**

✉ [krzysztof.mrowczynski@pekao.com.pl](mailto:krzysztof.mrowczynski@pekao.com.pl)

**Paweł Kowalski**

✉ [pawel.kowalski1@pekao.com.pl](mailto:pawel.kowalski1@pekao.com.pl)

**dr Tomasz Tyc**

✉ [tomasz.tyc@pekao.com.pl](mailto:tomasz.tyc@pekao.com.pl)

**Kamil Zduniuk**

✉ [kamil.zduniuk@pekao.com.pl](mailto:kamil.zduniuk@pekao.com.pl)

### Zespół Analiz i Prognoz Rynkowych

**Adam Antoniak**

✉ [adam.antoniak@pekao.com.pl](mailto:adam.antoniak@pekao.com.pl)

**Piotr Bartkiewicz, CFA**

✉ [piotr.bartkiewicz@pekao.com.pl](mailto:piotr.bartkiewicz@pekao.com.pl)

**Aleksandra Beśka**

✉ [aleksandra.beska@pekao.com.pl](mailto:aleksandra.beska@pekao.com.pl)

**Kamil Łuczkowski**

✉ [kamil.luczkowski@pekao.com.pl](mailto:kamil.luczkowski@pekao.com.pl)