

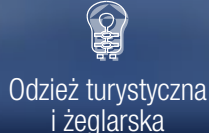


# POLSKI RYNEK ŻEGLARSKI

## RAPORT

# XVIII BOATSHOW 2016 11-13.11.2016 ŁÓDŹ

BOATSHOW TO WYDARZENIE STWORZONE Z MYŚLĄ  
O NAJWAŻNIEJSZYCH BRANŻACH WODNYCH:



## JAK BYŁO NA BOATSHOW 2015?



**203** wystawców z ośmiu krajów  
– Belgia, Chorwacja, Grecja,  
Niemcy, Polska, Szwecja, Ukraina  
i Włochy



**8624** odwiedzających między innymi z: Anglii,  
Bułgarii, Czech, Chorwacji, Grecji, Litwy, Łotwy,  
Niemiec, Norwegii, Polski, Rosji, Serbii, Słowacji,  
Szwecji, Ukrainy, Włoch

A JAK BĘDZIE W TYM ROKU? PRAWDOPODOBNIJE JESZCZE LEPIEJ!

POKAŹ SIĘ NA **BOATSHOW 2016**  
I ZDOBĄDŹ NOWYCH KLIENTÓW!

[WWW.BOATSHOW.PL](http://WWW.BOATSHOW.PL)



# Spis treści

## 0 raportcie

Badanie postaw, zwyczajów i zachowań polskich żeglarzy	8
Wywiady jakościowe – nota metodologiczna	9
Badania ankietowe – nota metodologiczna	10

## Żeglarstwo w Polsce, potencjał żeglarski Polski na tle europy 12

Szacunkowa liczba żeglarzy w Polsce	13
Żeglarstwo w Polsce	14
Żegluga w Polsce	16
Organizacje żeglarskie w Polsce	20
Osoby kojarzone z żeglarstwem	24
Żegluga w Europie	25

## Polscy żeglarze - typologia 30

Żeglowanie w Polsce – profil żeglarza	31
Profil demograficzny polskich żeglarzy	32
Typologia żeglarzy okiem ekspertów	33
Segmentacja żeglarstwa	34
Stare wygi	35
Młode wilki	38
Towarzyszeki	41
Rekreacyjni	44
Antybohaterowie na wodzie	47

## Polscy żeglarze – jak żeglują i jak postrzegają żeglarstwo? 49

Czym jest dla nich żeglarstwo?	50
Jak żeglują Polacy?	51
Początki żeglowania	53
Sedno żeglarstwa	54
Tożsamość żeglarska	55
Prawdziwy żeglarz, czyli kto?	56
Korzyści z żeglarstwa	57
Rodzina	58
Postawy wobec żeglarstwa	59
Wymarzony rejs polskich żeglarzy	62

## Przygotowanie do rejsu 63

Planowanie wyjazdu	64
Posiadanie i czarterowanie jachtów	65
Czartery	66
Źródła informacji	67
Poziom wiedzy i umiejętności	68
Edukacja	69
Etyka żeglarska	70
Ocena różnych źródeł wiedzy o żeglarstwie	71



## Na wodzie, co jest istotne dla polskich żeglarzy?

Ocena polskich akwenów	74
Noclegi	75
Ważność różnych aspektów wyprawy żeglarskiej	76
Ekwipunek żeglarza	77
Sprzęt	78
Technologia i aplikacje	79

## Żeglowanie w Polsce i za granicą

Miejsca wybierane przez polskich żeglarzy	82
Żeglarskie destynacje w Polsce	83
Miejsca za granicą wybierane przez polskich żeglarzy	84
Profil demograficzny osób żeglujących za granicą	85
Rozwój żeglarstwa w Polsce	86
Polska a inne kraje – powody do dumy i marzenia polskich żeglarzy	87
Polacy na morzu	88
Miejsca za granicą – ultra rekreacja	91
Mariny w Europie	92
Mariny w Polsce	93
Idealny port – oczekiwane usługi	95

## Inne aspekty żeglowania

Informacja	98
Atrakcje	100
Jedzenie	101
Imprezy	102
Bezpretensjonalność i swojskość	103
Dzikość i swoboda	104
Unikalna przyroda	105

## Aktywności po rejsie i po sezonie

Aktywności po zakończeniu rejsu	108
Kontakt z żeglarstwem poza sezonem	109
Inne aktywności sportowe	110
Portale i serwisy odwiedzane najczęściej	111
Telewizja i stacje radiowe	112

## Jak kupują żeglarze i jakie marki kojarzą z żeglarstwem?

Zakupy online – dane	114
Sklepy branżowe	115
Sieciowe sklepy sportowe	116
Markowe sklepy odzieżowe	117
Marki kojarzone z żeglarstwem	118
Sponsorzy	119







# Pętla Żuławska

Szkarpawa

Malbork

Gdańsk

Zalew Wiślany

Błotnik

Krynica Morska

Biała Góra



[www.petla-zulawska.pl](http://www.petla-zulawska.pl)  
**Zawijaj i odkrywaj!**

---

**0 raporcie**

---



## O RAPORCIE

Żeglarstwo to dyscyplina wymagająca od nas uważności, otwartości na otoczenie oraz spostrzegawczości. Na temat żeglarstwa wiemy wiele i znamy mnóstwo anegdot, lecz dotychczas nikt nie podjął próby spojrzenia na nas, żeglarzy, z dystansem i w sposób systematyczny. Barwne historie sprawiały, że zrozumieliśmy, że każdy rejs i każdy żeglarz są wyjątkowi. Jednocześnie mieliśmy jednak poczucie, że dyscyplina ta jest kształtowana przez bardziej ogólne zjawiska. Przypuszczaliśmy, że nie istnieje ktoś taki, jak „typowy żeglarz”, a w żeglarskim świecie funkcjonuje co najmniej kilka różnych typów, które warto wyróżnić. Wiedzieliśmy, że dla jednych żeglarstwo jest całym życiem, a dla innych epizodycznym doświadczeniem. To rozróżnienie jest szczególnie ważne dla tych, którzy w biznesie żeglarskim pracują i odpowiadają na potrzeby różnych osób. Dlatego też zdecydowaliśmy się podjąć próbę zbadania i opisanie rynku żeglarskiego.

Naszym celem było opisanie i zrozumienie polskiego rynku żeglarskiego z perspektywy ludzi zaangażowanych w tę dyscyplinę. Zleciliśmy profesjonalne badania żeglarzy, składające się z wielu etapów. Jednym z nich był bardzo ważny etap rozmów indywidualnych, który objął spotkania zarówno z ekspertami w dziedzinie żeglarstwa, jak i osobami,

które dopiero rozpoczęły swoją przygodę z jachtami. Naszym celem było nakreślenie ogólnego obrazu pasji żeglarskiej oraz wyodrębnienie różnych typów żeglarzy. Chcieliśmy spojrzeć na kluczowe aspekty tego sportu i kolejne etapy sezonu żeglarskiego z różnych perspektyw. Ta podróż w głąb żeglarskiego świata okazała się bardzo pouczająca.

Poznaliśmy indywidualne historie opowiadane w portach, podczas rejsów, w marinach, sklepach, tawernach i na regatach. Wsłuchaliśmy się w głos małego i dużego biznesu. Raport, pomimo zachowania metodologicznego rygoru, jest angażującą i ciekawą historią. Ma ludzką twarz i eksponuje to, co bliskie naszym doświadczeniom. To wszystko sprawia, że przyniesie on Państwu liczne korzyści, ponieważ stanowi źródło bezcennej wiedzy.

*Wiesław Kaczmarek*

Wiesław Kaczmarek  
Prezes Polskiego Związku Żeglarskiego



# BADANIE POSTAW, ZWYCZAJÓW I ZACHOWAŃ POLSKICH ŻEGLARZY

Celem badania żeglarzy było możliwie jak najgłębsze poznanie doświadczenia żeglarstwa z perspektywy różnych jego etapów i różnych typów żeglarzy. W badaniu zastosowaliśmy triangulację metodologiczną, czyli czerpanie danych z różnych źródeł oraz ich wzajemną weryfikację.

## CAM

Główne badanie ilościowe prowadziliśmy przy pomocy internetowych ankiet, samodzielnie wypełnianych przez żeglarzy.

## FGI

Wiedza z ankiet została pogłębiona wynikami zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) z żeglarzami.

## ETNO IDI

Wnioski uzupełniamy wynikami naszych obserwacji podczas wyjazdów etnograficznych na Mazury, nad Bałtyk oraz do zagranicznych destynacji, m.in. Skandynawii, Włoch i Chorwacji.

## EXPERT IDI

Nasze wnioski wzbogacił komentarzami i spostrzeżeniami ekspertów związanych z rynkiem żeglarskim.



# WYWIADY JAKOŚCIOWE - NOTA METODOLOGICZNA

Odbyliśmy wiele spotkań i rozmów twarzą w twarz z różnymi typami żeglarzy. Staraliśmy się zrozumieć indywidualne historie, wchodząc w buty różnych osób. Spotykaliśmy się w portach, podczas rejsów, w marinach, sklepach, tawernach i na regatach. Nagraliśmy przy tym kilkaset godzin rozmów i zrobiliśmy ponad 10 000 zdjęć. Dzięki temu nasza historia, chociaż oparta na liczbach, ma także ludzką twarz i eksponuje to, co bliskie naszym doświadczeniom.

## JAK BADALIŚMY?

### FGI – Focus Group Interview (wywiad zogniskowany)

Przeprowadzono 4 FGI trwające do **2,5 godziny** każdy.

### ETNO IDI (mini wywiady w terenie)

Przeprowadzono obserwacje i wywiady etnograficzne w najważniejszym regionie żeglarskim w Polsce. Wywiady były przeprowadzone na **Mazurach** (m.in. w Giżycku, Mikołajkach, Rucianym Nidzie, Sztynorcie, Pisz, Krzyżach, Karwicy, Rynie, z Pięknej Górze, Trygornie). Badanie było prowadzone w **czerwcu i wrześniu 2015**. Czas obserwacji i rozmów to ponad **100 godzin**.

### IDI – In-depth Interview (wywiad pogłębiony)

Przeprowadzono **20 wywiadów indywidualnych** / IDI z ekspertami. Średni czas trwania wywiadu to **1 godzina**.

### T2B i T3B – Wskaźniki odpowiedzi

W przypadku części pytań respondenci udzielali odpowiedzi przy pomocy skal. Dla ułatwienia podsumowań w raporcie zastosowano wskaźniki odpowiedzi **T2B** i **T3B**. Oznaczają one odpowiednio sumę 2 najwyższych odpowiedzi w skali (**T2B**) i sumę 3 najwyższych odpowiedzi w skali (**T3B**). Są to standardowe miary stosowane w badaniach opinii i badaniach rynku, pokazujące odsetek osób zgadzających się z daną opinią.

## KOGO BADALIŚMY?

### FGI – Focus Group Interview (wywiad zogniskowany)

**3 grupy** z mężczyznami, **1** z kobietami

Mieszkańcy **Warszawy** i **Gdańska**

Osoby żeglujące od co najmniej **2 lat**

Osoby żeglujące w **Polsce** i **za granicą**

### ETNO IDI (mini wywiady w terenie)

#### Żeglarze

Pracownicy i właściciele **marin**

Pracownicy **punktów usługowych** (restauracje, skutnie)

Wystawcy na **targach żeglarskich**

### IDI – In-depth Interview (wywiad pogłębiony)

Członkowie PZZ, szefowie klubów żeglarskich, firmy czarterowe, osoby zarządzające marinami, skutnice, działy marketingów firm powiązanych z żeglarstwem, żeglarze zawodowi, sklepy żeglarskie i turystyczne.

# BADANIA ANKIETOWE - NOTA METODOLOGICZNA

Zbadaliśmy ponad 800 pełnoletnich żeglarzy, a każdy z nich poświęcił nam około 25 minut na wywiad. To łącznie ponad 20 000 minut, które polscy żeglarze poświęcili nam, aby pomóc w uzyskaniu całościowego obrazu ich pasji, która nie jest rozumiana tak samo przez wszystkich. Bazując na uzyskanych odpowiedziach, opisujemy pejzaż polskiego żeglarstwa oraz typy żeglarzy. Nasze wnioski opieramy na wynikach analiz ilościowych, w tym segmentacji (clustering).

## JAK BADALIŚMY?

Badanie było realizowane metodą CAWI poprzez mailing do ogólnopolskiego panelu.  
Średnia długość wywiadu to ok. 25 minut.  
Badanie było prowadzone w dniach 2 – 21 listopada 2015.  
Analizie poddano wyłącznie dane z ankiet wypełnionych do końca.  
Przed analizą dane zostały dokładnie sprawdzone pod kątem poprawności i spójności logicznej.  
Poziom istotności dla testów różnic wynosił 95%.

## KOGO BADALIŚMY?

**Badanie prowadzono na próbie 800 żeglarzy:**

Mieszkańcy Polski w wieku 18+

Badanie było realizowane zarówno na obszarze największych miast, jak i w mniejszych ośrodkach, a struktura zrealizowanej próby miała charakter ogólnopolski.

Respondentami były osoby, które miały doświadczenie pływania jachtem pod żaglami i zamierzają kontynuować przygodę z żeglarstwem.

Z próby wykluczaliśmy osoby deklarujące, że ich jednorazowa przygoda z żaglami nie będzie kontynuowana.

## Forma prezentacji danych

W raporcie użyto dwóch rodzajów kolorów, określających czy dany wynik był istotnie wyższy lub niższy niż wynik ogólny dla całej próby.

Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby



The background of the entire page is a solid, muted blue. In the upper half, there are two stylized, dark blue sailboats. They are positioned diagonally, with the one on the right being slightly taller and further back than the one on the left. The sails are simple, triangular shapes.

# sailing

NOWY SERWIS DLA ŻEGLARZY

Wkrótce.

---

# **Żeglarstwo w Polsce. Potencjał Żeglarski Polski na tle Europy**

---

## SZACUNKOWA LICZBA ŻEGLARZY W POLSCE

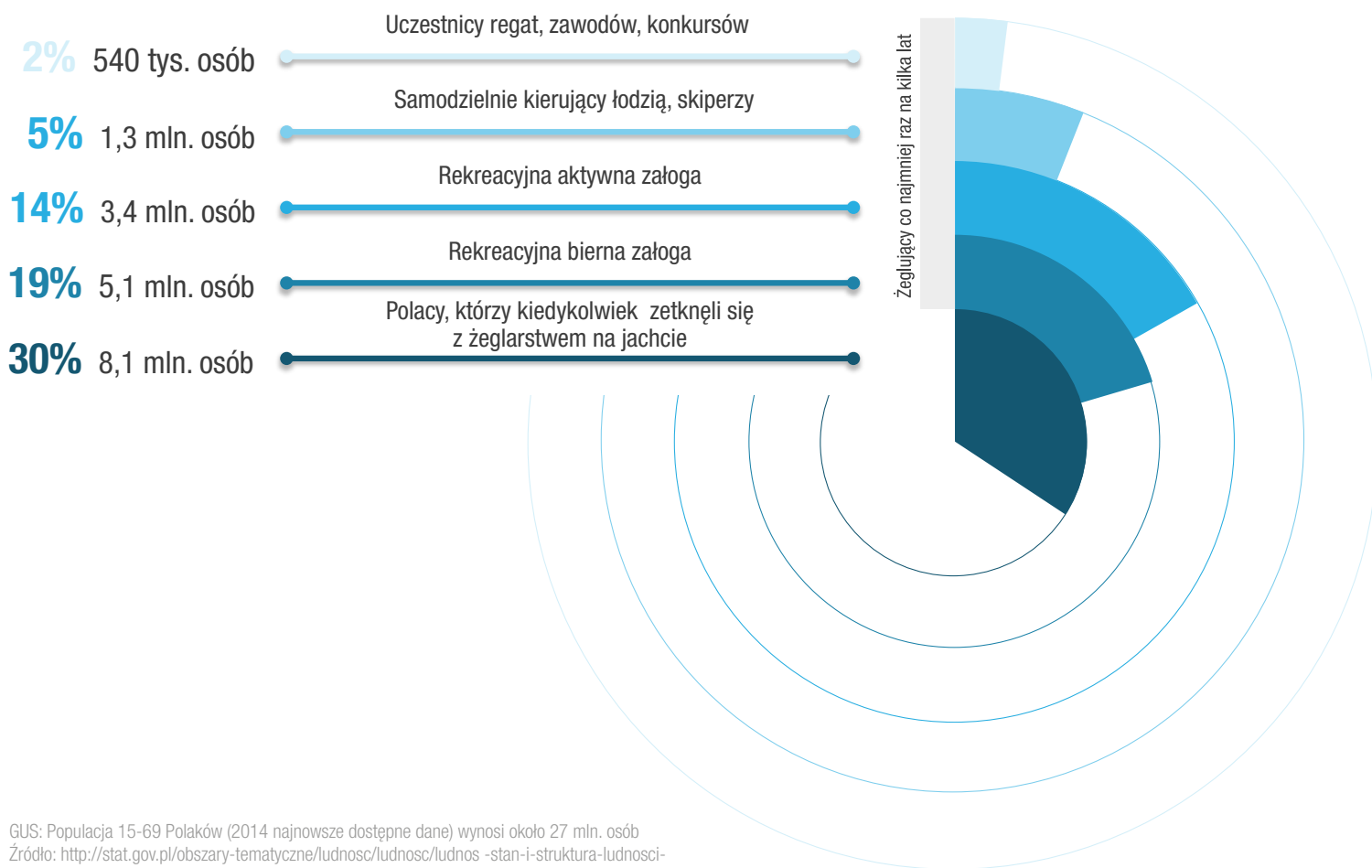
Szacując liczbę żeglarzy, którzy mieli okazję zetknąć się z pływaniem jachtem pod żaglami, korzystaliśmy z wyników ogólnopolskiego badania omnibus na próbie **1000 Polaków w wieku 15-69 lat**.

Zgodnie z wynikami szacujemy, że osób związanych z żeglarstwem w sposób sportowy, zawodniczy, profesjonalny, zawodowy lub kiedykolwiek biorących udział w zawodach jest około **540 tys.**

Ponad **2,5 raza** osób więcej deklaruje, że potrafi samodzielnie sterować łodzią.

Okolo **3,4 mln Polaków** deklaruje, że pływało kiedykolwiek jako członek załogi, angażując się aktywnie w różne zadania na pokładzie.

Ponad **5 mln Polaków** przyznaje natomiast, że co najmniej raz na kilka lat uczestniczą w rejsach jako rekreacyjna, bierna załoga. Oznacza to, że aż **70% Polaków** miało w życiu większą lub mniejszą styczność z żeglarstwem.



GUS: Populacja 15-69 Polaków (2014 najnowsze dostępne dane) wynosi około 27 mln. osób  
 Źródło: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/ludnos-stan-i-struktura-ludnosci-oraz-ruch-naturalny-w-przekroju-terytorialnym-stan-w-dniu-31-xii-2014-r-,6,17.html>

ŹRÓDŁO: BADANIE OMNIBUS NORSTAT DLA COMBINE.PL, Podstawa: wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków 15-69; N=1000





W naszym raporcie nie skupiamy się wyłącznie na zawodnikach, uczestnikach regat czy instruktorach. Zależało nam na pokazaniu możliwie pełnego obrazu żeglarstwa. Na wstępnym etapie badań dowiedzieliśmy się, że aż **30% Polaków** powyżej **15 roku życia** choć raz zetknęło się z żeglarstwem w postaci mniej lub bardziej profesjonalnej. Większość z nich stanowią osoby pływające dla towarzystwa z innymi i nie robią tego zbyt często. Niekiedy ich kontakt z żeglarstwem był jednorazowy, ale większość planuje kontynuować tę przygodę.

Aktywnie zaangażowani członkowie załóg, uczestniczący w pracach na łodzi podczas rejsu, stanowią około **15% populacji**. Blisko **5% badanych** Polaków deklaruje, że potrafi samodzielnie kierować łodzią pod żaglami. Wśród żeglarzy spotykamy więcej mężczyzn niż kobiet. Jest to częściej domena osób z wykształceniem co najmniej średnim i portfelem zasobniejszym niż zarobki przeciętnego Polaka. Żeglarze to grupa aktywna fizycznie.

Dla większości pływających jest to jedna z co najmniej kilku uprawianych przez nich aktywności sportowo – rekreacyjnych, często wymieniana obok narciarstwa, roweru, biegania i wędrówek górskich.

Główną motywacją do wejścia w świat żeglarstwa jest chęć spędzenia czasu z ciekawymi ludźmi w interesujący sposób – dla jednych oznacza to dobrą zabawę, dla innych sportową rywalizację i drogę do samodoskonalenia się. Inni szukają kontaktu z naturą i ucieczki od miejskiego gwaru, a jeszcze inni chcą po prostu być blisko ludzi, z którymi wiele przeżyli i z którymi łączą ich wspólne zainteresowania.

Dane potwierdzają hipotezy, że nie istnieje ktoś taki, jak typowy polski żeglarz. Należy mówić o co najmniej czterech typach, które przedstawiamy w kolejnych częściach raportu. Zapraszamy do włączenia się w eksplorację świata żagli, widzianego oczami każdego z nich.

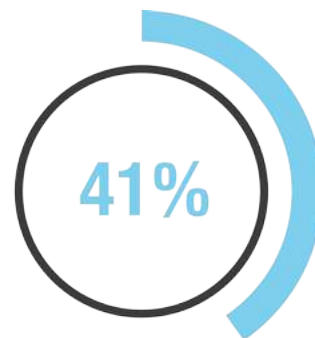




- Polacy zdecydowanie preferują uprawianie żeglarstwa „weekendowego”. Najczęściej żeglują rekreacyjnie, spędzając czas podczas rejsu jako bierny pasażer. Potwierdza to także ocena ich własnych umiejętności, które opierają się przede wszystkim na byciu członkiem załogi podczas rejsu oraz nieposiadaniu stopni żeglarskich (ponad 70% respondentów nie może pochwalić się żadnym stopniem żeglarskim).
- Powodami, które zachęciły większość badanych do spróbowania żeglarstwa są przede wszystkim ciekawość spróbowania czegoś nowego i chęć przeżycia przygody w gronie ludzi, z którymi dobrze się czują. Jest to także związane z faktem, że Polacy żeglują najczęściej ze swoimi przyjaciółmi/znajomymi, często przez nich namówieni do spróbowania tej nowej formy spędzania wolnego czasu.
- Dla większości Polaków żeglarstwo miało do tej pory charakter jednorazowej przygody lub stosunkowo rzadkiego zajęcia – nie częściej niż raz do roku. Decydując się na taką aktywność, najczęściej korzystają z jachtu zorganizowanego przez znajomych i uczestniczą w krótkich, kilkugodzinnych rejsach na terenie Wielkich Jezior Mazurskich. Jest to najpopularniejszy kierunek i miejsce żeglowania dla zdecydowanej większości osób. Takie krótkie i rzadkie rejsy są głównym źródłem informacji o żeglarstwie dla większości badanych, którzy dość krytycznie oceniają swoją wiedzę i umiejętności żeglarskie.
- Potocznie żeglarze są postrzegani jako odważni, lubiący wyzwania i poszukujący przygody ludzie. W oczach społeczeństwa i swoich własnych jawią się jako osoby towarzyskie i pewne siebie, dzięki czemu podczas rejsów okazują się niezawodni i odpowiedzialni. Wizerunek typowego żeglarza można zatem uznać za pozytywny. Wiele osób chętnie podkreśla związki z żeglarstwem strojem, gadżetami, a także swoimi opowieściami.
- Główną korzyścią, jaką daje żeglarstwo jest możliwość oderwania się od codzienności. Nie wszyscy preferują to samo – jedni wolą zatopić się w kontemplację przyrody, inni w sportową rywalizację, a jeszcze inni w ekstremalne przeżycia i solidną dawkę adrenaliny.



żeglarzy szuka relaksu  
w pływaniu



żeglarzy szuka kontaktu  
z przyrodą

## ŻEGLUGA W POLSCE - MAZURY

- Mazury to region wybierany w celu uprawiania żeglarstwa przez ponad 50% polskich żeglarzy<sup>[1]</sup>. Co roku są odwiedzane przez ponad 1 mln polskich turystów i blisko 0,2 mln przyjezdnych z zagranicy<sup>[2]</sup>. Najpopularniejszymi miejscowościami wypoczynkowymi są Giżycko, Ryn, Mrągowo, Mikołajki i Ostróda. Wszystkie są ośrodkami żeglarskimi.
- Mazury są bardzo popularnym regionem turystycznym Polski. Nazywane są „Krajiną Tysiąca Jezior” i pod tą nazwą zostały wyróżnione przez UNESCO w rankingu „Nowe 7 cudów natury”, jako jeden ze współczesnych cudów świata, co przyciąga żeglarzy i turystów<sup>[3]</sup>. Na Mazurach zlokalizowane są największe pod względem powierzchni jeziora w Polsce, takie jak Śniardwy i Mamry<sup>[4]</sup>.
- W rejonie Mazur działa znaczna liczba przedsiębiorstw branżowych prowadzących działalność w miejscowościach znajdujących się nad jeziorami. Jest tam także wiele marin i przystani, szczególnie w miejscowościach turystycznych<sup>[5]</sup>.



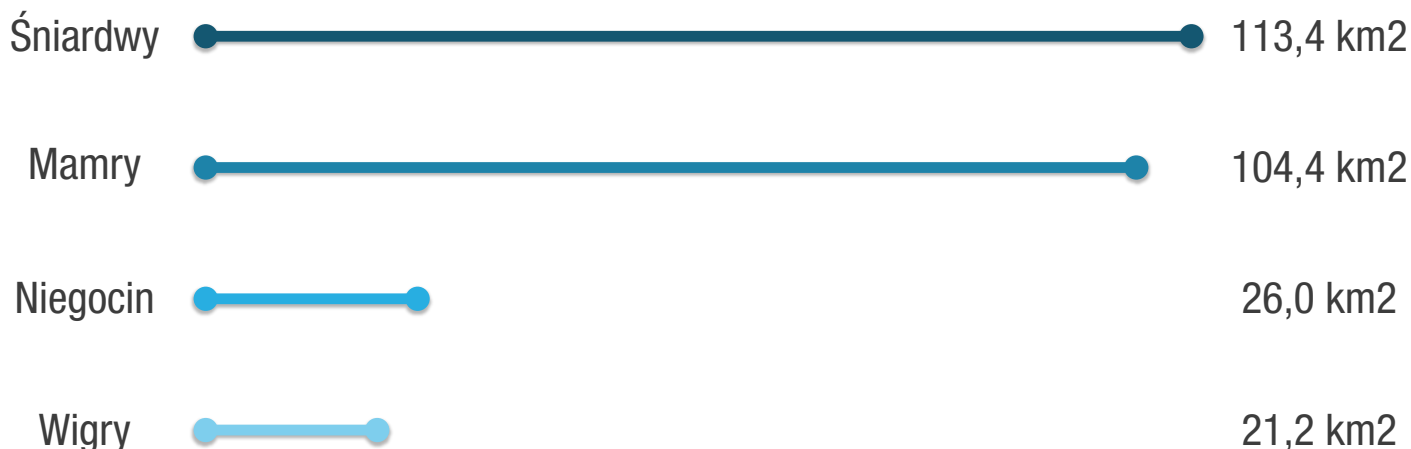
	MAZURY
Liczba jezior (pow. 1 ha) [1][2]	2,0 tys.
Dostęp do morza	nie
Firmy czarterowe[3]	98
Duże firmy produkujące łodzie[3]	6
Firmy serwisujące[3]	8
Odsetek polskich żeglarzy wybierających dany obszar jako miejsce uprawiania żeglarstwa[3]	> 50%



Wyróżnienie Mazur w rankingu UNESCO stanowi ważny element, który powinien być wykorzystany w promocji międzynarodowej, ponieważ piękno mazurskiej flory i fauny może przyciągnąć turystów zza granicy. Jest to jeden z walorów regionu, który powinien być komunikowany potencjalnym odwiedzającym.

Duże akweny pozwalają skupić sporą liczbę turystów w jednej lokalizacji, co sprzyja organizacji imprez masowych. Jest to ważne dla pozyskiwania sponsorów. Wielkie grupy odwiedzających to także argument do prowadzenia w tych lokalizacjach intensywnych działań promocyjnych, skierowanych w szczególności do amatorów sportów wodnych.

Na Mazurach możliwe jest nawiązanie współpracy pomiędzy podmiotami żeglarskimi i pozabranżowymi na zasadzie sponsoringu. Sponsorowanie w marinach mediów niezbędnych do obsługi łodzi (prąd i słodka woda), paliwa lub posiłków może być opłacalne dla obu stron.



## ŻEGLUGA W POLSCE - POMORZE

- Pomorze to region geograficzny Polski obejmujący całe wybrzeże kraju. Jako cel żeglarzy jest on wybierany średnio przez 1 na 5 osób uprawiających sporty wodne. W regionie występują zarówno akweny jeziorne, jak i morskie, w tym zatoki<sup>[4]</sup>. Jeziora na Pomorzu są postrzegane przez niektórych jako mniej atrakcyjne z powodu małej powierzchni i mniej rozwiniętego zaplecza hotelowo – usługowego.
- Mariny i przystanie jachtowe są w Polsce skupione głównie w Zatoce Gdańskiej, Zatoce Puckiej i nad Zalewem Szczecińskim. Jest to uwarunkowane geograficznie – prądami i wiatrami oraz lokalizacją najpopularniejszych ośrodków turystycznych, takich jak Trójmiasto<sup>[5]</sup>.
- Z powodu niekorzystnego ukształtowania powierzchni i słabej infrastruktury komunikacyjnej, w centralnej części Pomorza brakuje ośrodków żeglarskich, takich jak mariny i przystanie, które umożliwiłyby swobodne żeglowanie wzdłuż całego wybrzeża.
- W ostatnich latach do regionów nadmorskich doprowadzono w Polsce drogi szybkiego ruchu, takie jak autostrada północ – południe do Gdańska. W dalszym ciągu zaniedbana jest jednak komunikacja wschód-zachód. Dotyczy to zarówno dróg, jak i kolei. Wyjątek stanowią okolice Trójmiasta, czy Półwyspu Helskiego, które są bardzo dobrze skomunikowane koleją podmiejską i siecią autobusową<sup>[6]</sup>.



### POMORZE

Liczba jezior (pow. 1 ha) [1][2]

**3,3 tys.**

Dostęp do morza

**tak**

Firmy czarterowe[3]

**40**

Duże firmy produkujące łodzie[3]

**5**

Firmy serwisujące[3]

**7**

Odsetek polskich żeglarzy wybierających dany obszar jako miejsce uprawiania żeglarstwa[3]

**> 20%**

Źródło: [1] Żeglarstwo w Polsce, Combine, 2015, [2] Dane GUS, [3] UNESCO, [4] Katalog jezior Polski, Adam Chociński, 1991, [5] porty.jachtowe.pl, [6] www.gddkia.gov.pl



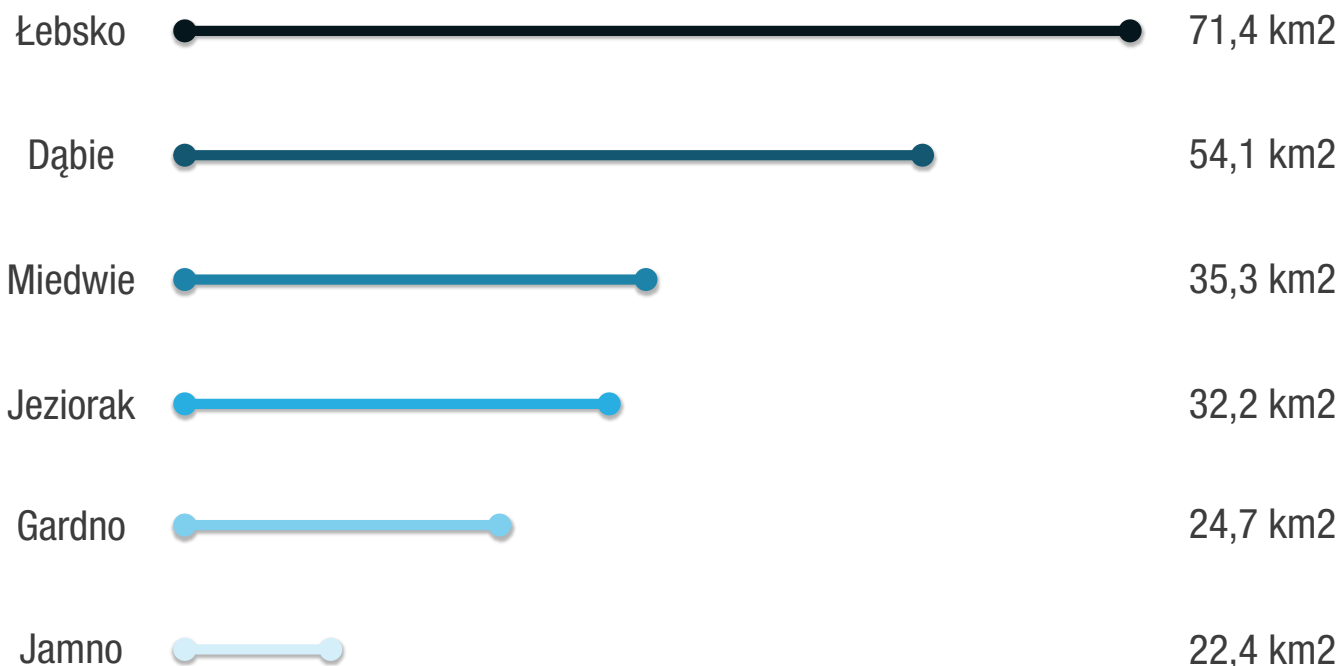
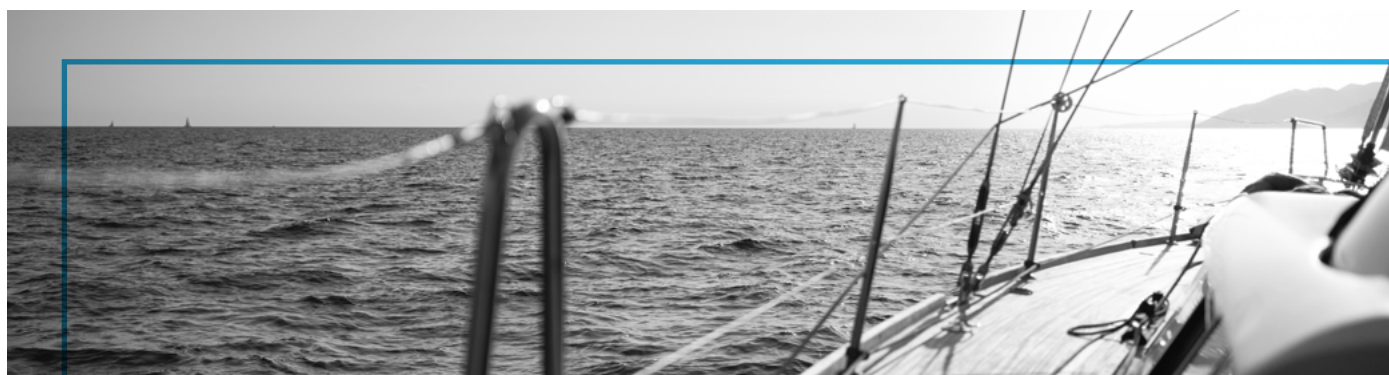
## ŻEGLARSTWO W POLSCE

Pomimo większej liczby jezior w tym regionie, są one mniej atrakcyjne dla żeglarzy, ponieważ ich powierzchnia jest mała. Popularność sportów wodnych na Pomorzu jest wysoka, jednak nie dotyczy to żeglarstwa – w tym momencie działania rozwojowe powinny być prowadzone w już istniejących ośrodkach turystycznych.

Ośrodki żeglarskie, takie jak Gdańsk, Gdynia czy Szczecin, są najbardziej stabilnymi obszarami pod względem liczby żeglarzy w ciągu całego roku. Z tego powodu wokół nich powinny prowadzić swoje działania podmioty oferujące usługi związane z żeglarstwem, dostosowane do poziomu umiejętności odbiorców.

Brak odpowiedniej infrastruktury wzdłuż wybrzeża Polski sugeruje, że działania marketingowe powinny być kierowane głównie do odbiorców w lokalizacjach dobrze skomunikowanych. W drugiej kolejności reklamy i działania należy skierować do pozostałej części regionu.

Miasta usytuowane w centralnej części wybrzeża, takie jak Kołobrzeg albo Łeba, wymagają znacznych nakładów finansowych na rozwój infrastruktury dla zapewnienia odpowiedniego standardu żeglarzom. Dodatkowe porty i przystanie pozwoliłyby także na przyjmowanie liczniejszej grupy żeglarzy z krajów, takich jak Dania, Niemcy lub Szwecja, którzy chętnie korzystaliby z polskich marin, ponieważ umożliwiłoby im to swobodne żeglowanie po całym Bałtyku.





