

**ΑΚΡΑΙΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ  
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΧΟΡΗΓΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΓΩΝΑ  
ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΠΤΩΣΗΣ ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΤΑΤΟΪΟΥ**

Κωνσταντίνος Τσουλακίδης

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων απόκτησης Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην «Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου στην κατεύθυνση «Μάρκετινγκ Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων»**

**Σπάρτη**

**2022**

Εγκεκριμένο από την Εξεταστική Επιτροπή:

---

Επιβλέπων: Ιωάννης Δουβής, Καθηγητής

---

2<sup>ο</sup> Μέλος: Βρόντου Ουρανία, Αναπλ. Καθηγήτρια

---

3<sup>ο</sup> Μέλος: Αθανάσιος Κριεμάδης, Καθηγητής

## **Υπεύθυνη Δήλωση**

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 18 (Λόγοι και διαδικασία διαγραφής από το ΠΜΣ) του Κανονισμού Λειτουργίας Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, δηλώνω υπεύθυνα ότι για τη συγγραφή της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής μου Εργασίας (ΜΔΕ) δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από εφημερίδα ή περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Ημερομηνία: 16/10/2022

Ο Δηλών

Κωνσταντίνος Τσουλακίδης  
(Υπογραφή)

**Copyright © Κωνσταντίνος Τσουλακίδης, 2022**

***Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. All rights reserved.***

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Κωνσταντίνος Τσουλακίδης: Ακραίος Αθλητισμός στην Ελλάδα, Μελέτη Περίπτωσης Δημιουργίας Χορηγικού Προγράμματος για τη Διοργάνωση Αγώνα Ελεύθερης Πτώσης στο Αεροδρόμιο Τατοΐου.

(Με την επίβλεψη του Καθηγητή Ιωάννη Δουβή)

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος του Τμήματος Οργάνωσης Διοίκησης Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου και σαν κύρια επιδίωξή της είχε, την ανάδειξη των ακραίων αθλημάτων ως ευκαιρίες για χορηγικές συμφωνίες. Γίνεται βιβλιογραφική ανασκόπηση των θεμάτων που σχετίζονται με τα αθλήματα ακραίου αθλητισμού (extreme sports), την εξέλιξή τους παγκοσμίως και ειδικότερα στην Ελλάδα. Στη συνέχεια αναλύονται τα κίνητρα συμμετοχής στα ακραία αθλήματα με σημείο αναφοράς την ελεύθερη πτώση και την εξέλιξη αθλητών με σκοπό να διακριθούν αγωνιστικά. Ερευνάται έτσι, η υφιστάμενη κατάσταση σε επίπεδο διοργάνωσης αγώνων στον παραπάνω τομέα αθλητισμού στην Ελλάδα και αναφέρονται επιγραμματικά τα κυριότερα γεγονότα που έχουν πραγματοποιηθεί σε Ελλάδα και εξωτερικό. Στο Β' μέρος της εργασίας παρουσιάζεται ένα επιχειρηματικό πλάνο ώστε να διοργανωθεί ένας ενδεχόμενος αγώνας ελεύθερης πτώσης στο αεροδρόμιο Τατοΐου υπό την αιγίδα της Ελληνικής Αεραθλητικής Ομοσπονδίας και της Διεθνούς Αεροναυτικής Ομοσπονδίας. Στη συνέχεια πραγματοποιείται έρευνα στη διεθνή και εγχώρια αγορά ώστε να υλοποιηθεί ένα ολοκληρωμένο χορηγικό πλάνο της διοργάνωσης.

Λέξεις Κλειδιά: *Ακραία αθλήματα, Αεραθλητισμός, Ελεύθερη πτώση, Αλεξίπτωτο, Χορηγία, Διοργάνωση*

## **ABSTRACT**

Konstantinos Tsoulakidis: Extreme Sports in Greece, Case Study of Building a Sponsorship  
Plan for Skydiving Event at Tatoi Airport

(With the supervision of John Douvis, Professor)

This dissertation was prepared within the framework of the Master's Course of the Department of Sports Management Organization of the University of Peloponnese and its main objective was the promotion of extreme sports as opportunities for sponsorship deals. A bibliographic review is made of the issues related to extreme sports, their evolution worldwide and especially in Greece. The motivations for participating in extreme sports are then analyzed with a reference point at skydiving and the development of athletes in order to take part at competitions. In this way, the current situation at the level of organizing competitions of free fall in Greece is investigated and the main events that have taken place in Greece are listed. In the second part of the paper, a business plan is presented to organize a possible skydiving competition at Tatoi airport under the auspices of the Hellenic Air Sports Federation and the International Aeronautical Federation. Afterwards, research is carried out in the international and domestic market in order to implement an integrated sponsorship plan for the event.

