



## **Markę ORLEN aktywnie wzmacniają przemysłane inwestycje w sport, kulturę i CSR**

**Wzrost inwestycji w sport, kulturę i działania społeczne o 120%, wsparcie 80 utalentowanych sportowców, zaangażowanie w projekty i inicjatywy umożliwiające aktywny rozwój łącznie 55 tysięcy dzieci i młodzieży – to podsumowanie działań dynamicznie wzmacniających rozpoznawalność i postrzeganie marki ORLEN w ciągu ostatnich czterech lat. Projekty wspierane przez koncern oraz ich wpływ na prowadzony biznes po raz drugi zostały szczegółowo zaprezentowane w raporcie rocznym poświęconym działalności sponsoringowej. Tym razem dokument uwzględnia także spółki wchodzące w skład Grupy ORLEN, które są aktywne w obszarze sponsoringu – ANWIL, Energa, ORLEN Oil i ORLEN Paliwa.**

PKN ORLEN jest liderem wśród sponsorów sportu, kultury i projektów społecznych. Ponad połowa (56 proc.) ankietowanych, w badaniu przeprowadzonym przez ARC Rynek i Opinią, wskazało koncern jako firmę najczęściej angażującą się w działalność sponsoringową w Polsce. To wynik wyższy niż przed rokiem. Tym samym PKN ORLEN ponownie wyprzedził pozostałe analizowane marki, w tym drugą w zestawieniu aż o 37 punktów procentowych.

*– Budujemy silny koncern multienergetyczny, który będzie miał mocną pozycję w Europie Środkowej i konsekwentnie maksymalizował zyski, z korzyścią dla polskiej gospodarki. Skutecznym narzędziem wspierającym nasze cele biznesowe jest działalność sponsoringowa. W jej wyniku, tylko w 2021 roku Grupa ORLEN w Polsce i za granicą wypracowała łączny ekwiwalent mediowy na poziomie ponad 1 mld zł. To najlepiej pokazuje, że sponsoring należy traktować nie tylko jako bardzo skuteczne narzędzie do wzmacniania rozpoznawalności marki, ale też jako długofalową inwestycję. Jesteśmy firmą globalną, 50 proc. przychodów przynoszą aktywności zagraniczne i tak postrzegamy oraz budujemy wizerunek naszej marki. Stąd m.in. nasza obecność w Formule 1 i współpraca z zespołem Alfa Romeo F1 Team ORLEN, dzięki której docieramy do milionów kibiców i potencjalnych klientów na całym świecie – mówi Daniel Obajtek, Prezes Zarządu PKN ORLEN.*

Koncern w ostatnich czterech latach zwiększył o 120 proc. inwestycje w sport. Wzrosła też liczba wspieranych sportowców – z 10 w 2018 r. do 80 w 2021 r. Sponsoring obejmuje także około 70 klubów sportowych, 6 związków i 2 komitety. Działania prowadzone przez koncern przynoszą oczekiwane efekty. Aż 7 na 10 Polaków, według badania pracowni ARC Rynek i Opinia, zadeklarowało, że dzięki zaangażowaniu koncernu w sponsoring sportu, wyżej ocenia markę ORLEN. Ponadto klienci, którzy kojarzą koncern ze sportem, znacznie chętniej odwiedzają stacje ORLEN i korzystają z ich usług.

Flagowym projektem PKN ORLEN jest współpraca z zespołem Formuły 1 – Alfa Romeo F1 Team ORLEN oraz wsparcie Roberta Kubicy, które w zeszłym roku wygenerowało ekwiwalent mediowy na poziomie ok. 650 mln zł. Koncern sponsoruje również dwukrotnego żużlowego mistrza świata – Bartosza Zmarzlika, zawodników występujących w Rajdzie Dakar, Bartłomieja Marszałka startującego w wodnej Formule 1 oraz kierowców wyścigowych – Mikołaja Marczyka i Kacpra Wróblewskiego. Markę ORLEN promują również reprezentacje narodowe w siatkówce, lekkiej atletyce, a także drużyny m.in. piłki nożnej i piłki ręcznej, cieszące się ogromną popularnością wśród polskich kibiców.

Współpraca PKN ORLEN z Alfa Romeo F1 Team ORLEN jest platformą do działań marketingowych w Polsce i na zagranicznych rynkach. Kierowcy zespołu byli w ubiegłym roku twarzami wielu kampanii promujących produkty Stop Cafe, paliwa VERVA czy program BIZNESTANK. Wzięli również udział w kampanii „Inny kraj, ta sama stacja”, wspierającej co-branding stacji paliw na zagranicznych rynkach i budującej rozpoznawalność marki ORLEN w Niemczech, Czechach, na Słowacji oraz Litwie. Na współpracy z Polskim Komitetem Olimpijskim i Paraolimpijskim oraz czołowymi polskimi lekkoatletami i paraolimpijczykami oparta była letnia kampania promująca zestawy olimpijskie na stacjach ORLEN. Z kolei podwójny mistrz świata na żużlu Bartosz Zmarzlik od ubiegłego roku promuje linię napojów energetycznych VERVA oraz produkty gastronomiczne STOP Cafe.

PKN ORLEN wspiera nie tylko sport zawodowy. W ubiegłym roku koncern objął programami sportowymi 55 tys. dzieci i młodzieży w całej Polsce. Angażuje się także we współpracę z instytucjami kultury i sponsoruje ważne inicjatywy społeczne.

Najważniejszym wydarzeniem kulturalnym, które w 2021 roku PKN ORLEN objął swoim mecenatem, był Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina. Koncern współpracował również z Teatrem Wielkim – Operą Narodową, Zamkiem Królewskim, Muzeum Narodowym oraz wieloma lokalnymi instytucjami z miejscowości, w których spółki z Grupy ORLEN prowadzą działalność biznesową.