



OFERTA SPONSORSKA GDYNIA BEACH POLO CUP

We play for hippotherapy

12

maja

2012

sobota



POLO dla HIPOTERAPII pierwszy raz w Polsce

– 12 maja na gdyńskiej plaży –

Gorące piaski Miami Beach, śnieg w Zakopanem, zamrożone jezioro w szwajcarskim kurorcie Sankt Moritz – to tylko wybrane miejsca i nawierzchnie sprzyjające najstarszej zespołowej dyscyplinie sportowej świata – POLO.

W tym roku do grona tych miejsc dołączy **Gdynia** – miasto przyjazne innowacjom, kreatywności oraz aktywności na wielu różnych płaszczyznach. Jedną z aktywności Gdyni jest promocja polskiej kinematografii podczas **Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni**. Ostatni dzień tegorocznego Festiwalu, przypadający 12 maja, będzie jednocześnie dniem **pierwszego w Polsce charytatywnego beach POLO**. Na gdyńskiej plaży spotkają się dwa spektakularne wydarzenia. Temu nietuzinkowemu spotkaniu towarzyszyć będzie jedno hasło: „gramy dla hipoterapii”.



Znani POLO-file
Graczami POLO byli
Aleksander MACEDOŃSKI
oraz Winston CHURCHILL.
Najlepszy od lat zawodnik świata
to Argentyńczyk Adolfo
CAMBIASO.

W Polsce charytatywny mecz POLO jest przedsięwzięciem prekursorskim, dlatego też wymaga grona wyjątkowych osób, wspierających filantropijną ideę w sportowym wydaniu. Na świecie organizowane mecze i zawody POLO przyciągają wielu znanych dobroczyńców – prestiżowe firmy oraz osoby prywatne.

Państwo również mogą dołączyć do tego wyjątkowego grona miłośników sportu, który łączy w sobie pasję, elegancję oraz tradycyjne wartości. Serdecznie zapraszamy na trybuny, gdzie wraz z Gośćmi Festiwalu będą Państwo mogli poczuć ducha sportowej rywalizacji w światowym stylu. Zapraszamy także do wspólnej gry na rzecz hipoterapii i wsparcia pierwszego w Gdyni meczu POLO.



PIŁKA W GRZE

POLO to najszybsza gra zespołowa. To również sport, w którym przepisy pozwalają kobietom i mężczyznom grać w jednej drużynie. Współczesną stolicą tej dynamicznej i efektownej dyscypliny jest Buenos Aires.

Zimowe POLO

W 1985 r., w szwajcarskim kurorcie Sankt Moritz narodziło się tzw. „zimowe POLO”. W 2007 roku po raz pierwszy odbył się mecz w Zakopanem (jedno z siedmiu miast z grona organizatorów zimowej wersji tego sportu).

Historia POLO

Pierwsze wzmianki o POLO datuje się na VII n.e. Polo trafiło do Europy w XIX w. wraz z oficerami brytyjskimi, stacjonującymi w Indiach. W Polsce tradycja POLO sięga dwudziestolecia międzywojennego.

Miłośników polo obowiązuje honorowy kodeks – a przyswojenie wiedzy na temat przepisów, zasad bezpieczeństwa, warunków gry trwa minimum trzy lata. Na boisku współzawodniczą ze sobą dwie drużyny, których gracze dosiadający koni, używając długich kijów – tzw. mallet – dążą do umieszczenia piłki w bramce przeciwnika. Po każdej zdobytej bramce zmienia się stronę gry. Każdy mecz składa się z tzw. chukker'ów, przedzielonych trzypięciominutowymi przerwami. Każda tura trwa około 7 minut, by po tym czasie zmienić konia. W POLO gra specjalna odmiana koni – tzw. POLO ponies. Konie mają przystryżone grzywy oraz zawiązane ogony, by uniknąć zaplątania włosów w kij.

FRYTEK, EKSTREMA I RESZTA ZAŁOGI ... efektywni terapeuci Animal Pro



Gdyńska Fundacja Animal Pro w ciągu dwóch lat swojego funkcjonowania objęła opieką ponad 260 małych pacjentów. Julia z szeregiem zespołów genetycznych, 9 letni Kacper z wodogłowie, trzylatek Maksymilian z opóźnieniem rozwoju psychoruchowego czy dwunastoletnia Marta z zespołem Downa rozpoczęły swoją przygodę z hipoterapią wspólnie z: Ekstrema, Mgiełką, Bubą, Frytkiem, Rosą i Bakalią.

Koń jest uniwersalnym stanowiskiem terapeutycznym – może zastępować materac (szeroki zad), terapeutyczną piłkę, lub wałek (kłoda), klin (szyja) bądź drabinkę do podciągania (grzywa). Idąc stępem wprowadza pacjenta leżącego na nim na brzuchu – w ruchy zbliżone do pełzania, pacjenta opartego na łokciach i kolanach w ruchy zbliżone do czworakowania, zaś pacjenta siedzącego – w ruchy zbliżone do chodzenia. Siedząc na koniu łatwiej opanować pojęcia przestrzenne, schemat własnego ciała, nauczyć się liczyć (np. nogi konia), wymawiać trudne głoski i wyrazy.

