
MICHAŁ BANASIAK | BARTŁOMIEJ BANASIEWICZ | PIOTR IWAŃCZYK
MICHAŁ KOBIERECKI | MIESZKO RAJKIEWICZ



Sportowe Soft Power Ranking Państw 2025

by

PIDS

Polski Instytut
Dyplomacji Sportowej

Czym jest ten ranking?

Ranking jest pierwszym w Polsce zestawieniem, oceniającym stopień wykorzystania przez państwa sportu do prowadzenia polityki i budowy swojego wizerunku. Ranking powstał w wyniku przeprowadzenia przez Polski Instytut Dyplomacji Sportowej (PIDS) autorskich badań nad sportowym *soft power*.

Podstawowym celem tej analizy jest określenie realnej siły dyplomacji sportowej wybranych państw.

Badanie objęło 60 państw, które traktują sport jako część swojego *soft power*, czyli zdolności do budowania pozycji politycznej oraz pozytywnej reputacji. W Rankingu sklasyfikowano 30 z nich.

Analiza uwzględnia stopień wykorzystania sportu w prowadzonej przez państwa polityce, sponsoring sportowy podmiotów publicznych oraz prywatnych, obecność działaczy danej narodowości w organach decyzyjnych międzynarodowych federacji, rozpoznawalność i sukcesy sportowców oraz zaangażowanie państw w organizację wydarzeń sportowych.

Ranking PIDS będzie ukazywać się co roku, co pozwoli na określanie tendencji oraz uwypukli zmiany stopnia zaangażowania państw w prowadzeniu dyplomacji sportowej.



KRYTERIUM NR 1

Liczba przedstawicieli danego państwa w zarządach międzynarodowych organizacji sportowych

KRYTERIUM NR 2

Stopień wykorzystania sportu w polityce międzynarodowej państwa

KRYTERIUM NR 3

Wyniki sportowe reprezentantów, drużyn narodowych oraz klubów sportowych

KRYTERIUM NR 4

Globalna rozpoznawalność sportowców, drużyn oraz rozgrywek i wydarzeń sportowych

KRYTERIUM NR 5

Organizacja międzynarodowych wydarzeń sportowych

KRYTERIUM NR 6

Zaangażowanie przedsiębiorstw państwowych oraz prywatnych w sponsorowanie organizacji sportowych



Kryteria oceny oraz metodologia

Ranking przedstawia 30 państw, mających najbardziej rozwiniętą dyplomację sportową oraz najaktywniej budujących i wykorzystujących sportowe *soft power*.

Przy jego tworzeniu wzięto pod uwagę 6 kryteriów. Każde z nich stanowi osobny element oceny - każdemu przypisano odpowiednią wagę.

W kryterium nr 1 punkty przyznano proporcjonalnie do liczby przedstawicieli danego państwa w zarządach analizowanych międzynarodowych organizacji sportowych (ich lista w dalszej części).

W kryterium drugim autorzy indywidualnie oceniali stopień wykorzystywania sportu w polityce danego państwa i kształtowaniu jego wizerunku.

Kryterium nr 3 obejmuje analizę wyników sportowych w badanych wydarzeniach sportowych (lista w dalszej części). Punkty przyznawano w zależności od rangi i prestiżu danej imprezy.

W kryterium nr 4 autorzy ocenili globalną rozpoznawalność sportowców, drużyn i rozgrywek danego państwa. Pod uwagę wzięli ich medialność oraz potencjał marketingowy.

Na potrzeby kryterium nr 5 przeanalizowano miejsca organizacji najważniejszych i najbardziej prestiżowych imprez sportowych. Państwom-gospodarzom przyznawano punkty w zależności od rangi i medialności konkretnego wydarzenia.

Dodatkowe punkty przyznano organizatorom letnich igrzysk olimpijskich, jako największemu wydarzeniu sportowemu. Punkty otrzymali też gospodarze ostatnich i przyszłych igrzysk zimowych, a także mundialu i Euro. Ma to na celu docenienie znaczenia tych imprez w okresie dłuższym niż tylko rok ich organizacji.

Kryterium nr 6 jest analizą zaangażowania państwowych i prywatnych przedsiębiorstw z danego państwa w sponsoring sportowy. Punkty przyznane zostały za sponsoring wybranych imprez (proporcjonalnie do rangi) i organizacji sportowych, a także obecność w siatce sponsorskiej najbardziej rozpoznawalnych klubów piłkarskich. Z uwagi na charakter zestawienia, wyżej punktowane zostały firmy, które w swojej nazwie bezpośrednio wskazują na państwo ich pochodzenia.

