

OFERTA PARTNERSKA 2027

Zostań partnerem rodzinno-sportowego święta Warszawy

Piknik Rodzinno-Sportowy
Narodowego Dnia Sportu
i Warszawskich Dni Rodzinnych

Błonia PGE Narodowego | 2027

Stwórzmy doświadczenie marki, które zaangażuje tysiące uczestników.

Jeden dzień. Setki aktywności. Tysiące uczestników.

Piknik Rodzinno-Sportowy to całodniowe, bezpłatne wydarzenie organizowane na błoniach PGE Narodowego jako wspólny finał Narodowego Dnia Sportu i Warszawskich Dni Rodzinnych.

W jednym miejscu spotykają się sport, zdrowie, edukacja, nowe technologie i rodzinna rozrywka. Uczestnicy nie tylko oglądają pokazy. Sami próbują nowych dyscyplin, ćwiczą, eksperymentują, testują rozwiązania i odkrywają nowe zainteresowania.



14 EDYCJI
Narodowego Dnia Sportu

20 EDYCJI
Warszawskich Dni Rodzinnych

CO ROKU
wspólny finał na błoniach PGE Narodowego

SPORT

Treningi, pokazy i możliwość wypróbowania różnych dyscyplin

RODZINA

Wspólne aktywności dla dzieci, dorosłych i seniorów

ZDROWIE

Profilaktyka, konsultacje, regeneracja i pierwsza pomoc

EDUKACJA

Eksperymenty, warsztaty i praktyczne zdobywanie wiedzy

TECHNOLOGIE

Robotyka, sztuczna inteligencja i cyberbezpieczeństwo

TWOJA BRANŻA

Motoryzacja, finanse, FMCG, usługi i wiele innych. Wspólnie znajdziemy pomysł na obecność Państwa marki.

Rekordowa edycja 2026 w liczbach

Rekordowa frekwencja, rozbudowany program i silna obecność obu projektów w mediach.

18 555

uczestników finałowego Pikniku Rodzinno-Sportowego

około 85%

wzrostu frekwencji rok do roku

2025: ponad 10 000 → 2026: 18 555

114

wystawców tworzących program pikniku

warsztaty, pokazy, treningi i atrakcje dla różnych pokoleń



SIŁA KOMUNIKACJI

2 182

publikacje medialne*

7,3 mln

szacowaneg o zasięgu publikacji*

1,72 mln zł

łącznej wartości AVE*

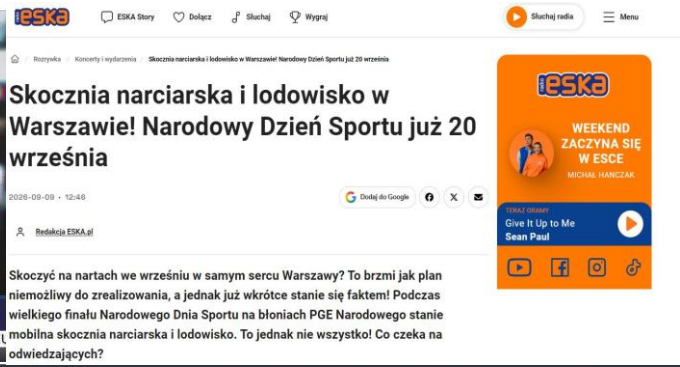
*Łączne wyniki monitoringu komunikacji Narodowego Dnia Sportu i Warszawskich Dni Rodzinnych. Dane medialne nie dotyczą wyłącznie publikacji o finałowym pikniku.

O wydarzeniu było głośno

Media ogólnopolskie, lokalne, branżowe oraz stacje radiowe zapraszały do udziału i relacjonowały Narodowy Dzień Sportu oraz Warszawskie Dni Rodzinne.







tvn24 | WARSZAWA

W niedzielę na błoniach Stadionu Narodowego odbędzie się piknik sportowo-rodzinny w ramach Narodowego Dnia Sportu. Na miejscu będzie można skorzystać m.in. z mobilnej skoczni narciarskiej i przenośnego lodowiska oraz obejrzeć walki zawodników boksu olimpijskiego.