## ORGANIZACJE ŻEGLARSKIE W POLSCE



POLSKI  
ZWIĄZEK  
ŻEGLARSKI

### POLSKI ZWIĄZEK ŻEGLARSKI

Na przykładzie innych krajów, takich jak Wielka Brytania lub Szwecja widać, że dla rozwoju branży i podniesienia jej popularności istotna jest aktywność podmiotów branżowych. Mogą one pełnić funkcję opiniotwórczą w społeczeństwie. Publikacje artykułów oraz aktualizacja informacji na portalach branżowych jest ważnym elementem działań, które mogą przyciągnąć nowe osoby i zachęcić je do korzystania z możliwości, jakie daje żeglarstwo: podróży, sportu, wypoczynku.

W Polsce jedynym związkiem o profilu żeglarskim jest Polski Związek Żeglarski (PZZ, ang. Polish Yacht Association – PYA). Podmiot powstał na spotkaniu założycielskim 11 maja 1924 roku. 4 lutego 1951 roku ze względu na panującą ówczesnie sytuację polityczną PZZ został zlikwidowany, a jego struktury zaczęły funkcjonować jako Sekcja Żeglarska Głównego Komitetu Kultury Fizycznej. W dniach 25-26 stycznia 1958 odbył się XXII Sejmik PZZ, na którym reaktywowano Polski Związek Żeglarski, którego pierwszym prezesem został Włodzimierz Głowacki.

Członkami zwyczajnymi PZZ jest 38 Okręgowych Związków Żeglarskich zrzeszających fanów sportów wodnych na terenie całego kraju<sup>[1]</sup>. Do OZZ należą także 33 kluby żeglarskie, które są członkami wspierającymi Polskiego Związku Żeglarskiego. W PZZ ponadto stowarzyszonych jest łącznie 717 klubów żeglarskich, które są członkami zwyczajnymi podmiotu.

Na podstawie zapisów ustawowych PZZ jest jedynym podmiotem mającym prawo do wydawania polskich stopni żeglarskich oraz rejestracji jachtów.

Poprzez zapisy statutowe związek zobowiązał się do wyznaczania norm organizacyjnych, przepisów sportowych oraz przygotowywania i organizacji wydarzeń sportowych. Jest współodpowiedzialny za dobór kadry reprezentującej Polskę na zawodach międzynarodowych, np. Igrzyskach Olimpijskich. Ważną rolą podmiotu jest także działalność na rzecz ochrony środowiska, co potwierdza ekologiczny aspekt sportów żaglowych<sup>[1]</sup>.

Źródło: [1] PYA.ORG.PL, [2] <http://www.wmozz.pl/wmozz/.pl>



# STOWARZYSZENIA I IZBY ZWIĄZANE Z ŻEGLARSTWEM

**Polskie Stowarzyszenie Klasy Optimist** zrzesza osoby uprawiające żeglarstwo na jachtach klasy **Optimist** oraz prowadzące działalność społeczną na rzecz rozwoju żeglarstwa. Działalność **PSKO** obejmuje rozwój i promowanie żeglarstwa regatowego w Polsce i na świecie, szkolenie zawodników i młodych żeglarzy, organizowanie regat, kształtowanie kultury sportowej i integracji środowisk żeglarskich. Stowarzyszenie ściśle współpracuje z **Polskim Związkiem Żeglarskim** przy organizacji programów startowych i szkoleniowych, a także finansowaniu przedsięwzięć związanych z żeglarstwem<sup>[1]</sup>.



**Polska Izba Przemysłu Jachtowego i Sportów Wodnych** zajmuje się głównie wspieraniem rozwoju działalności gospodarczej w zakresie przemysłu jachtowego i sportów wodnych, integracją środowisk przedsiębiorstw prowadzących działalność gospodarczą w zakresie przemysłu jachtowego oraz współpracą przy opracowywaniu aktów prawnych i ustaw dotyczących przemysłu jachtowego i sportów wodnych. Organizacja **zrzesza ponad 70 firm** działających w przemyśle sportów wodnych, m.in. producentów jachtów, firm skutniczych i serwisowych, czy magazynów branżowych<sup>[2]</sup>.

**Polskie Stowarzyszenie Klasy Europa** założone zostało w 1994 roku. Działalność **PSKE** obejmuje organizowanie wydarzeń Pucharu Polski, reprezentowanie zawodników w **Polskim Związku Żeglarskim** i **Międzynarodowym Stowarzyszeniu Klasy Europa** oraz promocję klasy Europa wśród młodzieży i dorosłych. Dodatkowo Polskie **Stowarzyszenie Klasy Europa** było organizatorem Mistrzostw Europy w klasie Europa, które odbyły się w 2015 roku w Kamieniu Pomorskim. PSKE zrzesza 11 klubów żeglarskich, w których prowadzona jest klasa Europa<sup>[3]</sup>.



# STOWARZYSZENIA I IZBY ZWIĄZANE Z ŻEGLARSTWEM

**Polskie Stowarzyszenie Żeglarzy Niepełnosprawnych** zrzesza aktualnie około 200 członków. Działalność **PSŻN** obejmuje zrzeszanie i ochronę interesów niepełnosprawnych żeglarzy, propagowanie żeglarstwa pośród osób niepełnosprawnych, a także ułatwianie im uprawiania żeglarstwa. Stowarzyszenie organizuje regaty dla żeglarzy niepełnosprawnych, takie jak m.in. **Ogólnopolskie Regaty Żeglarzy Niepełnosprawnych** o Puchar Jesieni, czy Mistrzostwa Polski Żeglarzy Niepełnosprawnych. W ramach członkostwa niepełnosprawni żeglarze mają możliwość uczestnictwa w rejsach, kursach oraz obozach żeglarskich <sup>[1]</sup>.



**Działanie Komisji Turystyki Żeglarskiej** skupia się na patronowaniu i realizacji programów związanych z żeglarstwem, takich jak m.in. Kurs i Zlot Przodowników Turystyki Żeglarskiej w Iławie, Młodzieżowa Szkoła Turystyki czy Dni Odry we Wrocławiu. Komisja organizuje także różnego rodzaju rejsy i regaty żeglarskie, m.in. „Poznajemy Pętlę Żuławską i Zalew Wiślany 2014”. Dodatkowo **KTŻ** prowadzi działalność szkoleniowo-promocyjną, w ramach której opracowuje regulaminy i odznaki żeglarskie<sup>[2]</sup>.

**International Sailing Federation** założone we Francji w 1907 roku to organizacja odpowiedzialna za zarządzanie sportem żeglarskim na całym świecie. Jest ona odpowiedzialna za przygotowanie mistrzostw świata i międzynarodowych wydarzeń żeglarskich, a także wydawanie przepisów związanych z pływaniem na jachtach. Do **ISAF** przynależy 114 stowarzyszeń na całym świecie. Od 1994 roku ISAF przyznaje nagrody Żeglarz Roku — **ISAF World Sailor of the Year Awards**. Tytuł otrzymują osoby, które wykazują się wybitnymi osiągnięciami w żeglarskim światowym. Sponsorem i patronem nagrody jest firma Rolex<sup>[3]</sup>.





## ORGANIZACJE ŻEGLARSKIE W POLSCE I NA ŚWIECIE

### Kluby żeglarskie

W kraju i za granicą działa ponad **300 polskich klubów żeglarskich**. Podmioty tego typu zajmują się promowaniem i propagowaniem żeglarstwa oraz kształtowaniem etyki żeglarskiej.

Od strony organizacyjnej zajmują się one przygotowywaniem regat i wydarzeń sportowych. Ich przedstawiciele prowadzą zajęcia żeglarskie dla dzieci i młodzieży oraz organizują obozy, a także kursy patentowe.



- ⚓ YKP Białystok
- ⚓ YKP Bielsko
- ⚓ YKP Bydgoszcz
- ⚓ YKP Częstochowa
- ⚓ YKP Gdynia
- ⚓ YKP Inowrocław
- ⚓ YKP Kalisz
- ⚓ YKP Kraków
- ⚓ YKP Lublin
- ⚓ YKP Nowy Targ
- ⚓ YKP Olsztyn
- ⚓ YKP Szczecin
- ⚓ YKP Tychy
- ⚓ YKP Warszawa
- ⚓ YKP Zakopane



- ⚓ YKP Brema
- ⚓ YKP Londyn
- ⚓ YKP Nowy Jork
- ⚓ YKP San Francisco
- ⚓ YKP Toronto



Największym klubem w Polsce jest **Yacht Klub Polski** zrzeszający **20 oddziałów Yacht Klubów** zlokalizowanych na terenie całej Polski. **YKP** jest współzałożycielem **Polskiego Związku Żeglarskiego**, a także wnioskodawcą i współtwórcą struktur żeglarskich w Polsce. Klub jest także twórcą bazy legislacyjnej – przepisów regatowych nadzoru technicznego, bezpieczeństwa dla żeglarstwa polskiego.

# OSOBY KOJARZONE Z ŻEGLARSTWEM

### Autorytety żeglarskie

Zapytani o osoby kojarzone z żeglarstwem, polscy amatorzy tego sportu wymieniają często Krzysztofa Baranowskiego, Romana Paszke, Mateusza Kusznierewicza, Leonida Teligę.

DIAZ

ALEKSANDER DOBA

WIESŁAW KACZMAREK

COOK

MATEUSZ KUSZNIEREWICZ

MAGELLAN

KRZYSZTOF BARANOWSKI

LEONID TELIGA KOLUMB

ROMAN PASZKE

Ciekawe, że wśród autorytetów żeglarskich są wymieniane zarówno postaci z Polski, jak i bohaterowie zagraniczni. Co więcej, część z nich to postaci fikcyjne – bohaterowie książek, filmów czy szant. Wydaje się, że owe postacie są nośnikami wartości niezależnie od tego czy są fikcyjne, czy kojarzą się z historią, militariami, sportem.

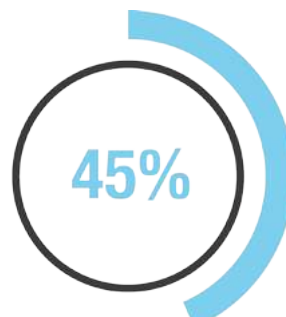
Zdaniem ekspertów, żeglarstwo to sport niedoceniany przez media, przez co wciąż pokutuje przekonanie o jego elitarności. W powszechnej świadomości brakuje wiedzy o żeglarzach i ich osiągnięciach, zarówno współczesnych, jak i historycznych.

„W mediach jest za mało relacji z zawodów i wypraw żeglarskich. Nie pokazuje się osiągnięć – choćby tego, że załoga naszych dziewcząt bije rekordy i o tym wiedzą tylko inni zapaleńcy, bo o tym się nie mówi”.

Ewa Skut, Kapitan jachtowy,  
instruktorka żeglarstwa PZŻ



badanych żeglarzy potrafi wymienić  
co najmniej jedną osobę związaną  
z żeglarstwem



żeglarzy nie wymieniło  
żadnego nazwiska

## ŻEGLUGA W EUROPIE

### Polska na tle Europy

W celu identyfikacji dobrych praktyk stosowanych w branży żeglarskiej w innych regionach Europy, sytuację w Polsce można porównać z tą panującą w krajach, gdzie żeglarstwo jest jednym ze sportów narodowych, np. **Wielką Brytanią i Szwecją**. Są to kraje północne o zbliżonych do **Polski** warunkach klimatycznych.



	WIELKA BRYTANIA	SZWECJA	POLSKA
Liczba jezior (pow. 1 ha) [1]	b.d.	100 tys.	7 tys.
Jeziorność[1][2]	7,0%	8,5%	0,9%
Dostęp do morza[3]	tak	tak	tak
Długość linii brzegowej[3]	12 429 km	3 218 km	770 km
Liczba klubów/organizacji żeglarskich[2][4]	1 500	1 000	100
Przychody z produkcji jachtów (2014)[5]	6 663 mln EUR	816 mln EUR	1 562 mln EUR

Szwecja i Wielka Brytania mają przewagę pod względem geograficznym, posiadają więcej jezior o większej łącznej powierzchni oraz dłuższe linie brzegowe. Z kolei liczba organizacji żeglarskich w obu przypadkach jest ponad dziesięciokrotnie większa niż w Polsce.





# ŻEGLUGA W EUROPIE – WIELKA BRYTANIA

## Polska na tle Europy

Wielka Brytania jest liderem w Europie pod względem popularności żeglarstwa. Polska ma możliwość naśladowania jej strategii odnośnie prowadzenia ogólnokrajowej reklamy oraz zwiększenia liczby portów, w szczególności w centralnej części wybrzeża.

**1** Pomimo nierównomiernego rozmieszczenia jezior, kampanie promujące wydarzenia sportowe prowadzone są w mediach na terenie całego kraju. W związku z tym, społeczeństwo Wielkiej Brytanii w niemalże wszystkich regionach zajmuje się żeglarstwem. Przykładem mogą być regaty akademickie University Boat Race, które cieszą się popularnością w całym kraju, także pośród laików<sup>[1]</sup>.

**2** Lokalizacja na dwóch dużych wyspach i wielu małych powoduje, że w Wielkiej Brytanii panują bardzo dobre warunki do uprawiania żeglarstwa morskiego. Ponadto na wybrzeżu tego kraju znajdują się liczne przystanie oraz stocznie naprawcze, a wiele miast posiada porty<sup>[2]</sup>.

**3** Brytyjczycy wydają największe kwoty w Europie – zarówno na zakup, jak i na renowację jachtów. Z kolei wartość produkcji jachtów wynosi rocznie ponad 6,5 mld EUR<sup>[3]</sup>.



W Polsce, pomimo zróżnicowanego zagęszczenia akwenów i nierównej popularności sportów wodnych w różnych regionach, reklama i kampanie marketingowe powinny być prowadzone na terenie całego kraju. Dotyczy to zarówno akcji sportowych (kluby działają przy zbiornikach na terenie całej Polski), jak i amatorskich (amatorzy pochodzą z różnych części kraju).

Na przykładzie Wielkiej Brytanii w Polsce powinno się rozwinąć infrastrukturę, w szczególności w rejonie nadmorskim. Priorytetem powinno być zbudowanie portów i marin w centralnej części Pomorza, co pozwoliłoby na powstanie spójnej sieci żeglownej na polskim wybrzeżu. Początkowo przystanie mogłyby powstać w pobliżu popularnych miejscowości wakacyjnych, np. Kołobrzegu, Mielna lub Darłowa.

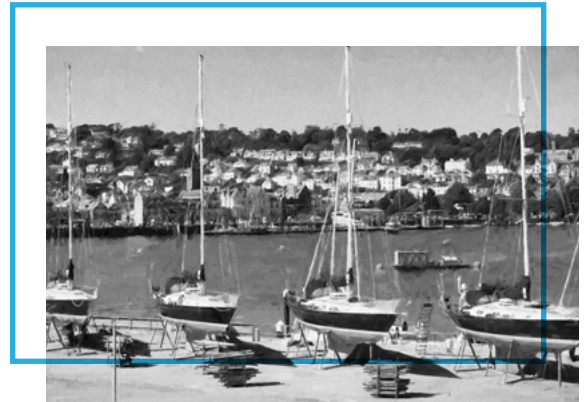
Współistnienie podmiotów sprzedających łodzie wraz z podmiotami naprawczymi jest jednym z elementów pozwalających na utrzymanie wysokiego zainteresowania sportami wodnymi w regionie. Z tego powodu, oprócz zwiększenia liczby podmiotów sprzedających jednostki, należy zadbać w Polsce o powstanie stoczni naprawczych w istotnych dla żeglarstwa lokalizacjach. Branża produkcyjna zapewnia dostęp do relatywnie tanich jednostek (niskie koszty transportu w ramach kraju).

Źródło: [1] Encyklopedia Geograficzna Świata: Europa, OPRES, 1998,

[2] Encyklopedia PWN, [3] Euromonitor.

# ŻEGLUGA W EUROPIE – WIELKA BRYTANIA

Wprowadzenie żeglarstwa jako ważnego elementu kulturowego oraz wzmożona promocja tego sportu stwarza potencjał dla jego rozwoju na wzór Wielkiej Brytanii.



4

W promocję sportów wodnych silnie zaangażowane są podmioty akademickie. Tego typu zawody cieszą się w Wielkiej Brytanii dużą popularnością. Regaty posiadają przeważnie stałych partnerów medialnych i sponsorów oraz są wspierane przez podmioty państwowe.

Na przykładzie Wielkiej Brytanii widać, że w celu rozwoju sektora żeglarskiego rekomendowane jest zaangażowanie podmiotów rządowych w kampanie promocyjne. Mogą one pomóc w koordynacji działań na terenie całego kraju.

5

W społeczności Wielkiej Brytanii żeglarstwo jest uważane za jeden ze sportów narodowych, element tradycji, którego popularność podtrzymywana jest poprzez ciągłą aktywność podmiotów branżowych, także w mediach.

Na przykładzie Wielkiej Brytanii widać, że postrzeganie żeglarstwa jako sportu narodowego lub elementu tradycji, znacząco ułatwia pozyskanie dużej grupy osób zainteresowanych. Takie postrzeganie sportów wodnych jest efektem wieloletniego procesu. Jego zaaplikowanie do realiów Polski nie jest możliwe w mierzalnym okresie. Możliwe jest jednak znaczne przyspieszenie popularyzacji żeglarstwa poprzez kierowanie kampanii do młodzieży, np. w szkołach.

6

W Wielkiej Brytanii marketing dotyczący żeglarstwa prowadzony jest na skalę krajową i zaangażowane są w niego media oraz podmioty rządowe.

Na polu aktywności i skali marketingowej Polska powinna brać przykład z Wielkiej Brytanii. Obserwując działania na Wyspach, można zauważyć, jak duże znaczenie ma kierowanie przekazów do całego społeczeństwa, a nie tylko do wybranej grupy stałych żeglarzy.





## ŻEGLUGA W EUROPIE – SZWECJA

### Polska na tle Europy

**Maksymalne wykorzystanie uwarunkowań przyrodniczych oraz zaangażowanie organów publicznych w promocję ekologicznego trybu życia, w tym żeglarstwa, powinno stanowić wzór dla zmian w polityce krajowej.**

1

Szwecja jest krajem o bardzo dobrych uwarunkowaniach geograficznych do uprawiania żeglugi. Posiada liczne akweny o dużej powierzchni oraz długą linię brzegową bogatą w zatoki. Jeziorność w Szwecji wynosi 8,5% i jest to jeden z najwyższych wskaźników wśród krajów europejskich<sup>[1]</sup>.

2

Organy państwowe i regionalne bardzo często obejmują patronat nad regatami i dodatkowo sponsorują podmioty branżowe. Jest to element ogólnej polityki, polegającej na wspieraniu zdrowego stylu życia, w tym uprawiania sportu<sup>[2]</sup>.

3

Wysoka jakość wody w naturalnych zbiornikach w Szwecji i niski poziom zanieczyszczenia środowiska jest wynikiem bardzo dużej dbałości o środowisko - jej przejawem są wysokie wydatki publiczne w tym zakresie<sup>[3]</sup>.

**Intensywna promocja oraz wzmocnienie roli organizacji żeglarskich, poprzez m.in. powołanie podmiotu koordynującego ich działania, jest niezbędne dla rozwoju branży żeglarskiej w Polsce.**

4

Związki żeglarskie w Szwecji wyróżniają się na tle organizacji z innych krajów z powodu swojej intensywnej działalności opiniotwórczej i marketingowej. Podmioty te publikują własne artykuły w prasie oraz w Internecie, prowadzą także kampanie promocyjne kierowane zarówno do stałych żeglarzy, jak i do amatorów w celu zachęcenia ich do uprawiania żeglarstwa. Dodatkowo podmioty branżowe w Skandynawii organizują m.in. spotkania entuzjastów sportów wodnych w celu poznania ich opinii np. na temat możliwych zmian w danym regionie<sup>[4]</sup>.



Wysoki poziom jeziorności pozytywnie wpływa na popularność sportów żaglowych. Z tego powodu w Polsce powinno się przywiązywać większą wagę do ochrony niedużych zbiorników żeglownych, by zachować możliwości uprawiania na nich sportów wodnych. Organy, które zajmowałyby się przeciwdziałaniem zanikania jezior, powinny stanowić głównie instytucje państwowe oraz związki żeglarskie.

W związku z tym, że uprawianie sportów, w tym żeglarstwa, pozwala zarówno na rozwój fizyczny, jak i edukację ekologiczną społeczeństwa, organy państwowe powinny podjąć inicjatywę w tym zakresie również w Polsce.

Wspieranie żeglarstwa w krajach skandynawskich jest motywowane między innymi tym, że podczas żeglugi korzysta się z siły wiatru. Żegluga może być dzięki temu przedstawiana jako ekologiczny sposób na podróżowanie i spędzanie wolnego czasu. Na wzór Szwecji, działania ekologiczne połączone z promocją zdrowej aktywności, takiej jak żeglarstwo, mogą zachęcić szerszą część społeczeństwa do uprawiania sportów żaglowych.

Takie działania powinny być przykładem dla polskich organizacji, które najczęściej skupiają się na stałych uczestnikach sportów wodnych i nie starają się poszerzyć grupy odbiorców. W kontekście polityki narodowej obejmującej rozwój żeglarstwa, współpraca powinna przebiegać między różnymi organizacjami, związkami i klubami. Brak kooperacji podmiotów branżowych jest jedną z kluczowych barier na drodze rozwoju polskiego żeglarstwa.





POLSKI ZWIĄZEK  
ŻEGLARSKI

**OD 92 LAT WSPIERAMY  
POLSKIE ŻEGLARSTWO**

[www.pya.org.pl](http://www.pya.org.pl)

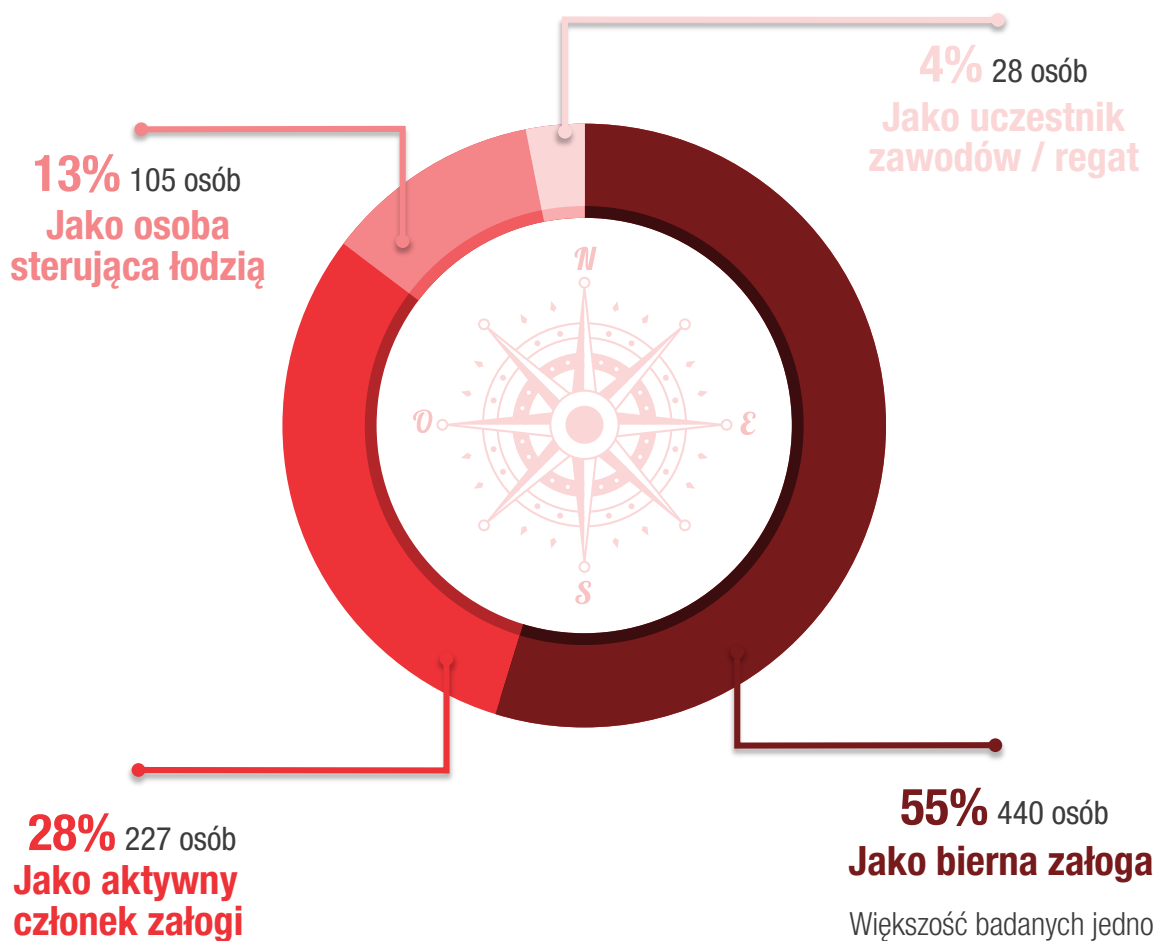
---

# Kim są polscy żeglarze? Typologia

---

# ŻEGLOWANIE W POLSCE – PROFIL ŻEGLARZA

W jakim charakterze pływasz jachtem pod żaglami?



Prawie 3 na 10 żeglarzy uważa się za czynnego członka załogi. Oznacza to, że nie potrafi samemu sterować jachtem i nie ma ambicji zawodniczych, ale chętnie angażuje się w różne aktywności wspierające kapitana czy skipera (w odróżnieniu od biernej załogi, która skupia się niemal wyłącznie na odpoczynku).

Większość badanych jednoznacznie zalicza się do grupy, którą nazwaliśmy „bierną załogą” – są to osoby rzadko żeglujące, nie posiadające specjalnych uprawnień oraz traktujące udział w rejsie i ogólnie żeglarstwo jako formę relaksu i/lub „weekendowej” rozrywki.





# PROFIL DEMOGRAFICZNY POLSKICH ŻEGLARZY

Porównując żeglarzy jako grupę do ogółu Polaków, można zaobserwować wśród nich większy udział mężczyzn, osób w wieku 25-49 lat oraz obywateli nieco zamożniejszych. Ponadto, ich wykształcenie często sięga ponad szkołę średnią, a zaangażowanie w korzystanie z nowych technologii, czy serwisów społecznościowych jest nieco większe, niż u ogółu populacji.

## PŁEĆ

41%  
kobiety

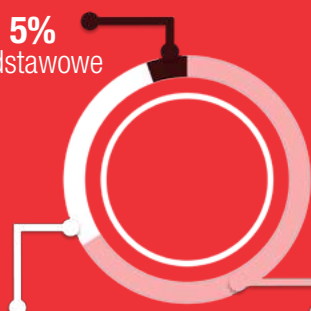


59%  
mężczyźni

## WYKSZTAŁCENIE

5%  
podstawowe

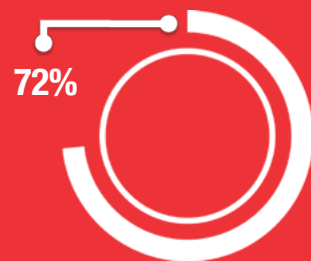
35%  
średnie



60%  
wyższe

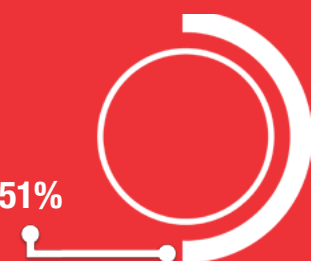
## KONTO NA FACEBOOK'U

72%



## POSIADANIE SMARTPHONE'A

51%



## WIEK

10%

34%

29%

27%

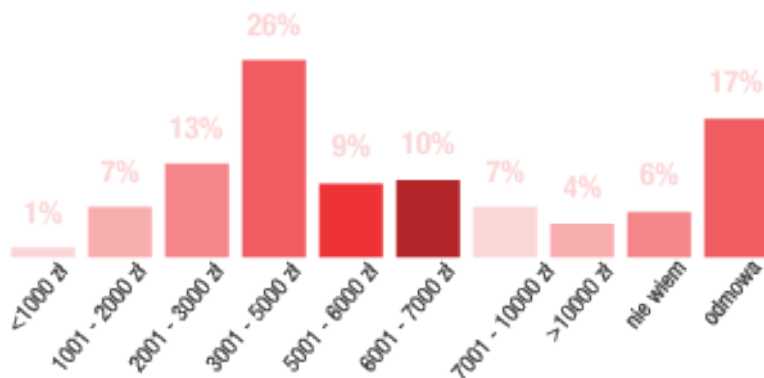
18-24

25-39

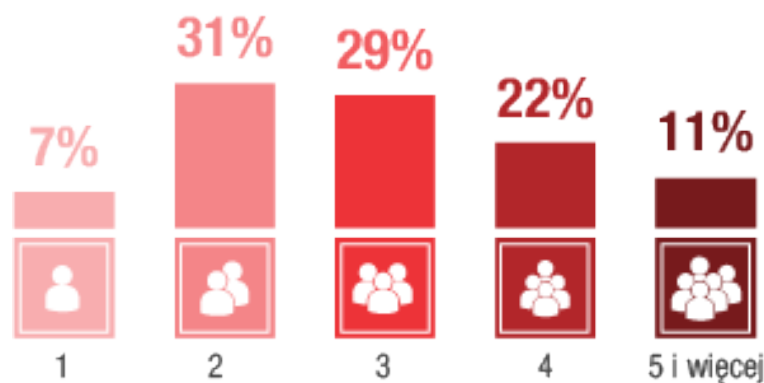
40-54

55-99

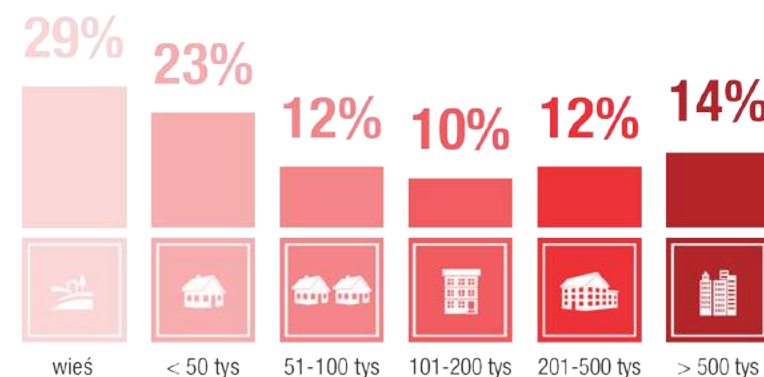
## DOCHODY



## WIELKOŚĆ GOSPODARSTWA



## MIEJSCE ZAMIESZKANIA



# TYPOLOGIA ŻEGLARZY OKIEM EKSPERTÓW

W opinii ekspertów tym, co różni żeglarzy jest styl żeglowania, poziom wiedzy, doświadczenie, motywacja, wartości związane z żeglarstwem, oczekiwania wobec sprzętu oraz preferencje, co do rejonu żeglowania.

Podstawowy podział wyznacza w ich odczuciu poziom wiedzy i doświadczenie, jak również identyfikacji z wartościami, jakie wiążą się z żeglarstwem:

- Grupa wskazywana przez nich w pierwszej kolejności to „prawdziwi żeglarze” - pasjonaci, dla których żeglarstwo jest elementem stylu życia oraz sportowcy - żeglarze uczestniczący zawodowo i amatorsko w regatach, preferujący poważne żeglowanie i morze – z tej grupy wywodzą się często sami eksperci, oni też są zwykle członkami klubów i aktywnie propagują wartości żeglarskie.
- Część ekspertów zauważa, że w szybkim tempie rośnie jednak grupa żeglarzy, dla których żeglarstwo jest rekreacją - to dla nich kolejna aktywność - jak narty, surfing, bieganie, czy tenis, a nie element stylu życia. Preferują bezpieczne akweny, często śródlądzie lub „ciepłe morza”, nierzadko korzystając przy tym z pomocy skiperów.
- Większość ekspertów podkreśla również, że do Polski dotarł trend obserwowany za granicą - umacnianie się pozycji łodzi motorowych. Trend ten trafia do użytkowników, których kontakt z wodą oznacza odmienne wartości, potrzeby i inny styl zachowania na wodzie, niż ten reprezentowany przez tradycyjnych żeglarzy. Motorowodniacy stawiają na wygodę, a motorówkę traktują podobnie jak samochód – jest ich wizytówką oraz dowodem prestiżu i statusu.

Żeglarstwo to szlachetna i ekscytująca dyscyplina, która łączy w sobie różne żywioły, zapewnia niezapomniane emocje, pozwala na sprawdzenie siebie, odkrywanie swoich granic, uczy dyscypliny, pracy w zespole, panowania nad stresem, pokonywania własnych słabości i sił natury.

*„W związku ze wzrostem popularności łodzi motorowych, liczba motorowodniaków z roku na rok rośnie. Po części trend ten wynika z coraz większego nastawienia na rekreację i wygodę, także na wodzie. Ponadto, często porównuje się prowadzenie łodzi motorowej do prowadzenia samochodu co wymaga trochę mniejszych umiejętności niż te wymagane, aby sterować jachtem żaglowym co również może wywoływać wrażenie, że żeglarstwo motorowodne jest bardziej przystępne”.*

**Zofia Truchanowicz,  
Dyrektor zarządzająca, Harken**

*„Złapanie bakcyla żeglarskiego wiąże się z poczuciem, że będąc na wodzie, jesteś we właściwym miejscu, robisz to, co lubisz. To ciągłe zmaganie się z samym sobą, odkrywanie swoich słabych i mocnych stron, przekraczanie granic oraz walka z żywiołami”.*

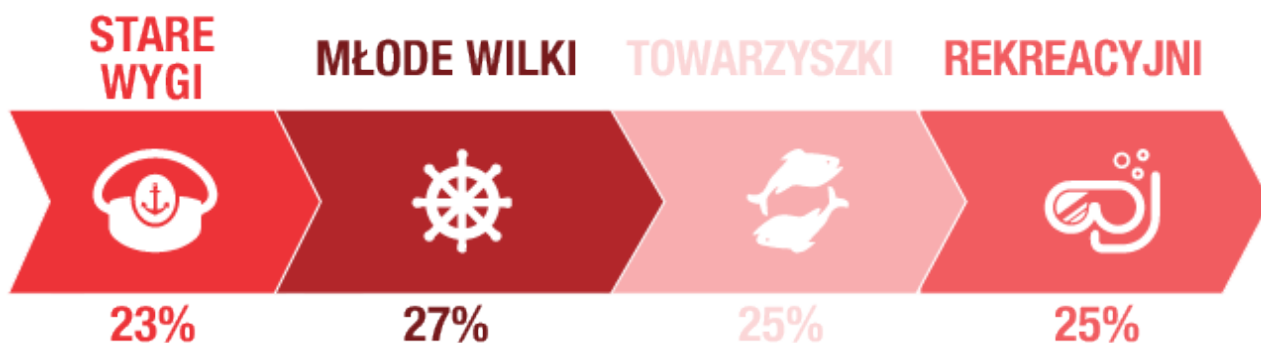
**Zofia Truchanowicz,  
Dyrektor zarządzająca, Harken**



*„Każdy może zostać zarówno żeglarzem, jak i rowerzystą - to już przestaje być takie wyjątkowe. Sprzęt i elektronika dają szansę wszystkim, ale nie dla każdego będzie to pasją na całe życie”.*

**Wieloletni żeglarz, szkutnik i projektant jachtów**

# SEGMENTACJA ŻEGLARSTWA



Segmentacja nie uwzględnia użytkowników łodzi motorowych oraz surfingu.

## ADRENALINA

Potrzeba silnych emocji związanych ze sprawdzeniem zarówno siebie samego, jak i sprzętu, przekraczania granic, żeglarstwo porównywane do pionierskich podróży podczas zdobywania Dzikiego Zachodu, lotów kosmicznych, czy rejsów z czasów „Wielkich Odkryć”.

## KONTROLA

Żeglarstwo jako przewidywalność, dyscyplina, procedury, w każdej sytuacji istnieje „właściwy sposób postępowania”. Ten obszar to także usilne dążenie do doskonałości, samokontroli.

## ZABAWA

Żeglarstwo jest tutaj widziane jako sposób na bycie z ludźmi, na robienie czegoś wspólnie, na bycie częścią zespołu. Mniej ważne jest tutaj bicie rekordów, ściganie się z innymi łódkami; bardziej zaś cieszenie się towarzystwem innych ludzi.