Każde kryterium podlega osobnej ocenie w **skali od 0 do 10**, gdzie 0 oznacza najmniejszy/najstańszy, a 10 oznacza największy/najsilniejszy potencjał.

Poszczególne oceny każdego z kryteriów składają się na wynik końcowy, będący średnią ważoną. Ostateczny wynik jest określony jako indeks.

Maksymalna wartość indeksu to 10, a najniższa: 0. Indeks jest prezentowany do dwóch miejsc po przecinku.

Sportowców reprezentujących Anglię, Walię, Szkocję i Irlandię Północną, potraktowano jako przedstawicieli Wielkiej Brytanii.

W przypadku Rosji i Białorusi uwzględniono wyniki sportowców z tych państw, nawet jeśli rywalizowali jako zawodnicy o statusie neutralnym.

Ocenię podlegają dane za rok 2024. Wprowadzenie konkretnych ram czasowych pozwala na zachowanie przejrzystości ocen oraz ich realną aktualną wartość.

Jednocześnie w przypadku igrzysk olimpijskich (letnich i zimowych), a także mistrzostw świata i Europy w piłce nożnej (jako najbardziej globalnej i medialnej dyscyplinie), osiągnięte na nich wyniki i fakt ich organizacji są brane pod uwagę przez okres dłuższy niż rok. Wynika to z faktu, że te wydarzenia rezonują w opinii publicznej oraz gabinetach organizacji sportowych i politycznych znacznie dłużej niż czas ich trwania.



Ranking PIDS 2025

Miejsce	Państwo	Indeks
1.	USA	9.57
2.	FRANCJA	7.97
3.	WŁOCHY	7.69
4.	WIELKA BRYTANIA	7.29
5.	CHINY	6.77
6.	HISZPANIA	6.72
7.	NIEMCY	6.12
8.	KATAR	5.32
9.	JAPONIA	5.04
10.	AUSTRALIA	5.00
11.	ARABIA SAUDYJSKA	4.99
12.	HOLANDIA	4.69
13.	KANADA	4.21
14.	ARGENTYNA	4.13
15.	KOREA POŁUDNIOWA	3.97
16.	BRAZYLIA	3.98
17.	SZWAJCARIA	3.81
18.	WĘGRY	3.61
19.	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE	3.59
20.	AUSTRIA	3.44
21.	ROSJA	3.37
22.	INDIE	3.31
23.	SZWECJA	3.24
24.	MEKSYK	3.16
25.	BELGIA	3.11
26.	POLSKA	3.04
27.	SŁOWENIA	2.95
28.	UKRAINA	2.94
29.	NORWEGIA	2.87
30.	CZECHY	2.80



Stany Zjednoczone są najliczniej reprezentowanym państwem w decyzyjnych gremiach organizacji sportowych. Wśród sponsorów najważniejszych wydarzeń sportowych najwięcej jest firm z USA. Rozpoznawalni na całym świecie są nie tylko amerykańscy sportowcy, ale też tamtejsze rozgrywki - NBA, NHL czy NFL oraz kluby. Amerykanie wygrali klasyfikację medalową igrzysk w Paryżu. Notowali też sukcesy w tenisie, golfie, lekkoatletyce i pływaniu. Na ich korzyść już “pracują” przyszłoroczny mundial i igrzyska w Los Angeles w 2028 roku. Niska ocena w kryterium “Sport w polityce państwa” jest efektem m.in. systemowego oddzielenia sportu od administracji państwowej (nie ma w niej departamentu sportu). Na drodze przygotowań do organizacji mundialu i igrzysk, można jednak będzie zaobserwować wzrost zaangażowania państwa w sport.



Swoją lokatę **Francja** zawdzięcza przede wszystkim organizacji letnich igrzysk olimpijskich (w dodatku Francuzi zdobyli na nich ponad 60 medali) oraz dużej rozpoznawalności francuskich sportowców i organizowanych w tym państwie prestiżowych zawodów, mających znaczenie turystyczne i wizerunkowe - np. Tour de France, French Open. Bezpieczne przeprowadzenie igrzysk było dla francuskich władz ważnym celem politycznym, co również znajduje swoje odzwierciedlenie w Rankingu.