Pełne raporty medialne z edycji 2026
Narodowy Dzień Sportu | Warszawskie Dni Rodzinne

Zobacz wydarzenie w działaniu

Zobacz skalę wydarzenia, różnorodność programu i zaangażowanie uczestników Pikniku Rodzinno-Sportowego.



Obejrzyj film



UCZESTNICY PIKNIKU

Rodziny, które chcą aktywnie spędzać czas

Piknik przyciąga rodziny zainteresowane sportem, zdrowiem, edukacją, nowymi technologiami i wartościowym spędzaniem wspólnego czasu.

81%

uczestników przychodzi na piknik z rodziną

86%

uczestników ma dzieci

2–3 godziny

średni czas spędzony na wydarzeniu

36–45 lat

najczęstszy przedział wiekowy dorosłych uczestników

68%

dorosłych uczestników ma wyższe wykształcenie

Kilka godzin na pikniku daje marce czas na prawdziwy kontakt z uczestnikami, nie tylko krótką ekspozycję reklamową.

*Na podstawie ankiet ewaluacyjnych przeprowadzonych wśród uczestników pikniku podczas pięciu ostatnich

To wydarzenie, którego nie ogląda się z boku

Uczestnicy próbują nowych aktywności, testują rozwiązania, korzystają z konsultacji i biorą udział w rodzinnych warsztatach.









Marka staje się częścią doświadczenia uczestników, a nie tylko logotypem wydarzenia.

Więcej niż widoczność marki

Partnerstwo podczas pikniku łączy bezpośredni kontakt z uczestnikami, angażujące działania i komunikację wokół wydarzenia.

01

BEZPOŚREDNI KONTAKT

Rozmowy, konsultacje, testy, warsztaty i działania edukacyjne.

02

DOŚWIADCZENIE MARKI

Strefa, w której uczestnicy działają, odkrywają i korzystają z przygotowanych aktywności.

03

POZYTYWNE SKOJARZENIA

Naturalne połączenie marki ze sportem, zdrowiem, rodziną i edukacją.

04

TREŚCI I KOMUNIKACJA

Materiały fotograficzne i filmowe oraz obecność w uzgodnionej komunikacji wydarzenia.

Nie tylko ekspozycja logo.

Marka staje się częścią doświadczenia uczestników.





Press room podczas jednej z poprzednich edycji Narodowego Dnia Sportu.

Marka może zabrać głos w press roomie

Wydzielona przestrzeń do rozmów, wywiadów i nagrań pozwala partnerom dzielić się wiedzą oraz tworzyć wartościowe treści podczas wydarzenia.

01

ROZMOWY Z EKSPERTAMI

Możliwość udziału przedstawiciela marki w uzgodnionej rozmowie tematycznej.

02

WYWIADY I NAGRANIA

Przestrzeń do realizacji materiałów wykorzystywanych również po zakończeniu wydarzenia.

03

WIEDZA I WIARYGODNOŚĆ

Marka może dzielić się doświadczeniem, dobrymi praktykami i społecznym zaangażowaniem.

> **Temat, format, uczestników i zakres wykorzystania materiałów ustalamy indywidualnie z partnerem.**

Wybierz skalę obecności swojej marki

Trzy poziomy współpracy pozwalają dopasować obecność marki do celu, planowanej aktywacji i oczekiwanego zakresu komunikacji.

01

PAKIET PLATYNOWY

3 000 zł

Obecność marki podczas pikniku i bezpośredni kontakt z uczestnikami.

- **własne stanowisko**
- **podstawowa obecność w komunikacji wydarzenia**

02

PAKIET DIAMENTOWY

10 000 zł

Większa przestrzeń, rozbudowana aktywacja i szersza widoczność marki.