## SPOKÓJ, WYCISZENIE

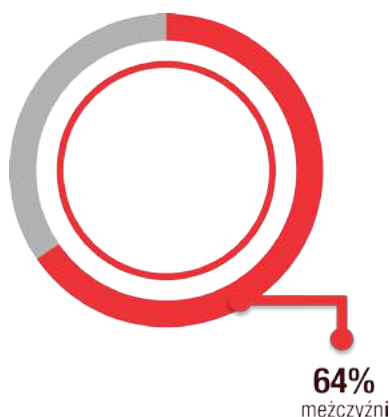
Żeglarstwo jako swego rodzaju Elizjum, schronieniem, w którym „wycinają się z rzeczywistości” i zapominają o stresach codziennego dnia. Bardzo cenione są wszelkie aspekty kontaktu z przyrodą, harmonii i równowagi duchowej.



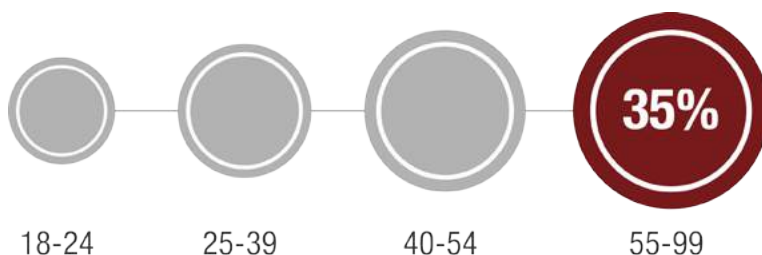
# STARE WYGI



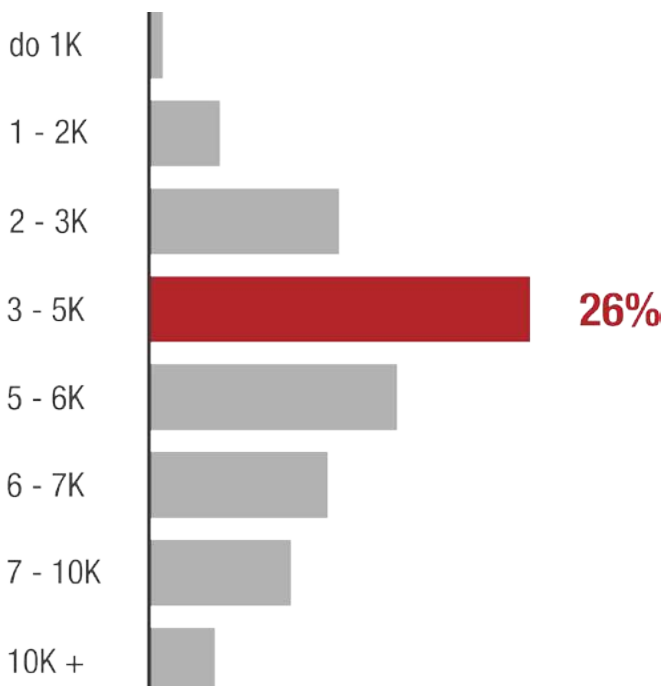
## MĘŻCZYŹNI



## STARSI



## O STABILNEJ SYTUACJI MATERIALNEJ



- Podobnie jak dla innych segmentów, żeglarstwo to dla nich przede wszystkim rekreacja i relaks.
- Żeglują istotnie dłużej niż pozostali – w większości zaczęli swoją przygodę na wodzie ponad 10 lat temu. Dzięki długiemu stażowi, rzadziej niż inni mają potrzebę pogłębiania wiedzy i umiejętności w zakresie żeglowania, nie czują już też potrzeby sprawdzania samego siebie, czy przeżywania mocnych wrażeń na wodzie. Nie boją się jednak żeglowania przy złej pogodzie oraz... pod wpływem piwa. To ostatnie sprzyja temu, co w żeglarstwie lubią najbardziej – budowaniu relacji, towarzyskości.
- Podczas rejsu chętnie poznają nowe osoby, ale pływają najczęściej w zaufanym gronie bliskich znajomych.
- Jako osoby zwykle sterujące łódką, jako bardzo istotne wskazują poczucie bezpieczeństwa i kontroli.
- Ich rejsy trwają najdłużej – zwykle 1-2 tygodnie. Pływają najczęściej na Mazurach, gdzie chętniej niż inne segmenty śpią pod gołym niebem. Cenią mazurski luz i relaks – to dla nich idealna destynacja, nie marzą o wielkiej wodzie.
- Bardzo często osoby z tego segmentu opisywały Mazury jako swego rodzaju schronienie, w którym „wycinają się z rzeczywistości” i zapominają o stresach codziennego dnia. Bardzo podkreślano tutaj wszelkie aspekty kontaktu z przyrodą, harmonii i równowagi duchowej.
- Podczas planowania rejsu, najchętniej korzystają z polecenia znajomych, rzadziej niż inni z Internetu, są bowiem istotnie mniej otwarci na nowości.
- Niezbędnym wyposażeniem jachtu podczas rejsu jest dla nich apteczka, dobry sztormiak oraz kostium kąpielowy.
- W wolnym czasie chętniej niż pozostali słuchają Polskiego Radia i stacji lokalnych.

# STARE WYGI



## Waldemar/Logistyk z Katowic

**Wiek:** 60 lat

**Wykształcenie:** wyższe

**Dochód:** 4 000 PLN

**Wielkość GD:** 2 osoby (ja i żona, dzieci już się wyprowadziły)

### Motywacje i wartości

- Towarzystwo
- Kontrola
- Profesjonalizm
- Prestiż

### Kluczowe cechy

- Doświadczenie
- Dojrzałość
- Odpowiedzialność
- Spokój
- Mała otwartość na nowości
- Często własny jacht lub jacht znajomych
- Zawsze w roli sternika

### Cele

- Relaks, naładowanie baterii na łonie natury
- Spokój
- Bezpieczeństwo

### Napięcia

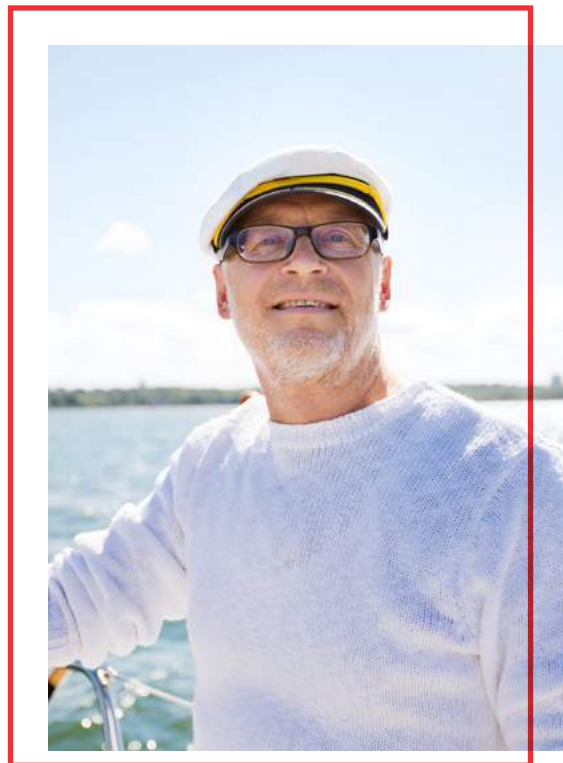
- Jakość źródeł informacji na temat żeglarstwa
- Przenoszenie się informacji nt. żeglarstwa do Internetu

### Typowy dzień / rejs

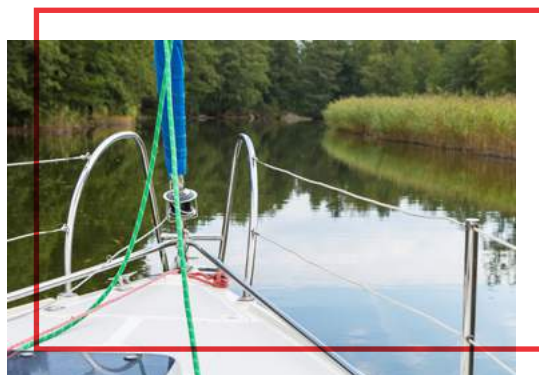
- 2 tygodnie, Mazury
- Z kumplami lub rodziną
- Spokojne żeglowanie
- Spanie na dziko

### Źródła informacji

- Rozmowy ze znajomymi
- Miesięcznik Żagle

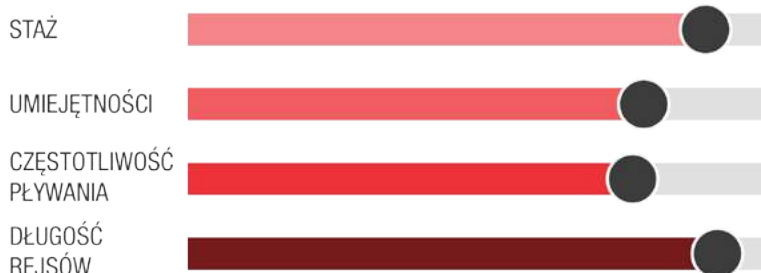


„Mam już swoje lata, ale nie wyobrażam sobie życia bez żeglowania. To dla mnie jak Validol!”



### REJS MARZEŃ

Tydzień na Mazurach z kumplami



ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL,;  
 PODSTAWA: WSZYSCY BADANI; N=800; SEGMENT „STARE WYGI” N=185

# STARE WYGI



## PŁEĆ

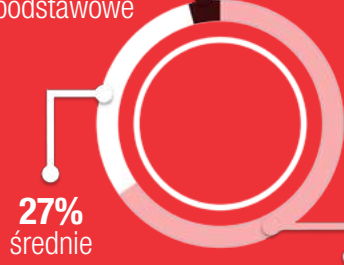
36%  
kobiety



64%  
mężczyźni

## WYKSZTAŁCENIE

4%  
podstawowe

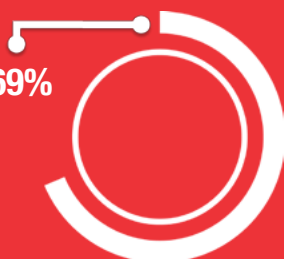


27%  
średnie

69%  
wyższe

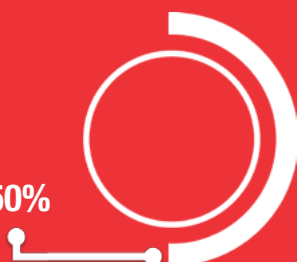
## KONTO NA FACEBOOK'U

69%

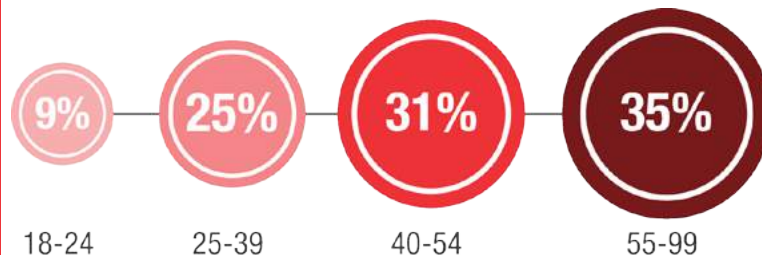


## POSIADANIE SMARTPHONE'A

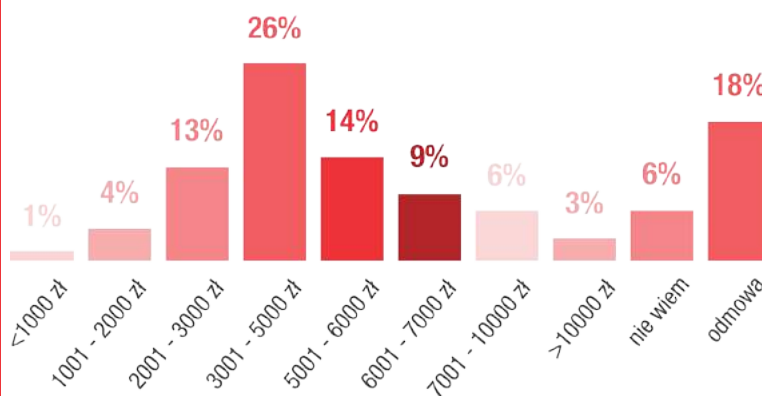
50%



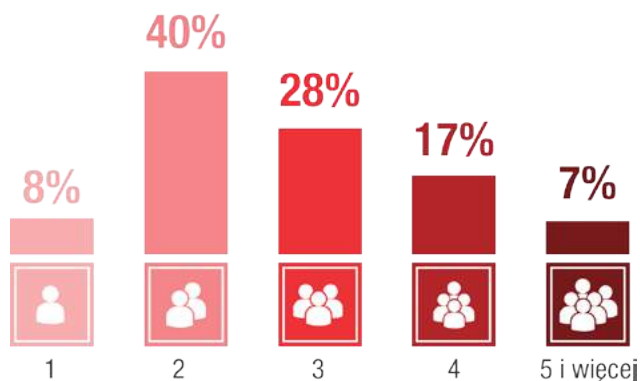
## WIEK



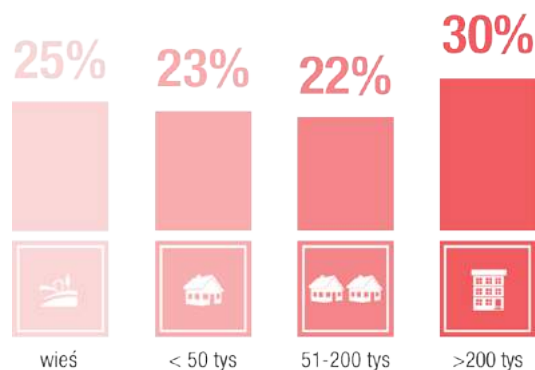
## DOCHODY



## WIELKOŚĆ GOSPODARSTWA



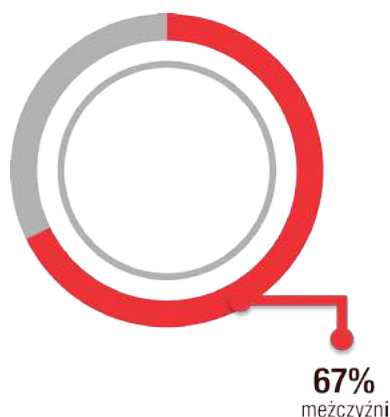
## MIEJSCE ZAMIESZKANIA



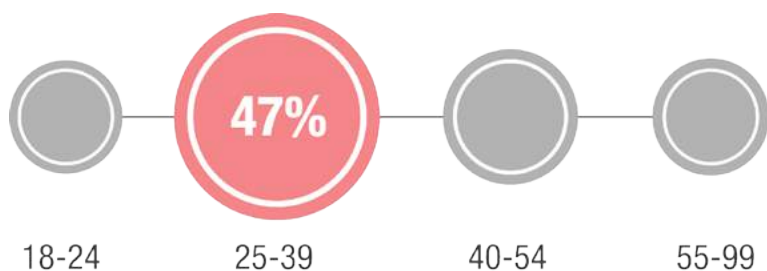
# MŁODE WILKI



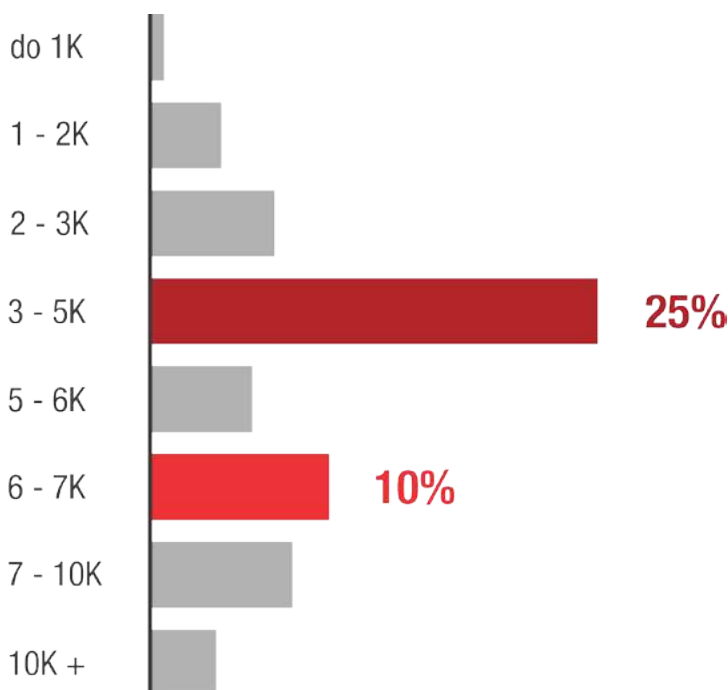
## MĘŻCZYŹNI



## MŁODZI



## O STABILNEJ SYTUACJI MATERIALNEJ



- Segment rządzony przez potrzebę silnych emocji. Kieruje nim adrenalina i potrzeba działania, lubią rywalizować i zwyciężać, czuć, że żyją „na maksa”.
- Żeglarstwo to dla nich przygoda, porównywana do pionierskich podróży podczas zdobywania Dzikiego Zachodu, lotów kosmicznych, czy rejsów z czasów „Wielkich Odkryć”. Siebie samych nazywają (w zależności od częstości uczestnictwa w regatach) pasjonatami, profesjonalistami czy też zawodowcami.
- Żeglują stosunkowo krótko, bo od 4 do 10 lat, ale częściej niż inni (raz na 2-3 miesiące). Preferują rejsy trwające 3-7 dni, korzystają z firm czarterowych, ale także relatywnie często posiadają własny jacht.
- Częściej niż inne segmenty odbywają rejsy morskie, w tym po Bałtyku.
- Ponieważ żeglarstwo traktują bardzo poważnie, żeglują bardzo odpowiedzialnie, są aktywni w zdobywaniu kolejnych kwalifikacji i wiedzy, a także są skłonni płacić za dostęp do wysokiej jakości materiałów o żeglarstwie. Istotnie częściej posiadają stopień żeglarski (żeglarz jachtowy, sternik jachtowy), wyżej oceniają swoją wiedzę i umiejętności, w tym te związane z nawigacją.
- Osoby znajdujące się w tym segmencie częściej są spełnione w życiu i wolne od napięć finansowych. Rzadziej niż pozostali wykazują podziw względem ludzi posiadających drogie samochody i auta, a także częściej wskazują, że stać ich na większość rzeczy, na które mają ochotę.
- Znacznie częściej wskazują także, że mają słabość do żeglarskich gadżetów oraz lubią otaczać się przedmiotami z nim związanymi, a także są gotowi wydawać wiele na przedmioty związane z żeglarstwem. Ponadto, częściej niż pozostali wybierają marki, które kojarzą im się z żeglarstwem.
- Starają się pozostać w kontakcie z żeglarstwem także poza sezonem (m.in. rozmowy ze znajomymi, oglądanie lub zamieszczanie wideo z wypraw, regat, poszukiwanie informacji i opinie na temat wypraw, czytanie prasy branżowej, uczestnictwo w imprezach szantowych, czy targach). Częściej niż pozostali marzą o rejsie na wielkiej wodzie, najlepiej w towarzystwie pięknych kobiet.



# MŁODE WILKI



## Paweł / Grafik z Warszawy

**Wiek:** 35 lat

**Wykształcenie:** wyższe

**Dochód:** 6 000 PLN

**Wielkość GD:** 3 osoby (ja i żona, 1 dziecko)

### Motywacje i wartości

- Adrenalina
- Rywalizacja
- Oderwanie się od codzienności
- Sprawdzenie siebie, a nie spotkanie towarzyskie, picie piwa czy podziwianie przyrody

### Kluczowe cechy

- Pewność siebie
- Profesjonalizm i odpowiedzialność
- Otwartość na wiedzę i nowości
- Podczas rejsu chętnie korzystają z nowych technologii
- Rejsy często organizują samodzielnie

### Cele

- Wyczyn
- Sprawdzenie siebie
- Rozwijanie umiejętności, stałe doskonalenie
- Coraz dalsze rejsy

### Napięcia

- Brak dobrych informacji na temat imprez żeglarskich, usług, historii żeglarstwa, innych sportów wodnych

### Typowy dzień / rejs

- 4 – 5 dni, z dala od zatłoczonych miejsc, często Bałtyk, żeglowanie wyczynowe
- Z kumplami lub znajomymi

### Źródła informacji

- Internet – filmiki, fora
- Kursy żeglarskie
- Doświadczeni żeglarze



„Prawdziwe żagle to zimno, brudno, mokro i śmierdząco.”



## REJS MARZEŃ

Morze Północne  
Rzadziej: Karaiby



# MŁODE WILKI



## PŁEĆ

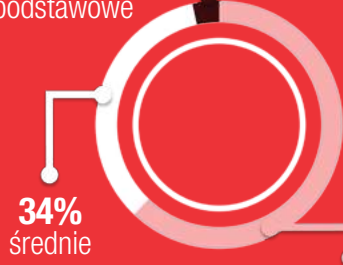
33%  
kobiety



67%  
mężczyźni

## WYKSZTAŁCENIE

5%  
podstawowe

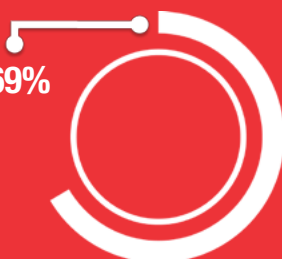


34%  
średnie

61%  
wyższe

## KONTO NA FACEBOOK'U

69%

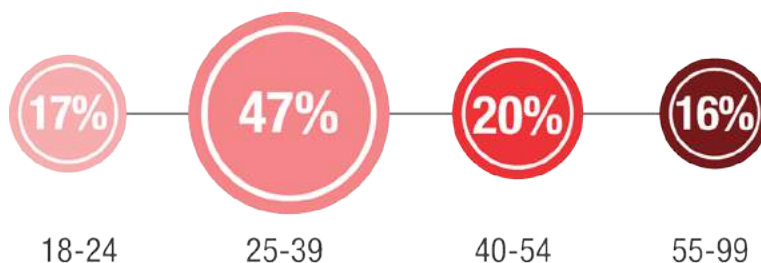


## POSIADANIE SMARTPHONE'A

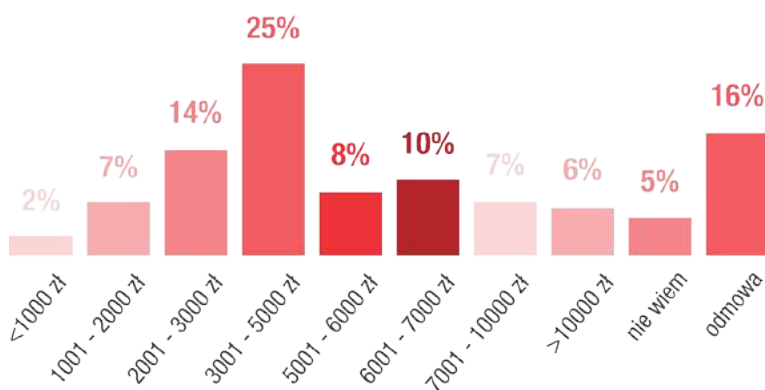
50%



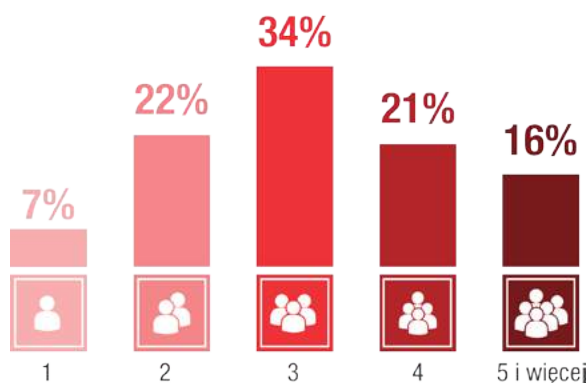
## WIEK



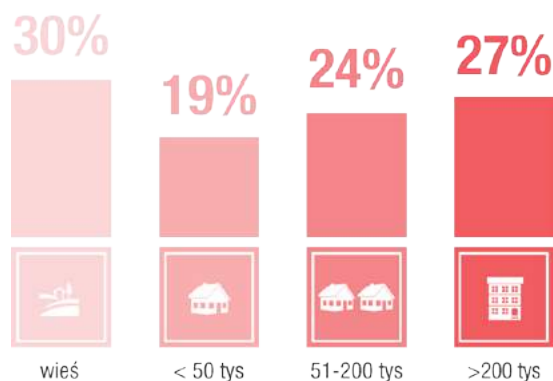
## DOCHODY



## WIELKOŚĆ GOSPODARSTWA



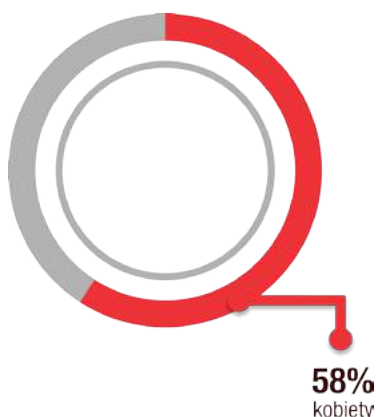
## MIEJSCE ZAMIESZKANIA



# TOWARZYSZKI

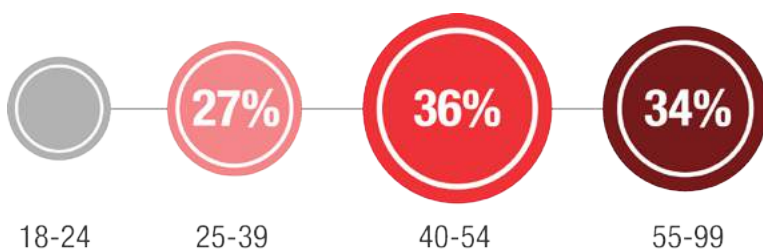


## KOBIETY



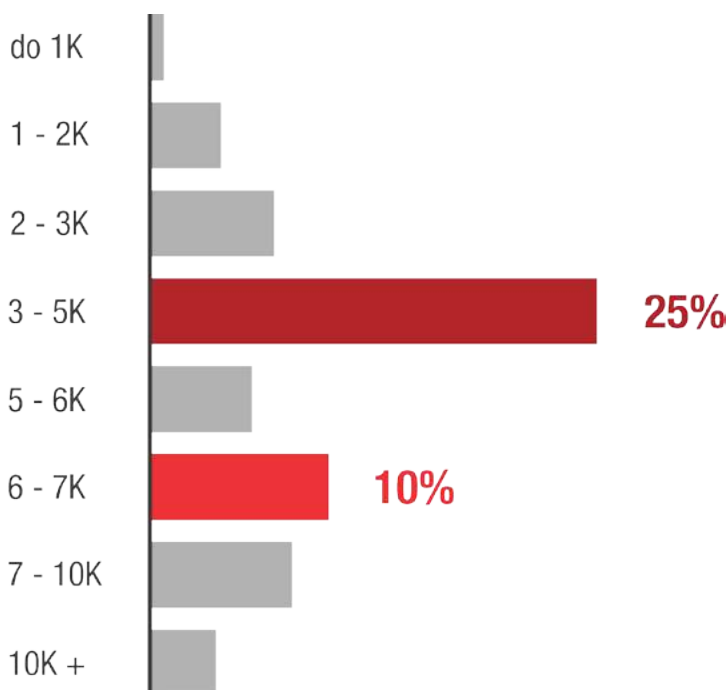
- Kobiety w żeglarskim najbardziej cenią odpoczynek w naturze i relaks psychiczny. Częściej niż pozostali wskazują także, że jest to dobry sposób na spędzanie czasu z najbliższymi.
- Podobnie jak segment Stare Wygi, uprawiają żeglarsko długo – ponad 10 lat, jednak żeglują rzadko, bo raz na kilka lat.
- Jako główną przyczynę uprawiania żeglarskiego wskazują swoich znajomych, którzy żeglowali od dawna, istotnie częściej niż pozostałe osoby żeglują na jachcie znajomych.

## MŁODSZE I STARSZE



- Same siebie określają jako biernego członka załogi. Zwykle bez patentu. Źródłem wiedzy o żeglarskim są dla nich najczęściej również znajomi i przyjaciele. Czasem oglądają strony poświęcone żeglarskiemu w Internecie.
- Częściej niż pozostali segment ten wskazuje na aspiracyjny charakter żeglarskiego – to aktywność kojarzona z prestiżem, która wyrabia dobre cechy charakteru, pokazuje jaki człowiek jest naprawdę, jest także ciągłym rzucaniem wyzwania sobie oraz innym. Żeglarzy postrzegają jako odważnych, odpowiedzialnych, zdecydowanych. Chciałyby również, aby żeglarsko uprawiali ich dzieci.

## O STABILNEJ SYTUACJI MATERIALNEJ



- Pytane o wyposażenie niezbędne podczas rejsu, częściej wskazują apteczkę, sztormiak, mapy, busolę/kompas. Podczas rejsu ważna jest dla nich prognoza pogody, opis szlaków żeglarskich oraz informacje na temat atrakcji dostępnych na lądzie.



# TOWARZYSZKI



## Kasia / Księgowa z Brześcia

**Wiek:** 45 lat  
**Wykształcenie:** wyższe  
**Dochód:** 3 000 PLN  
**Wielkość GD:** 4 osoby

### Motywacje i wartości

- Relaks na łonie natury
- Oderwanie się od codzienności
- Dobre towarzystwo

### REJS MARZEŃ

Na Mazurach, w towarzystwie przyjaciół, znajomych.

### Kluczowe cechy

- Nie organizują rejsów i nie sterują łódką
- Wiedza nabywana w praktyce, bez patentu
- Cenią atrakcje przyrodnicze i kulturalne na lądzie
- Postrzegają żeglarsstwo jako aspiracyjne, prestiżowe

### Cele

- Dobra zabawa
- Odpoczynek, relaks psychiczny
- Przełamanie swoich słabości (często strach przed pływaniem)

### Napięcia

- Silny wiatr
- Konieczność przygotowywania posiłków na jachcie
- Zanik etykiety żeglarskiej
- Brak informacji na temat imprez, przebiegu szlaków, atrakcji na lądzie

### Typowy dzień / rejs

- Tydzień lub dwa tygodnie z przyjaciółmi i mężem

### Źródła informacji

- Znajomi
- Strony www



„Najbardziej lubię atrakcje w porcie, jak nie buja za bardzo i jak mogę się opalać. Lubię Mazury za luz i spokój”.



STAŻ



UMIEJĘTNOŚCI



CZĘSTOTLIWOŚĆ  
PŁYWANIA



DŁUGOŚĆ  
REJSÓW





# TOWARZYSZKI



## PŁEĆ

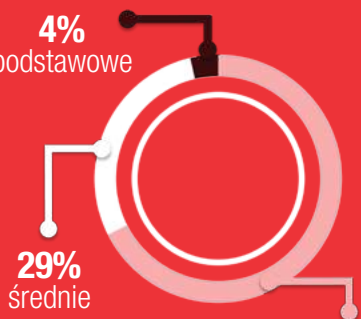
58%  
kobiety



42%  
mężczyźni

## WYKSZTAŁCENIE

4%  
podstawowe

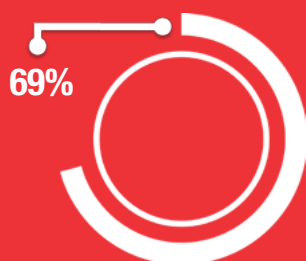


29%  
średnie

67%  
wyższe

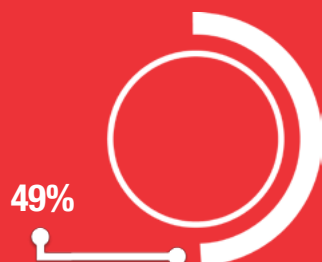
## KONTO NA FACEBOOK'U

69%

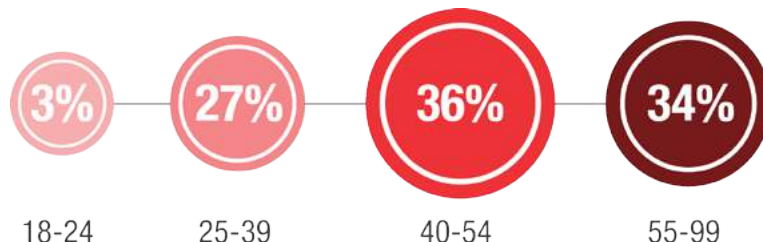


## POSIADANIE SMARTPHONE'A

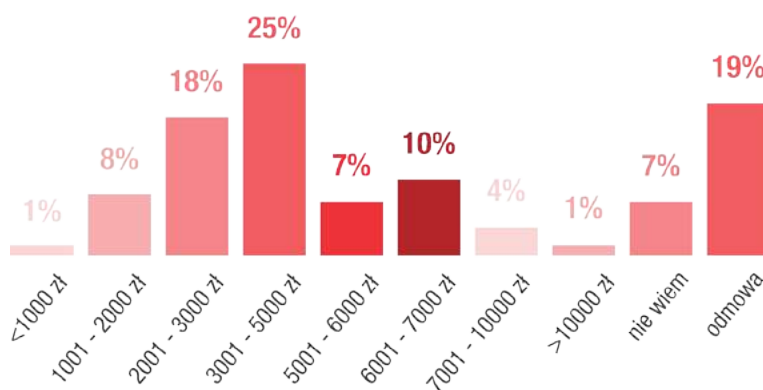
49%



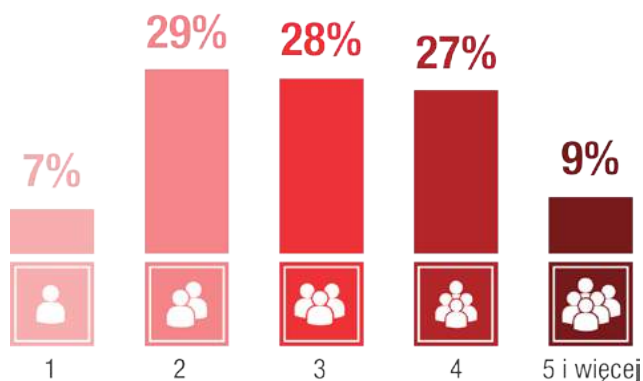
## WIEK



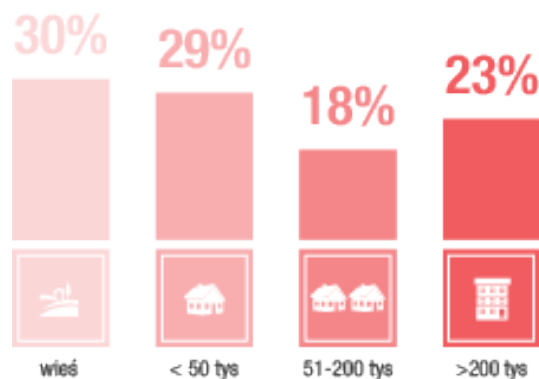
## DOCHODY



## WIELKOŚĆ GOSPODARSTWA



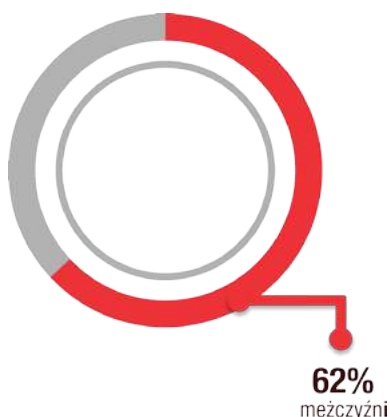
## MIEJSCE ZAMIESZKANIA



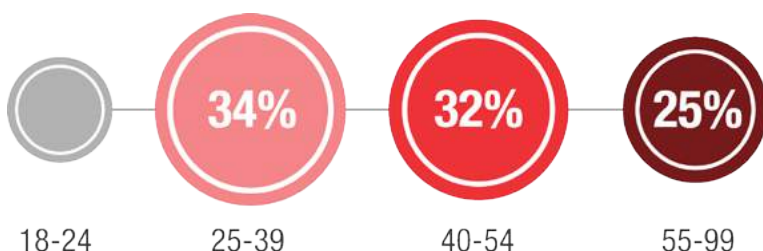
# REKREACYJNI



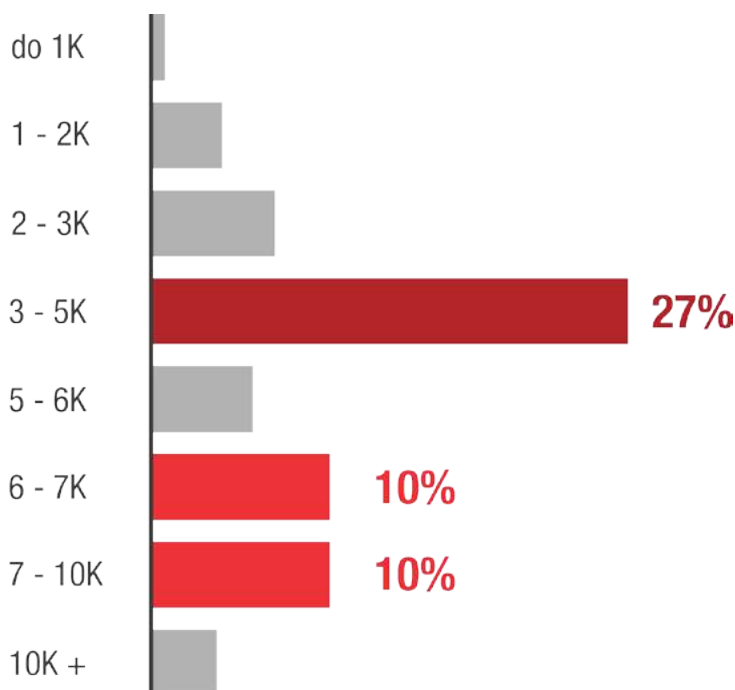
## MĘŻCZYŹNI



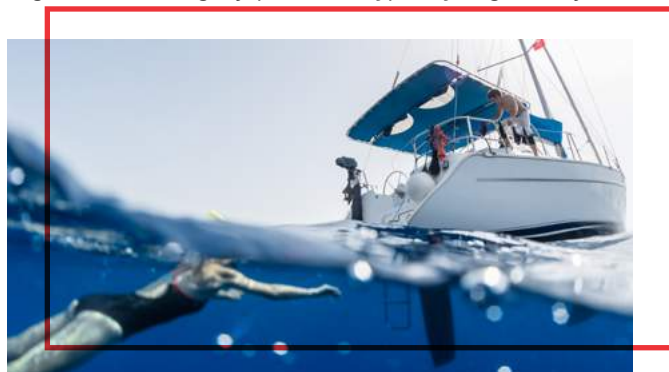
## MŁODSI I STARSI



## O STABILNEJ SYTUACJI MATERIALNEJ



- Główną przyczyną uprawiania żeglarstwa jest dla nich ciekawość, a żeglarstwo poza relaksem i odpoczynkiem znacznie częściej niż pozostali określają jako przygodę, podczas której mogą sprawdzić samych siebie i doznać mocnych wrażeń.
- Żeglarstwo w ich wykonaniu to aktywna zabawa z ludźmi, pozytywne emocje, śmiech. Są otwarci na innych i chętnie poznają nowe osoby.
- Choć żeglują najkrócej (częściej są to osoby żeglujące od 1-3 lat oraz takie, które żeglowały tylko raz), deklarują przy tym uwielbienie żeglarstwa i starają się to robić jak najczęściej, są w stanie wyskoczyć nawet na kilkugodzinne rejsy.
- Mimo najmniejszych umiejętności i braku patentu (82%), starają się wykonać każdy manewr uważanie i jak najlepiej – nieprzestrzeganie etykiety żeglarskiej jest dla nich drażniące.
- W porównaniu do innych, częściej wskazują polecenie znajomych jako źródła informacji, jakimi kierują się podczas planowania rejsu oraz smartfona, postrzegając go jako wyposażenie niezbędne podczas rejsu.
- Po rejsie chętnie dzielą się zdjęciami z innymi uczestnikami, korzystając z portali społecznościowych.
- Ponadto istotnie częściej niż pozostali żeglują na jachcie znajomych oraz korzystają z nowoczesnych urządzeń – głównie z nawigacji podczas wyprawy żeglarskiej.