Włochy odnotowały w 2024 roku liczne sukcesy swoich reprezentantów - zwłaszcza w tenisie, najbardziej medalnej indywidualnej dyscyplinie sportowej. Na pozycje Włoch wpływają też ponadprzeciętne zaangażowanie w organizowanie u siebie prestiżowych eventów (na czele z eksportowym Giro d'Italia) oraz wysoka liczba włoskich przedstawicieli w organach zarządczych międzynarodowych federacji sportowych. Włosi aktywnie prowadzą także dyplomację sportową, za co odpowiada powołana w tym celu jednostka rządowa.



Miejsce 4. - **Wielka Brytania**

Popularność Premier League i grających w niej klubów daje Wielkiej Brytanii szeroki dostęp do rynków medialnych na całym świecie. Brytyjscy działacze mają też znaczącą siłę przebicia w działaniach gabinetowych, stojąc na czele wielu organizacji międzynarodowych. Dwóch Brytyjczyków ubiega się o fotel szefa MKOl.

Miejsce 5. - **Chiny**

Rok olimpijski był okazją do potwierdzenia wysokiego poziomu sportowego chińskich sportowców - do końca walczyli o wygraną w tabeli medalowej igrzysk. Chiny prowadzą też politykę sportowych inwestycji - m.in. poprzez sponsoring oraz tzw. dyplomację stadionową.

Miejsce 6. - **Hiszpania**

Real Madryt i FC Barcelona to jedne z najbardziej rozpoznawalnych globalnych marek sportowych. Towarzyszą temu sukcesy - w ostatnim roku Real świętował wygraną w Lidze Mistrzów, a Hiszpania mistrzostwo Europy swoich piłkarzy.

Miejsce 7. - **Niemcy**

Gospodarze ostatniego EURO nie zaliczyli w minionym roku spektakularnych sukcesów sportowych. Mogą za to poszczycić się drugą po USA najwyższą liczbą firm, sponsorujących najważniejsze sportowe wydarzenia oraz organizacje.

Miejsce 8. - **Katar**

Sport pozostaje jednym z priorytetowych obszarów prowadzenia przez Katar polityki wizerunkowej. Poza organizacją wydarzeń (w 2024 chociażby wygrany przez Katar Puchar Azji), Katarczyści stawiają też na działania wewnątrz organizacji sportowych, gdzie - w przeciwieństwie do np. Arabii Saudyjskiej - ma liczne grono swoich przedstawicieli.

Miejsce 9. - **Japonia**

Japonia zanotowała solidne wyniki we wszystkich badanych kryteriach. Poniżej przeciętnej wypadła jedynie w organizacji imprez sportowych. Należy przy tym zauważyć, że trzy japońskie marki postanowiły nie przedłużać umów partnerskich z MKOl.

Miejsce 10. - **Australia**

Kontynentalny klucz doboru członków organów zarządczych międzynarodowych federacji sportowych sprawia, że największe państwo Oceanii ma w nich liczną reprezentację. Australia prowadzi też aktywną politykę sportową, przekładającą się na sukcesy sportowe - Australijczycy zajęli 4. miejsce w tabeli medalowej ostatnich igrzysk. Australijskie przedsiębiorstwa właściwie nie angażują się w sponsoring międzynarodowego sportu.

Ranking PIDS 2025

Kryterium nr 1 - TOP 15

Liczba przedstawicieli danego państwa w zarządach międzynarodowych organizacji sportowych

Miejsce	Państwo
1.	USA
2.	WIELKA BRYTANIA
3.	AUSTRALIA
4.	KANADA
5.	WŁOCHY
6.	HISZPANIA
7.	FRANCJA
8.	JAPONIA
9.	NIEMCY
10.	CHINY
11.	KATAR
12.	SZWECJA
13.	BRAZYLIA
14.	NOWA ZELANDIA
15.	SZWAJCARIA

Liczba przedstawicieli danego kraju w zarządach międzynarodowych organizacji sportowych jest typowym “gabinetowym” elementem sportowego *soft power*.

Zarządy kształtują politykę danej federacji (choćby w przypadku karania danego państwa za doping) oraz mają decydujący wpływ na przyznawanie praw do organizacji imprez sportowych lub sprzedaż praw transmisyjnych.

Zgodnie ze statutami tych organizacji narodowość działacza nie powinna przekładać się na korzyści dla państwa, z którego ten pochodzi. Jednakże w wielu przypadkach determinuje ona postępowanie danego oficjela. Obecność przedstawicieli danego państwa we władzach federacji daje też możliwość pozyskania zakulisowych informacji.

Waga w Rankingu: 1.

