

## **Sprawozdanie z działalności Zarządu za okres od 01.01.2015. do 31.12.2015.**

W okresie sprawozdawczym Zarząd odbył 5 protokołowanych posiedzeń, ponadto członkowie Zarządu brali czynny udział w pracach poszczególnych Komisji, za które są odpowiedzialni.

Członkowie Zarządu obecni byli na wszystkich imprezach organizowanych przez Związek oraz na wszystkich dodatkowych imprezach, na które otrzymali zaproszenia.

Zarząd zajmował się realizacją kalendarza imprez oraz wykonaniem budżetu Związku. Wiele czasu poświęciliśmy na bieżącą ocenę imprez motorowodnych, narciarstwa wodnego, wakeboardu i skuterów wodnych. Kalendarz imprez, tak w sporcie motorowodnym jak i narciarstwie wodnym został zrealizowany w 100%. Związek uzyskał we wszystkich dyscyplinach, którymi zarządza oraz wszystkich kategoriach wiekowych łącznie 21 medali mistrzostw świata i Europy, które odbywały się pod patronatem Międzynarodowej Federacji Motorowodnej (UIM) oraz Międzynarodowej Federacji Narciarstwa Wodnego i Wakeboardu (IWWF). W podziale na dyscypliny sytuacja przedstawia się następująco:

- sport motorowodny – 11 medali,
- narciarstwo wodne – 9 medali,
- wakeboard – 1 medal.

Przez cały okres sprawozdawczy były i są podpisywane umowy z podmiotami chcącymi z nami współpracować w zakresie przeprowadzania egzaminów na patenty motorowodne.

Z bilansu wynika, iż Związek zakończył rok 2015 startą bilansową w wysokości 618.360,19 zł. więc w porównaniu z rokiem poprzednim strata się pomniejszyła o 189.396,41. Wydaje się że można to uznać za sukces w sytuacji gdy powstaje coraz więcej podmiotów również upoważnionych do egzaminowania przez Ministerstwo Sportu i Turystyki. Niestety to nie oznacza, że nie powinniśmy nadal prowadzić polityki przysłowiowego „zaciskania pasa”. Wypada tu również wspomnieć jakie powody wpłynęły na stratę :

- strata bilansowa za rok 2013 – brak rozporządzeń wykonawczych dot. wydawania patentów, przeprowadzania egzaminów i rejestracji statków, przez co poważnie zmniejszyły się przychody,
- zwiększenie ilości „Ośrodków egzaminacyjnych” Związku – co wiąże się również ze wzrostem kosztów utrzymania tych ośrodków,

- koszty adaptacji lokalu biurowego na siedzibę Związku,
- rozbudowa programu komputerowego do wydawania patentów i kancelaryjnego – wymuszone przez zmiany w rozporządzeniu do Ustawy o Sporcie,

Dlatego przyjęty został dość rygorystyczny Plan budżetu na 2016 rok, gdyż realizacja takiego budżetu jedynie pozwoli na kolejne zmniejszenia tej straty. Jednocześnie należy pamiętać, że strata bilansowa to nie znaczy, że Związek nie ma pieniędzy. Cały czas mamy środki na koncie około 2.000.000 zł.. Na przyszły rok o tyle można optymistycznie spojrzeć, że planowana jest wypłata dywidendy ze spółki Speed on the Water w wysokości 100.000 zł. oraz plan wprowadzenia odpłatnej wysyłki za patenty i przeniesienia tego do ww. spółki.

Dobłą informacją również jest fakt, iż w 2016 roku uzyskaliśmy dokładnie taką samą dotację z Ministerstwa Sportu i Turystyki co w 2015 to jest kwotę 1.041.700 zł.. Jest to utrzymanie najwyższej dotacji w historii Związku.

Przedstawiciele Zarządu brali udział w kongresie Międzynarodowej Federacji Motorowodnej UIM. Przedstawiliśmy kandydaturę Wiktora Synorackiego jako kandydata do Komisji Technicznej UIM oraz Jerzego Wojewodę do Zarządu UIM. Jednak tym razem roszada jaką zrobiliśmy nie dała efektu. Ponownie zabrakło pojedynczych głosów. Jednocześnie należy tu wspomnieć, iż na kolejną kadencję Prezesa UIM został wybrany dotychczasowy Prezes Włoch Raffaello Chiulli.

Rok 2015 był kolejnym etapem realizacji strategii komunikacji zewnętrznej, która przechodzi stopniową ewolucję związaną z trendami jakie obecnie panują w obrębie massmediów. Główny nacisk został położony na rozwój własnych platform komunikacyjnych i zwiększenie ich zasięgu oraz uatrakcyjnieniu oferty własnej kierowanej bezpośrednio do kibiców śledzących poczynania naszych sportowców, ale też szerokiego środowiska motorowodniaków – uprawniających turystykę wodną.

Kluczową rolę w zakresie komunikacji zewnętrznej przejęły własne platformy komunikacji, które są stale rozwijane. Głównym narzędziem jest strona [www.motorowodniacy.org](http://www.motorowodniacy.org). Jest ona bazą do kierowania informacji na zewnątrz poprzez oficjalne serwisy społecznościowe Związku na Facebooku, YouTubie i Instagramie.

Oficjalny profil Związku na Facebooku zanotował kolejny niespełna 100 procentowy wzrost względem roku 2014. Obecnie w strefie „polubieni” ma

ponad 2600 aktywnych użytkowników. Rekordowe posty docierają nawet do 60 000 osób. Profil śledzą osoby prywatne, ale też instytucje należące do głównych interesariuszy Związku.