# REKREACYJNI



## Łukasz/Lekarz z Kielc

**Wiek:** 29 lat

**Wykształcenie:** wyższe

**Dochód:** 4 000 PLN

**Wielkość GD:** 2 osoby

### Motywacje i wartości

- Ciekawość
- Przygoda
- Relaks, oderwanie się od codzienności
- Spotkanie ze znajomymi
- Prestiż

### Kluczowe cechy

- Zaczynają żeglować pod wpływem ciekawości, na wodzie szukają przygody
- Brak samodzielności na jachcie
- Nie planują wypraw, dołączają się do rejsów znajomych
- Unikają pływania w złych warunkach
- Nie stronią od alkoholu podczas rejsu
- Unikają spania na dziko
- Nie ma rejsu bez smartfona

### Cele

- Dobra zabawa
- Przeżycie czegoś niezwykłego
- Dowartościowanie się

### Napięcia

- Niesatysfakcjonujący poziom usług firm czarterowych i oznaczenia szlaków
- Niewystarczająca baza noclegowa i usługi serwisowe

### Typowy dzień / rejs

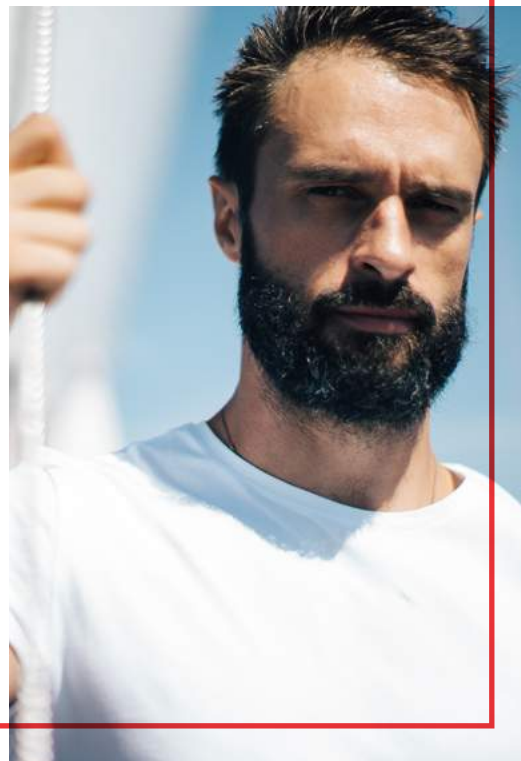
- Kilka godzin lub kilka dni na łódce znajomych, impreza w gronie znajomych

### Źródła informacji

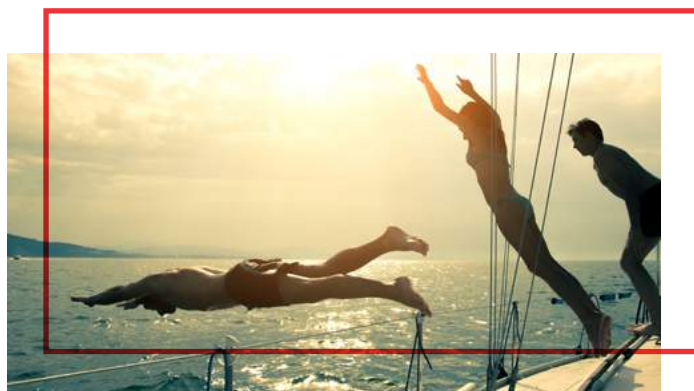
- Znajomi
- Obserwacja doświadczonych żeglarzy

### REJS MARZEŃ

Morze Północne jako sprawdzenie siebie, przygoda na Karaibach, rejs w gronie kolegów i pięknych kobiet



„Zacząłem z ciekawości, bo znajomi pływali i wsiąknęłam. Teraz pływam tak często, jak się da. Żeglarstwo to nakręcenie radością życia i odskocznia od codzienności”.



STAŻ



UMIEJĘTNOŚCI



CZĘSTOTLIWOŚĆ  
PŁYWANIA



DŁUGOŚĆ  
REJSÓW

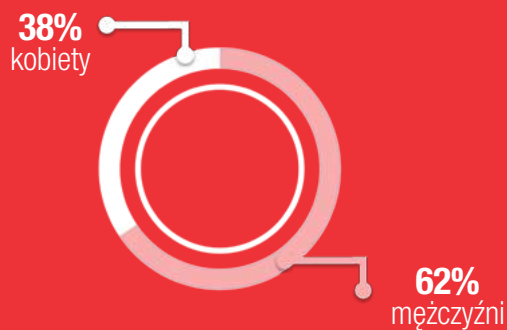




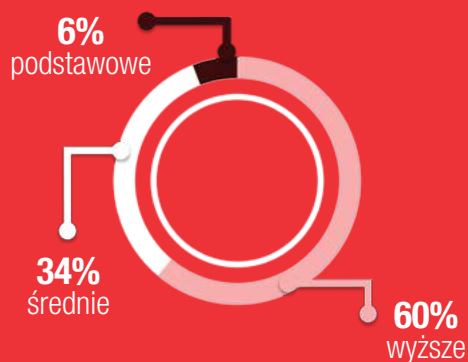
# REKREACYJNI



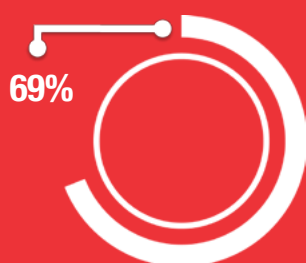
## PŁEĆ



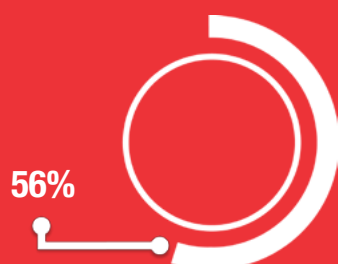
## WYKSZTAŁCENIE



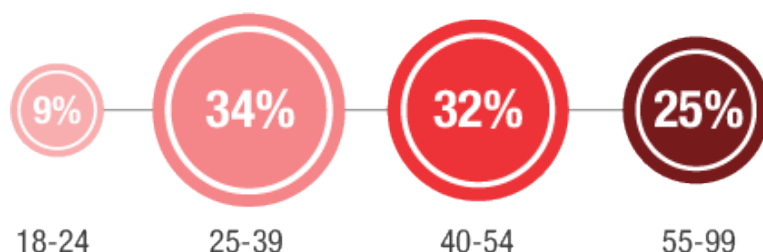
## KONTO NA FACEBOOK'U



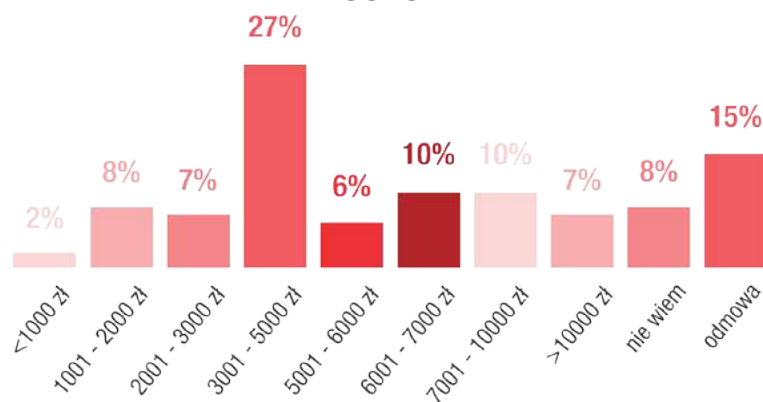
## POSIADANIE SMARTPHONE'A



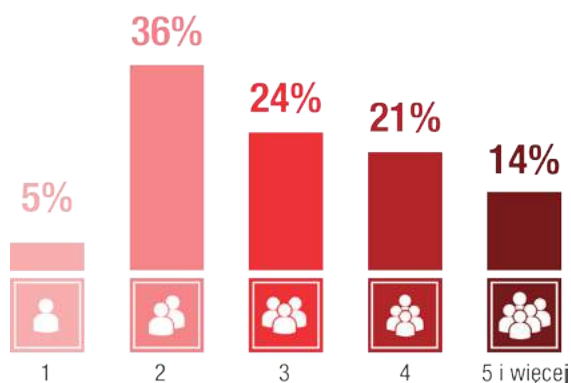
## WIEK



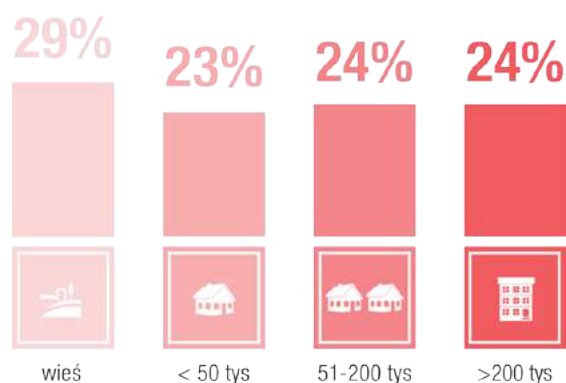
## DOCHODY



## WIELKOŚĆ GOSPODARSTWA



## MIEJSCE ZAMIESZKANIA



## ANTYBOHATEROWIE NA WODZIE

Badanie wskazuje, że w społecznej świadomości funkcjonują także negatywne archetypy żeglarzy. Najczęściej wymieniano dwa z nich:

**Żeglarz „celebryta”** – pozer, dla którego nie liczy się żeglarstwo i związane z nim wartości, lecz jedynie to, co żeglarstwo o nim mówi. Archetypiczny „celebryta” ma małe umiejętności, niewiele wie o żeglarstwie, a najbardziej zależy mu na dobrych markach, drogim sprzęcie i szpanie „na wilka morskiego”. Żeglarstwo jest tutaj tylko zewnętrznym kostiumem mającym komunikować prestiż i bogactwo.

**Przypadkowi żeglarze** - najczęściej są to osoby czerpiące umiarkowaną przyjemność z żeglowania (lub nawet nie czerpiące jej wcale), funkcjonujące jako załoganci, motywowani głównie byciem razem z grupą. Często są to kobiety, ale nie tylko. Typowym reprezentantem tej grupy jest wspomniana przez jednego z badanych osoba, która cały rejs przesiedziała w kokpicie czytając książkę, nie angażując się w żadne sprawy na pokładzie. W zasadzie ciężko jest nawet przypadkowych pasażerów nazywać żeglarzami, ale wyróżniamy ich z dwóch powodów: po pierwsze pojawiali się oni dość często w wypowiedziach badanych, po drugie - zdarza się, że z takich załogantów powstają pełnowartościowi, „prawdziwi” żeglarze.

To, co łączy te dwa negatywne segmenty, to fakt, że w obydwu przypadkach żeglarstwo jest jedynie pretekstem do osiągnięcia innych celów. Ci „żeglarze” nie są autentyczni w tym, co robią, co razi w dyscyplinie sportowej, której osią jest autentyczność i uczciwość.

Zrozumienie otoczenia konkurencyjnego i Klienta jest kluczem do wzrostu biznesu w każdej firmie.

- Chcesz zrozumieć swojego Klienta i jego potrzeby?
- Szukasz świeżego spojrzenia na swoją konkurencję, które przełoży się na wzrost Twojego biznesu?
- Masz generalny głód wiedzy o rynku i Kliencie, ale potrzebujesz profesjonalnego i mądrego wsparcia?

W butiku badawczym Combine łączymy perspektywę konsumentów i biznesu, opisując rzeczywistość w prosty i zrozumiały sposób.

Inspirujemy i wspieramy naszych Klientów w zakresie skutecznego zdobywania i wykorzystywania wiedzy o rynku i Kliencie.

Wykorzystujemy nasze doświadczenia i nowoczesne techniki prowadzenia badań, aby dawać naszym Klientom skuteczne rekomendacje.

Zapraszamy do kontaktu:

### **BADANIA ILOŚCIOWE**

Wojciech.Ciemniewski@combine.pl  
+48501040267

### **BADANIA JAKOŚCIOWE**

Kaja.Baszkiewicz@combine.pl  
+48797595367

Pełna oferta usług: [www.combine.pl](http://www.combine.pl)  
Adres biura: Warszawa 02-715,  
ul. Wołodyjowskiego 46

#### **EKSPLORACJA RYNKU**

Dostarczamy informacji i rekomendacji o potencjale rynkowym nowych produktów i usług w oparciu o ilościowe i jakościowe badania eksploracyjne.

#### **POSZUKIWANIE INSIGHTÓW I INNOWACJE**

Pomagamy zrozumieć potrzeby klientów w oparciu o trendy, etnografię, social listening, wywiady indywidualne i FGI, Oceniamy prototypy produktów i usług na różnym etapie pracy, wskazujemy obszary do zmian.

#### **TESTY**

Sprawdzamy czy reklama, strona www lub ulotka jest czytelna i dobrze zapamiętywana.

Dajemy jasne wskazówki co i jak zmienić, aby Twoje materiały pracowały lepiej.

#### **RELACJE Z MARKĄ I DOŚWIADCZENIA KLIENTÓW**

Dajemy możliwość spojrzenia na markę poprzez wrażenia w umyśle konsumenta. Badamy Klientów w różnych punktach styku z firmą. Wskazujemy jak polepszyć ich doświadczenia, aby chętniej rekomendowali Twoją markę innym.



---

# **Polscy żeglarze - jak żeglują i jak postrzegają żeglarstwo?**

---

# CZYM JEST DLA NICH ŻEGLARSTWO?

Żeglarstwo realizuje wiele potrzeb, wśród których można wyodrębnić główne 4 grupy powodów, które popychają nas do wsiadania na żaglówkę.

- 1** Podstawową potrzebą realizowaną przez żeglarstwo jest poszukiwanie relaksu psychicznego poprzez oderwanie od codzienności i przebywanie blisko natury.
- 2** Odpoczynek na żaglach ma charakter aktywny. Wiatr i woda umożliwiają przeżywanie przygód i sięganie po mocne wrażenia. Warto zauważyć, że pojęcie mocnych wrażeń jest subiektywne i dla różnych osób oznacza zachowania o różnym stopniu ryzyka.
- 3** Ważną rolę w żeglarstwie odgrywa spajająca więź i poczucie wspólnoty. Niegdyś elitarny sport, dziś dostępny dla szerokiej części społeczeństwa, jednak wciąż ma społecznościowy charakter. Wspólna zabawa i przeżywanie radości jest podstawą tej więzi.
- 4** Głębokie doświadczanie żeglarstwa umożliwia zatopienie się w pasji, co według naszych badań zdarza się nielicznym. Jest to jednak pasja bezkonkurencyjna, wymagająca pieniędzy, czasu i zaangażowania - zarówno w sezonie, jak i poza nim.



PASJA

RADOŚĆ,  
ZABAWABLISCY,  
WSPÓLNOTAMOCNE  
WRAŻENIARELAKS  
PSYCHICZNYPRZEŻYWANIE  
PRZYGODYODPOCZYNEK  
W NATURZE

*„Żeglarstwo postrzegane jest jako sport drogi, a może być sposobem na życie”.*

**Wojciech Nowicki,**  
trener z Bazy Tałty

*„Żeglarstwo to sport fizyczny, ale i umysłowy, a więc wszechstronny.  
Aktywność i myślenie”.*

**Ewa Skut,**  
Kapitan jachtowy, instruktorka żeglarstwa PZŻ



# JAK ŻEGLUJĄ POLACY?

Kto lub co skłoniło Cię do zainteresowania się żeglarstwem i uprawiania tego sportu?

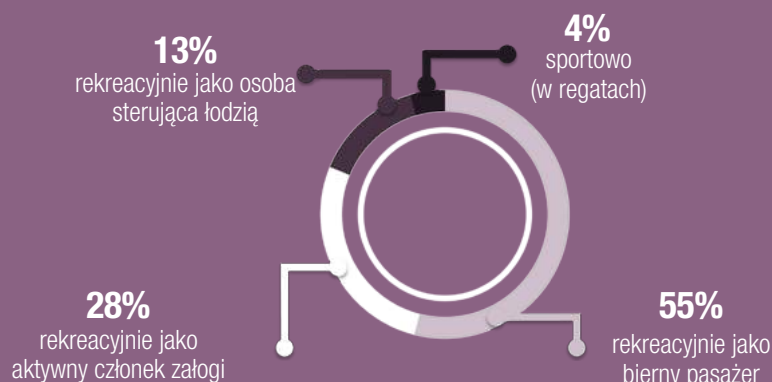


Ponad połowa badanych (**55%**), zapytanych o doświadczenia z pływaniem jachtem pod żaglami w przeszłości, zadeklarowała, że uczestniczyła w takich aktywnościach rekreacyjnie, jako bierni pasażerowie. Kolejną grupą pod względem liczebności są osoby, które pływały na jachcie także rekreacyjnie, ale jako aktywny członek załogi (**28%**).

Ciekawość oraz znajomi, którzy żeglowali to zdecydowanie dwa najczęściej wymieniane powody wśród badanych, które zachęciły ich do rozpoczęcia przygody z żeglarstwem.

## W jakim charakterze pływasz jachtem pod żaglami?

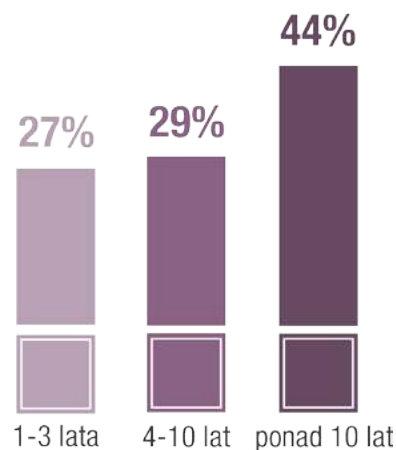
Osoby żeglujące rekreacyjnie, jako bierni pasażer, robią to najczęściej raz na kilka lat, a ich styczność z żeglarstwem jest stosunkowo krótka – od roku do 3 lat maksimum. W tej grupie żeglowanie najczęściej przybierało formę wypadu – kilkugodzinnego rejsu.



# JAK ŻEGLUJĄ POLACY?

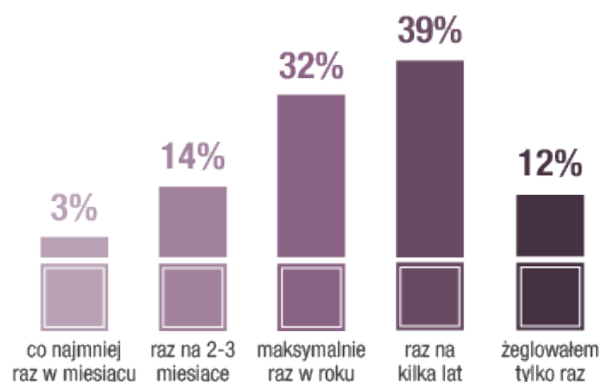
## OD ILU LAT ŻEGLUJESZ?

Najliczniejszą grupą badanych są osoby, które deklarują związek z żeglarstwem od ponad 10 lat (44%). Z kolei najmniej liczna grupa to respondenci, którzy rozpoczęli swoją przygodę z żeglarstwem stosunkowo niedawno – od roku do 3 lat temu (27% odpowiadających).



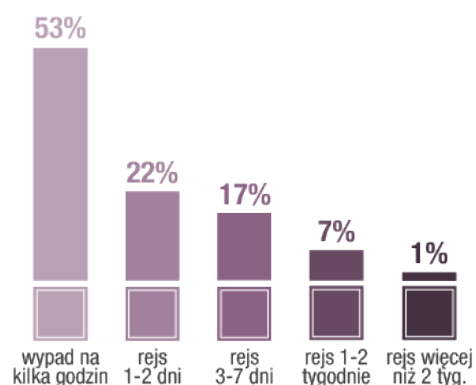
## JAK CZĘSTO ŻEGLUJESZ?

Jednorazowy rejs lub żeglowanie jachtem raz na kilka lat to najczęściej wskazywane odpowiedzi na pytanie o to, jak często żeglowali uczestnicy naszego badania. Grupa „zawodowych” żeglarzy, deklarujących pływanie jachtem co najmniej raz w miesiącu stanowi najmniejszą grupę wszystkich badanych (4%). Rzadkie żeglowanie, najczęściej w charakterze rekreacyjnym jest zdecydowanie najpopularniejsze wśród wszystkich respondentów.



## OKREŚL JAK DŁUGO TRWAJĄ TWOJE TYPOWE REJSY/WYPĄDY ŻEGLARSKIE?

Największą grupę wśród badanych osób stanowią respondenci uczestniczący najczęściej w kilkugodzinnych rejsach (prawie 60%). Kolejną grupą, ale zdecydowanie mniej liczną (22%), tworzą badani wypływający w rejsy 1-2 dniowe.



W grupie osób żeglujących od ponad 10 lat znacznie częściej występują osoby żeglujące raz na kilka lat, biorące udział w rejsach trwających 1-2 tygodnie i dłużej oraz posiadające stopień sternika jachtowego.



W grupie osób żeglujących raz na kilka lat częściej znajdują się osoby z ponad 10 letnim stażem w zakresie żeglarstwa, korzystające jednorazowo z kilkugodzinnych rejsów i nieposiadające żadnego stopnia żeglarskiego.



Osoby preferujące kilkugodzinne wypady żeglarskie to przede wszystkim osoby pływające raz na kilka lat, żeglujące od roku do 3 lat i nieposiadające żadnego stopnia żeglarskiego.



POCZĄTKI ŻEGLOWANIA


Kto lub co skłoniło Cię do zainteresowania się i uprawiania żeglarstwa?


	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Ciekawość	41%	38	43	48+	32
Znajomi, którzy zawsze żeglowali	40%	35	46+	36	41+
Chęć przeżycia przygody	34%	31	36	35	33
Potrzeba aktywnego spędzania czasu	29%	25	34	29	27
Potrzeba oderwania się od codzienności	29%	25	32	31	29
Potrzeba wyciszenia się i kontaktu z naturą	25%	21	30	24	26
Przypadek	24%	18-	27	30	23
Pozytywny wizerunek żeglarstwa i żeglarzy	17%	21	17	11-	19
Bliskość jezior	15%	15	16	14	14
Rodzina, która zawsze żeglowała	11%	9	13	7-	13
Chęć rozwijania umiejętności pomocnych w życiu	9%	14+	11	6	5
Chęć kształtowania charakteru	8%	11	9	7	6
Praca	2%	5+	1-	2	1
Potrzeba rywalizacji	2%	5+	1-	1	-


Wynik istotnie wyższy od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy od ogólnej próby

 Powody, dla których poszczególne typy respondentów zaczęły swoją przygodę z żaglami, różnią się od siebie. Dla Młodych Wilków częściej była to chęć rozwijania cech charakteru i umiejętności, a rzadziej przypadek.

 Towarzyszkі zaczęły żeglować ze względu na znajomych, którzy zawsze żeglowali (najczęściej mężowie, partnerzy).

 Żeglarze rekreacyjni częściej niż inni kierowali się zwykłą ciekawością.

 Przedstawiciele segmentu Starych Wyg również zaczęli przygodę z żeglarstwem ze względu na towarzystwo kolegów i znajomych

# SEDNO ŻEGLARSTWA

## Czym dla Ciebie jest żeglarstwo?

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Rekreacją, relaksem	56%	47-	53	63+	62+
Kontaktem z przyrodą	41%	35-	46	42	41
Wolnością	23%	24	25	20	23
Pokonywaniem własnych słabości/wyzwaniem	19%	17	28+	16	14-
Kontaktem z ludźmi	16%	18	16	16	14
Odpowiedzialnością za siebie i innych	12%	12	18+	11	8-
Sportem	10%	16+	9	11	4-
Stylem życia	9%	11	7	9	9
Rywalizacją z innymi	2%	5+	-	1	1-

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby



Młode Wilki to typ pasjonatów, cenią wysoko rekreację i kontakt z przyrodą, ale żeglarstwo traktują często jak sport i obszar rywalizacji z innymi.



W przypadku Towarzyszek żeglarstwo jest często kojarzone z pokonywaniem własnych słabości i odpowiedzialnością za innych, chociaż nie są to cechy obserwowane u siebie, lecz u „żeglarzy idealnych”.



Zarówno żeglarze Rekreacyjni, jak i Stare Wygi odnajdują w żeglarstwie przede wszystkim relaks.



Stare Wygi, w odróżnieniu od Młodych Wilków, nie nastawiają się w żeglarstwie ani na sportowe emocje i rywalizację, ani na pracę nad własnym charakterem. Chodzi wyłącznie o relaks.

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI ORAZ SEGMENTY n=800/219/198/198/185



# TOŻSAMOŚĆ ŻEGLARSKA

W stosunku do żeglarstwa, czujesz się:

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Członkiem załogi, szukającym dobrej zabawy	41%	36-	50+	39	41
Weekendowym żeglarzem, szukającym ucieczki od codzienności	32%	29	34	33	30
Pasjonatem, chcącym doskonalić swoje umiejętności	15%	27+	9-	7-	15
Człowiekiem pokonującym własne słabości/podejmującym wyzwania	2%	5+	-	1	1

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby



Jedyną grupą przyjmującą tożsamość zawodowców i profesjonalistów są Młode Wilki. Oni najczęściej chcą doskonalić swoje umiejętności, a dobra zabawa nie jest dla nich pierwszym wyborem na żaglach.



Grupą o profilu zdecydowanie zabawowo-bierym są Towarzyszeki.



Rekreacyjni żeglarze częściej przyznają, że nie pasjonują się żeglarstwem. Chodzi im o dobrą zabawę.



Stare Wygi nie postrzegają się w kategoriach pasjonatów, mają ten etap fascynacji za sobą. Teraz zależy im głównie na ucieczce od codzienności.

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI ORAZ SEGMENTY n=800/219/198/198/185



# PRAWDZIWY ŻEGLARZ, CZYLI KTO?

Wskaż cechy, które opisują prawdziwych żeglarzy:

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Odważni, lubią wyzwania	37%	29-	43+	38	37
Szukają silnych emocji, przygody	30%	28	28	36+	29
Kontaktowi, towarzyscy	24%	15-	29	23	30+
Niezawodni, odpowiedzialni	24%	19-	35+	20	21
Pewni siebie, znają swoją wartość	21%	21	26+	20	17
Cieszą się z życia, cenią drobne przyjemności	21%	17	22	20	23
Zdecydowani, wiedzą czego chcą od życia	18%	14-	26+	18	14
Radośni optymiści	15%	14	15	12	19
Cenią spokój i stabilność	13%	15	10	12	14
Praktyczni	12%	11	11	12	11
Cenią tradycję, dojrzałość	11%	11	12	10	10
Spontaniczni, swobodni	10%	11	8	11	10
Lubią się wyróżniać, nie chcą być jak inni	8%	6	6	11	8
Otwarci na nowości	6%	10+	2-	8	3-
Lubią ustalony rytm, równowagę	5%	6	2	6	5
Stawiają na kontakty z najbliższymi	4%	6	4	3	5

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby



Wszystkie grupy dzielają pewien spójny wizerunek stereotypowego żeglarza. Młode Wilki zdają się podchodzić z dystansem do wizerunku typowego żeglarza, podkreślając znaczenie otwartości na nowości.



Towarzyszki zdają się mieć idealny obraz typowego żeglarza jako osoby odważnej, odpowiedzialnej, pewnej siebie i zdecydowanej. Zarówno dla Towarzystek, jak i Starych Wyg otwartość na nowości nie jest kluczowym elementem tożsamości prawdziwego żeglarza.



Rekreacyjni podkreślają rolę silnych emocji i przygody w życiu typowego żeglarza.



Według Starych Wyg szczególne znaczenie w osobowości prawdziwego żeglarza ma towarzyskość i kontaktowość, niekoniecznie otwartość na nowości.



# KORZYŚCI Z ŻEGLARSTWA

## Jakie osobiste korzyści czerpiesz z żeglarstwa?

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Odpoczynek w naturze	43%	29-	51+	45	48
Relaks psychiczny	34%	24-	40+	33	41+
Przeżywanie przygody	27%	21	30	34+	24
Radość	21%	22	17	25	21
Spędzenie czasu z najbliższymi	20%	17	27+	15-	23
Robienie czegoś wspólnie z innymi	20%	19	23	18	21
Zabawa	19%	16	12-	25+	23
Mocne wrażenia	13%	15	10	20+	5-
Sprawdzanie samego siebie	12%	17+	12	10	8-
Samodoskonalenie	11%	14	14	8	8
Poznanie nowych, ciekawych ludzi	10%	10	15+	8	6
Poprawienie kondycji fizycznej	9%	12	10	6-	10
Poczucie, że robię coś wyjątkowego	8%	9	10	9	6
Imponowanie innym	2%	4	1-	2	1

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby



Młode Wilki dzielą wachlarz korzyści, ale zwracają szczególną uwagę na takie aspekty żeglowania, jak sprawdzenie samego siebie i kondycję fizyczną. Żagle rzadziej służą im do wyciszenia i odpoczynku w naturze.



Odmienne zdania są Towarzyski – dla nich otoczenie najbliższych osób na jachcie jest bardzo ważne. Ponadto relaks i odpoczynek w naturze dopełniają szczęścia.



Rekreacyjni żeglarze zwracają szczególną uwagę na przygodę, zabawę i mocne wrażenia. Rzadziej natomiast myślą o żeglarstwie jak o czasie spędzonym z bliskimi.



Stare Wygi w żeglarstwie odnajdują spokój. Mocne wrażenia i sprawdzanie samego siebie mają już za sobą.

## RODZINA

W momencie pojawienia się dzieci następuje często „przerwa” w żeglowaniu (nie robią jej tylko najbardziej zagorzali wielbiele tego sportu). Powrót do żeglarstwa ma miejsce, gdy dziecko wydaje się być w odpowiednim wieku, by cieszyć się wspólnym czasem na łodzi – zwykle jest to 7-8 rok życia dziecka.

Rodzice chcą zazwyczaj przekazać własnego „bakcyła” dzieciom oraz postrzegają taką aktywność dość pragmatycznie – jako atrakcyjne wsparcie procesu socjalizacji i oderwanie od wszechobecnych dziś sprzętów elektronicznych (smartfon, laptop, tablet, konsola).

Żeglarstwo to także atrakcyjny pomysł na spędzanie czasu z dzieckiem oraz „integrator” rodziny. W Giżycku spotkaliśmy liczną grupę dzieci uczestniczących w regatach. To ich pasją była spoiwem dla całej rodziny, bo rodzice czynnie angażują się w ich zainteresowania. Staje się to pretekstem do wspólnego spędzania czasu.

W przypadku rodzin coraz bardziej atrakcyjną alternatywą dla jachtu bywa łódź motorowa – mniej wymagająca, szybka, bardziej atrakcyjna w oczach dzieci.

Zdaniem ekspertów żeglarstwo wspiera rodziców i szkołę w propagowaniu ważnych wartości, takich jak: uczciwość, pomoc innym, solidarność. Odciąga ono dzieci od „złych nawyków”, motywuje je do aktywności, uodparnia na rywalizację i walkę z przeciwnościami, uczy planowania, konsekwencji, dążenia do realizowania zamierzonych celów.

*„Żeglarstwo to świetne przygotowanie do życia. Młodzi, którzy uprawiają ten sport inaczej żyją, są aktywni, ruszają się, uczą się też inaczej myśleć - są bardziej samodzielni, zadaniowi”.*

**Ewa Skut, Kapitan jachtowy, instruktorka żeglarstwa PZŻ, matka dwóch żeglujących wicemistrzyń w klasie Cadet Ogólnopolskich Olimpiad Młodzieży**





# POSTAWY WOBEĆ ŻEGLARSTWA

Na ile zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń, dotyczących Ciebie osobiście i Twojego stosunku wobec żeglarstwa? (T3B - 3 najwyższe odpowiedzi w skali)

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Rejs kojarzy mi się z dobrym humorem i śmiechem	54%	27-	77+	62+	50
Denerwuje mnie, gdy ktoś nie przestrzega etykiety żeglarskiej	52%	35-	82+	47	45-
Staram się każdy manewr wykonać uważnie i jak najlepiej	50%	33-	77+	51	41-
W żeglowaniu chodzi o to, żeby się wyciszyć, uspokoić	46%	29-	70+	42	45
Żeglowanie to przede wszystkim zabawa wśród znajomych	45%	25-	51	63+	45
Żeglarstwo jest wyjątkowe - wyrabia dobre cechy charakteru lepiej niż inne sporty	43%	33-	72+	40	29-
Rejs pokazuje jaki człowiek jest naprawdę	43%	30-	76+	26-	39
Chciał(a)bym, aby moje dzieci także żeglowały	39%	30-	60+	24-	43
W nawigacji chętnie wykorzystuję elektroniczne mapy i radar	35%	35	44+	34	25-

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby



Postawy wobec żeglarstwa to główna oś różnicująca omawiane typy. Postawy Młodych Wilków wydają się w tym zagadnieniu ciekawe – są mniej wyraziste w kontekście ogólnikowych stwierdzeń, podzielanych przez większość mniej profesjonalnych i zaangażowanych.



Towarzyszki mają bardzo pozytywny obraz wszelkich aktywności żeglarskich. Kojarzą się im one z radością i spędzaniem czasu razem, a jednocześnie w ich postawach przejawia się pewna duma i poczucie wyjątkowości.



Rekreacyjni żeglarze kojarzą rejsy głównie z zabawą wśród dobrych znajomych. Nie jest to sposób sprawdzania siebie, czy tradycja rodzinna.