Ranking PIDS 2025

Kryterium nr 2 - TOP 15

Stopień wykorzystania sportu w polityce międzynarodowej państwa

Miejsce	Państwo
1.	ARABIA SAUDYJSKA
2.	KATAR
3.	CHINY
4.	ROSJA
5.	WĘGRY
6.	FRANCJA
7.	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE
8.	AZERBEJDŻAN
9.	TURCJA
10.	INDIE
11.	KOREA POŁUDNIOWA
12.	AUSTRALIA
13.	UKRAINA
14.	WIELKA BRYTANIA
15.	WŁOCHY

Świadome wykorzystywanie sportu jako narzędzia w międzynarodowej polityce państw obrazuje stopień ich przekonania o potencjale sportowego *soft power*. Sportowo-polityczna agenda może mieć różne oblicza, np. finansowanie klubów i wydarzeń sportowych z publicznych pieniędzy, wdrażanie państwowej strategii sportowej, angażowanie sportu w realizację celów bieżącej polityki czy naturalizacja sportowców dla poprawy osiąganych wyników sportowych. Należy tu mieć na uwadze także stopień zaangażowania polityków w pozyskiwanie przez dane państwo praw do organizacji wydarzeń sportowych.

Waga w Rankingu: 2.

Ranking PIDS 2025

Kryterium nr 3 - TOP 15

**Wyniki sportowe reprezentantów, drużyn narodowych
oraz klubów sportowych z danego państwa**

Miejsce	Państwo
1.	USA
2.	WŁOCHY
3.	WIELKA BRYTANIA
4.	HISZPANIA
5.	CHINY
6.	HOLANDIA
7.	FRANCJA
8.	JAPONIA
9.	KANADA
10.	NIEMCY
11.	SZWAJCARIA
12.	INDIE
13.	AUSTRALIA
14.	UKRAINA
15.	SŁOWENIA

Sukcesy reprezentantów oraz klubów sportowych stanowią jeden z najważniejszych elementów sportowego *soft power* państwa. Są bowiem egzemplifikacją jego “potęgi”, łatwo przyswajalną i łatwo porównywalną dla opinii publicznej. Wyniki sportowe postrzegane są jako dowód na wysoki poziom zdolności organizacyjnych i finansowych danego państwa. Dlatego właśnie przez pryzmat sportu często ocenia się także siłę ekonomiczną i polityczną danego państwa, a wysokie miejsce w tabeli medalowej igrzysk olimpijskich jest obiektem pożądania i wyrazem prestiżu.

Waga w Rankingu: 3.

Ranking PIDS 2025

Kryterium nr 4 - TOP 15

Globalna rozpoznawalność sportowców, drużyn oraz rozgrywek i wydarzeń sportowych z danego państwa

Miejsce	Państwo
1.	USA
2.	WIELKA BRYTANIA
3.	HISZPANIA
4.	FRANCJA
5.	BRAZYLIA
6.	ARGENTYNA
7.	WŁOCHY
8.	PORTUGALIA
9.	NIEMCY
10.	HOLANDIA
11.	POLSKA
12.	CHINY
13.	AUSTRALIA
14.	SERBIA
15.	SŁOWENIA

Na *soft power* danego państwa składają się także elementy pozostające *de facto* poza jego kontrolą. Należy do nich stopień popularności i rozpoznawalności sportowców, klubów, lig czy turniejów z danego państwa. Jest to niezwykle ważne z punktu widzenia budowy wizerunku oraz tworzenia pozytywnych skojarzeń u obywateli innych państw. Świadczą o tym chociażby coraz śmielsze próby wykorzystywania sportowców w kampaniach promocyjnych danych państw, regionów czy miast. Istotnym zasobem są tutaj zasięgi w mediach społecznościowych danych sportowców, mające dziś dużą wartość marketingową nie tylko dla nich samych.

Waga w Rankingu: 3.

Ranking PIDS 2025

Kryterium nr 5 - TOP 15

Organizacja międzynarodowych wydarzeń sportowych

Miejsce	Państwo
1.	FRANCJA
2.	USA
3.	WŁOCHY
4.	KATAR
5.	WIELKA BRYTANIA
6.	HISZPANIA
7.	CHINY
8.	ARABIA SAUDYJSKA
9.	KANADA
10.	NIEMCY
11.	AUSTRALIA
12.	MEKSYK
13.	WĘGRY
14.	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE
15.	HOLANDIA

Od sportowych *giga*, *mega* oraz *major-eventów*, przez cykliczne prestiżowe imprezy sportowe, do mistrzostw świata w dyscyplinach o mniejszej medialności - organizacja międzynarodowych wydarzeń sportowych na każdym szczeblu stanowi najważniejszy zasób krajowego sportowego *soft power*.

