

XII ogólnopolska konferencja biegowa pt.:

Resilient marketing na rynku imprez biegowych

11-12 lutego 2026

/w ramach obchodów 100.lecia UEP/

Harmonogram wydarzenia

Pierwszy dzień

9.00-10.00 Rejestracja i powitalna kawa

10.00 – 10.15 Uroczyste otwarcie

10.15 – 12.00 Sesja 1

Resilient marketing – przetrwają tylko najlepiej dostosowani

10.15-10.30 Resilient marketing - wprowadzenie do tematu

10.30 – 12.00 Debata Oksfordzka. Teza do dyskusji:

„Organizatorzy imprez biegowych w Polsce nie nadążają za zmianami w ich otoczeniu społeczno-gospodarczym”

12.00-12.45 Przerwa kawowa

12.45-14.15 Sesja 2

Dyskusje panelowe:

Panel 1: **Zrównoważony rozwój imprezy biegowej – w kierunku ESG**

Panel 2: **Sieciowanie imprez biegowych jako sposób na budowanie lojalności biegaczy**

14.15-15.30 Lunch

15.30-17.00 Sesja 3

Dyskusje panelowe:

Panel 3: **Pokolenie Z na rynku biegowym – nowe wyzwania dla organizatorów biegów**

Panel 4: **Współpraca ze sponsorami imprezy biegowej – ograniczenia prawne, etyczne i organizacyjne**

Czas wolny – do zagospodarowania

19.00 Uroczysta kolacja

Drugi dzień

9.00– 10.30 Sesja 4

Quo vadis – wnioski z dyskusji panelowych

10.30-11.00 Przerwa kawowa

11.00-11.45 Sesja 5

Imprezy biegowe okiem młodych biegaczy

11.45-13.15 Sesja 6

Runqual – profesjonalna metoda badania jakości imprezy biegowej

13.15- 13.30 Konkurs z nagrodami

13.30-13.45 Podsumowanie konferencji

Panel 1: Zrównoważony rozwój imprezy biegowej – w kierunku ESG

- a. benchmarking w zarządzaniu imprezami biegowymi – jak organizować je w sposób zrównoważony?
- b. ekonomiczny, społeczny i środowiskowy impact imprez biegowych
- c. implementacja modelu ESG w procesie organizacji imprezy biegowej
- d. standardy ESG w sporcie masowym

Panel 2: Sieciowanie imprez biegowych jako sposób na budowanie lojalności biegaczy

- a. jak przekłada się organizacja cyklu imprez biegowych na frekwencję i lojalność biegaczy?
- b. cykl imprez biegowych jednego organizatora vs. cykl imprez biegowych wielu organizatorów
- c. korzyści i wyzwania wynikające z sieciowania imprez biegowych
- d. mentalne, organizacyjne i finansowe problemy sieciowania imprez biegowych

Panel 3: Pokolenie Z na rynku biegowym – nowe wyzwania dla organizatorów biegów

- a. motywacje i oczekiwania biegaczy pokolenia Z
- b. jak skutecznie komunikować się z biegaczami pokolenia Z?
- c. nowinki technologiczne, designerskie bajery, czy radość życia – na co postawić przyciągając młodych biegaczy na imprezę biegową?
- d. gdzie szukać przyszłych zawodników naszych imprez biegowych?

Panel 4: Współpraca ze sponsorami imprezy biegowej – ograniczenia prawne, etyczne i organizacyjne

- a. wymagania sponsorów a rzeczywistość organizatora imprezy biegowej
- b. dojrzałość marketingowa sponsorów i zmiany w ich podejściu do sponsoringu
- c. od sponsoringu do partnerstwa, czyli wieloletnia współpraca ze sponsorem
- d. prawne i etyczne dylematy sponsoringu w sporcie masowym