Oficjalny kanał Youtube z materiałami wideo zanotował 400 procentowy wzrost subskrypcji. W sezonie 2015 został on zasilony kilkudziesięcioma autorskimi materiałami wideo w postaci klipów, reportaży i relacji ze wszystkich ważnych imprez sportowych organizowanych przez nasz Związek. Dla przykładu rekordowy klip promujący motorowodne Mistrzostwa Europy w Myśliborzu miał ponad 12 tysięcy wyświetleń. Ponadto w bieżącym roku zostały przeprowadzone pierwsze w historii transmisje na żywo z zawodów motorowodnych w Myśliborzu i Chełmży, które poprzez nasz kanał Youtube śledziło łącznie około 4 tysięcy osób.

Materiały wideo realizowane są dzięki nawiązaniu współpracy z jedną z czołowych sportowych telewizji internetowych – Polską Telewizją Sportową. Nowością jest oficjalne konto Związku w serwisie Instagram. Medium to jest mikroblokiem służącym do zamieszczania ciekawych zdjęć i grafik. Tendencje panujące na rynku „mediów społecznościowych” wskazują, że serwis ten w przyszłości powinien automatycznie zyskiwać coraz większą popularność, szczególnie wśród osób młodych z grupy wiekowej 14-29 lat.

Biuro prasowe związku prowadziło też regularną współpracę z mediami w formie tradycyjnej, dostarczając do czołowych redakcji ogólnopolskich i regionalnych informacje, zdjęcia i materiały wideo ze wszystkich ważnych imprez organizowanych przez Związek. Baza dziennikarzy jest stale poszerzana i obecnie to około 200 „rekordów”. Do kolportażu tych informacji służy przede wszystkim oficjalny adres email [media@motorowodniacy.org](mailto:media@motorowodniacy.org). Skrzynka mailowa pod tym adresem służy też do komunikacji z mediami w każdej innej płaszczyźnie działalności Związku (sport, uprawnienia i licencje motorowodne, aktualne przepisy czy rejestracja łodzi). W dobie natłoku informacji trafiających do redakcji w tradycyjny sposób, dokonywana jest niestety szeroka selekcja, a to wpływa na spadającą skuteczność tej formy komunikacji działań Związku. Jest to ogólna tendencja, której negatywne efekty dotyczą niemal wszystkie organizacje taka jak nasza.

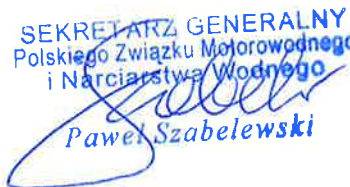
Szukając innych sposobów docierania ze skuteczną informacją do kluczowych mediów, Związek nawiązuje współpracę z wybranymi redakcjami w zakresie konkretnych imprez. Dla przykładu, efektem takiej współpracy są materiały informacyjne i reportaże z motorowodnych Mistrzostw Europy w Myśliborzu i Chełmży które ukazały się w pasmach regionalnych (TVP

Szczecin, TVP Bydgoszcz) a także na antenach TVP SPORT i TVP Info. Wielki Finał Mistrzostw Polski Skuterów Wodnych (Ślesin) był relacjonowany w TVP Poznań, TVN Turbo i Radiu Zet Gold. Pierwsze międzynarodowe Mistrzostwa Polski w Wakeboardzie na Wyciągu Dwusłupowym (Giżycko) relacjonowały SuperStacja, TVN 24 czy Radio ESKA.

Tradycyjną formą przekazywania informacji o działalności Związku, a także promocji dyscyplin i aktywnego spędzania czasu nad wodą oraz rekreacji, jest magazyn „KILWATER”. Sezon 2015 został zamknięty w obszernym – liczącym 72 strony wydaniu, które będzie miało rekordowy nakład około 5 tysięcy egzemplarzy. Magazyn jest też dostępny w formie elektronicznej, którą można pobrać ze strony [www.motorowodniacy.org](http://www.motorowodniacy.org). Wersja tradycyjna / papierowa oraz wersja elektroniczna są dostępne bezpłatnie i dystrybuowane do stałej grupy docelowej: okręgowe związki, kluby, zawodnicy, trenerzy, instruktorzy, sędziowie oraz firmy z branży wodnej. Lista dystrybucyjna „KILWATERA” została poszerzona o kolportaż publikacji do prawie 100 dziennikarzy reprezentujących media centralne i lokalne, a także ośrodków turystycznych.

W ostatnim roku Związek postanowił zwiększyć swoją aktywność o działania edukacyjne i promocyjne w zakresie turystyki wodnej. Na poczet tej aktywności są przygotowywane informacje prasowe i prezentacje dotyczące szkoleń, egzaminów, patentów i licencji motorowodnych, rejestracji łodzi i ubezpieczeń. W przystępnej formie są też przekazywane informacje opisujące aktualne przepisy w ww. zakresie. Materiały trafiają na platformy komunikacji zewnętrznej związku ale są też selekcjonowane i wysyłane bezpośrednio do kluczowych interesariuszy naszej organizacji takich jak: ministerstwa, urzędy żeglugi śródlądowej, urzędy morskie czy komendy policji.

Za Zarząd

SEKRETARZ GENERALNY  
Polskiego Związku Motorowodnego  
i Narciarstwa Wodnego  
  
Paweł Szabelewski