- **większa przestrzeń podczas pikniku**
- **animacje i działania angażujące uczestników**
- **obecność w komunikacji oraz możliwość wystąpienia na scenie**

03

PARTNERSTWO STRATEGICZNE

SPONSOR STREFY

80 000–150 000 zł

Własna, rozpoznawalna przestrzeń marki oraz kompleksowa obecność przed wydarzeniem, podczas niego i po zakończeniu.

- **dedykowana przestrzeń marki**
- **indywidualna koncepcja i angażujące aktywacje**
- **szeroka obecność w komunikacji wydarzenia**
- **dedykowany koordynator strefy**

Możliwość wyłączności branżowej oraz szczegółowy zakres świadczeń ustalamy indywidualnie.

Pakiet Platynowy

Własne stanowisko, bezpośredni kontakt z uczestnikami i promocja obecności podczas wydarzenia.

Pakiet dla partnerów, którzy chcą zaprezentować swoją ofertę, przygotować własne działania dla uczestników i skorzystać z promocji stanowiska w komunikacji wydarzenia.

3 000 zł

30 m²

powierzchni do zagospodarowania

3 × 3 m

namiot własny lub organizatora

50 000

użytkowników w bazie mailingowej

1 kW

moc przyłącza

PRZESTRZEŃ I WYPOSAŻENIE

- Możliwość zagospodarowania powierzchni 30 m²
- Namiot własny lub organizatora 3 × 3 m
- Podstawowe umeblowanie: 1 stół i 4 krzesła
- Podłączenie do prądu 1 kW

OBECNOŚĆ PODCZAS PIKNIKU

- Wyróżnienie logotypem na planie stoisk
- Możliwość wystąpienia na scenie. Dostępne tylko dla wybranych partnerów, po uzgodnieniu z organizatorem
- Opis stanowiska i animacji do 300 znaków
- Wyróżniony opis stanowiska i ekspozycja logotypu w programie wydarzenia

PROMOCJA PARTNERA

- Użycie nazwy partnera w informacji prasowej o pikniku
- Mailing z zaproszeniem do odwiedzenia stoiska do bazy 50 000 użytkowników
- 1 post w mediach społecznościowych

Pakiet Diamentowy

Większa przestrzeń, angażująca aktywacja i szersza widoczność marki.

10 000 zł

Pakiet dla marek, które chcą wyraźnie zaistnieć podczas Pikniku Rodzinno-Sportowego na błoniach PGE Narodowego i prowadzić rozbudowane działania z uczestnikami.

80 m²

powierzchni stoiska

6 × 6 m

namiot własny lub organizatora

50 000

kontaktów w bazie mailingowej

PRZESTRZEŃ I WYPOSAŻENIE

- Stoisko o powierzchni 80 m²
- Namiot własny lub organizatora o wymiarach 6 × 6 m
- Wyposażenie: 2 stoły i 8 krzeseł
- Dostęp do prądu według zapotrzebowania

AKTYWACJA I OBECNOŚĆ PODCZAS PIKNIKU

- Możliwość dedykowanych animacji
- Wyróżnienie logotypem na planie stoisk
- Możliwość ekspozycji 1 materiału brandingowego, na przykład flagi lub balonu
- Możliwość dystrybucji ulotek lub prowadzenia działań związanych ze zbieraniem danych uczestników, po wcześniejszym uzgodnieniu z organizatorem i zgodnie z obowiązującymi przepisami
- Możliwość wystąpienia na scenie do 10 minut, po uzgodnieniu z organizatorem
- Wyróżniony opis w programie i ekspozycja logotypu

PROMOCJA PARTNERA

- Logo partnera na materiałach reklamowych
- Do 180 znaków na temat aktywności partnera w informacji prasowej o pikniku
- Mailing do bazy 50 000 kontaktów
- 2 posty w mediach społecznościowych
- Opis animacji i stoiska w programie pikniku, do 500 znaków wraz z grafiką
- Logo w pasku logotypowym na głównej stronie projektu

Większa przestrzeń, rozbudowana aktywacja i szersza promocja marki

PARTNERSTWO STRATEGICZNE

Sponsor Strefy

Własna strefa marki, indywidualna koncepcja i kompleksowa obecność podczas wydarzenia.