Stare Wygi dzielają ogólne opinie na temat żeglarstwa, ale ich postawy, podobnie jak Młodych Wilków (którymi kiedyś zapewne byli) są nieco bardziej stonowane i zdystansowane.

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI ORAZ SEGMENTY n=800/219/198/198/185



# POSTAWY WOBEĆ ŻEGLARSTWA

Na ile zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń, dotyczących Ciebie osobiście i Twojego stosunku wobec żeglarstwa? (T3B - 3 najwyższe odpowiedzi w skali)

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Żeglowanie to ciągłe rzucanie wyzwania sobie i innym	32%	28	44+	32	22-
Utrzymuję na co dzień kontakt z osobami, z którymi żegluję	28%	27	34+	27	23
Prawdziwe żeglarstwo zaczyna się na morzu	28%	23	25	54+	11-
Wolę nocować na dziko niż w porcie	27%	16-	28	14-	52+
Żeglarze to prestiżowa, elitarna społeczność	27%	27	36+	37+	7-
Nie ma złej pogody na żagle	15%	17	10-	5-	30+
Piwo na łódce nie jest niczym złym	13%	10	1-	22+	21+
Po rejsie zwykle dzielimy się zdjęciami na Facebooku	13%	19+	11	14	6-

Wynik istotnie wyższy od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy od ogólnej próby



Dla Młodych Wilków ważny jest towarzyski charakter żeglowania, jednak dużą wagę przywiązują również do relacjonowania rejsów w social media. Swoje hobby uznają za elitarne, prestiżowe.



Towarzyski częściej uważają żeglarstwo za sport elitarny i prestiżowy.



Rekreacyjni upatrują „prawdziwego żeglarstwa” częściej na morzu. Podobnie jak Towarzyski, uważają ten rodzaj aktywności za coś prestiżowego i elitarnego. Nie stronią jednak od alkoholu i zabawy podczas rejsu.



Stare Wygi chętnie wzdychają za nocowaniem na dziko. Nie marudzą z powodu złej pogody, a piwo czy dwa podczas rejsu nie jest ich zdaniem niczym niewłaściwym.

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI ORAZ SEGMENTY n=800/219/198/198/185





# POSTAWY WOBEĆ ŻEGLARSTWA

Na ile zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń, dotyczących Ciebie osobiście i Twojego stosunku wobec żeglarstwa? (T3B - 3 najwyższe odpowiedzi w skali)

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Mam słabość do żeglarskich gadżetów	12%	26+	13	2-	8-
Lubię otaczać się przedmiotami związanymi z żeglarstwem	11%	27+	9	1-	5-
Dużo wiem na temat techniki żeglarskiej i jachtów	10%	19+	2-	7	12
Żeglarstwo jest jedną z najważniejszych rzeczy w moim życiu	10%	26+	2-	3-	6-
Wolę żeglować za granicą niż w Polsce	10%	12	1-	22+	4-
Wybieram marki, które kojarzą mi się z żeglarstwem	8%	23+	2-	5-	1-
Jestem gotów wydawać wiele na rzeczy związane z żeglarstwem, bo to moja pasja	8%	23+	1-	3-	2-
Lubię żeglować sam	7%	14+	2-	3-	9

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby



W kieszeni Młodych Wilków łatwo znaleźć żeglarską szekłę czy brelok. Chętnie otaczają się żeglarskimi przedmiotami i pogłębiają swoją wiedzę w temacie żeglarstwa. Uważają je za jedną z najważniejszych rzeczy w życiu, więc bez wahania otaczają się też ludźmi związanymi ze swoją pasją, a na żeglarskie ubrania lub inne przedmioty otwierają portfel bardziej ochoczo niż inne omawiane typy.



Towarzyszki dostrzegają swoją ograniczoną wiedzę w kontekście żeglarstwa. Nie traktują go centralnie, a samotny rejs jest dla nich sytuacją zdecydowanie abstrakcyjną.



Rekreacyjni żeglarze wyróżniają się dużymi skłonnościami do żeglowania poza granicami Polski.



Stare Wygi są w pewien sposób podobne do Towarzystek pod względem postaw w odniesieniu do żeglowania za granicę czy korzystania z gadżetów. Wyżej jednak oceniają swoją wiedzę i umiejętności.

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI ORAZ SEGMENTY n=800/219/198/198/185

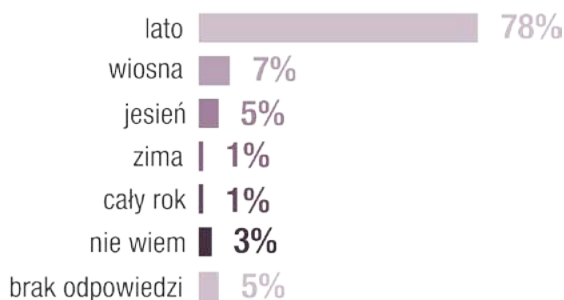


Zapytani o swój wymarzony rejs, polscy żeglarze wydają się dość twardo stąpać po ziemi i opisują znajome, popularne destynacje (Mazury, M. Śródziemne). Młode wilki częściej szukają przygody na wielkiej wodzie, a rzadziej na Mazurach, które są z kolei preferowane przez Towarzyszki i Stare Wygi.

## WYMARZONY REJS POLSKICH ŻEGLARZY

### PORA ROKU

Lato jest najlepszą porą roku na wymarzony rejs dla większości żeglarzy.



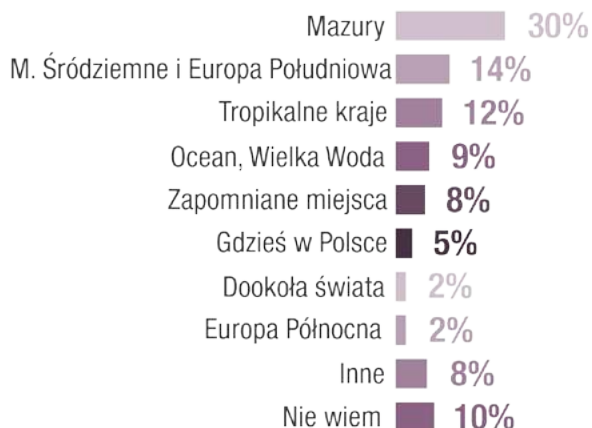
### TYP REJSU

Jak wskazuje nasza typologia, różne są typy żeglarzy i różne ich potrzeby. Preferencje typu idealnego rejsu rozciągały się między relaksem, a różnymi formami aktywności.



### CEL REJSU

Wbrew pozorom to nie Karaiby są idealną destynacją. Najwięcej żeglarzy za idealne miejsce na rejs uważa Mazury.



### ZAŁOGA

Znajomi i przyjaciele to idealne towarzystwo dla ponad 2/3 badanych żeglarzy. Amatorów samotnych rejsów jest niewielu.



---

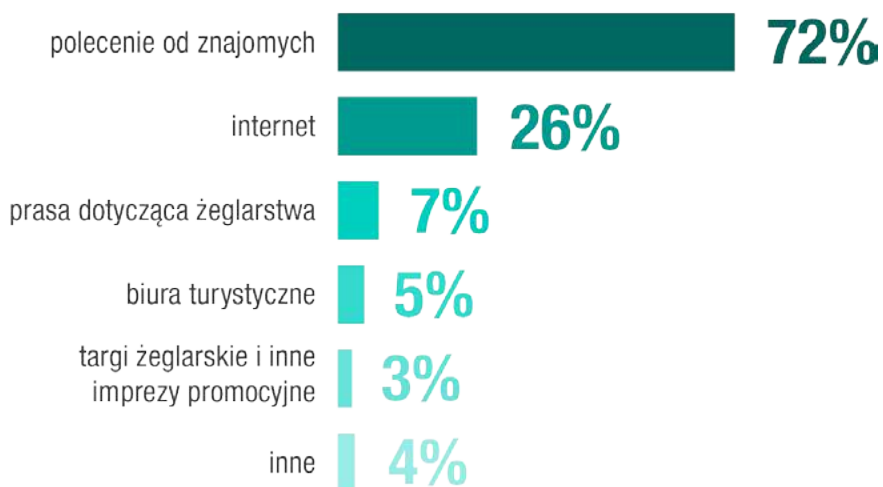
# Przygotowanie do rejsu

---

# PLANOWANIE WYJAZDU

Planując wyjazd i czarter badani żeglarze najczęściej szukają rekomendacji znajomych. W drugiej kolejności kierują się do internetowych serwisów. Z tych samych źródeł żeglarze korzystają, poszukując inspiracji żeglarskich. W tej kwestii Internet wyprzedził prasę drukowaną dotyczącą żeglarstwa.

**Z jakich źródeł informacji korzystasz, szukając wiedzy i inspiracji dotyczących żeglarstwa?**



**Z jakich źródeł informacji korzystasz, wybierając usługi czarterowe?**



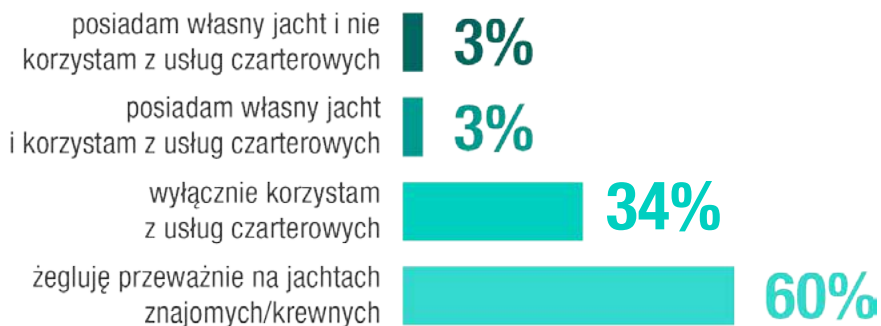
ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE  
COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI; n=800





## POSIADANIE I CZARTEROWANIE JACHTÓW

Czy posiadasz własny jacht czy korzystasz z usług czarterowych?



Pomimo bardzo dobrej kondycji przemysłu jachtowego w Polsce, posiadanie własnego jachtu jest wśród polskich żeglarzy luksusem – zaledwie 3% badanych zadeklarowało posiadanie łodzi żaglowej.

Są to wysłużone łajby stanowiące „skarb rodzinny” lub drogie, luksusowe jachty najbardziej zamożnych Polaków (3% osób z dochodem 7,1-10 tys., 4% z dochodem 10-20 tys. oraz 6% z dochodem 20+ tys.). Ci ostatni kupują nowy model nawet co rok (12% najbardziej zamożnych Polaków), a najczęściej wymieniane przez nich marki to: Prestige, Galeon, Lagoon.

Zdaniem ekspertów wzorem krajów zachodnich dynamicznie zwiększa się sprzedaż łodzi motorowych.

6 na 10 badanych żeglarzy korzysta z uprzejmości znajomych i pływa na łodziach udostępnianych przez krewnych i przyjaciół. Około 1/3 badanych korzysta z czarterów.



# CZARTERY

### Światowy poziom na wyciągnięcie ręki

Zdaniem osób prowadzących firmy czarterowe, żeglarstwo staje się aktywnością coraz bardziej masową. Istnieje coraz liczniejsza grupa osób szukających odpoczynku na wodzie, nawet jeśli nie posiadają patentu czy umiejętności – korzystają wówczas z pakietu łódka + skiper.

Przybywa też żeglarzy, którzy szukają łódek na najwyższym poziomie - jacht ma stanowić dla nich miejsce niemal tak atrakcyjne, jak hotel (dotyczy to częściej czarterów zagranicznych).

Zdaniem ekspertów i żeglarzy, poziom oferowany przez firmy czarterowe w Polsce nie odbiega w większości przypadków od standardów firm zagranicznych. Wszyscy badani przyznają, że nie ma dziś żadnego problemu w znalezieniu dobrej, otwartej na klienta, elastycznej firmy czarterowej, a poziom jakości łódek zwykle zasługuje na najwyższe oceny.

Potrzebę dbałości o jakość wymusza duża konkurencja, nasycenie rynku oraz świadomość, że Polacy coraz chętniej wybierają zagraniczne destynacje.

Mimo szerokiej oferty firm, a także łatwości znalezienia łodzi dopasowanej do potrzeb i możliwości (bezcenny Internet), większość badanych żeglarzy korzysta systematycznie z usług tej samej, sprawdzonej firmy. Zmienia się jedynie model łodzi (często co rok jest to inna łódź) oraz miejsce rozpoczęcia i zakończenia rejsu. Swobodny wybór miejsca rozpoczęcia i zakończenia rejsu, możliwość przewiezienia samochodu, bezpieczne parkingi, coraz wyższej klasy jachty oraz możliwość wynajęcia polecanego skipera to najważniejsze i najbardziej cenione elementy usługi w zakresie czarteru.

*„Kiedy poszukujemy jachtu na rejs, wykorzystujemy różne źródła - w tym nowoczesne kanały komunikacji. Niemniej w przypadku wyboru firmy czarterowej, najczęściej kierujemy się poleceniami znajomych, czyli tzw. pocztą pantoflową. Potem, gdy już mamy zaufanego armatora, korzystamy zwykle z tej samej firmy, o ile jesteśmy z niej zadowoleni. W dzisiejszych czasach nie ma problemu ze znalezieniem jachtu. Problem mają raczej armatorzy, którzy muszą aktywnie poszukiwać klientów. Jeśli skoncentrują się wyłącznie na ich wabieniu i potem nie dostarczą im odpowiedniej wartości, to nie tylko, że ich stracą, ale też nikt ich nie będzie polecał...”*

**Janusz Kamieński, żeglarz z wieloletnim doświadczeniem konsultant, trener, business developer i menedżer, założyciel Executive-Conversation**



ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL,  
WSZYSCY BADANI; n=800



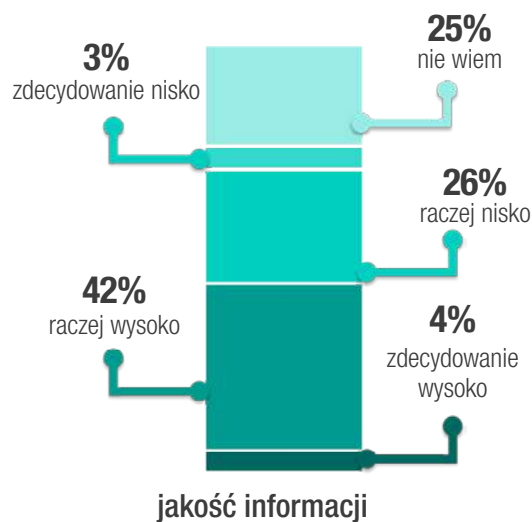
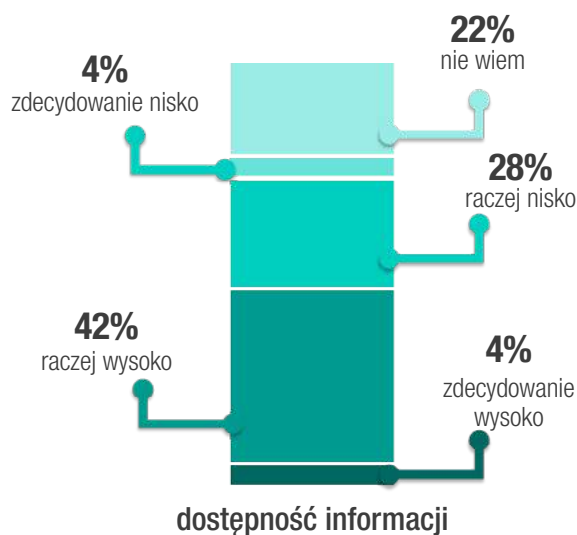
## ŹRÓDŁA INFORMACJI

Znajomi i przyjaciele są podstawowym źródłem informacji i wiedzy żeglarskiej. To wymiana myśli, doświadczeń i umiejętności jest jednym z łączników społeczności żeglarskiej. Poza nią żeglarze chętnie sięgają do stron internetowych o tematyce żeglarskiej. Dużo mniej popularne są książki i periodyki. Targi żeglarskie oraz obozy szkoleniowe i kursy to domena nielicznych. Warto zauważyć, że co piąty żeglarz w ogóle nie poszukuje żadnej wiedzy na temat tej formy aktywności.

Z jakich źródeł informacji korzystasz szukając wiedzy i inspiracji dotyczących żeglarstwa?



Jak oceniasz poziom poniższych usług i obszarów związanych z żeglarstwem w Polsce?



Żeglarze oceniają dostępne informacje relatywnie dobrze, zarówno pod względem ich dostępności, jak i jakości ofertowanych treści. Wciąż jednak 1/3 z nich twierdzi, że dostępność i jakość informacji o żeglarstwie w Polsce jest niesatysfakcjonująca.

# POZIOM WIEDZY I UMIEJĘTNOŚCI

## W czym czujemy się dobrze wyszkoleni?

Badani żeglarze wypowiadali się dość krytycznie o swoich umiejętnościach. Najwyżej oceniane są te najbardziej podstawowe, a wiedza specjalistyczna jest raczej domeną pasjonatów (Młodych Wilków). Towarzyszk i Rekreacyjni otwarcie przyznają się do swojej ograniczonej wiedzy z zakresu żeglarstwa. Te pierwsze znają podstawowe minimum, natomiast Rekreacyjni oceniają swój żeglarski know-how bardzo krytycznie. Blisko połowa badanych żeglarzy chciałaby doskonalić swoją wiedzę i umiejętności w dziedzinie żeglarstwa.

## W jakim stopniu oceniasz poziom swojej wiedzy i umiejętności z zakresu poniższych obszarów związanych z żeglarstwem? (T2B - 2 najwyższe odpowiedzi w skali)

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Poruszanie się po pokładzie	54%	54	59	47-	56
Współpraca załogi	49%	51	53	42-	51
Obsługa środków ratunkowych	49%	55+	51	39-	49
Zasady bezpieczeństwa i etykiety żeglarskiej	46%	52+	48	38-	43
Korzystanie z prognoz pogody	44%	53+	39	37-	46
Ogólna obsługa jachtu	31%	43+	25-	22-	33
Komendy żeglarskie	31%	38+	30	21-	34
Planowanie optymalnej drogi jachtu	27%	42+	17-	21-	29
Manewry na żaglach	23%	36+	14-	15-	25
Manewry na silniku	22%	31+	13-	16-	26
Przygotowanie jachtu do trudnych warunków	22%	32+	15-	14-	24
Nawigacja	21%	33+	15-	15-	21
Usuwanie awarii podczas rejsu	18%	26+	10-	13-	23

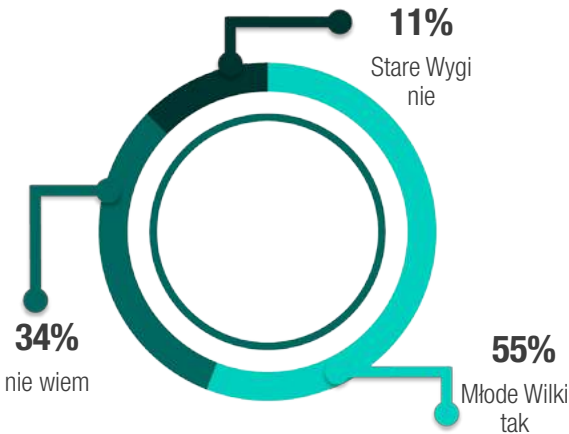
Wynik istotnie wyższy od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy od ogólnej próby

## OTWARTOŚĆ NA NAUKĘ NOWYCH UMIEJĘTNOŚCI

### Czy chciał(a)byś poszerzać swoją wiedzę i umiejętności w dziedzinie żeglarstwa?

Wśród entuzjastów samodoskonalenia dominują Młode Wilki, a wśród niechętnych nauce częściej spotkaliśmy przedstawicieli typu Stare Wygi.



ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI ORAZ SEGMENTY n=800/219/198/198/185



## EDUKACJA

Poza segmentem Młode Wilki oraz osobami zawodowo uprawiającymi żeglarstwo, żeglarze w dość ograniczonym stopniu korzystają z dostępnych źródeł wiedzy, w tym mediów żeglarskich – zarówno papierowych, jak i elektronicznych.

**Główne powody to:**

### ■ Dominacja sposobu nauki przez praktykę.

Brak deklarowanej potrzeby. Raz nauczywszy się rzemiosła żeglarskiego, można je doskonalić pływając i ucząc się od osób bardziej doświadczonych – nie ma potrzeby zgłębiania tych tajników poprzez lekturę.

### ■ Nieadekwatność dostępnych materiałów.

Magazyny papierowe w opinii badanych przesycone są reklamami i tekstami sponsorowanymi. Skutkuje to małym zaufaniem do recenzji sprzętu. Mała wiarygodność jest także w sprzeczności z jedną z podstawowych wartości świata żeglarskiego – autentycznością.

### ■ Recenzje sprzętu dotyczą nielicznych.

Interesują tak naprawdę tylko małą liczbę żeglarzy – tych pływających na poważnie lub posiadających własną żaglówkę.

### ■ Zmiany w prawie patentowym.

Ograniczona otwartość na wiedzę sprawia, że stosunkowo wolno implementowane są w żeglarstwie nowe zachowania, np. te związane z ekologią.

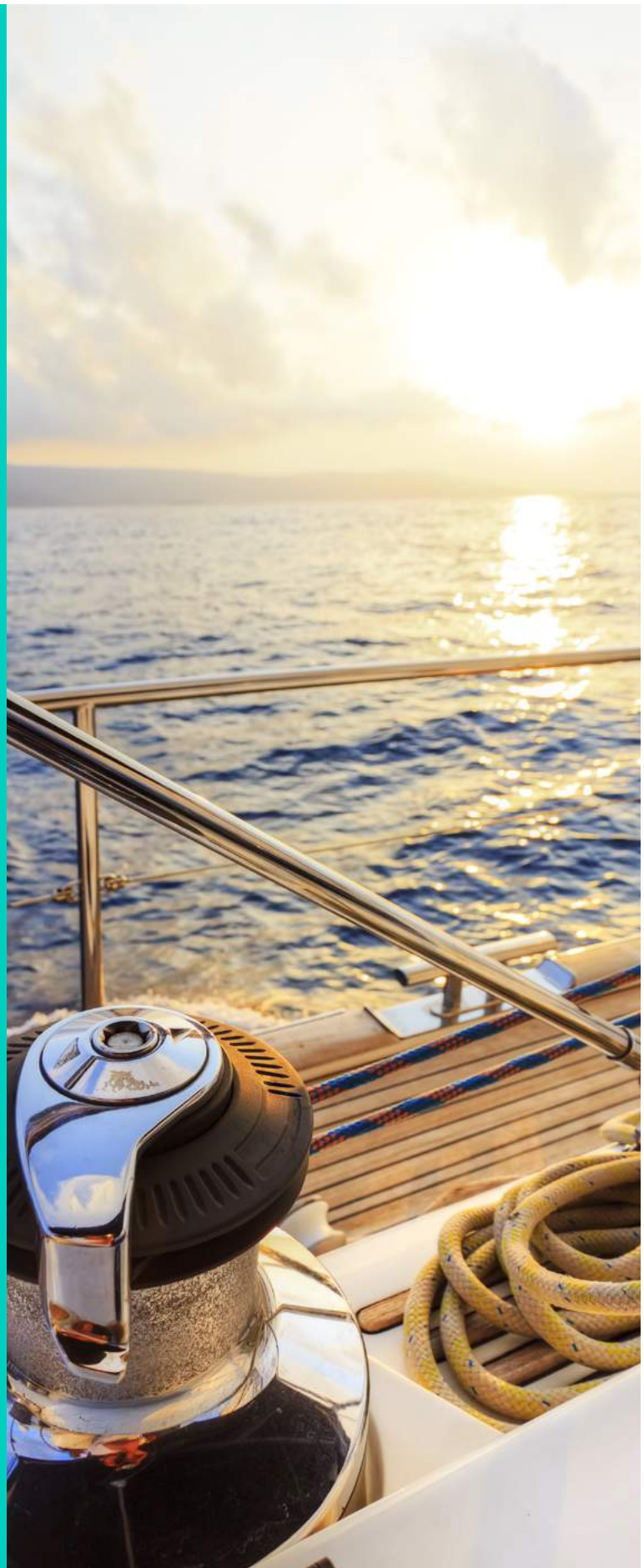
*„Ludzie żyjący z morza, mają pokorę i poważnie podchodzą do podnoszenia kwalifikacji. Szukają nowinek, wciąż doskonalą swoją wiedzę, konsultują się z doświadczonymi osobami. Sprzęt zmienia się bardzo szybko i trzeba być na bieżąco”.*

**Kapitan Roman Paszke,**  
żeglarz zawodowy



*„Istnieje potrzeba ciągłej edukacji, wdrażania i tworzenia miejsc w których można ją przeprowadzać. My jako Marine Way zajmujemy się budowaniem świadomości ekologicznej wśród żeglarzy. Jest coraz lepiej, ale jeszcze mamy co robić. „Woda życia” – pamiętajmy o tym...”.*

**Adam Bronarski,** właściciel firmy Marine Way





# ETYKA ŻEGLARSKA

Zanik etyki żeglarskiej to problem wielokrotnie wskazywany przez uczestników badania – zarówno żeglarzy, jak ekspertów.

Coraz mniej żeglarzy zna zasady i stosuje się do nich w praktyce. Najczęściej wskazywano te wpływające na zmniejszenie bezpieczeństwa (np. kwestia wyprzedzania, zachowanie w kanale, alkohol na pokładzie etc.), ale także estetyki żeglarstwa (ręczniki i bielizna wywieszana podczas rejsu).

Jako główną przyczynę badani wskazują zmiany w przepisach patentowych, dające możliwość wypożyczenia łodzi do 7,5 metrów przez osoby bez odpowiedniego przeszkolenia, brak nadzoru nad szkołami żeglarskimi oraz ogólny upadek obyczajów.

*„Widać zmiany w zachowaniu żeglarzy, to normalne, bo nastały inne czasy – już nie będzie jak dawniej. Uważam jednak, że pewne rzeczy powinny zostać nietknięte. Nie pływamy na silniku pod żaglami, nie trzymamy nóg za burtą, nie obwieszamy jachtu bielizną, zdejmujemy obijacze. W naszych szkoleniach etykieta jest ważnym elementem edukacji. Zależy nam, aby młodzi znali rzemiosło, ale i dobre zasady związane z żeglarstwem”.*

**Wojciech Nowicki,  
trener z Bazy Tałty**

*„Dużo ludzi kupuje jacht wyposażony albo wynajmuje sternika i to im wystarczy. Etykieta, zasady - to jest im dalekie”.*

**Właściciel sklepu z asortymentem żeglarskim, Warszawa**

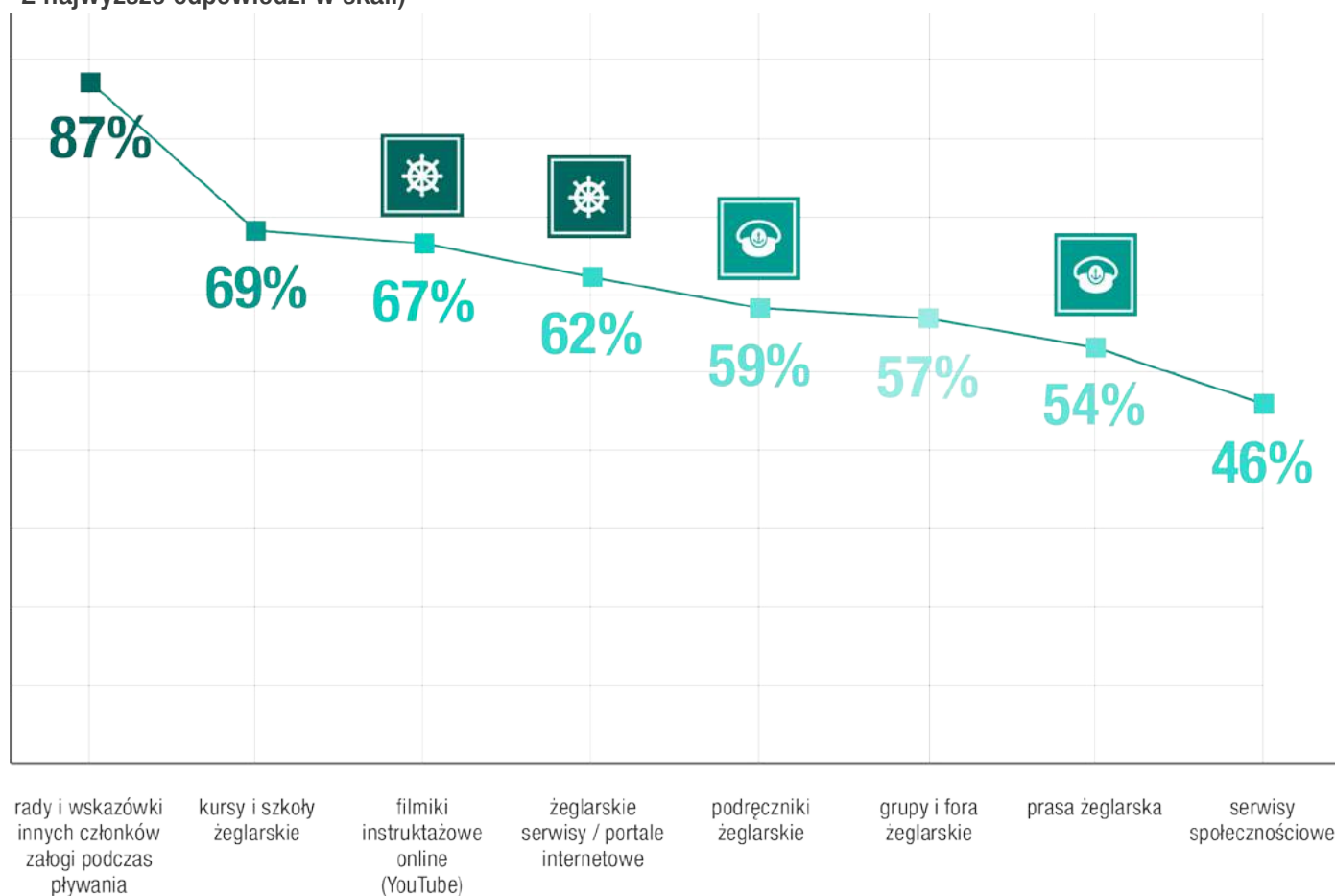


ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL,  
;PODSTAWA:WSZYSCY BADANI; n=800

# OCENA RÓŻNYCH ŹRÓDEŁ WIEDZY O ŻEGLARSTWIE

Najatrakcyjniejsze dla żeglarzy są rady i wskazówki innych członków załogi podczas rejsu. Wysoko oceniane są także kursy żeglarskie i szkoły, choć niewielu do nich uczęszcza, pomimo bardzo niskiego odsetka żeglarzy z patentami. Najmniej atrakcyjne wydają się żeglarzom serwisy społecznościowe i prasa żeglarska, postrzegana jako broszura reklamowa.

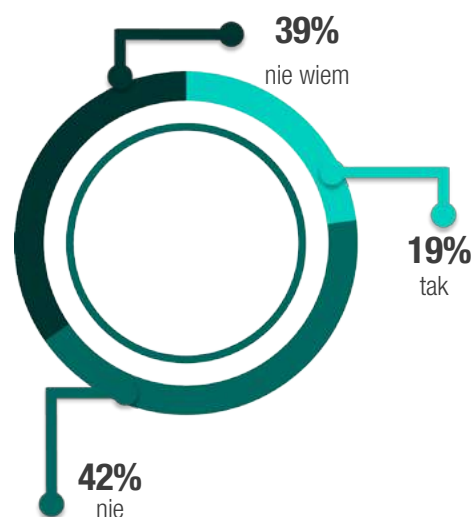
Oceń przedstawione źródła wiedzy i umiejętności żeglarskich pod kątem ich atrakcyjności dla Ciebie:  
(T2B - 2 najwyższe odpowiedzi w skali)



## TREŚCI PREMIUM ONLINE

Czy był(a)byś skłonny/a płacić dodatkowo za dostęp do wysokiej jakości materiałów informacyjnych online, przygotowanych przez profesjonalnych żeglarzy specjalnie dla innych żeglarzy, takich jak ty?

Mimo deklarowanego zainteresowania żeglarstwem, relatywnie niewielu (19%) badanych żeglarzy jest skłonnych płacić za wysokiej jakości materiały żeglarskie online. Młode Wilki to jedyny typ gotowy na wydatki finansowe w tej kwestii.





PROFESJONALNA ODZIEŻ ŻEGLARSKA

**JMP**®

SĄ CHWILE, KIEDY NIE MASZ CZASU MYŚLEĆ  
O TYM, CZY TWOJA ODZIEŻ PODOŁA.  
WYBIERZ TAKĄ, KTÓRA CIĘ NIE ZAWIEDZIE.



WYSOKO JAKOŚCI MEMBRANA  
20.000/20.000

Extrat.  
**Dermizax EL**



DODATKOWE WZMOCNIENIA  
W MIEJSCACH SZCZEGÓLNIE  
NARAŻONYCH NA ŻUŻYCIE

**CORDURA**  
FABRIC



NIEZAWODNE ZAMKI YKK

**YKK**



ELEMENTY ODBŁASKOWE 3M  
SCOTCHLITE™

**3M**

[www.jmpsport.com.pl](http://www.jmpsport.com.pl)



---

**Na wodzie. Co jest istotne  
dla polskich żeglarzy?**

---

# OCENA POLSKICH AKWENÓW

Najlepiej ocenianym aspektem akwenów żeglarskich w Polsce są walory przyrodnicze, doceniane szczególnie przez Stare Wygi i Towarzyszki. Sportowa atrakcyjność jezior jest szczególnie ważna dla Młodych Wilków. Towarzyszki dodatkowo cenią akweny za atrakcje kulturowe, chociaż uznają je za zatłoczone. Najniżej oceniana jest atrakcyjność cenowa akwenów. Szlaki żeglowne są poprowadzone ciekawie, ale ich oznakowanie mogłoby zostać poprawione.

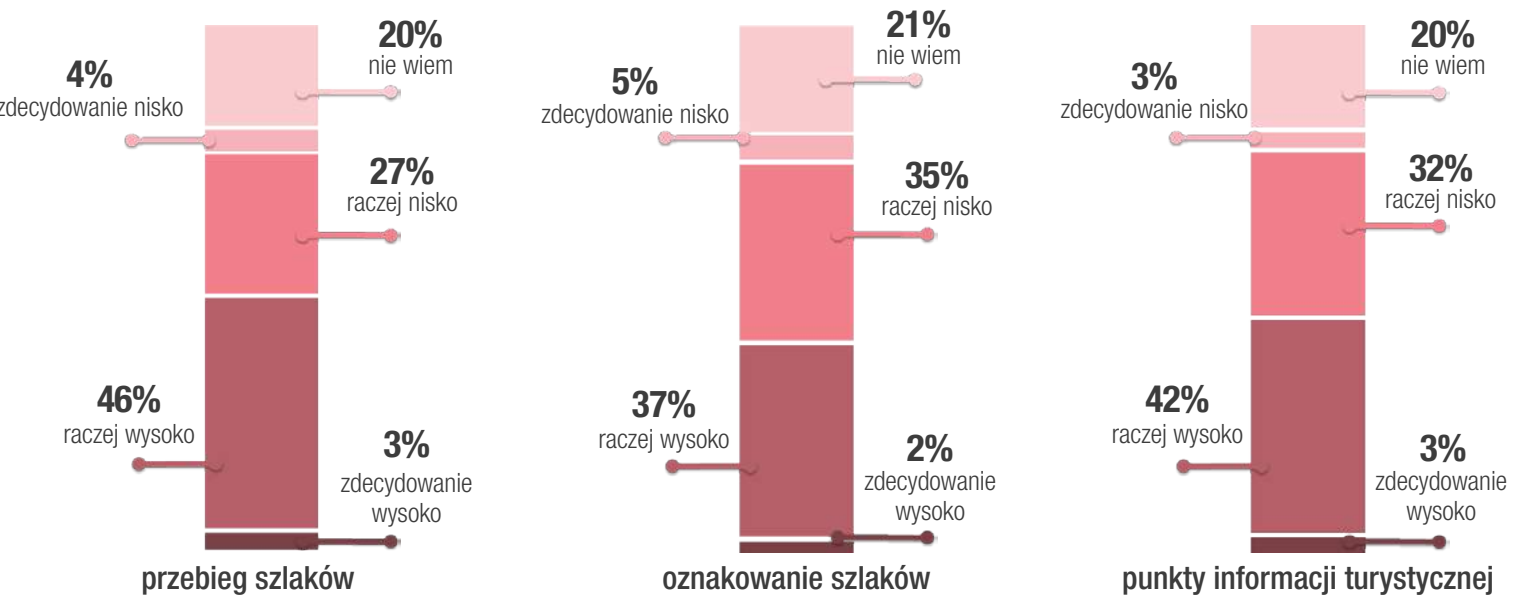
W jakim stopniu akweny na których żeglujesz są: (T2B - 2 najwyższe odpowiedzi w skali)

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Atrakcyjne przyrodniczo	83%	72-	92+	82	88+
Atrakcyjne sportowo	51%	58+	53	45	48
Różnorodne	51%	47	56	49	52
Atrakcyjne kulturowo	50%	50	57+	51	42-
Zatłoczone	49%	43-	63+	42-	50
Atrakcyjne cenowo	38%	41	38	37	34

Wynik istotnie wyższy od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy od ogólnej próby

Jak oceniasz poziom poniższych usług i obszarów związanych z żeglarstwem w Polsce?



ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI ORAZ SEGMENTY n=800/219/198/198/185

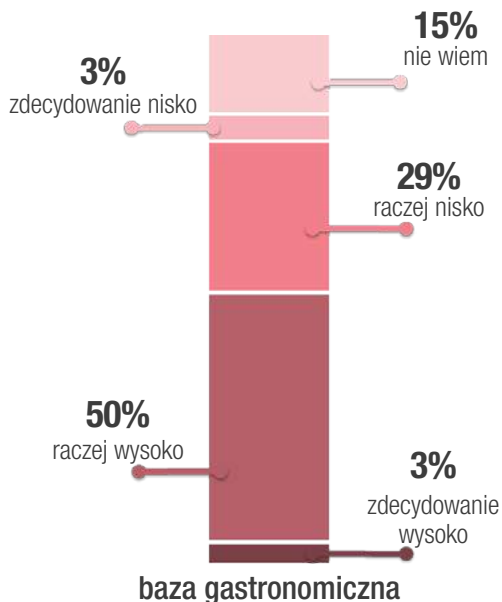
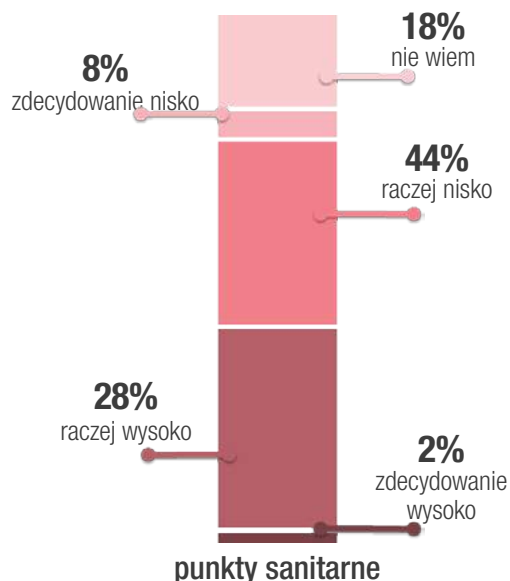
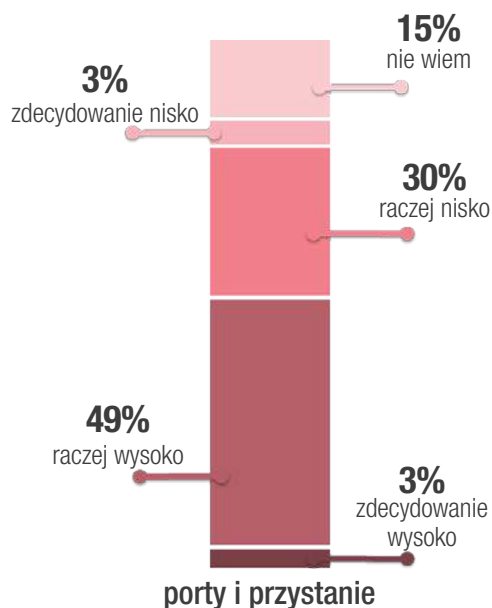
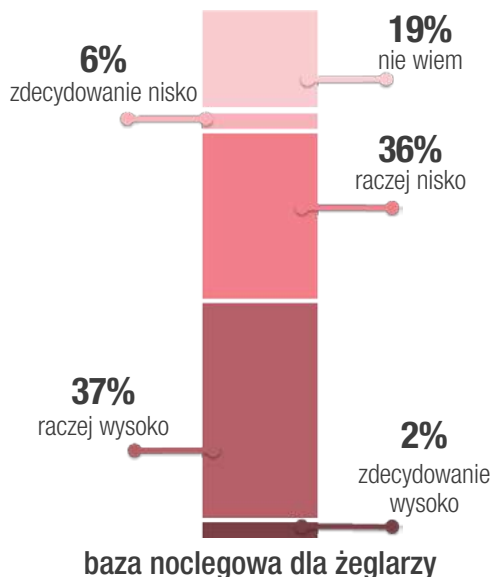
# NOCLEGI

Najbardziej preferowanym sposobem spędzania nocy jest nocleg na jachcie w marinie. Co piąty badany żeglarz korzystał z kwater agroturystycznych, a 3% mniej z pól kempingowych. Około 15% żeglarzy śpi na dziko, chociaż, bazując na obserwacjach naocznych z części etnograficznej, można przyjąć, że jest ich więcej. Żeglarze dość krytycznie wypowiadali się na temat jakości bazy noclegowej i punktów sanitarnych, nieco lepiej oceniając porty i bazę gastronomiczną.

## W jaki sposób nocujesz podczas wyprawy żeglarskiej?



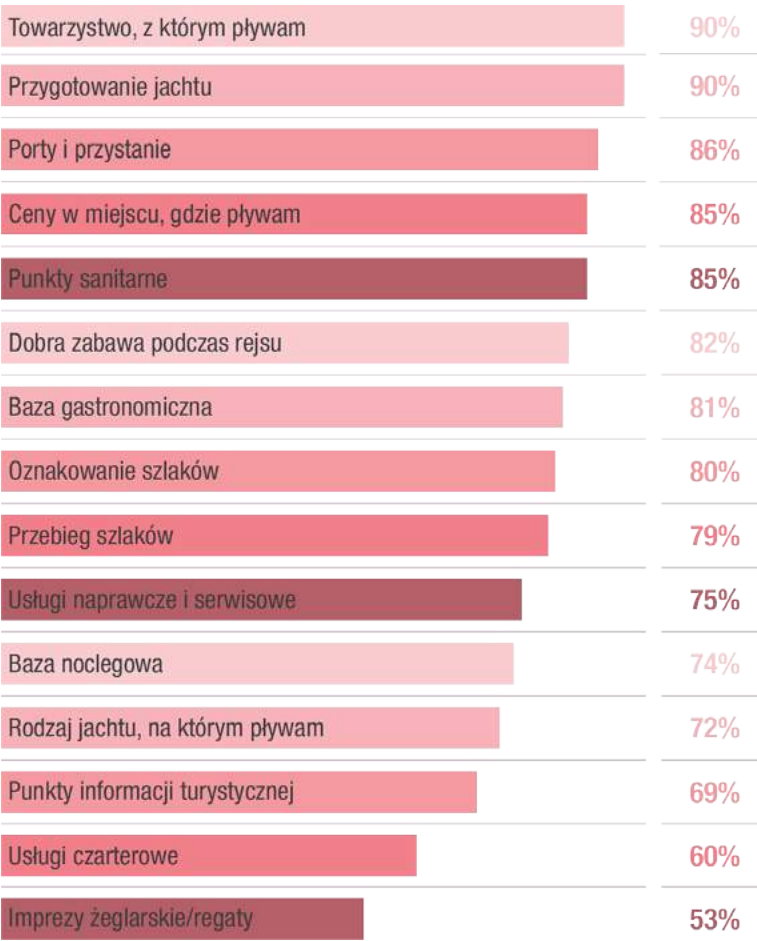
## Jak oceniasz poziom poniższych usług i obszarów związanych z żeglarstwem w Polsce?



# WAŻNOŚĆ RÓŻNYCH ASPEKTÓW WYPRAWY ŻEGLARSKIEJ

Zapytani o to, co ważne w wyprawie żeglarskiej, badani na pierwszym miejscu wskazywali towarzystwo, z którym płyną. W pytaniu o rejs marzeń i jego destynację, wiele osób prezentuje stanowisko: nie ważne gdzie, ważne z kim. Równie ważne jest według żeglarzy przygotowanie łodzi, porty i przystanie, do których zawijają, oraz ceny. Znaczna ilość żeglarzy zwraca też uwagę na bazę gastronomiczną i oznakowanie szlaków.

W jakim stopniu są dla Ciebie istotne poniższe elementy związane z żeglarstwem?



Zdaniem żeglarzy wiele portów nie nadąża za rosnącymi oczekiwaniami. Wynika to ze wzrostu zamożności ludzi uprawiających żeglarstwo, jak również ich doświadczeń nabytych na wyjazdach nieżeglarskich, np. wakacjach all inclusive.

Najczęściej wskazywane przez żeglarzy słabości w usługach to:

- Niska jakość sanitariatów i ich niewystarczająca liczba
- Utrudniony dostęp do ciepłej wody, prądu, koszy na śmieci
- Kiepskie zaopatrzenie w sklepach
- Ubogie menu wielu lokali gastronomicznych
- Uboga baza noclegowa
- Brak możliwości płacenia kartą
- Brak atrakcyjnych wydarzeń na terenie mariny (np. Muzyka na żywo, atrakcje dla dzieci)
- Słaba komunikacja (PKP, autobusy)

Imprezami żeglarskimi i regatami zainteresowana jest około połowa badanych żeglarzy, z czego najwięcej uwagi poświęcają im żeglarze z segmentu Młode Wilki.





# EKWIPUNEK ŻEGLARZA

Zaznacz rzeczy, bez których nie wybrał(a)byś się na żagle:

Apteczka	58%
Dobry sztormiak	49%
Mapy	47%
Busola/kompas	40%
Nawigacja GPS	38%
Aparat fotograficzny	35%
Smartfon	28%
Patent żeglarski	26%
Kostium kąpielowy	22%
Rękawiczki	13%
Dobre piwo	11%
Książka	11%
Laptop/tablet	9%
Dobra whisky	8%
Kosmetyczka	8%
Gitara	5%

Ponad połowa żeglarzy deklaruje, że podczas ostatniego rejsu korzystała ze smartfona, a co czwarty łączył się z siecią poprzez mobilny router. Zwolenników laptopów i tabletów jest około 12-15%. W związku z tym częstym problemem na jachcie jest brak możliwości szybkiego ładowania sprzętu.

Zdecydowana większość żeglarzy za niezbędne na pokładzie uznaje: apteczkę, dobry sztormiak, mapy oraz kompas. Blisko 4 na 10 osób korzysta z nawigacji GPS. Piwo, whisky i gitara nie wydają się tak niezbędne, chociaż trudno było znaleźć podczas wywiadów z żeglarzami łodzi, na których by ich zabrakło.

Z których poniższych urządzeń korzystałeś / korzystałaś na jachcie podczas swojego ostatniego rejsu?

Smartfon	51%
Internet mobilny	25%
Laptop	15%
Tablet	12%
Czytnik e-booków z dostępem do Internetu	4%
Nie korzystam z żadnego z tych urządzeń	34%



## SPRZĘT

Sprzęt to temat kluczowy dla żeglarzy zawodowych oraz ważny dla segmentu Młode Wilki i części Starych Wyg. Pozostałe segmenty żeglarzy mają w tym obszarze ograniczoną wiedzę i nie szukają informacji w tym temacie.

Z punktu widzenia zarówno żeglarzy, jak i ekspertów, w tym skutni i producentów części, najbardziej wiarygodnym i szeroko wykorzystywanym źródłem informacji o tym, co najważniejsze i nowe w branży, są uznane targi (m.in. Wiatr i Woda, Boatshow), chętnie odwiedzane zarówno przez osoby związane zawodowo z żeglarstwem, jak i żeglarzy amatorów.

*„Przychodzi do nas bardzo dużo osób, które nie znają tematu, płyną pierwszy raz, albo niekoniecznie pierwszy, ale nie bardzo wiedzą, co mają ze sobą zabrać. Wtedy my doradzamy. Zależy gdzie płyną i w jakich warunkach. Większość szuka korzystnego stosunku ceny do jakości. Z drugiej strony bardzo dużo osób przychodzi po gadżety, prezenty w stylistyce żeglarskiej. Firmy robią też imprezy w tym stylu i wtedy też kupują u nas koszulki i inne gadżety”*

**Właściciel sklepu z asortymentem żeglarskim,  
Warszawa**

*„Żeglarstwo wymaga ciągłych innowacji, zarówno jeśli chodzi o rynek jachtów żaglowych, jak i motorowych. Polska ma silną pozycję na rynku stoczniowym jeśli chodzi o produkcję jachtów żaglowych dedykowanych zarówno do żeglarzy wyczynowych, jak i tych nastawionych na rekreację. Nie można także zapomnieć o prężnie działającej w Polsce produkcji jachtów motorowych. Najczęściej osprzęt żeglarski najwyższej jakości znajduje się na jachtach kierowanych na eksport, gdzie klienci przywiązują większą wagę do jakości sprzętu, a także nie ma co ukrywać, dysponują trochę zasobniejszym portfelem. Osprzęt marki Harken sprawdza się w najbardziej ekstremalnych warunkach, czego dowodem jest obecność naszych produktów na jachtach startujących w regatach Volvo Ocean Race czy w Pucharze Ameryki”.*

**Zofia Truchanowicz,  
Dyrektor zarządzająca, Harken**





# TECHNOLOGIA I APLIKACJE

Na podstawie przeprowadzonego badania można powiedzieć, że technologia jest słabo obecna w świecie żeglarskim.

Głównym powodem tego jest fakt, że aktywność ta związana jest z pewną opozycją do życia codziennego. Dla wielu żeglarzy pływających rekreacyjnie, wartością tego sportu jest właśnie oderwanie się od cywilizacji – cenią sobie brak Internetu, telewizji.

Miejsce technologii w świecie żeglarskim wyznaczane jest w dużej mierze przez wiek żeglarzy. Dla żeglarzy starszych, technologiczne nowinki są zbędne, jeśli nie dotyczą wyposażenia jachtu. Dorastali bowiem i uczyli się tej sztuki w czasach, kiedy nie było tego typu udogodnień.

Dla młodych żeglarzy technologie cyfrowe i natychmiastowy dostęp do informacji jest czymś naturalnym, bo Internet jest dla nich „jak powietrze”. Także podczas rejsu smartfon jest dla młodych podstawowym przedmiotem.

Wśród młodszych występuje także duża otwartość na nowe aplikacje dedykowane żeglarzom.

*„Dobra aplikacja zbierająca wszystko, co potrzebne podczas rejsu to super pomysł.”*

**Żeglarz z segmentu Rekreacyjni**

**POCZTA**

**KOMUNIKATORY**

**GARMIN**

**NAWIGACJA**

**RSO**

**FACEBOOK**

**ROZRYWKA**

**WIADOMOŚCI**

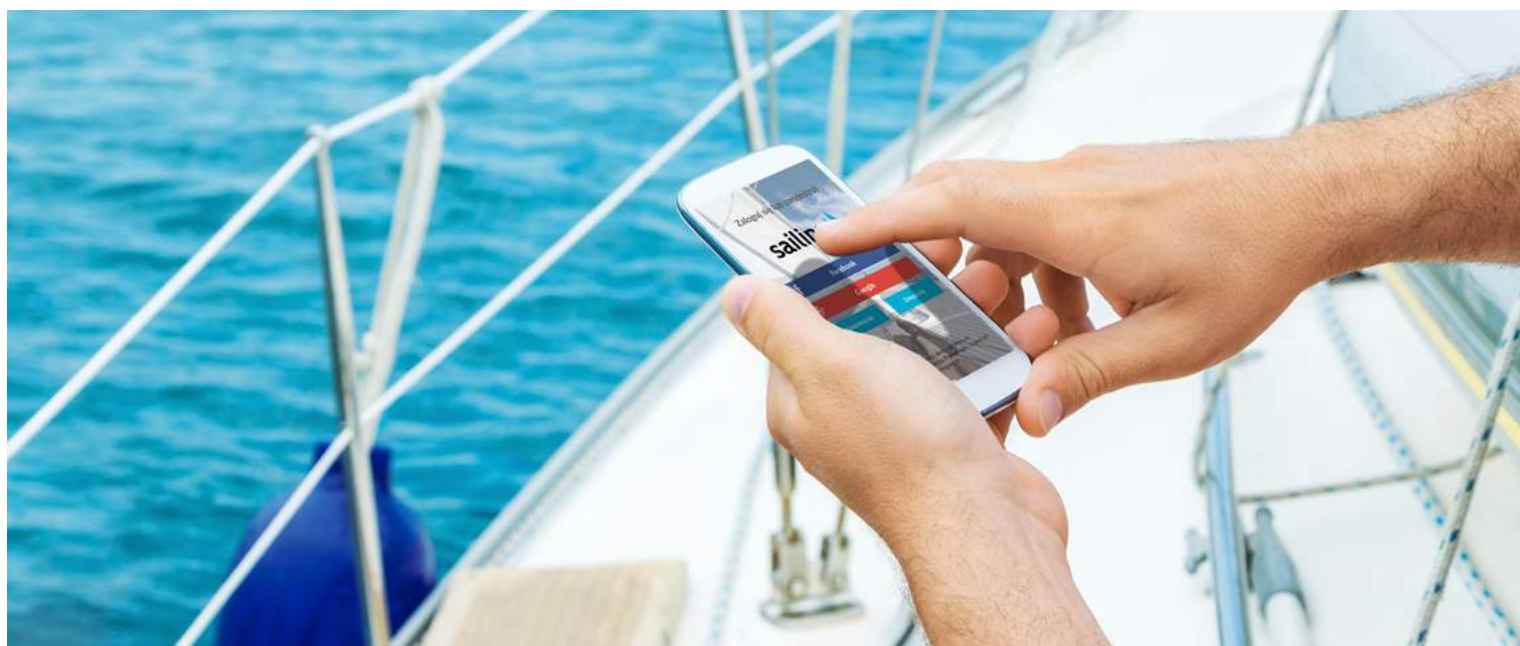
**POGODA**

**INNE SPOŁECZNOŚCIOWE**

**APLIKACJE ŻEGLARSKIE  
(MARINE WIND CALCULATOR, SAIL DROID, INNE)**

**ENDOMONDO**

**GOOGLE MAPS**



# MASTERVOLT

THE POWER TO BE INDEPENDENT



SYSTEMY ELEKTROTECHNICZNE WYSOKIEJ JAKOŚCI

# Raymarine®

BY FLIR®



ELEKTRONIKA JACHTOWA

dystrybucja w Polsce: **Eljacht®**



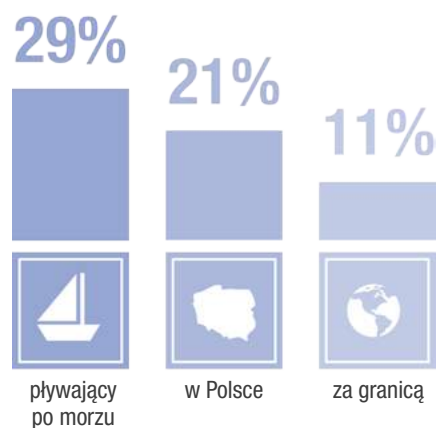
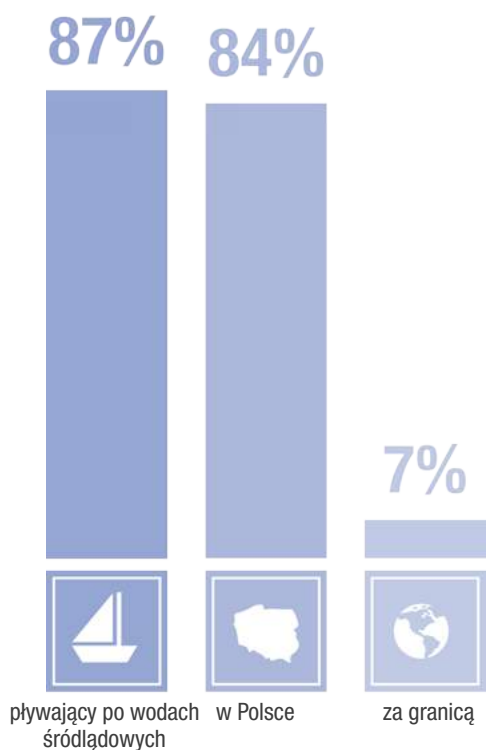
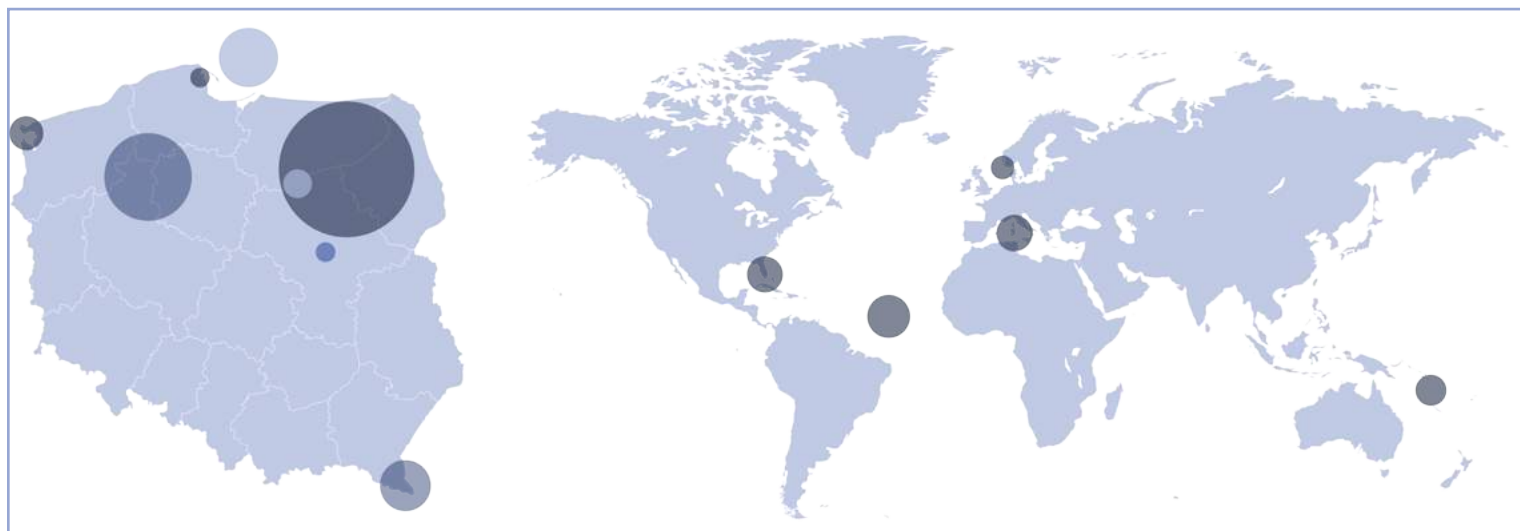
---

# Żeglownanie w Polsce i za granicą

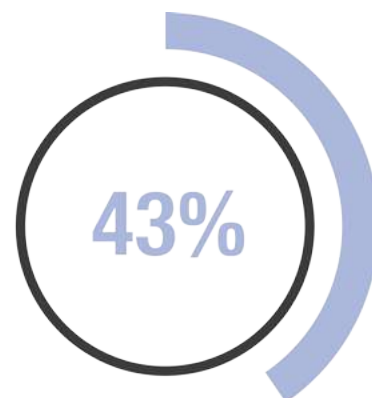
---

# MIEJSCA WYBIERANE PRZEZ POLSKICH ŻEGLARZY

Wśród polskich żeglarzy 87% deklaruje, że pływa na wodach śródlądowych, na morzu zaś miało okazję spróbować swoich sił 29% badanych załogantów. Ogromną większość rejsów stanowią wodne podróże po Polsce (Mazury, Pomorze). Wśród zagranicznych destynacji polskich żeglarzy dominuje Morze Adriatyckie i Śródziemne. Nieliczni mają doświadczenia z Atlantyku, Morza Północnego czy Pacyfiku.

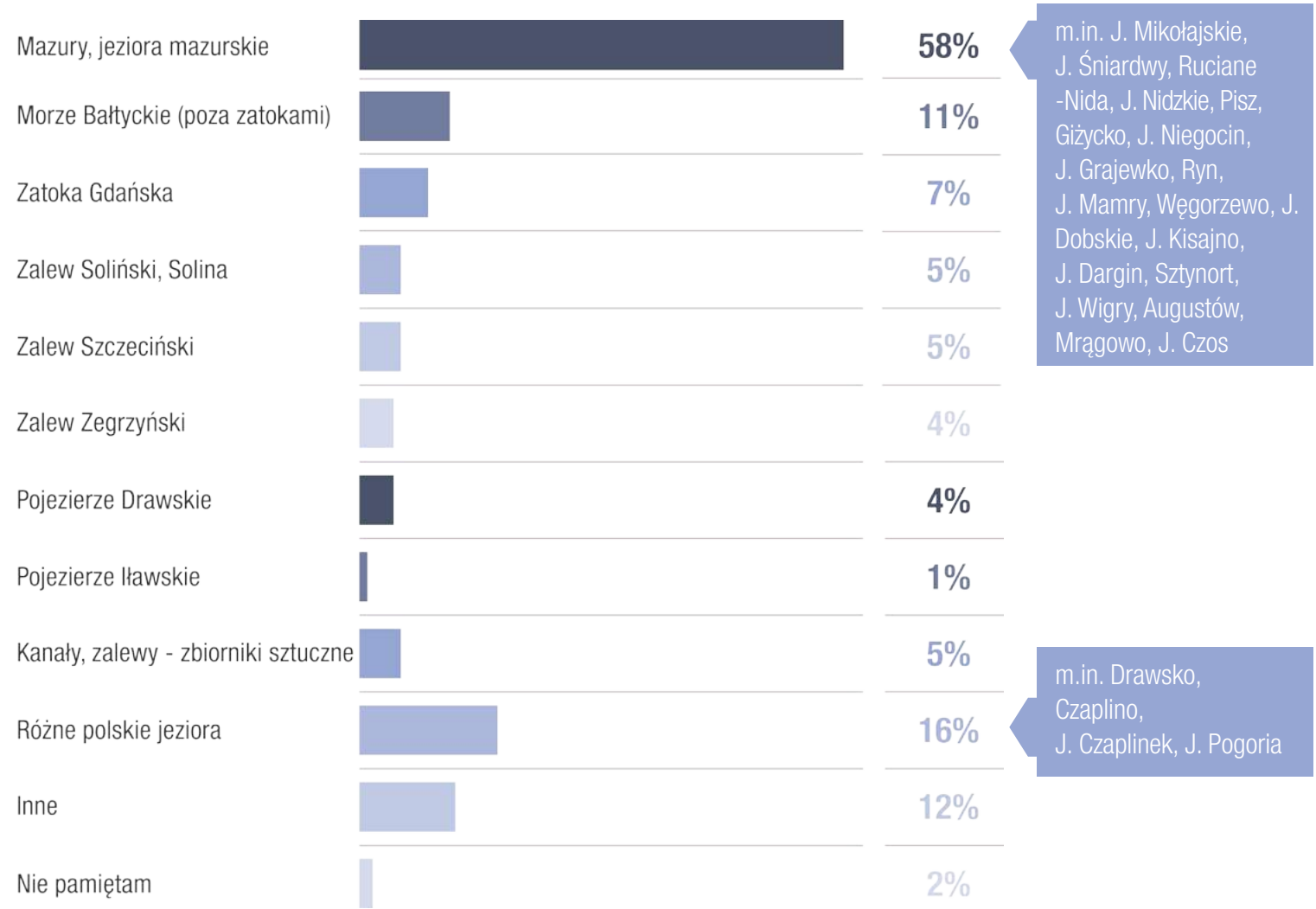


**43%** Polaków co najmniej raz w życiu spróbowało żeglarstwa



# ŻEGLARSKIE DESTYNAcje W POLSCE

Gdzie miałeś/miałaś okazję żeglować w Polsce?



Wynik wskazujący Mazury jako ulubioną i bezkonkurencyjną destynację polskich żeglarzy, którzy deklarują pływanie w kraju, nie stanowi niespodzianki.

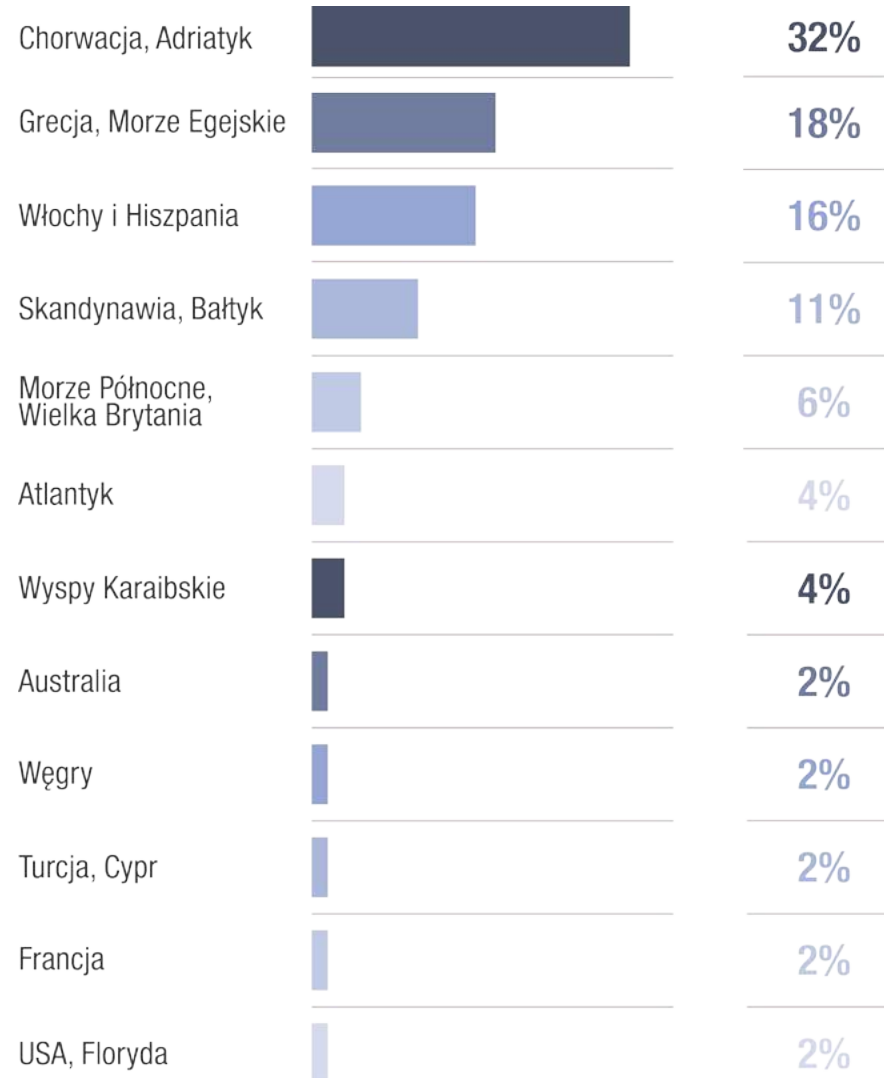
Poza Mazurami, do relatywnie często uczęszczanych miejsc należą Zalew Soliński, Zalew Zegrzyński, Pojezierze Drawskie i Iławskie.

Osoby mieszkające z dala od Mazur chętnie korzystają ze sztucznych kanałów i zalewów, na przykład w okolicach Wrocławia.

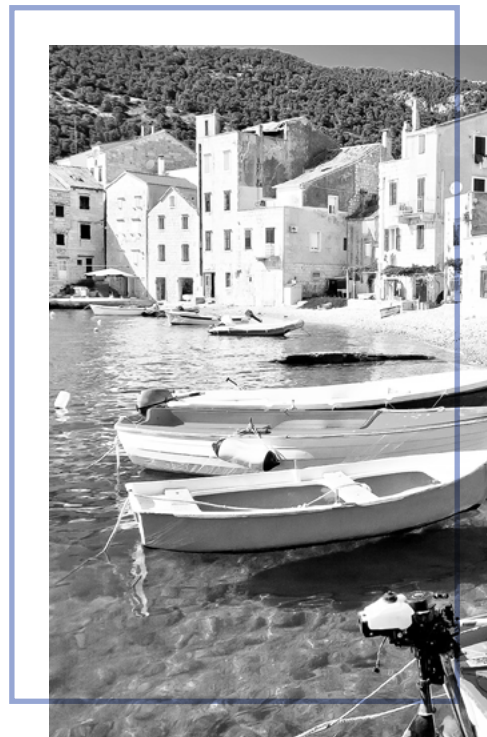
Co dziesiąty żeglarz pływa na Bałtyku. Z zagranicznych destynacji żeglarskich najpopularniejszymi są: Chorwacja, Atlantyk i Pacyfik, Morze Północne oraz Włochy i Grecja.

# MIEJSCA ZA GRANICĄ WYBIERANE PRZEZ POLSKICH ŻEGLARZY

Gdzie miałeś/miałaś okazję żeglować ostatnio za granicą?



Udając się na żagle za granicę, polscy żeglarze najczęściej wybierają Chorwację, bądź Włochy i Hiszpanię. Jednak od kilku lat można zaobserwować coraz większą popularność destynacji wcześniej uważanych za egzotyczne, takich jak Seszele, Hawaje, Karaiby.



Czy uprawiasz żeglarstwo za granicą (śródlądowe lub morskie)?