Organizacja tych wydarzeń daje świadectwo sprawczości i kompetencji dyplomatyczno-negocjacyjnych. Daje też możliwość prezentacji agendy polityczno-kulturalnej danego państwa w czasie trwania danej imprezy. Największe wydarzenia są też bodźcem rozwoju gospodarczo-społecznego państwa-gospodarza.

Waga w Rankingu: 4.

Ranking PIDS 2025

Kryterium nr 6 - TOP 15

Zaangażowanie przedsiębiorstw państwowych oraz prywatnych z danego państwa w sponsorowanie organizacji sportowych

Miejsce	Państwo
1.	USA
2.	ARABIA SAUDYJSKA
3.	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE
4.	NIEMCY
5.	CHINY
6.	JAPONIA
7.	KATAR
8.	KOREA POŁUDNIOWA
9.	WIELKA BRYTANIA
10.	FRANCJA
11.	SZWAJCARIA
12.	AUSTRIA
13.	RWANDA
14.	HOLANDIA
15.	HISZPANIA

Zaangażowanie w sponsorowanie sportu wykracza poza klasyczne pojmowanie marketingu sportowego - tak w przypadku przedsiębiorstw prywatnych, jak i państwowych. Umowy sponsorskie związane z największymi wydarzeniami sportowymi, organizacjami i najbardziej rozpoznawalnymi klubami należy rozpatrywać w kontekście szerszym niż jedynie biznesowy.

W przypadku niektórych firm, sponsoring sportowy wprost wpływa na kształtowanie tzw. *brandu narodowego*. Szczególne znaczenie mają tutaj firmy, budujące bezpośrednie skojarzenia z państwem ich pochodzenia, chociażby poprzez umieszczenie go w nazwie.

Waga w Rankingu: 2.

Międzynarodowe organizacje sportowe ujęte w analizie

Analiza obejmuje takie organizacje jak:

- Międzynarodowy Komitet Olimpijski (MKOl)
- kontynentalne komitety olimpijskie (OCA, EOC, PSO, ANOCA, ONOC)
- Międzynarodowy Komitet Paralimpijski (IPC)
- Stowarzyszenie Narodowych Komitetów Olimpijskich (ANOC)
- Międzynarodowa Federacja Piłki Nożnej (FIFA)
- kontynentalne federacje piłkarskie (AFC, UEFA, CONCACAF, CONMEBOL, CAF, OFC)
- Międzynarodowa Federacja Koszykówki (FIBA)
- Międzynarodowa Federacja Siatkówki (FIVB)
- Międzynarodowa Federacja Piłki Ręcznej (IHF)
- Międzynarodowa Federacja Tenisa (ITF)
- Międzynarodowa Federacja Hokeja na lodzie (IIHF)
- Międzynarodowa Unia Łyżwiarska (ISU)
- Międzynarodowa Federacja Gimnastyczna (FIG)
- Międzynarodowa Federacja Narciarska i Snowboardowa (FIS)
- Międzynarodowa Unia Kolarska (UCI)
- Międzynarodowa Rada Krykieta (ICC)
- World Athletics
- World Rugby
- World Aquatics
- Międzynarodowe Stowarzyszenie Boksu (IBA), World Boxing
- Międzynarodowa Federacja Samochodowa (FIA)
- Międzynarodowa Federacja Baseballu i Softballu (WBSC)
- Międzynarodowa Federacja Szachowa (FIDE)
- Międzynarodowa Federacja Tenisa Stołowego (ITTF)
- Stowarzyszenie Tenistów Zawodowych (ATP)
- Stowarzyszenie Kobiecego Tenisa (WTA)
- Światowa Agencja Antydopingowa (WADA)
- Międzynarodowy Trybunał Arbitrażowy ds. Sportu w Lozannie (CAS)

Ponadto w analizie dotyczącej przyjętych kryteriów uwzględniono także ligi, turnieje, gale, wyścigi oraz kluby sportowe o największej globalnej rozpoznawalności.