80 000–150 000 zł

MINIMUM **200 m²**

dedykowanej powierzchni na pikniku

MINIMUM **100 m²**

powierzchni zadaszonej

do 20 minut

wystąpienia na scenie, po uzgodnieniu z organizatorem

Zakres partnerstwa i koncepcję strefy ustalamy indywidualnie.

Pakiet dla partnerów, którzy chcą być głównymi sponsorami wydarzenia i stworzyć własną, rozpoznawalną przestrzeń angażującą uczestników.

PRZESTRZEŃ I INFRASTRUKTURA

- Minimum 200 m² powierzchni na pikniku
- Minimum 100 m² powierzchni zadaszonej
- Meble według projektu lub zamówienia
- Podłączenie do prądu według zapotrzebowania

KONCEPCJA I REALIZACJA STREFY

- Możliwość przygotowania dedykowanej animacji
- Przygotowanie tematycznej strefy animacji
- Dedykowany koordynator strefy
- Możliwość ekspozycji 5 materiałów brandingowych, na przykład flag lub balonów
- Wyróżnienie logotypem na planie stoisk
- Możliwość dystrybucji ulotek, kuponów lub uzgodnionych działań związanych ze zbieraniem danych uczestników. Po wcześniejszym uzgodnieniu z organizatorem i zgodnie z obowiązującymi przepisami

OBECNOŚĆ PODCZAS WYDARZENIA

- Wyłączność branżowa na pikniku
- Możliwość wystąpienia na scenie do 20 minut, po uzgodnieniu z organizatorem
- Udział przedstawiciela partnera w konferencji prasowej, po uzgodnieniu z organizatorem
- Wyróżniony opis w programie pikniku wraz z ekspozycją logotypu
- Opis strefy i animacji partnera w programie pikniku, do 500 znaków wraz z grafiką

Własna strefa marki, którą projektujemy i tworzymy wspólnie z partnerem

PARTNERSTWO STRATEGICZNE

Sponsor Strefy w komunikacji wydarzenia

Obecność marki przed wydarzeniem, podczas pikniku i po jego zakończeniu.

50 000

odbiorców dedykowanego mailingu z zaproszeniem do strefy partnera

30

dedykowanych spotów radiowych

3

posty w mediach społecznościowych

MEDIA I PUBLIC RELATIONS

- Dedykowana informacja prasowa z cytatem partnera.
- Logo partnera na materiałach reklamowych.

KOMUNIKACJA WŁASNA WYDARZENIA

- Dedykowany mailing do bazy 50 000 osób z zaproszeniem do strefy partnera.
- Dedykowane 30 spotów radiowych.
- 3 posty w mediach społecznościowych.
- Logo w pasku logotypowym na głównej stronie projektu.
- Inne działanie promocyjne z zaproszeniem na piknik i do strefy partnera.

MATERIAŁY ZE STREFY

- Relacja fotograficzna i filmowa ze strefy

> **Komunikacja pracuje przed wydarzeniem, podczas pikniku i po jego zakończeniu.**

Tak wygląda strefa sponsora w praktyce

Dedykowana przestrzeń może łączyć wyrazisty branding, aktywności dla uczestników, prezentację produktów oraz bezpośredni kontakt z marką.



Każdą strefę projektujemy indywidualnie, uwzględniając cel partnera, grupę odbiorców i pomysł na aktywację.

01

WYRAZISTA PRZESTRZEŃ

Branding i zabudowa dopasowane do skali wydarzenia oraz charakteru marki.

02

UCZESTNICY W AKCJI

Konkursy, warsztaty, testowanie produktów i animacje zachęcające do kontaktu z marką.

03

BEZPOŚREDNI KONTAKT

Możliwość rozmowy, prezentacji produktów i budowania doświadczenia marki.

Przykład sterfy z poprzedniej edycji. Zakres i jej wygląd ustalamy indywidualnie z partnerem.