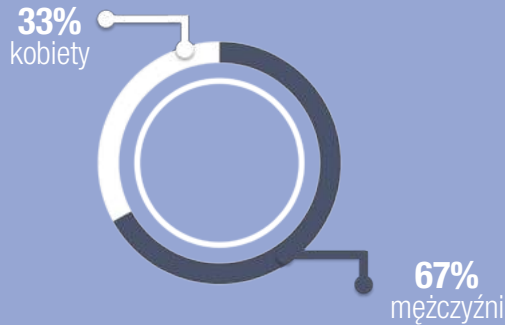
15%  
TAK



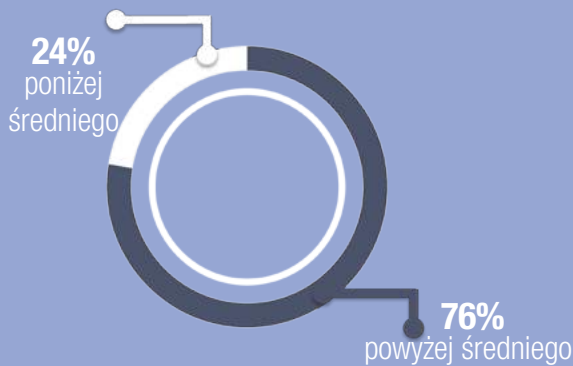


# PROFIL DEMOGRAFICZNY OSÓB ŻEGLUJĄCYCH ZA GRANICĄ

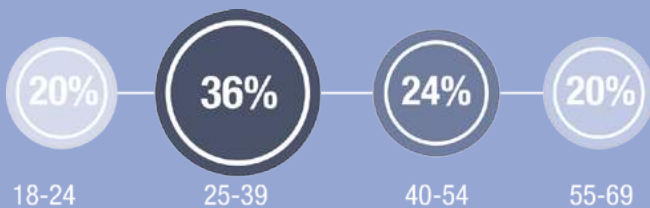
PŁEĆ



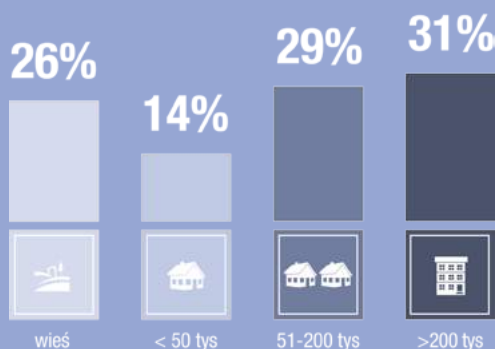
WYKSZTAŁCENIE



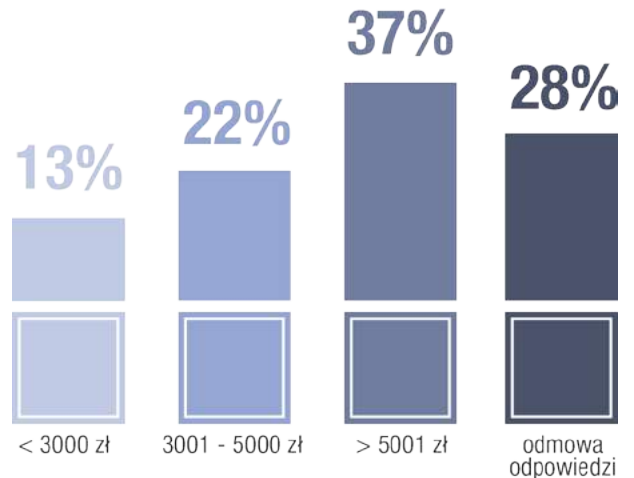
WIEK



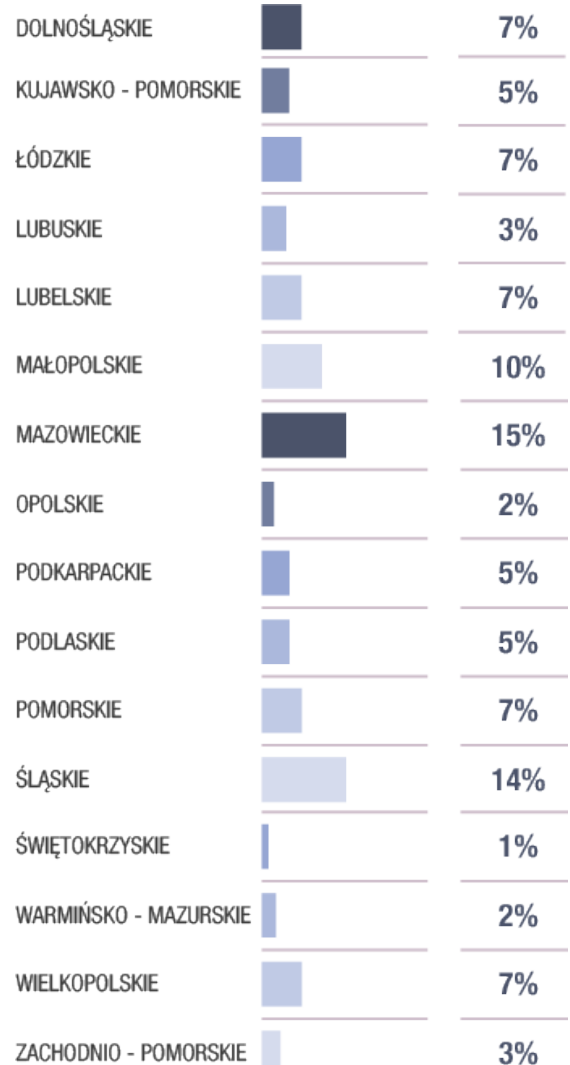
MIEJSCE  
ZAMIESZKANIA



DOCHODY



WOJEWÓDZTWO



## ROZWÓJ ŻEGLARSTWA W POLSCE

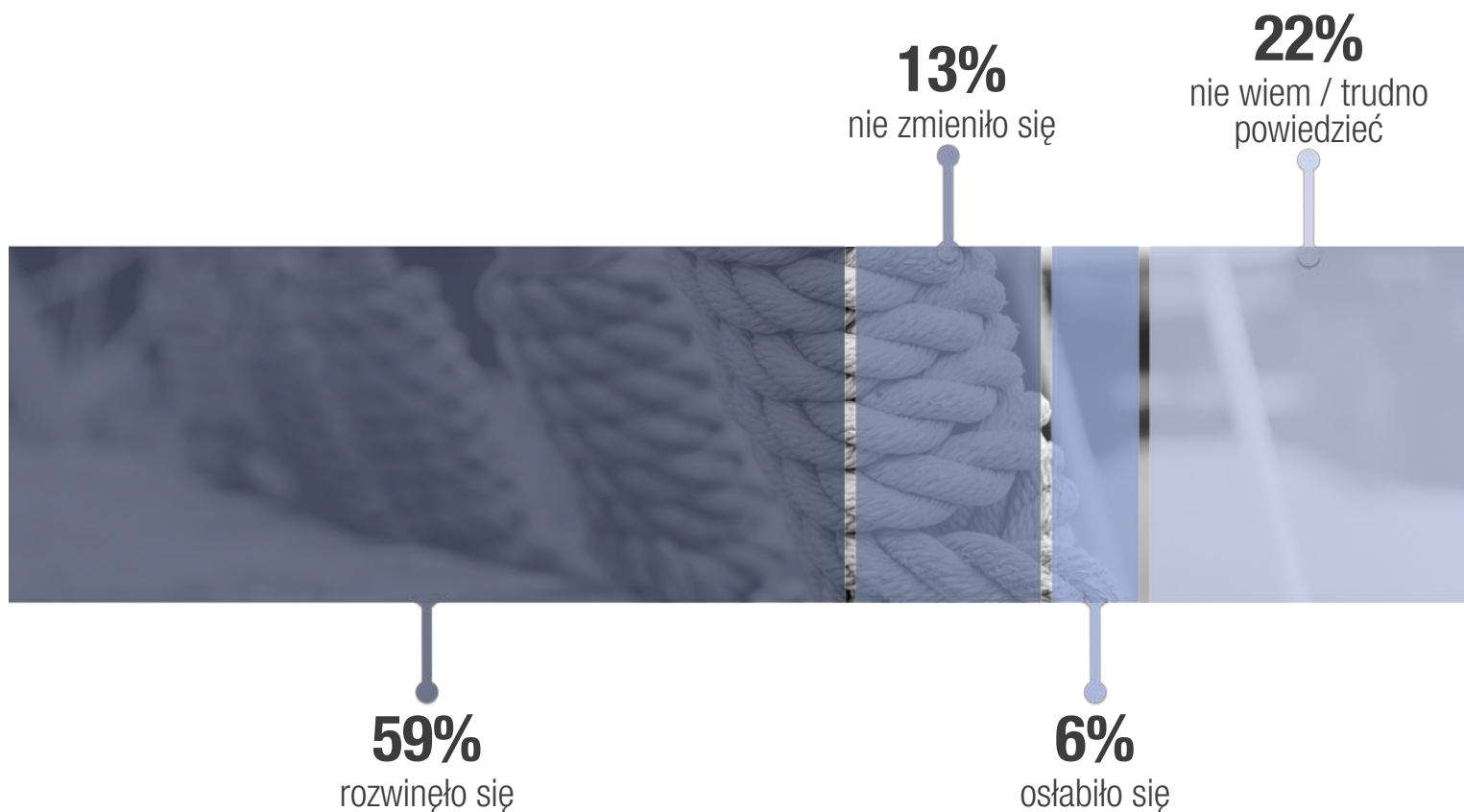
**Blisko 6 na 10 żeglarzy, obserwując zmiany zachodzące w polskim żeglarstwie, widzi rozwój, postępujący we właściwym kierunku.**

Im więcej wyjeżdżamy za granicę, tym bardziej otwierają nam się oczy na różne możliwości, nowe standardy, usługi. To powoduje relatywny wzrost oczekiwań wobec tego, co jest dostępne w kraju.



Obserwując komentarze polskich żeglarzy, można uznać, że oczekują więcej, ale nie doszło do inflacji oczekiwań. Spodziewają się, że polskie firmy będą oferować coraz wyższej jakości usługi i produkty, ale mają świadomość ograniczeń klimatycznych, gospodarczych i historycznych.

Czy Twoim zdaniem, w ciągu ostatnich lat, żeglarstwo w Polsce:



## POLSKA A INNE KRAJE - POWODY DO DUMY I MARZENIA POLSKICH ŻEGLARZY

Żeglarze z sentymentem i tęsknotą wspominają swoje rejsy w Grecji, Chorwacji czy na południu Turcji. Choć pogody nie przywiezie się do Polski, wiele z zagranicznych wzorców Polscy żeglarze chętnie widzieliby także w naszym kraju.

### Tego brakuje żeglarzom w Polsce

#### USŁUGI DLA ŻEGLARZY

Wypożyczalnie samochodów, wycieczki, przewodnicy, noclegi.

#### ETYKA ŻEGLARSKA

Zachowanie kanonu zasad i życzliwość w zachowaniu.

#### KLUBY I IMPREZY

Dostęp do wysokiej jakości dyskotek, restauracji i pubów.

#### PEWNA POGODA

Związana z klimatem południa słoneczna pogoda oraz stały wiatr.

#### DOBRE JACHTY

Drogie, nowoczesne jachty głównie morskie.

#### KULTURA

Kultura osobista załóg oraz życzliwość miejscowej ludności.

#### PORTY MORSKIE I MARINY

Dostępne liczne i nowoczesne porty morskie.

#### ATRAKCJE

Możliwość łączenia żeglowania ze zwiedzaniem zabytków.

Z drugiej strony, polscy żeglarze są silnie przywiązani do elementów wpisanych w polską kulturę – okoliczności i warunków, z jakimi stykają się na polskich akwenach. Cenią polską, dziką przyrodę oraz swobodę, jaką oferują polskie mariny.

### Z tego są dumni żeglarze w Polsce

#### BEZPRETENSJONALNOŚĆ

Prosty, skromny, naturalny charakter wielu lokalizacji.

#### SWOJSKOŚĆ

Dobrze znane, oswojone miejsca, ludzie i aktywności, dające poczucie bezpieczeństwa.

#### DZIKOŚĆ

Dzika przyroda, możliwość obcowania z nią.

#### SWOBODA

Niewiele ograniczeń w portach oraz podczas żeglowania.

#### UNIKALNA PRZYRODA

Unikalna na skalę światową fauna i flora.

## POLACY NA MORZU

Coraz liczniej i odważniej polscy żeglarze eksplorują morza i oceany - wynika to z ciekawości, nudy, chęci przeżycia przygody, a czasem wygody i potrzeby luksusu. W zależności od rejonu, przeważa rekreacja (południe) lub wyczyn (północ).

Pływanie za granicą można podzielić na kilka typów, w zależności od umiejętności i potrzeb uczestników:

- Czarter łodzi bez skipera.
- Wynajem łodzi ze skiperem, przeważnie tylko w gronie znajomych.
- Rejsy organizowane przez skipera lub firmy czarterowe, oparte o określony program, który planuje bądź realizuje skiper.
- Rejsy organizowane przez skipera lub firmy czarterowe, połączone z innymi atrakcjami (np. nauka gotowania, fotografia, joga, nurkowanie, etc.).

Morze Bałtyckie to region uznawany za wyjątkowy, atrakcyjny przede wszystkim dla najbardziej wytrawnych i zaangażowanych żeglarzy. Bałtyk uznawany jest bowiem za trudny z racji warunków pogodowych oraz ograniczoną liczbę marin.

*„Pływamy zwykle w Chorwacji albo we Włoszech. Wynajmujemy łódkę ze skiperem i albo płyniemy zgodnie z jakimś programem, albo po prostu od portu do portu, zatrzymując się to tu, to tam, jak nam przyjdzie ochota kąpiemy się lub opalamy. Taki prawdziwy relaks”.*

### Żeglarz z segmentu Rekreacyjni

*„Nie pływam w Polsce, nie złożyło się, poza tym jest zimno, tłok i drogo. Słyszałam, że prysznic kosztuje 10 PLN, to naprawdę przesada. Za granicą mam pewną pogodę i cenowo wychodzi dużo taniej, cały pobyt to ok. 2000 – 2500 złotych z przelotem”.*

### Żeglarz z segmentu Rekreacyjni





## POLACY NA MORZU - RELAKS

Po fascynacji Morzem Śródziemnym (Włochy, Francja, Baleary, Malta) i Chorwacją, przyszedł czas na prawdziwą egzotykę i luksus - Karaiby, USA, Seszele.

Typowe dla rejsów na południu jest rekreacyjne przemieszczanie się od portu do portu, koncentracja na relaksie i zabawie. Dla części żeglarzy, zwłaszcza z segmentu Młode Wilki taka turystyka wodna jest mało atrakcyjna. „Yachting” daleki jest w ich odczuciu od prawdziwego żeglarstwa. Brakuje im elementu odpowiedzialności, możliwości sprawdzenia siebie i adrenaliny, czyli tego, co wiąże z autentycznością żeglarstwa.

Południowe rejsy z wynajętym skiperem to z kolei oferta atrakcyjna dla osób o niższych umiejętnościach, mniejszej otwartości na ryzyko, nastawionych na przyjemność i relaks.

Rzecz ciekawa - rekreacyjne rejsy ze skiperem „w ciepłych krajach”, bywają często pierwszym kontaktem z żeglarstwem dla osób w średnim wieku, którzy nierzadko łapią bakcyla i stają się gorącymi zwolennikami odpoczynku na wodzie.

Są tacy, którzy rzadziej pływają w Polsce lub pływają tylko za granicą.

Polskie akweny, w tym Mazury, są dla nich mało atrakcyjne – zatłoczone, zimne, relatywnie drogie w stosunku do oferowanych atrakcji i infrastruktury.



*„Karaiby to nic przyjemnego, pływanie od portu do portu, gorąco, współczynnik trudności niewysoki, stały pasat. Żadne wyzwanie za tym nie stoi”.*

**Kapitan Roman Paszke,**  
żeglarz zawodowy



*„Karaiby to raczej miejsce uprawiania luksusowego żeglarstwa. Żeglowanie tam wymaga znacznie większych nakładów finansowych i niekoniecznie wiąże się z wyczynem”.*

**Zofia Truchanowicz,**  
Dyrektor zarządzająca, Harken



*„Takie pływanie od portu do portu, od imprezy, do imprezy, to typowy yachting, a nie prawdziwe żeglarstwo. Nie ma w tym cienia adrenaliny”.*

**Żeglarz z segmentu Młode Wilki**





## POLACY NA MORZU - ADRENALINA

Ostry wiatr w żaglach, na Bałtyku czy Morzu Północnym, to marzenie wielu żeglarzy, głównie z segmentu Młode Wilki oraz większości ekspertów, bez względu na ich wiek.

Rejs w otoczeniu zimnych wód, pełen niewygód i trudów, to w ich opinii prawdziwy żeglarski sprawdzian, dowód umiejętności i hartu ducha. Zdaniem zwolenników, rejsy na północy stanowią przedsmak tego, co najpiękniejsze w żeglarskim, a reprezentowane przez największe regaty świata - Volvo Ocean Race, Sydney-Hobart, czy Admirals Cup – adrenalinę, walkę z żywiołem i samym sobą. Stanowią kwintesencję prawdziwego żeglarstwa i są niezapomnianą przygodą.

Jest to jednak rozrywka elitarna, bo wymaga doskonałego przygotowania ludzi i sprzętu. Kto raz odczuł prawdziwą adrenalinę, sprawdził się w ekstremalnych warunkach, już zawsze będzie marzył o powrocie na zimną wodę.

W odczuciu ekspertów, atrakcyjność i aspiracyjność żeglowania w trudnych warunkach, wspierają media, które w transmisjach z największych światowych regat koncentrują się na „pocie, krwi i łzach”.

*„Wiadomo, że na morzu chodzi o coś zupełnie innego, niż na śródlądziu. Polacy wybierają coraz częściej morza za granicą, bo tam jest łatwiej. Problemem Bałtyku jest zimne morze, ale i brak marin. Aby pływać na Bałtyku trzeba mieć zacięcie, lubić specyficzne warunki. To nie jest dla tych, którzy lubią się wozic”.*

**Piotr Hlavaty,**  
Komandor Sopotckiego Klubu Żeglarskiego, członek zarządu PZZ



ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, :PODSTAWA:WSZYSCY BADANI; n=800



# MIEJSCA ZA GRANICĄ – – ULTRA REKREACJA

## Egzotyczny raj

Polscy żeglarze coraz liczniej i odważniej zdobywają egzotyczne morza i oceany.

Podczas badania spotkaliśmy szczęśliwców, którzy rzadziej pływają w Polsce, a częściej właśnie w tych rajskich rejonach, ceniąc je za pewną pogodę i luz. Mazury są dla nich mało atrakcyjne – tłoczne, zimne, słabo przygotowane pod kątem infrastruktury.

Zagraniczne rejsy z wynajętym skiperem to często oferta nie tylko dla młodych, ale również dla osób w średnim wieku, które nigdy wcześniej nie żeglowały, a wyprawa na jachcie jest dla nich atrakcją porównywalną z wczasami all inclusive.

*„Mam znajomego lekarza, który nigdy nie pływał. Zawsze interesował się, gdy ja gdzieś płynąłem, ale sam nigdy nie spróbował. Aż jego żona wpadła na pomysł, aby mu zrobić taki prezent urodzinowy – rejs w Chorwacji. I wpadł - od dwóch lat pływa 3-4 razy w roku. Teraz planujemy Karaiby”.*

### Żeglarz z segmentu Stare Wygi





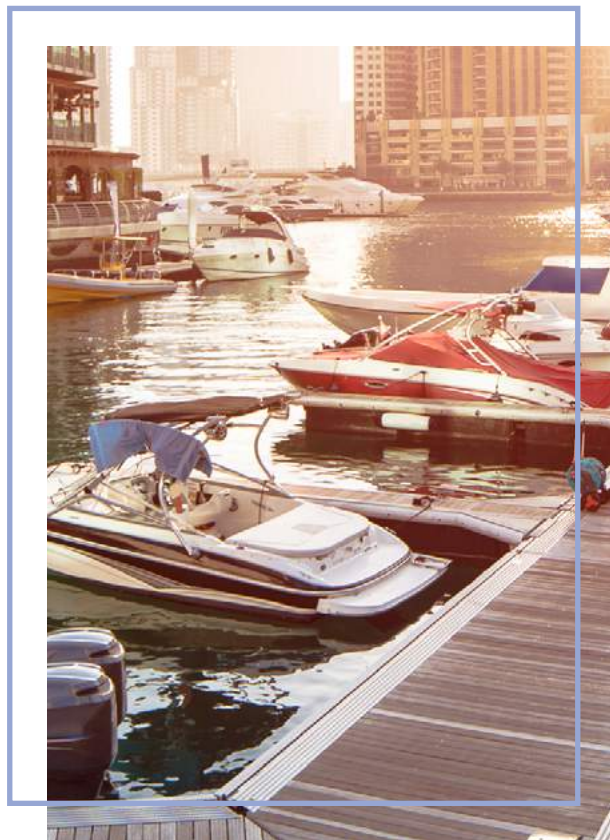
# MARINY W EUROPIE

Mariny za granicą podobnie jak te w Polsce, również oferują zróżnicowany poziom usług.

Szczególnie dobrze polscy żeglarze oceniają mariny na północy (Skandynawia, Niemcy, UK) oraz w Chorwacji, na Balearach i na Malcie.

Słabiej wypadają w oczach Polaków mariny na Sycylii i w Grecji, gdzie, jak mówią żeglarze, „generalnie rzadko można spotkać prawdziwą marinę”. Problemy dotyczą podobnych obszarów jak w Polsce.

Dla niektórych, minusem jest obserwowany w wielu portach podział na członków klubów żeglarskich oraz żeglarzy niezrzeszonych. Ci ostatni mają ograniczony dostęp do pełnej oferty klubowej.



ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL,  
:PODSTAWA:WSZYSCY BADANI; n=800





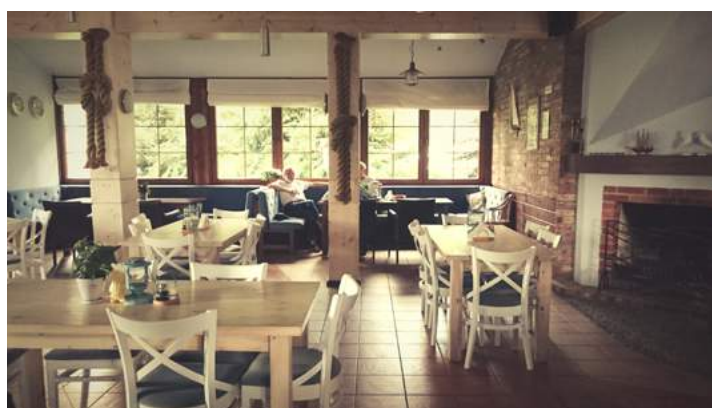
# MARINY W POLSCE

## Wysoka jakość i przyjazny klimat

Położone w Rucianem-Nidzie centrum rekreacyjne „Pod Dębem” to ośrodek lubiany i nagradzany w konkursach, przedmiot radości i dumy właścicieli. Przyciąga wysokim poziomem jakości i obfitością oferty w połączeniu z bezpretensjonalnością i niebanalnym klimatem.

*„O zwycięstwie mariny „Pod Dębem” w Rucianem-Nidzie w konkursie organizowanym przez portal sportów wodnych Żagle (dop. w 2013 roku), zadecydowały między innymi: malownicze położenie nad jeziorem Nidzkim, profesjonalna obsługa, bardzo dobra restauracja, wygodne miejsca hotelowe, bezpieczne kąpielisko, boisko do siatkówki oraz miejsce zabaw dla dzieci”.*

<http://ro.com.pl/marina-w-rucianem-nidzie-najladniejszym-portem-w-polsce>



## MARINY W POLSCE

### Problemem wielu portów w Polsce jest brak oczekiwanej infrastruktury

W przypadku wielu portów, pomimo zachodzących zmian, żeglarzy wciąż uderza niekorzystny stosunek cen do jakości. W wywiadach wspominali oni, że mają poczucie, iż w wielu przypadkach mariny nie nadążają za rosnącymi oczekiwaniami rynku.

#### Najczęściej wskazywano w tym miejscu następujące elementy:

- Niska jakość sanitariatów i ich niewystarczająca liczba
- Ograniczenia w dostępie do ciepłej wody
- Wysokie ceny pryszniców w stosunku do czasu i jakości
- Duża odległość do sanitariatów od miejsc cumowania
- Brak dostępu do prądu
- Brak/mała ilość koszy na śmieci
- Kiepskie zaopatrzenie w sklepach
- Nie zawsze wysoki poziom lokali gastronomicznych
- Ograniczona baza noclegowa lub jej niska jakość
- Brak atrakcyjnych wydarzeń na terenie mariny (np. muzyka na żywo, atrakcje dla dzieci)
- Ograniczona liczba miejsc do cumowania oraz dla rezydentów
- Konieczność wnoszenia opłat w gotówce
- Hałas (osoby nastawione na ciszę i kontemplację przyrody)
- Mało profesjonalny bosmanat (konieczność długiego poszukiwania bosmanatu)

*„Jak ja mam się kąpać w takich warunkach i jeszcze za to płacić 10 PLN, to tym bardziej wolę spać na dziko i wcale się nie myć”.*

**Żeglarz z segmentu Stare Wygi**





## IDEALNY PORT – – OCZEKIWANE USŁUGI



Żeglarze nie poprzestają jednak na krytyce. Wiedzą, czego potrzebują i spontanicznie wymieniają brakujące elementy lub te, których poziom jest niesatysfakcjonujący.

### Zarządzający marinami mają wciąż co robić – lista potrzeb i życzeń jest długa

- Szeroki zakres usług: prysznice, możliwość prania, wifi, woda, prąd, możliwość oczyszczenia toalety, gastronomia, dobrze zaopatrzony sklep, sklep żeglarski, zmywalnia z ciepłą wodą
- Czystość i porządek na terenie mariny
- Dużo miejsc do cumowania
- Przestronne sanitariaty (duża ilość pryszniców i toalet)
- Miejsce, gdzie można naładować telefon
- Możliwość zakupu świeżych i wędzonych ryb
- Miejsca na ognisko, możliwość zakupu drewna
- Stacja benzynowa
- Duży i bezpieczny parking
- Wózki ułatwiające przewóz bagaży na jacht
- Dobra informacja na miejscu (system oznaczeń w marinie)
- Osoby mniej znające Mazury: kamera online pokazująca życie portu oraz wejście do niego
- Młodzi / studenci i osoby spędzające na Mazurach dużo czasu: program lojalnościowo-zniżkowy dla stałych klientów (zniżka w restauracji, przy opłatach portowych etc.)
- Kobiety: SPA, kosmetyczka
- Rodzice: atrakcje na miejscu dla dzieci – plac zabaw, animacje, obecność instruktorów
- Doświadczeni żeglarze: szkutnik
- Właściciele jachtów: wzrost liczby miejsc dla rezydentów





## *Wioska Żeglarska Mikołajki* LETNIA STOLICA MAZUR

- ⚓ 250 miejsc cumowniczych
- ⚓ keja rezydencka
- ⚓ codzienne koncerty na żywo
- ⚓ restauracje w porcie: Lady Mary / Pagaj / Żagiel
- ⚓ prysznice / pralnia / slip / szutnia
- ⚓ stacja benzynowa dla jachtów
- ⚓ strefa luksusowych zakupów:  
Campione / Aeronautica Militare

Wioska Żeglarska Mikołajki, ul. Kowalska 3, GPS: N 53° 47' 57.48" E 21° 34' 23.52"

☎ +48 87 421 60 40

📞 +48 668 442 042

✉ kapitanat@grupaamax.pl

w w w . m i k o ł a j k i . c o m . p l

---

# Inne aspekty żeglownia

---

## INFORMACJA

### Brakuje aktualnych informacji na temat warunków i atrakcji oferowanych przez porty

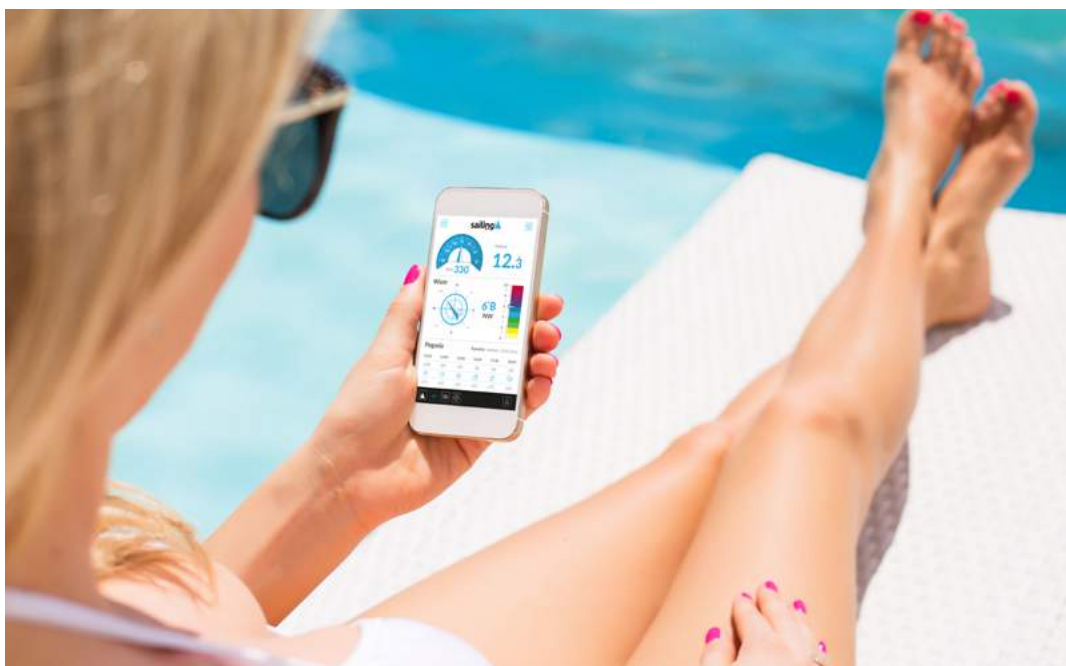
Informacje na temat marin są rozproszone, niepełne lub nieaktualne. Choć większość marin posiada własne strony www, a nawet konta w social media, brakuje kompleksowego rozwiązania dedykowanego poszczególnym rejonom żeglarskim w Polsce i na świecie. Podstawą w zakresie informacji o portach na Mazurach są Mazury.info.pl.

W pełni rzetelne i aktualne informacje można uzyskać dopiero w portach, a i tu system informacji jest mocno archaiczny, bo oparty na plakatach i kartach rozwieszanych w bosmanacie, na sklepach czy na drzewach. Osoby nieznające danej mariny, mają często problem ze znalezieniem podstawowych obiektów, takich jak sklep, restauracja lub bosmanat. Brakuje informacji o aktualnej liczbie miejsc w marinie i atrakcjach na miejscu (dostępne usługi oraz ciekawe wydarzenia w portach), co zniechęca do poznawania nowych miejsc i marin. Bezpieczniej trzymać się znanych, sprawdzonych szlaków.

*„Oczekiwałbym aplikacji z rankingiem tworzonym przez żeglarzy lub przynajmniej uaktualnianej na bieżąco strony www”.*

**Żeglarz z segmentu Rekreacyjni**

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, :PODSTAWA:WSZYSCY BADANI; n=800







## INFORMACJA

### Największe zapotrzebowanie na informacje mają rodzice oraz ludzie, którzy wchodzą w hobby żeglarstwa

Młodzi chłoną wiedzę i aktywnie jej poszukują, wykorzystując nowe media. Nie mają jeszcze utartych szlaków, ulubionych akwenów, marin i miejsc, gdzie można zjeść najlepsze pierogi czy posłuchać szant. Chłoną żeglarski lifestyle, by jak najszybciej poczuć się „wilkiem morskim”.

Później, kiedy wyrabia się rutyna i znajomość akwenów, ta potrzeba zdobywania wiedzy zanika lub ogranicza się do wybranych obszarów. Na tym etapie ważne są użyteczne funkcjonalności.

Rodzice natomiast wciąż poszukują atrakcji, które zainteresują dzieci.

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL,  
:PODSTAWA: WSZYSCY BADANI; n=800



# ATRAKCJE

Zarówno w Polsce, jak i za granicą potrzeby żeglarzy, dla których żeglowanie to rekreacja, relaks, są podobne i spójne z potrzebami turystów.

Na liście poszukiwanych atrakcji są zabytki kultury, przyroda, dobre jedzenie, parki tematyczne, imprezy muzyczne, sport.

## Najczęściej wskazywane potrzeby w obszarze „sport”:

### SPRZĘT

wypożyczalnie sprzętu (np. kajaki, rowery wodne, deski surfingowe, rowery, sprzęt do nurkowania),

### PRZESTRZEŃ

boisko, miejsce do ćwiczeń, stoły bilardowe,

### TRENER

nauka nurkowania (częściej za granicą).







## JEDZENIE

**Dobre jedzenie to podstawa udanego urlopu, także na jachcie.**

Znane, sprawdzone i cenione punkty gastronomiczne wyznaczają często żeglarski szlak – żeglarze chętnie wracają na ulubione pierogi z kaczką czy niezapomnianą zupę rybną, z ust do ust przekazując sobie informacje o najlepszych lokalach.

Wśród uczestników rejsów można zaobserwować te same trendy, co w całej populacji, np. potrzebę urozmaicenia, próbowania nowych smaków, większy nacisk na zdrowe jedzenie, etc. Gotowanie na jachcie może doskonale wpisywać się w popularny dziś trend „slow food”.

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL,  
:PODSTAWA:WSZYSCY BADANI; n=800



# IMPREZY

**Niewiele portów w Polsce oferuje klimat podobny do znanych z zagranicznych rejsów rozrywkowych miejsc, czego brakuje części polskich żeglarzy.**

Niekwestionowane stolice najbardziej popularnych rejonów żeglarskich w Polsce, Mikołajki oraz Sopot, to odpowiedź na potrzeby najbardziej rozrywkowych i nastawionych na prestiż żeglarzy. Żeglarze w markowych ubraniach mieszają się tu z młodzieżą żądną klubowej zabawy. Miejsca te omijane są z kolei przez wielbicieli dzikiej przyrody, ciszy i spokoju.

Mikołajki i Sopot, niczym Monaco i Krupówki, wabią długą listą atrakcji nastawionych na pozyskanie zasobnych portfeli klientów: markowe sklepy, szeroki wybór punktów gastronomicznych, liczne imprezy w sezonie, rozwinięta baza noclegowa.

## IMPREZY Z MUZYKĄ NA ŻYWO

Większość żeglarzy poszukuje i aktywnie uczestniczy w imprezach z muzyką na żywo, zarówno w Polsce, jak i za granicą.

Członkowie załogi, którzy potrafią śpiewać i grać na gitarze to często „najjaśniejsze gwiazdy” rejsu.

Szanty to styl muzyki, który dominuje w polskich ośrodkach żeglarskich. Mają liczne grono wielbicieli, dla których idealnie budują klimat i sprzyjają dobrej zabawie i integracji.

*„Chciałbym mieć grajka co drugi dzień – imprez żeglarskich przybywa i ciągle coś się dzieje. Już nie tylko w Mikołajkach – ludzie wciąż tego poszukują. Teraz liczy się coraz bardziej oferta dodatkowa – atrakcje, jakie oferuje marina. Imprezy przyciągają ludzi. Regaty, koncerty, dobre jedzenie, miejsca noclegowe. Żeglarze są coraz bardziej wymagający, stają się klientami. Wymaga to inwencji oraz środków finansowych. Prowadzenie mariny to nie jest łatwy kawałek chleba”.*

**Wojciech Nowicki,**  
trener z Bazy Tałty



ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL,  
:PODSTAWA:WSZYSCY BADANI; n=800





# BEZPRETENSJONALNOŚĆ I SWOJSKOŚĆ

Najlepsze mariny w Polsce (za magazynem „Żagle”) oferują przeważnie prosty, naturalny wystrój, łącząc elementy drewniane i symbole żeglarskie, co trafia w gusta i potrzeby większości żeglarzy, bez względu na ich wiek i status.

Pływając w Polsce, większość żeglarzy docenia poczucie bliskości, urzekają ich bezpretensjonalne i swojskie klimaty. Mniej nowoczesne, ale bliższe natury, mniej „zanurzone w cywilizacji” porty oraz punkty gastronomiczne, mają więc swoich zwolenników i grono wiernych bywalców, nawet jeśli nie oferują zbyt wielu dodatkowych atrakcji.

*„Przyjeżdżam do Krzyży od lat. Tu jest nadal tak, jak w czasach mojej młodości. Mniej ludzi, tego tłoku no i cisza, spokój, to co lubię w tej zabawie”.*

**Żeglarz z segmentu Stare Wygi**

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL,  
:PODSTAWA: WSZYSCY BADANI; n=800



# DZIKOŚĆ I SWOBODA

Poczucie wolności i możliwość bezpośredniego kontaktu z naturą to wciąż elementy najbardziej cenione przez polskich żeglarzy.

Polska oferuje wiele możliwości w tym obszarze, wciąż można znaleźć wiele miejsc do biwakowania poza terenem campingów, a żeglarze mogą swobodnie korzystać z marin i portów (bez pinów i kodów). Symbolem dzikości i swobody jest spanie „na dziko”, wciąż cenione zwłaszcza przez osoby nastawione na spokój i ciszę, kontemplację przyrody i pełne oderwanie się od codzienności. Dla młodych natomiast jest to nie tylko symbol wolności i autentyczności, ale także możliwość oszczędności (koszt cumowania w marinach to dla nich spory wydatek, na który nie decydują się codziennie).

Żeglarze z segmentu Stare Wygi preferują spokojne pływanie. Cenią sobie ucieczkę na łono natury, spanie „na dziko”, ogniska. Raz na jakiś czas chcą przenocować w cywilizowanych warunkach, ale starają się selekcjonować porty, by nie tracić czasu na miejsca nieakceptowane.

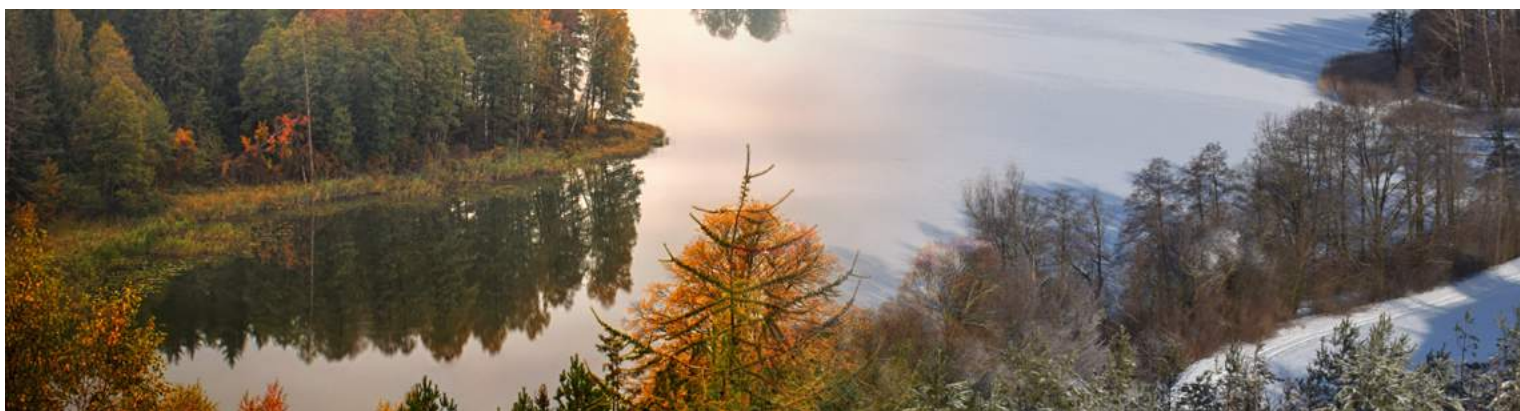
Preferują oni południe (Nidzkie) i północ (Mamry) od środka (Tałty, Niegocin, Mikołajki, Giżycko). Północne jeziora w swej specyfice podobne są do południowych – mniej łódek i akweny z zakazem silników (Dobskie), a do tego są większe – fala bardziej się rozpędza, więc przez „zielonych” odbierane są jako trudne, co sprawia, że ich unikają.