Międzynarodowe wydarzenia sportowe ujęte w analizie

Analiza obejmuje takie międzynarodowe wydarzenia sportowe jak:

- Igrzyska Olimpijskie Paryż 2024
- Igrzyska Paralimpijskie Paryż 2024
- UEFA Euro 2024
- Copa America 2024
- Puchar Narodów Afryki 2024
- Puchar Azji 2024 AFC
- Liga Mistrzów UEFA, Liga Mistrzów AFC, Liga Mistrzów CAF, Copa Libertadores
- Puchar Interkontynentalny FIFA
- Euroliga
- Australian Open, Roland Garros, Wimbledon, US Open
- Turnieje ATP oraz WTA rangi 1000
- ATP Finals, WTA Finals
- Puchar Davisa, Billie Jean King Cup
- Tour de France, Giro d'Italia, Vuelta Espana
- Diamentowa Liga
- Mistrzostwa Świata T20 w krykiecie
- Formuła 1
- Rajdy WRC
- Mistrzostwa świata elity w hokeju na lodzie
- Drużynowe mistrzostwa świata w tenisie stołowym
- Olimpiada Szachowa
- Puchar Świata w narciarstwie alpejskim
- Gale bokserskie (Usyk vs Fury, Joshua vs Ngannou, Alvarez vs Munguia, Alvarez vs Berlanga, Joshua vs Dubois)

Oraz pozostałe zawody rangi mistrzostw świata - również w mniej medialnych dyscyplinach - i inne prestiżowe rozgrywki oraz turnieje.

60

Liczba państw podlegających
analizie

55

Liczba międzynarodowych
wydarzeń sportowych z 2024
roku ujętych w analizie

13

Tyle ujętych w analizie
organizacji i wydarzeń
sportowych wspierał w 2024
roku największy globalny
sponsor sportu - linie lotnicze
Emirates

50

Liczba firm z USA
sponsorujących
międzynarodowy sport

27%

Taką część całościowej oceny
sportowego *soft power* państw
stanowi ich zaangażowanie w
organizację imprez sportowych

2026

Rok organizacji mistrzostw
świata w piłce nożnej już teraz
wpływa na sportowe *soft power*
organizatorów

O PIDS

Polski Instytut Dyplomacji Sportowej jest ośrodkiem badawczym (think tankiem) prowadzącym działalność analityczną w zakresie relacji sportu i polityki, ze szczególnym uwzględnieniem dyplomacji sportowej. Sport i polityka w dzisiejszym rozumieniu, wzajemnie na siebie oddziałują od początków XX wieku, jednak dopiero w ostatnich dwóch dekadach badania nad tym zjawiskiem się intensyfikują – w sferze publicznej oraz naukowej.

Dyplomacja sportowa w XXI wieku angażuje aktorów międzynarodowej polityki, instytucje publiczne, organizacje sportowe, sportowców, kibiców, organizacje pozarządowe, reklamodawców i sponsorów oraz społeczeństwa.

Badania i analizy Polskiego Instytutu Dyplomacji Sportowej obejmują szerokie spektrum zagadnień, do których należą: politologia sportu, sport w polityce międzynarodowej, ekonomia sportu, socjologia sportu, kulturowe znaczenie sportu, prawo sportowe, marketing i sponsoring sportowy, rozwój technologiczny w sporcie.

Misją Polskiego Instytutu Dyplomacji Sportowej jest podnoszenie świadomości wszystkich uczestników dyplomacji sportowej na temat procesów w niej zachodzących oraz ich znaczenia, a także edukowanie w tym zakresie.

Osiągnięciu tych celów pomogą publikowane w ramach Instytutu komentarze, opinie, badania, analizy oraz raporty. Polski Instytut Dyplomacji Sportowej dostarcza również wiedzy eksperckiej polskim organizacjom sportowym (federacjom i klubom), sportowcom oraz instytucjom publicznym, w celu wyposażenia polskich sportowców oraz działaczy sportowych w podstawową wiedzę na temat aktualnej sytuacji geopolitycznej, w odniesieniu do bieżących i przyszłych wydarzeń sportowych oraz ich znaczenia pozasportowego.

Instytut jest też otwarty na współpracę z ośrodkami akademickimi, podmiotami prywatnymi i mediami.

Doceniasz naszą działalność? Możesz wesprzeć nas darowizną w dowolnej kwocie.

Fundacja Polski Instytut Dyplomacji Sportowej

Al. Solidarności 68/121, 00-240 Warszawa

07 1090 1014 0000 0001 5892 0242

Tytuł przelewu: "Darowizna na cele statutowe"

Uzyskane środki zostaną wykorzystane do rozwoju Instytutu.



PIDS_PL

 pids.pl