Partnerzy mówią, dlaczego warto

O wydarzeniu opowiadają wystawcy, którzy współtworzyli poprzednie edycje Narodowego Dnia Sportu.



Posłuchaj wystawców poprzedniej edycji

Materiał z Narodowego Dnia Sportu 2023.

Co doceniają partnerzy?

01

BEZPOŚREDNI KONTAKT

Rozmowy z tysiącami uczestników w naturalnej atmosferze wydarzenia.

02

ZAANGAŻOWANI ODBIORCY

Rodziny testują, rozmawiają i aktywnie uczestniczą w wydarzeniu.

03

SPRAWDZONA WSPÓŁPRACA

Doświadczenia wystawców potwierdzają wartość obecności na wydarzeniu.

Najbardziej przekonująca rekomendacja pochodzi od tych, którzy już współtworzyli wydarzenie.

Pierwszy krok łatwiej zrobić z najlepszymi

Każdego roku Narodowy Dzień Sportu wspierają znani sportowcy, olimpijczycy, trenerzy i eksperci. Spotykają się z uczestnikami, dzielą doświadczeniem i zachęcają do znalezienia aktywności dopasowanej do własnych możliwości.



AMBASADORZY POPRZEDNICH EDYCJI

Grzegorz Krychowiak
piłka nożna

Mariusz Czerkawski
hokej na lodzie

Hubert Hurkacz
tenis

Iwona Guzowska
boks i kick-boxing

Andrzej Supron
zapasy

Sebastian Świderski
siatkówka

oraz wielu innych wybitnych sportowców, olimpijczyków i trenerów

> Obecność ambasadorów wzmacnia sportową rangę wydarzenia i tworzy dodatkowy potencjał komunikacyjny.

Wybrani ambasadorzy poprzednich edycji. Skład ambasadorów edycji 2027 zostanie ogłoszony w późniejszym terminie.

Wydarzenie objęte patronatami honorowymi

Narodowy Dzień Sportu oraz Warszawskie Dni Rodzinne od lat otrzymują patronaty instytucji publicznych i władz samorządowych.



Patronaty honorowe potwierdzają ogólnopolski charakter i społeczne znaczenie realizowanych projektów.

Wybrane patronaty honorowe poprzednich edycji. Patronaty edycji 2027 zostaną ogłoszone po ich oficjalnym potwierdzeniu.



Organizator, który prowadzi cały proces

Fundacja Zwalcz Nudę

Od lat tworzymy projekty, które łączą rodziny, sport, edukację i aktywność społeczną. Organizujemy Narodowy Dzień Sportu, Warszawskie Dni Rodzinne oraz ich wspólny finał na błoniach PGE Narodowego.

DOŚWIADCZENIE

14 edycji Narodowego Dnia Sportu i 20 edycji Warszawskich Dni Rodzinnych.

KOMPLEKSOWA REALIZACJA

Odpowiadamy za koncepcję, program, koordynację wystawców, komunikację oraz organizację finałowego pikniku.

WSPARCIE PARTNERA

Prowadzimy współpracę od wyboru pakietu i pomysłu na obecność marki, przez przygotowania, aż po realizację i podsumowanie działań.

Porozmawiajmy o współpracy

Poznajmy cele Państwa marki i wspólnie wybierzmy zakres partnerstwa najlepiej dopasowany do planowanej obecności podczas wydarzenia.

Stwórzmy obecność marki, którą uczestnicy zapamiętają na długo.

Krystyna Radkowska

Prezes Fundacji Zwalcz Nudę

krystynaradkowska@zwalcznude.pl

Numer telefonu: 501 104 087

Oliwia Kujawa

Koordynatorka projektu

oliwia@zwalcznude.pl

Numer telefonu: 508 853 701



Poznaj ofertę dla partnerów edycji 2027

Zeskanuj kod QR

Fundacja Zwalcz Nudę

zwalcznude.pl

Narodowy Dzień Sportu

narodowydziensportu.pl

Warszawskie Dni Rodzinne

warszawskiednirodzinne.pl