Hipoterapia może przynosić korzyści we wszystkich obszarach funkcjonowania człowieka – fizycznym, emocjonalnym a nawet społecznym. Joasia, Olga i dwie Agnieszki – hipoterapeutki Fundacji Animal Pro skuteczność tej metody terapii mogą oglądać codziennie. Efekty współpracy dzieci z końmi oraz dowody sympatii milusińskich względem koni (opakowane w ozdobny papier i przewiązane wstążką końskie przysmaki – marchew i chleb), czy też wszędobylskie pyski koni poszukujące przysmaków w dziecięcych kieszeniach – to najlepszy dowód na to, jak niezwykle jest proces budowania komunikacji ze zwierzętami.

Małych pacjentów, którym hipoterapia mogłaby pomóc wciąż przybywa. Serdecznie zapraszamy filantropów – instytucje i osoby prywatne do wsparcia inicjatywy. Tylko ze wsparciem darczyńców Fundacja może przyjąć więcej dzieci do grona swoich podopiecznych.

HIPOTERAPIA

- mózgowe porażenie dziecięce,
- stwardnienie rozsiane, wady postawy,
- upośledzenie umysłowe,
- uszkodzenie analizatorów,
- niedowład kończyn,
- zespół Downa,
- nadpobudliwość,
- konwulsje, fobie, lęki,
- ADHD,
- zachowania agresywne



- znaczna poprawa równowagi,
- znaczne zmniejszenie napięcia mięśniowego, u osób spastycznych,
- znaczna poprawa w zakresie lokomocji,
- poprawa w zakresie symetrii ciała,
- lepsza wydolność płuc i perystaltyka jelit,
- poprawa ruchomości stawów kręgosłupa i kończyn,
- mobilizacja podporowa stawów kręgosłupa,
- zmniejszenie odruchów patologicznych



PAKIET SPONSORSKI 10.000 PLN

W ofercie dopuszcza się możliwość modyfikacji zakresów pakietów sponsorskich. Oferta może zostać dostosowana do indywidualnych życzeń Sponsora.

Zaproszenia

- 5 zaproszeń do strefy Player's Lounge w Cafe Contrast, podczas trwania eventu
- zaproszenia dla 2 osób na Player's Party

Ekspozycja logotypu sponsora

- możliwość umieszczenia logotypu na zaproszeniach wysyłanych do VIPów, Gości Festiwalu FPF, mediów
ilość: 250 format: 155 x 180mm, wielkość logo: 20 x 20 mm, kolorystyka logotypu: full-colour
- możliwość umieszczenia banerów reklamowych na bandach wokół boiska
do dyspozycji maksymalna powierzchnia reklamowa 7 modułów (1 moduł – 3 x 1 m)
- możliwość umieszczenia logotypu Sponsora przy wejściu na teren eventu
tablica reklamowa o maksymalnych wymiarach 100 x 70 cm
- możliwość umieszczenia logotypu Sponsora przy wejściu na Player's Party
tablica reklamowa o maksymalnych wymiarach 100 x 70 cm
- możliwość umieszczenia logotypu we wskazanym miejscu na koszulkach polo zawodników lub możliwość umieszczenia logotypu Sponsora w widocznym miejscu na czaprkach (podkładkach pod siodło)
logotyp wyszywany na stałe na czaprkach, kolorystyka: full-colour
- informacja o Sponsorze oraz logotyp we wszelkich materiałach prasowych Gdynia Beach Polo Cup, wysyłanych do mediów lokalnych i ogólnopolskich
Gdynia Beach Polo Cup sponsoruje (...nazwa Sponsora...), kolorystyka logotypu: full-colour
- informacja o Sponsorze oraz logotyp na oficjalnie stronie internetowej, dedykowanej Gdynia Beach Polo Cup (www.balticpolo.pl/gbpc)
Gdynia Beach Polo Cup sponsoruje (...nazwa Sponsora...), kolorystyka logotypu: full-colour

Dodatkowe korzyści

- podziękowania dla Sponsora w trakcie trwania meczu
2 razy
- możliwość wręczenia własnej nagrody Sponsora, w ceremonii wręczenia nagród zwycięskiej ekipie
- udostępnienie praw autorskich do zdjęć z eventu
- możliwość wykorzystania miana Sponsora Gdynia Beach Polo Cup, we własnych materiałach reklamowych i PR przed eventem oraz przez okres 10 miesięcy po evencie.
- możliwość dołączenia folderu Sponsora do materiałów informacyjnych, dotyczących wydarzenia.



PAKIET SPONSORSKI 5.000 PLN

W ofercie dopuszcza się możliwość modyfikacji zakresów pakietów sponsorskich. Oferta może zostać dostosowana do indywidualnych życzeń Sponsora.

