



Centrum Wsparcia Biznesu kontynuuje współpracę z toruńskimi klubami sportowymi. Celem jest wspólne, aktywne poszukiwanie inwestorów chcących wspierać toruńskich sportowców. Tym razem wspólnie z Toruńskim Klubem Piłkarskim Elana Toruń SA spotkaliśmy się z toruńskimi przedsiębiorcami, chcącymi kupić akcje drugoligowca.

Elana Toruń rozpoczęła emisję swoich akcji i teraz każdy z kibiców może zostać jej akcjonariuszem. Szczegóły emisji można poznać na www.zainwestujwelane.pl. Zbiórka crowdfundingowa ma dać nowe możliwości pozyskiwania środków finansowych przez kluby sportowe i stać się nową formą integracji środowiska kibicowskiego wokół klubu. Toruńska Elana chce pozyskać od społecznościowego akcjonariatu 1 mln złotych.

- Elana jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych klubów sportowych w Toruniu. Jego misją niezmiennie od ponad 50 lat jest kształcenie młodych piłkarzy oraz wspólne podtrzymywanie tradycji i zamiłowania do piłki nożnej wśród mieszkańców miasta. Zawodnicy klubu zamierzają sięgać po kolejne sukcesy, aby nadal dostarczać wielu sportowych emocji i dawać kibicom kolejne powody do dumy -

mówi Jarosław Więckowski, prezes zarządu Toruńskiego Klubu Piłkarskiego Elana SA.

Zarząd Toruńskiego Klubu Piłkarskiego Elana SA poszukuje partnerów biznesowych identyfikujących się z działalnością klubu, którzy w ramach zawartej współpracy będą mieli możliwość promowania swoich usług bądź produktów podczas organizowanych wydarzeń sportowych oraz transmisji z ich przebiegu.

- Kluby sportowe poprzez więź ze swoimi kibicami są doskonałą platformą do skutecznego reklamowania usług i produktów. Chcemy, by przedsiębiorcy dostrzegli potencjał reklamowania się przez sport – **podkreśla Łukasz Szarszewski, dyrektor Centrum Wsparcia Biznesu w Toruniu.**

Wiele firm realizuje politykę CSR, czyli społecznej odpowiedzialności biznesu. Połączenie tej idei i sportu jest rozumiane bardzo różnie, np. w kontekście działań klubów w ich najbliższym otoczeniu i działalności firm wykorzystujących sport jako narzędzie swoich działań promocyjnych. Wśród firm pojawia się próba przejścia na relacje partnerskie. CSR jest widziany jako partnerstwo, w przeciwieństwie do jednostronnego sponsoringu. Dla organizacji sportowych CSR jako strategia działań firm jest szansą na rozwój. Firmy rozpoznają ograniczenia prostych relacji sponsoringowych i szukają możliwości na trwalsze i efektywniejsze z perspektywy biznesowej zaangażowanie choćby w lokalnej społeczności. Sytuacja win-win, bo sport to dobry biznes!

Oferty inwestycyjne toruńskich klubów sportowych: <https://torun.direct/news/sport-dobry-biznes>.

- [Powrót](#)
- [Udostępnij na: X](#)
- [Udostępnij na: FB](#)
- [Drukuj](#)
- [PDF](#)