*„Problemem w nocowaniu na dziko jest upadek „kultury saperki”. Tego powinni uczyć wszystkich żeglarzy na jakiś obowiązkowych kursach”.*

**Żeglarz z segmentu Stare Wygi**







## UNIKALNA PRZYRODA

Mazury, jako główny żeglarski region w Polsce, postrzegane są jako miejsce dające możliwość kontaktu z przyrodą o unikalnym charakterze.

Zarówno latem, jak i zimą pozwalają na obcowanie z dziką fauną i florą oraz rekreację na łonie natury (spacery, jazda na rowerze, zbieranie grzybów, etc.).

Żeglarze korzystają z jej uroków głównie w sezonach wiosna – wczesna jesień, jednak jest też grupa żeglarzy, którzy wracają w ulubione miejsca także zimą (np. na bojery).

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL;:PODSTAWA:WSZYSCY BADANI; n=800



## *„Pod Jabłoniemi”*

STARE SADY PORT & CHILLOUT

- ⚓ 40 miejsc cumowniczych
- ⚓ slow food w Restauracji Pod Jabłoniemi
- ⚓ prysznice / slip / hamaki / leżaki
- ⚓ piaszczysta plaża w porcie
- ⚓ baza sportów wodnych: narty / wake / flyboard
- ⚓ noclegi w ChillRooms&Apartaments
- ⚓ strefa chilloutu w ogrodzie pod jabłoniemi

---

Stare Sady „Pod Jabłoniemi”, Stare Sady 13F, GPS: N 53° 50' 55.68" E 21° 32' 26.88"

☎ +48 600 498 313

☎ +48 607 063 414

✉ [staresady@grupaamax.pl](mailto:staresady@grupaamax.pl)

[www.mikolajki.com.pl](http://www.mikolajki.com.pl)

---

# Aktywności po rejsie i po sezonie

---



# AKTYWNOŚCI PO ZAKOŃCZENIU REJSU

Które z poniższych czynności wykonywałeś/wykonywałaś już po zakończeniu swojej ostatniej wyprawy żeglarskiej?

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Spotkanie towarzyskie z uczestnikami wyprawy	56%	43-	67+	57	58
Wymiana opinii, doświadczeń z wyprawy ze znajomymi/przyjaciółmi	36%	29-	44+	32	37
Dzielenie się zdjęciami z wyprawy z innymi jej uczestnikami	33%	30	36	35	31
Planowanie kolejnej wyprawy żeglarskiej	26%	27	30	19-	27
Zamieszczanie zdjęć z wyprawy w Internecie	15%	19	11	17	12
Szukanie i czytanie stron internetowych poświęconych żeglarsztwu	14%	21+	14	10-	10-
Oglądanie i zamieszczanie wideo z wyprawy w Internecie	8%	13+	5	9	4-
Zamieszczanie informacji/opinii z wyprawy żeglarskiej w Internecie	6%	11+	2	5	3

Wynik istotnie wyższy od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy od ogólnej próby

Typowym wydarzeniem po powrocie z rejsu jest spotkanie towarzyskie, podczas którego dochodzi do wymiany opinii, doświadczeń i wrażeń z wyprawy. To szczególnie ważne dla Towarzyszek. Młode Wilki skupiają się natomiast w tym samym momencie na pogłębianiu wiedzy i dzieleniu się materiałami przez Internet.

**Wykazują oni aktywność wykraczającą poza własne zdjęcia i filmy. Materiały, którymi chętnie dzielą się w social media:**

- Treści aspiracyjne (galerie zdjęć z ciekawych portów, marin, egzotycznych miejsc),
- Treści edukacyjne (Porady typu „Co zrobić kiedy...” albo „5 sposobów na...” .),
- Materiały inspirujące - opatrzone profesjonalnymi zdjęciami i komentarzami ekspertów.



# UTRZYMYWANIE KONTAKTU Z ŻEGLARSTWEM POZA SEZONEM

W jaki sposób utrzymujesz kontakt z żeglarstwem poza sezonem?

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Spotykam się ze znajomymi, którzy żeglują i wymieniamy poglądy na ten temat	35%	40+	38	32	27-
Odwiedzam strony internetowe poświęcone żeglarstwu	22%	34+	22	14-	14-
Czytam prasę związaną z żeglarstwem	15%	27+	11	8-	12
Chodzę do „knajp żeglarskich” - śpiewam i słucham szant	11%	17+	10	5-	10
Uczestniczę w targach żeglarskich i innych imprezach tematycznych	4%	11+	2-	2-	2-
Uczestniczę w kursach/szkoleniach żeglarskich	3%	9+	1-	2	-
Inne	1%	0	1	1	2
Nie utrzymuję takiego związku	45%	27-	43	57+	56+

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby

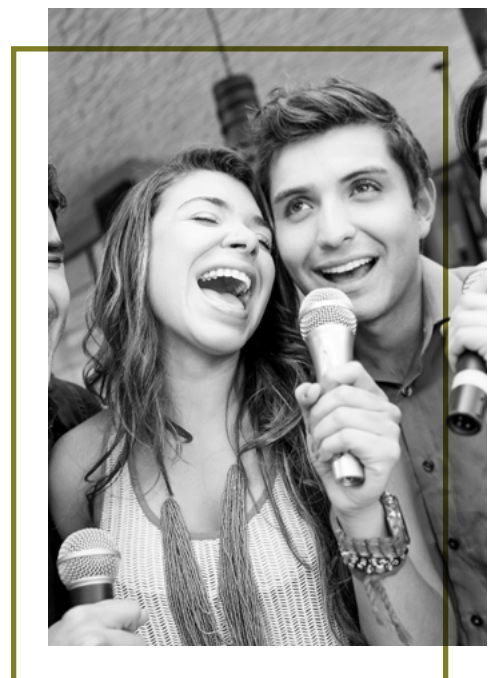
Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby

Najwięcej uwagi i energii poświęcają żeglarstwu poza sezonem Młode Wilki. Stare Wygi i Rekreacyjni wprost deklarują, że nie utrzymują związku z żeglarstwem poza sezonem.

Utrzymywanie kontaktu z żeglarstwem najczęściej polega na spotykaniu się ze znajomymi, odwiedzaniu witryn żeglarskich online oraz czytaniu prasy żeglarskiej.

Co dziesiąty żeglarz chadza do knajp na szanty, a co dwudziesty zagląda na targi. Bardzo niewielu wykorzystuje czas poza sezonem na pogłębianie wiedzy w dziedzinie żeglarstwa.

Osoby związane zawodowo z żeglarstwem (m.in. firmy czarterowe, skutnie, producenci sprzętu) systematycznie odwiedzają targi, traktując je jako jeden z podstawowych sposobów promocji marki oraz pozyskiwania klientów.



# INNE AKTYWNOŚCI SPORTOWE (POZA ŻEGLARSTWEM)

Zaznacz inne typy sportów na świeżym powietrzu, jakie uprawiasz oprócz żeglarstwa:

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Rowery	72%	61	81+	78+	68
Wycieczki górskie/wspinaczka	33%	28	35	33	35
Bieganie	30%	33	31	34	18-
Narciarstwo/snowboard	19%	17	15	24	22
Kajakarstwo	18%	15	22	16	21
Wędkowanie	18%	21+	16	14-	22+
Łódź wiosłowa	7%	8	7	6	9
Sporty motorowe	3%	6+	2	2	2
Windsurfing/kitesurfing	3%	5+	1	3	4
Żeglarstwo lodowe	2%	3	1	2	2
Wakeboarding/narciarstwo wodne	1%	3+	-	1	1

Wynik istotnie wyższy  
od ogólnej próby

Wynik istotnie niższy  
od ogólnej próby

Nie samym żeglarstwem żyje człowiek, a żeglarze to aktywna sportowo grupa. Wiele współdzieli czas między żeglarstwo i wiele dodatkowych aktywności, głównie rower, wycieczki górskie, bieganie i narciarstwo.

Warto odnotować różnice pomiędzy typami żeglarzy  
— Rekreacyjni i Towarzyszki preferują rower, Stare Wygi wędkują, a Młode Wilki, oprócz łowienia ryb, chętnie korzystają ze sportów motorowych i wodnych.

„Wiadomo, że jak ktoś jest aktywny i lubi się zmęczyć, to robi różne rzeczy. Ja jeżdżę na nartach, rowerze, trochę biegam. Z tego wszystkiego żagle są dla mnie najbardziej rekreacyjne.”

Żeglarz z segmentu Rekreacyjni

ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE COMBINE.PL, WSZYSCY  
BADANI ORAZ SEGMENTY n=800/219/198/198/185





# PORTALE I SERWISY ODWIEDZANE NAJCZĘŚCIEJ

Bezdyskusyjnie Facebook zajmuje pierwsze miejsce wśród stron odwiedzanych przez żeglarzy. Zaraz za nim w rankingu popularności znajdują się główne portale wielotematyczne. Relatywnie wielu badanych żeglarzy zagląda na serwisy lokalne i branżowe.

Podaj nazwy portali internetowych, które odwiedzasz najczęściej?

		WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE
Facebook		55%
Onet		39%
WP		32%
Interia		12%
Gazeta		9%
TVN24		6%
Portale informacyjne - lokalne i branżowe		8%
Portale rozrywkowe		7%
Portale tematyczne - polityka		2%
Twitter		3%
nie czytam		2%
brak odpowiedzi		3%

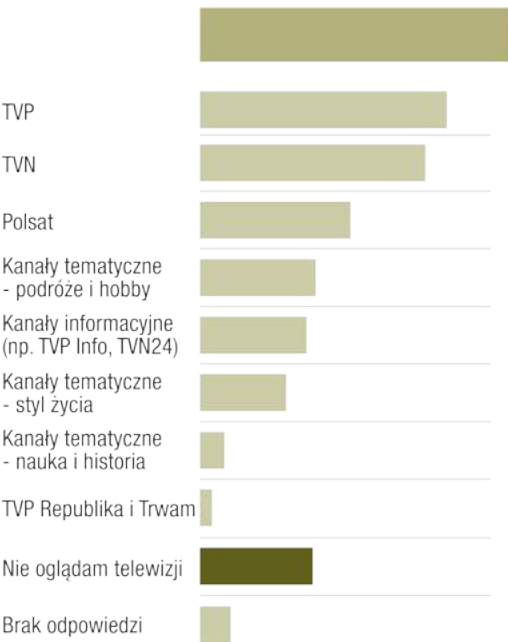
ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE  
COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI; n=800



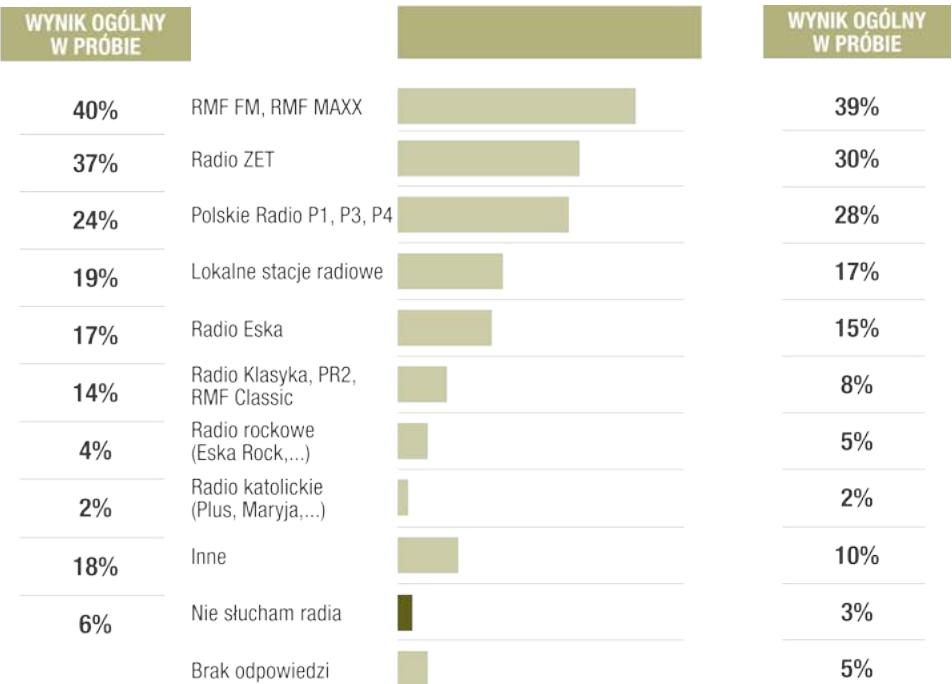
# TELEWIZJA I STACJE RADIOWE

Badani żeglarze konsumują media w sposób bardzo zbliżony do populacji ogólnej Polaków. Główne stacje telewizyjne i radiowe popularne wśród nich są jednocześnie stacjami o największym zasięgu ogólnopolskim. Relatywnie dużo żeglarzy ogląda tematyczne programy poświęcone podróżom i hobby, stylowi życia oraz nauce. Dość duży udział radiowych stacji lokalnych wskazuje na zainteresowanie newsami z najbliższego otoczenia.

Podaj nazwy kanałów TV, które oglądasz najczęściej?



Podaj nazwy stacji radiowych, których słuchasz najczęściej?



ŹRÓDŁO: BADANIE U&A ŻEGLARSTWO W POLSCE  
COMBINE.PL, WSZYSCY BADANI; n=800



---

**Jak kupują żeglarze  
i jakie marki kojarzą  
ze swoim hobby?**

---



# ZAKUPY ONLINE

## Desktop

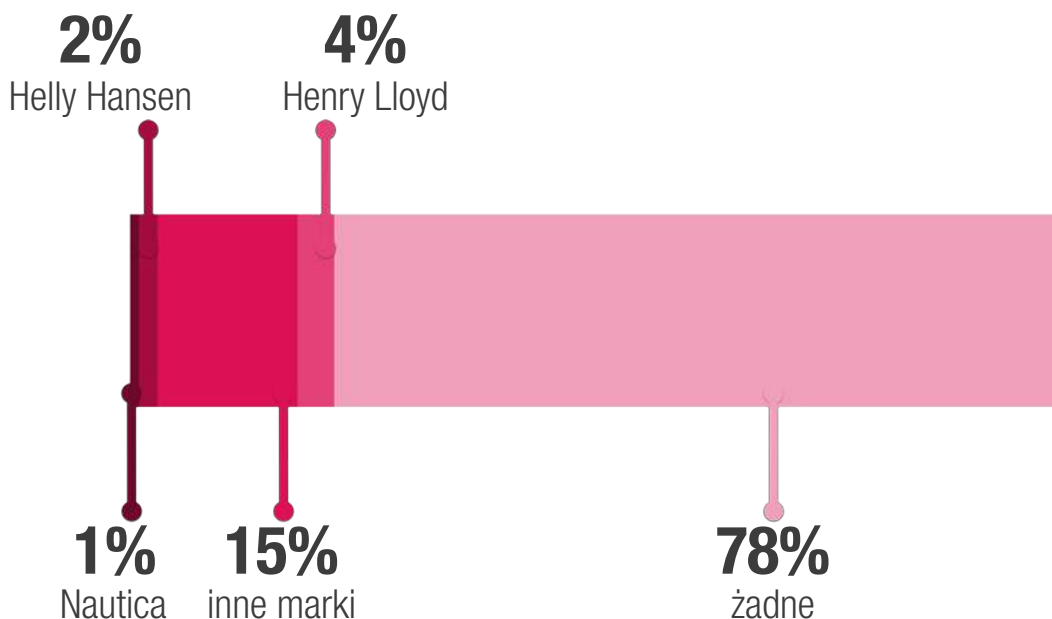
	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Czy kupujesz online?	87%	84%	86%	87%	90%
Czy korzystasz z bankowości elektronicznej?	86%	80%	91%	85%	90%

## Mobile

	WYNIK OGÓLNY W PRÓBIE	MŁODE WILKI	TOWARZYSZKI	REKREACYJNI	STARE WYGI
Czy kupujesz online?	23%	27%	18%	27%	19%
Czy korzystasz z bankowości elektronicznej?	24%	23%	27%	18%	27%

Jak widać, przedstawiciele każdego z wymienionych typów żeglarzy chętnie kupują online, korzystając z komputera, rzadziej jednak używają do tego smartfonów. Czy ekwipunek żeglarski również nabywają online? Prawdopodobnie w najmniejszym stopniu – rozpoznawalność marek żeglarskich jest bowiem u polskich żeglarzy znikoma.

**Wymień wszystkie marki związane z żeglarstwem, jakie znasz:**



# ZAKUPY - SKLEPY BRANŻOWE

Sklepy branżowe oferują profesjonalne produkty żeglarskie, takie jak elementy łodzi, sprzęt ratunkowy, chemię ochronną, akcesoria dodatkowe.

Do sklepów branżowych zaliczają się także sprzedawcy łodzi żaglowych i motorowych. Część sklepów branżowych ogranicza ofertę do elementów łodzi i ich wyposażenia. Lokalizowane są one często w pobliżu portów i marin, w których dokonywać można napraw jednostek.

Głównymi klientami sklepów branżowych są żeglarze posiadający własne jednostki pływające oraz firmy czarterujące łodzie, ponieważ podmioty z branży gwarantują im produkty specjalistyczne, takie jak elementy olinowania lub przyrządy nawigacyjne.

W tego typu sklepach zaopatrywać się mogą także ośrodki wypoczynkowe z uwagi na oferowany sprzęt ratunkowy na akweny otwarte i zamknięte oraz akcesoria, które mogą być wykorzystane jako element wyposażenia.

W porównaniu do innych podmiotów sprzedających produkty żeglarskie, podmioty branżowe oferują sprzęt specjalistyczny. Profesjonalny sprzęt ratunkowy i olinowanie to produkty, w które żeglarze chętnie zaopatrują się u sprawdzonych dostawców, jeśli chcą wyposażać łódź w specjalistyczny ekwipunek.

Z powodu priorytetu, którym dla sklepów branżowych jest zapewnienie jakości i możliwości praktycznego wykorzystania produktu, oferowane akcesoria należą do średniej i wysokiej półki cenowej. W ich przypadku nie jest ważny aspekt estetyczny, co powoduje że klientami tego typu asortymentu są osoby doświadczone w branży, nie amatorzy.



# ZAKUPY - SIECIOWE SKLEPY SPORTOWE

Sieciowe sklepy sportowe posiadają szeroki asortyment - oferują między innymi odzież i sprzęt żeglarski (często w średnim lub niskim przedziale cenowym). Dział żeglarski często łączy w tego typu sklepach akcesoria do sportów żaglowych z asortymentem pozostałych sportów wodnych, takich jak windsurfing, kajakarstwo lub wędkarstwo.

Sklepy sieciowe funkcjonują z założeniem spełniania oczekiwań klienta masowego. W porównaniu do podmiotów branżowych, sieciowe sklepy sportowe oferują akcesoria z węższej gamy produktowej o niższych cenach. Dotyczy to także odzieży – artykuły są tańsze niż te sprzedawane w sklepach markowych. Co ciekawe, osobami kupującymi w nich akcesoria żeglarskie, są nie tylko amatorzy sportów wodnych, lecz również zawodowcy. W ich przypadku ważnym argumentem jest często wysoki stosunek jakości do ceny.

Włączenie produktów żeglarskich do szerszego asortymentu i sprzedawanie ich przez sklep, oferujący bardzo szeroką gamę produktów sportowych, pozwala na dotarcie zarówno do fanów żeglarstwa, jak i do osób niezwiązanych z branżą. W ten sposób zmniejsza się bariera wejścia, umożliwiając zachęcenie tej ostatniej grupy do zainteresowania się sportami wodnymi.





# ZAKUPY - MARKOWE SKLEPY ODZIEŻOWE

Sklepy markowe dzielą się na dwa typy: segment premium (np. Henri Lloyd) i segment specjalistyczny (np. D.A.D.). Produkty w tego typu sklepach, ze względu na markę, pozycjonują się w wyższej kategorii cenowej niż odzież niemarkowa.

Odzież premium cechuje się wysoką jakością materiałów, estetyką wykonania i wysokimi cenami. Jest ona kierowana do zamożnych klientów, łączących marki tego typu ubrań z luksusem i prestiżem.

Sklepy specjalistyczne oferują odzież dla profesjonalnych żeglarzy i sportowców. W przypadku tych ubrań cechą priorytetową jest jakość.

Klientami tego typu podmiotów są głównie osoby średniozamożne i zamożne, dla których liczy się jakość produktu, w przypadku odzieży specjalistycznej oraz prestiż, jaki wiąże się z noszeniem ubrań danej marki.

Klienci sklepów markowych są trudni do pozyskania, ponieważ mają najczęściej wysokie wymagania – zarówno cenowe, jak i jakościowe. Jednak raz pozyskani cechują się wysoką lojalnością konsumencką. Dzięki temu cieszące się popularnością firmy obecne na rynku, stabilnie prowadzą i rozwijają swoją działalność.

Sektor sklepów markowych cechują wysokie bariery wejścia dla nowych podmiotów.

W porównaniu do innych podmiotów, sklepy premium oferują produkty dużo droższe. Cena wynika głównie z faktu naniesionego logotypu, który pozwala na identyfikację marki producenta.

W przypadku sklepów specjalistycznych, podstawowym aspektem odróżniającym te podmioty od innych, jest jakość. Sklepy tego typu zapewniają odzież żeglarską najwyższej klasy. Część asortymentu tych podmiotów nie występuje w ofercie innych sprzedawców, ponieważ ich producenci współpracują jedynie ze sklepami specjalistycznymi, zapewniającymi odpowiednią grupę odbiorców.

Źródło: Strony internetowe sklepów: Szekla, Bakista, Yachtman.



## MARKI KOJARZONE Z ŻEGLARSTWEM

Pomimo tego, że świat żeglarstwa kojarzony jest bardzo pozytywnie, w Polsce marki są w nim nadal słabo obecne, zwłaszcza w porównaniu z takimi krajami jak Francja, Skandynawia, Niemcy.

Spośród tych, które pojawiały się w spontanicznych wypowiedziach, dominują marki odzieżowe. Można podzielić je na dwie grupy: bardziej prestiżowe, kojarzone z „poważnym” pływaniem, wymieniane przez osoby bardziej doświadczone, zamożne i ekspertów, takie jak Helly Hansen, Henri Lloyd, Musto, oraz te kojarzone z pływaniem bardziej rekreacyjnym, takie jak Decathlon, 4F, Tribord.

Jedyną wskazywaną marką spożywczą była marka Specjal, funkcjonująca niemal jako symbol Mazur (jeden z badanych powiedział wprost: „Nigdzie indziej nie smakuje mi tak jak tutaj, na Mazurach”).

Przykład wciąż pamiętanej reklamy z łódką Bols pokazuje jednak, że żeglarstwo stwarza ogromny potencjał marketingowy.

Widać to także za granicą, gdzie silne, znane marki z branży samochodowej, ubezpieczeniowej, bankowej i energetycznej chętnie angażują się w sponsoring w tej kategorii (przykładem może być chociażby Volvo Ocean Race).

*„W Polsce oczy skierowane są na piłkę nożną. Brak u nas wytrwałości – marki rezygnują ze sponsoringu po 2-3 latach, a w żeglarstwie potrzeba myślenia długofalowego”.*

**Kapitan Roman Paszke, żeglarz zawodowy**



*„Jest sporo marek, które chcą związać się z żeglarstwem i proszą nas o doradztwo, wsparcie. Kupują u nas sprzęt, bo chcą mieć coś najlepszego dla uczestników regat firmowych, ale mało jest takich działań długoterminowych. Jest tylko kilka wyjątków, na przykład Energa, która mocno stawia na żeglarstwo i jest to dobry sygnał dla innych”.*

**Dariusz Sikorski, Musto Polska**



*„Za granicą działają silne stowarzyszenia i kluby, więc marki same zabiegają o sponsoring. U nas jest inaczej. Wyróżnia się kilka marek – kiedyś Nivea, teraz Energa, może jeszcze marki finansowe, ale to wciąż za mało. Żeglarstwo powinno być dla marek bardziej powszechną formą promocji. Dziś za mało się o tym mówi”.*

**Wieloletni żeglarz, szkutnik i projektant jachtów**



## SPONSORZY

### Dostawcy mediów i paliw

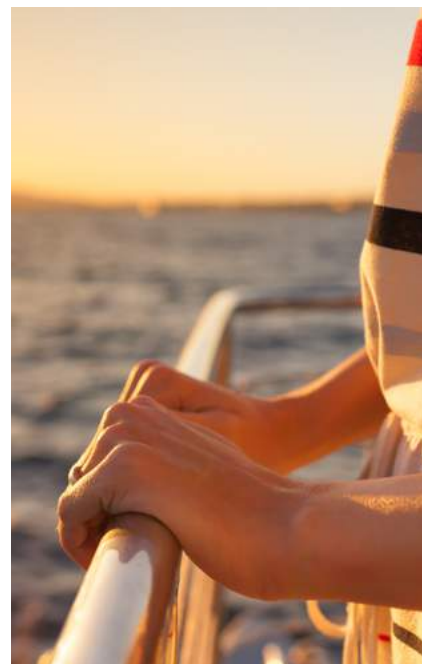
Prąd, woda i paliwo to trzy niezbędne elementy dla branży żeglarskiej. Ich dostawcy mogą być stałymi partnerami dla podmiotów branżowych z uwagi na konieczność wykorzystywania ich usług. Dostawcy mogliby się promować w przystaniach, portach i marinach, np. na dystrybutorach odpowiednich mediów. Partnerzy mogą także wykorzystać reklamę typu BTL, w tym wypadku powierzchnię reklamową mogłyby stanowić żagle łodzi firm czarterowych. Z drugiej strony branża żeglarska i sporty wodne mogłyby być promowane na stacjach benzynowych lub stanowić element kampanii reklamowych dostawców mediów.

Polska Grupa Energetyczna zajmuje się dostawą energii elektrycznej. Grupa jest sponsorem tytularnym „PGE EJ CUP”.

Grupa Energa jest jednym z najważniejszych sponsorów edukacji żeglarskiej wśród dzieci i regat w klasie Optimist. Zastąpiła w tej roli markę Nivea.

PKN Orlen jest pierwszym koncernem paliwowym w Polsce, który uruchamia co roku w okresie od kwietnia do października stacje nawodne zarówno na Bałtyku, jak i na jeziorach. Obecnie Orlen posiada 8 tego typu stacji.

Źródło: Strony podmiotów: PGE, Orlen, Rolex, APART.







## SPONSORZY

### Producenci marek luksusowych

Od strony rekreacyjnej żeglarstwo, z powodu relatywnie wysokich kosztów uprawiania, zaliczane jest do sposobów rekreacji osób średniozamożnych lub zamożnych. Z tego powodu żeglarze stanowią bezpośrednią grupę docelową dla producentów innych dóbr luksusowych: biżuterii, markowej odzieży, luksusowych samochodów, zegarków. Tego typu podmioty mogą chętnie reklamować się poprzez wspieranie wydarzeń żeglarskich i regat, np. na plakatach regat lub żaglach sponsorowanych jednostek zawodniczych. Żeglarstwo może z kolei stanowić element kampanii promocyjnych marek luksusowych w prasie, telewizji, itd. Wspólna grupa odbiorców sprzyja w tym wypadku trwałej współpracy.

Tissot to szwajcarski producent luksusowych zegarków. Firma jest sponsorem amatorskich załóg żeglarskich np. Rewa Surf Sailing Team.

Apart to polski producent biżuterii. Firma wspiera organizację regat „Sopot Match Race”. Jest także zaangażowana w program sportowy załogi „Tarnacki Yacht Racing”.

# SPONSORZY

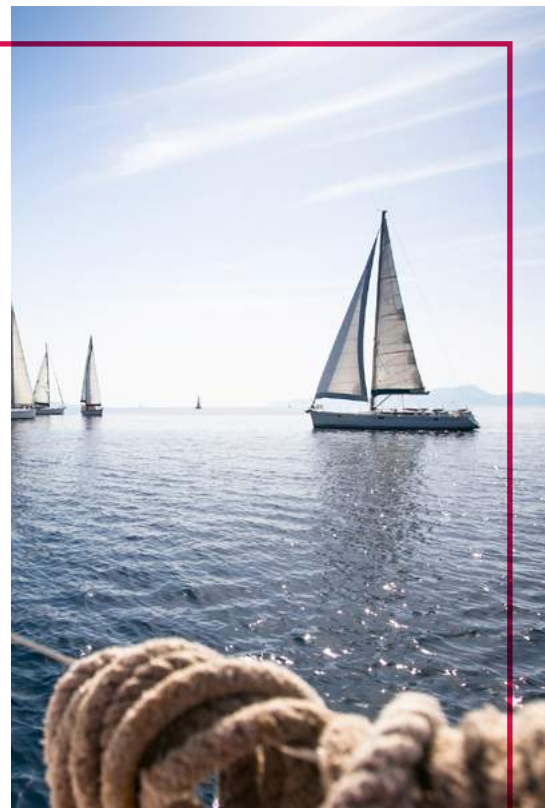
## Podmioty administracyjne

Urzędy miast i województw oraz powiązane ze sportami lub ekologią ministerstwa mogą być zarówno sponsorami finansowymi różnych przedsięwzięć, jak i obejmować je patronatem. Miasta najczęściej wspierają wydarzenia lokalne, z kolei władze wojewódzkie – regionalne.

W przypadku organów państwowych, resort sportu powinien bardziej aktywnie wspierać finansowo regaty i akcje promujące uprawianie sportów wodnych wśród młodzieży. Rząd powinien także wspierać żeglarsstwo z powodu ekologicznego aspektu tego sportu. Wpisuje się to bowiem w politykę zrównoważonego rozwoju prowadzoną obecnie w Polsce.

Ministerstwo Sportu i Turystyki to organ państwowy dbający o rozwój sportu powszechnego i wyczynowego. Podmiot jest partnerem głównym PZZ. Wspiera także jako patron wydarzenia sportowe, m.in. „Baltic Sail”.

Ministerstwo Środowiska to organ państwowy działający m.in. w obszarze gospodarki wodnej. Odpowiada on z tego tytułu za racjonalne wykorzystanie zasobów wodnych, stan dróg wodnych, ochronę przeciwpowodziową i ochronę środowiska.



## Instytucje usługowe

Dzięki możliwości transmisji regat za pośrednictwem telewizji, towarzyszący im przekaz reklamowy dociera do szerokiego grona konsumentów. Ponadto popularność lokalizacji żeglarskich, tj. rejon pojezierzy i wybrzeże Bałtyku, to jednocześnie miejsca oblegane przez turystów, szczególnie w okresach wakacyjnych. Ten fakt powoduje, że ośrodki żeglarskie stanowią dobrą lokalizację do prowadzenia masowych kampanii reklamowych, np. przez firmy usługowe. Intensyfikacja kontaktu klienta z reklamą lub ofertą danej firmy jest ważna w branżach, w których panuje silna konkurencja. Dobrym przykładem jest nasycony usługowo polski rynek bankowy. Banki mogą chętnie wykorzystywać mobilne powierzchnie reklamowe (żagle) oraz współpracować z podmiotami żeglarskimi dla rozszerzenia swojej oferty programów lojalnościowych.

PKO to bank uniwersalny działający w Polsce i notowany na giełdzie warszawskiej. Bank jest sponsorem m.in. Finału Regat Wielkich Żaglowców organizowanego w Szczecinie.

Powszechny Zakład Ubezpieczeń SA to polskie przedsiębiorstwo ubezpieczeniowe. Grupa jest sponsorem m.in. regat „Żeglarskiego Grand Prix Mrągowa”.





## MARKI A SPORTY WODNE

Rzecz ciekawa, marki zdecydowanie lepiej wykorzystują potencjał komunikacji wśród osób zainteresowanych surfingiem, zwłaszcza w takich miejscach jak Chałupy czy Sopot, które mogą stanowić pod tym względem wzór dla Mazur i innych regionów żeglarskich.



*Polskie żeglarstwo ma nie tylko długą tradycję i bogatą historię, ale jest także pełne osiągnięć sportowych na skalę światową. W międzynarodowych regatach i zawodach nigdy nie brakuje reprezentacji Polski, która nierzadko kończy zmagania na podium. Krótko mówiąc – polskie żeglarstwo ma się bardzo dobrze. Gorzej natomiast wygląda rozpowszechnianie wiedzy o nim. Z badań wynika, że choć żeglarstwo jest popularne wśród Polaków, to wciąż jest ono za mało promowane. Do wiadomości publicznej nie trafiają informacje o osiągnięciach kadry narodowej, a głównym źródłem wiedzy z dziedziny żeglarstwa są znajomi.*

*Dlatego, jako prawdziwi pasjonaci żagli, wyciągnęliśmy wnioski z badań i poddaliśmy analizie rynek żeglarski. W konsekwencji tych działań powstała platforma Sailing.org.pl, która jest nowatorską i kreatywną odpowiedzią na potrzeby polskich żeglarzy.*

*Sailing.org.pl to projekt internetowy, w ramach którego polscy żeglarze znajdą przydatne informacje, porady i usługi związane z ich pasją. Prezentujemy je w sposób nowoczesny, przystępny, przemyślany i zawsze profesjonalny. Naszym celem jest promocja żeglarstwa jako sposobu na aktywny wypoczynek, ale też na życie. Chcemy propagować żeglarstwo i wartości, jakie za sobą niesie nie tylko na wodzie. Chcemy promować najlepsze firmy działające na polskim rynku żeglarskim.*

*Mamy nadzieję, że upubliczniając ten raport, zainspirujemy i zachęcimy do działania wszystkich tych, którzy dzięki tej lekturze zobaczą jak wielki potencjał rozwoju ma polskie żeglarstwo.*

*Wiesław Kaczmarek*

**Wiesław Kaczmarek**  
Prezes Polskiego Związku Żeglarskiego



**slam-online.pl**

# NA WODZIE LICZY SIĘ JAKOŚĆ I STYL



**SLAM MIKOŁAJKI**  
11-730 Mikołajki  
Plac Wolności 2  
(rynek)

**SLAM**

**ADVANCED TECHNOLOGY SPORTSWEAR**

**SLAM WARSZAWA**  
C.H. LAND  
ul. Wałbrzyska 11  
lok.196, I piętro

# XVIII BOATSHOW 2016 11-13.11.2016 ŁÓDŹ



„Od lat łódzkie targi **BOATSHOW** wspierają sprzedaż naszych jachtów; ta impreza jest najważniejszym miejscem promocji i pozyskiwania nowych kontaktów. Należy podkreślić jej dobry termin oraz dbałość organizatorów o wystawców i gości.”

**Cezary Duchnik**  
właściciel stoczni Antila Yachts

„Udział w targach musi się opłacać, firmy nie przyjeżdżają po to, by dokładać do interesu. Na **BOATSHOW** od lat promujemy nowości z rynku łodzi motorowych. Wśród odwiedzających wystawę są osoby z różnych regionów Polski poważnie zainteresowane zakupem.”

**Wojciech Pawlukiewicz**  
wiceprezes zarządu w A.M.S.

W targach **BOATSHOW** uczestniczę od początku tej imprezy. To właśnie w Łodzi pozyskiwałem nowych klientów i kontakty pozwalające rozwijać firmę. Znakomita lokalizacja, termin, szybki dojazd z odległych miejsc oraz wyjątkowy klimat - to wszystko pozwala rozwijać **BOATSHOW** z myślą o wystawcach i zwiedzających.

**Marcin Siwek**  
właściciel firmy Kevisport

„W naszej firmie decyzja o udziale w targach **BOATSHOW** rodziła się dość długo. Cztery lata temu postanowiliśmy pokazać nasze konstrukcje typu houseboat i to był strzał w dziesiątkę. Pozyskaliśmy nowych klientów i odtąd przyjeżdżamy do Łodzi co roku. Położenie targów i dobra komunikacja sprzyjają odwiedzaniu **BOATSHOW** przez wodniaków ze Śląska i Małopolski, wśród których mamy sporo klientów. Termin wystawy sprzyja przyjmowaniu i realizacji zamówień.”

**Benedykt Kozłowski**  
właściciel stoczni Balt-Yacht

POKAŹ SIĘ NA **BOATSHOW 2016**  
I ZDOBAJ NOWYCH KLIENTÓW!

[WWW.BOATSHOW.PL](http://WWW.BOATSHOW.PL)