Zaproszenia

- 3 zaproszenia do strefy Player's Lounge w Cafe Contrast, podczas trwania eventu
- zaproszenia dla 2 osób na Player's Party

Ekspozycja logotypu sponsora

- możliwość umieszczenia logotypu na zaproszeniach wysyłanych do VIPów, Gości Festiwalu FPF, mediów
ilość: 250 format: 155 x 180 mm, wielkość logo: 20 x 20 mm, kolorystyka logotypu: full-colour
- możliwość umieszczenia banerów reklamowych na bandach wokół boiska
do dyspozycji maksymalna powierzchnia reklamowa 2 modułów (1 moduł – 3 x 1 m)
- możliwość umieszczenia logotypu we wskazanym miejscu na koszulkach polo zawodników lub możliwość umieszczenia logotypu Sponsora w widocznym miejscu na czaprakach (podkładkach pod siodło)
logotyp wyszywany na stałe na czaprakach, kolorystyka: full-colour
- informacja o Sponsorze oraz logotyp we wszelkich materiałach prasowych Gdynia Beach Polo Cup, wysyłanych do mediów lokalnych i ogólnopolskich
Gdynia Beach Polo Cup sponsoruje (...nazwa Sponsora...), kolorystyka logotypu: full-colour
- informacja o Sponsorze oraz logotyp na oficjalnie stronie internetowej, dedykowanej Gdynia Beach Polo Cup (www.balticpolo.pl/gbpc)
Gdynia Beach Polo Cup sponsoruje (...nazwa Sponsora...), kolorystyka logotypu: full-colour

Dodatkowe korzyści

- podziękowania dla Sponsora w trakcie trwania meczu
1 raz
- udostępnienie praw autorskich do zdjęć z eventu
- możliwość wykorzystania miana Sponsora Gdynia Beach Polo Cup, we własnych materiałach reklamowych i PR przed eventem oraz przez okres 10 miesięcy po ewencie.
- możliwość dołączenia folderu Sponsora do materiałów informacyjnych, dotyczących wydarzenia.



PAKIET SPONSORSKI 3.000 PLN

W ofercie dopuszcza się możliwość modyfikacji zakresów pakietów sponsorskich. Oferta może zostać dostosowana do indywidualnych życzeń Sponsora.

Zaproszenia

- 2 zaproszenia do strefy Player's Lounge w Cafe Contrast, podczas trwania eventu
- zaproszenia dla 2 osób na Player's Party

Ekspozycja logotypu sponsora

- możliwość umieszczenia banerów reklamowych na bandach wokół boiska
do dyspozycji maksymalna powierzchnia reklamowa 1 modułu (1 moduł – 3 x 1 m)
- informacja o Sponsorze oraz logotyp we wszelkich materiałach prasowych Gdynia Beach Polo Cup, wysyłanych do mediów lokalnych i ogólnopolskich
Gdynia Beach Polo Cup sponsoruje (...nazwa Sponsora...), kolorystyka logotypu: full-colour
- informacja o Sponsorze oraz logotyp na oficjalnie stronie internetowej, dedykowanej Gdynia Beach Polo Cup (www.balticpolo.pl/gbpc)
Gdynia Beach Polo Cup sponsoruje (...nazwa Sponsora...), kolorystyka logotypu: full-colour

Dodatkowe korzyści

- udostępnienie praw autorskich do zdjęć z eventu
- możliwość wykorzystania miana Sponsora Gdynia Beach Polo Cup, we własnych materiałach reklamowych i PR przed eventem oraz przez okres 10 miesięcy po evencie
- możliwość dołączenia folderu Sponsora do materiałów informacyjnych, dotyczących wydarzenia.

ELEMENTY PROMOCYJNE DLA SPONSORA

KOSZULKI

- A panel główny 30 x 20 cm
- B panel na piersi 10 x 10 cm
- C panel na rękawku 10 x 10 cm
- D panel tylny 30 x 10 cm



NIE TYLKO DLA GRACZY ...

Chukker'y

części meczu zamykające się w 7,5 minutowych turach, oddzielonych trzyminutowymi przerwami oraz trwającą pięć minut przerwą w połowie meczu.

Malleta

czyli kij do polo, wykonany z bambusa, zakończony cygarem wykonanym z argentyńskiego drzewa tipa. Nie powinien być krótszy niż 120 i dłuższy niż 135 cm.

Piłka w grze

średnica piłki koloru białego może wynosić od 76 do 89 milimetrów. Waga piłki powinna mieścić się w przedziale od 120 do 135 gramów.

Handicap

czyli ocena graczy POLO. Każdy gracz otrzymuje ze Związku Krajowego punktację począwszy od - 2 (początkujący) do 10 (perfekcja).



Baltic Yacht & Polo Club

ul. Ruchu Oporu 11
81-474 Gdynia

Filip GOŁĘBIEWSKI
515 317 988
klub@balticpolo.pl

www.balticpolo.pl

Fundacja Animal Pro

ul. Spółdzielcza 4
81-545 Gdynia

Agnieszka LABENZ
tel. 513 320 898
fundacja@animalpro.pl

www.animalpro.pl

