

Informacja prasowa
8 września 2025

InPost sponsorem Atlético Madryt na kolejny sezon

Rozpoczął się drugi sezon sponsoringu - w latach 2025/2026

Grupa InPost, lider rozwiązań logistycznych dla branży e-commerce w Europie oraz Atlético Madryt, legendarny klub hiszpańskiej LaLiga, kontynuują umowę partnerską w sezonie 2025-2026. Pozwoli to dalej wzmacniać rozpoznawalność Grupy InPost na Półwyspie Iberyjskim.

Grupa InPost i madrycki klub piłkarski podpisały umowę sponsorską latem 2024 roku. Strategiczne partnerstwo wzmocniło widoczność marki InPost w Hiszpanii - jednym z najszybciej rozwijających się rynków Grupy, z blisko 10 000 punktów odbioru OOH. Współpraca m.in. pozwoliła pozycjonować markę w kluczowych lokalizacjach związanych z Atlético Madryt, takich jak stadion Riyadh Air Metropolitan oraz centra sportowe w Majadahonda i Alcalá de Henares, gdzie dodatkowo zainstalowano maszyny Paczkomat.

- Pracowitość, zaangażowanie i determinacja – to wartości, które w pełni dzielimy z Atlético Madryt, dlatego w ubiegłym roku zdecydowaliśmy się na współpracę. Doskonałe wyniki osiągnięte podczas pierwszego sezonu zachęcają nas do dalszego łączenia potencjału InPost i Atlético Madryt, z myślą o wspólnej, innowacyjnej przyszłości i rozwoju InPost na rynkach europejskich – mówi **Izabela Karolczyk – Szafrńska, Chief Marketing & ESG Officer, Grupa InPost.**

Od samego początku InPost i Atlético Madryt postrzegały tę umowę jako coś więcej niż standardową umowę sponsorską - to promowanie wspólnych inicjatyw, które dodają wartość i mają realny wpływ. W pierwszym sezonie współpracy uruchomiono kampanie mające na celu zachęcenie do aktywnego uczestnictwa publiczności i kibiców klubu. Przykładem jest inicjatywa "Marca el cambio" (Zrób różnicę), skierowana do młodych piłkarzy, która wykorzystywała sport do tworzenia doświadczeń w formie gry, skupiając się na promowaniu zachowań społecznie odpowiedzialnych wśród najmłodszych.

- Jesteśmy dumni z kontynuowania bliskiej współpracy z InPost w nowym sezonie. Odnowienie tej umowy odzwierciedla siłę partnerstwa, które wykroczyło poza sponsoring, generując inicjatywy mające realny wpływ na naszą społeczność.

Łączy nas strategiczna wizja skupiona na innowacjach, zrównoważonym rozwoju i zaangażowaniu społecznym i jesteśmy przekonani, że ten drugi sezon razem pozwoli nam kontynuować rozwój projektów, które łączą się z naszymi fanami i wzmacniają wartości, które reprezentujemy jako klub – wyjaśnia **Óscar Mayo, dyrektor generalny ds. przychodów i operacji Atlético Madryt**.

Grupa InPost, poza Atletico Madryt, jest także Oficjalnym Partnerem klubu angielskiej Premier League Newcastle United, największego na świecie wyścigu kolarskiego Tour de France oraz Sponsorem Strategicznym reprezentacji Polski w piłce nożnej. Ponadto, InPost w ramach projektu InPost Sport Team sponsoruje polskich olimpijczyków na czele z Natalią Bukowiecką i Wojciechem Nowickim.

O InPost

InPost (AEX: INPST) to lider rozwiązań logistycznych dla branży e-commerce w Europie. Założony przez Rafała Brzoskę InPost to obecnie wiodąca platforma dostaw dla e-commerce, która zrewolucjonizowała rynek przesyłek w Polsce. Pierwsze urządzenia Paczkomat® pojawiły się w Krakowie w 2009 roku i bardzo szybko stały się nieodłącznym elementem zakupów internetowych oraz gwarancją szybkości i wygody.

Grupa InPost na koniec Q1 2025 roku dysponowała ponad 83 000 punktami out-of-home, w tym ponad 50 000 nowoczesnych urządzeń Paczkomat i ponad 33 000 punktów PUDO w 9 krajach (Wielka Brytania, Francja, Polska, Włochy, Hiszpania, Portugalia, Belgia, Luksemburg, Holandia). InPost świadczy także usługi kurierskie i fulfillment dla sprzedawców e-commerce, współpracując z około 100,000 e-sprzedawców. Tylko w ciągu 2024 roku firma obsłużyła ponad miliard przesyłek, a w Q1 2025 r. wolumen paczek wyniósł 272 mln (+12% r/r).

Od lat jednym z priorytetów firmy InPost jest troska o środowisko naturalne. Strategia Dekarbonizacji Grupy InPost stanowi integralne uzupełnienie strategii biznesowej. InPost przystąpił do inicjatywy SBTi i jako jeden z pierwszych na polskim rynku, zamierza osiągnąć NET-ZERO do 2040 roku.

Więcej informacji na: www.inpost.pl