Keywords: *Extreme Sports, Air Sports, Skydive, Parachute, Sponsorship, Sport event organizing*

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ - ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ**

Θέλω να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα της εργασίας μου, Καθηγητή Ιωάννη Δουβή, για την καθοδήγησή του κατά τη διάρκεια της δουλειάς μου αλλά και την υπομονή που έδειξε στο δύσκολο πρόγραμμα του επαγγέλματός μου. Επίσης, ευχαριστώ τη σύζυγο μου Μαρία, που στηρίζει πάντα τις επιλογές μου και τις υπομένει με κατανόηση.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	IV
ABSTRACT.....	V
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ .....	XI
ΛΙΣΤΑ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ.....	XII
ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	XIII
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
1.1 Θεωρητικό υπόβαθρο .....	2
1.2 Σημασία της έρευνας .....	3
1.3 Σκοπός της έρευνας.....	3
1.4 Προϋποθέσεις και Περιορισμοί .....	3
ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ .....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΚΡΑΙΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ .....	4
2.1 Εισαγωγή .....	4
2.2 Εννοιολογικός προσδιορισμός ακραίων αθλημάτων .....	5
2.3 Ταξινόμηση ακραίων αθλημάτων .....	8
2.3.1 Ταξινόμηση ανάλογα με το βαθμό επικινδυνότητας.....	9
2.3.2 Ταξινόμηση με βάση το πεδίο του φυσικού περιβάλλοντος.....	10
2.3.3 Ταξινόμηση με βάση τη χρήση οχήματος .....	11
2.3.4 Ταξινόμηση με βάση τον επαγγελματικό ή ερασιτεχνικό χαρακτήρα.....	11
2.4 Κίνητρα συμμετοχής στον ακραίο αθλητισμό.....	12
2.4.1 Γενικά .....	12
2.4.2 Κίνητρα συμμετοχής σε αθλήματα ήπιας περιπέτειας.....	13
2.4.3 Κίνητρα συμμετοχής σε αθλήματα ακραίας περιπέτειας .....	14
2.4.4 Θεωρητικά μοντέλα μελέτης κινήτρων αθλητικής αναψυχής .....	14
2.5 Ανασταλτικοί παράγοντες σε ακραία αθλήματα.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΤΟ ΑΘΛΗΜΑ ΤΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΠΤΩΣΗΣ (SKYDIVING).....	19

3.1 Ιστορικά στοιχεία.....	19
3.2 Βασικοί κανόνες ασφαλείας .....	21
3.3 Εξοπλισμός.....	22
3.4 Τα αγωνίσματα μιας διεθνής διοργάνωσης .....	25
3.5 Πως γίνεται κάποιος επαγγελματίας αθλητής και εκπαιδευτής.....	31
3.6 Αγώνες ελεύθερης πτώσης .....	34
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ .....</b>	<b>38</b>
4.1 Γενικά στοιχεία.....	38
4.2 Μελέτες συμπεριφοράς που αφορούν τους αθλητικούς καταναλωτές.....	39
4.3 Ταξινόμηση των αθλητικών καταναλωτών.....	41
4.4 Τμηματοποίηση της αθλητικής αγοράς .....	43
4.5 Το αθλητικό προϊόν.....	46
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ .....</b>	<b>48</b>
5.1 Γενικά στοιχεία χορηγιών .....	48
5.1.1 Ιστορικά στοιχεία.....	48
5.1.2 Ορισμοί της χορηγίας .....	48
5.2 Είδη χορηγιών .....	50
5.2.1 Κοινωνική χορηγία.....	50
5.2.2 Εμπορική χορηγία.....	50
5.3 Χορηγική συμφωνία .....	50
5.4 Αθλητική χορηγία .....	52
5.4.1 Γενικά στοιχεία .....	52
5.4.2 Βασικές προσεγγίσεις για επιτυχημένη αθλητική χορηγία.....	54
5.5 Τρόποι μέτρησης της επιτυχίας μια αθλητικής χορηγίας .....	55
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ “ATHENS FALLING FREEDOM” .....</b>	<b>57</b>
6.1 Το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) .....	57



6.1.1 Σύσταση Εταιρείας .....	57
6.1.2 Στοχοθεσία .....	58
6.1.3 SWOT Ανάλυση .....	58
6.2 Παρουσίαση διοργάνωσης .....	60
6.2.1 Η περιοχή του Τατοΐου .....	60
6.2.2 Λογότυπο Διοργάνωσης .....	63
6.2.3 Χρονική περίοδος .....	64
6.2.4 Αγωνίσματα που θα λάβουν χώρα.....	66
6.2.5 Διαγωνιζόμενοι.....	67
6.2.6 Μέσα προβολής .....	68
6.2.7 Κόστος συμμετοχής, έπαθλα και προνόμια αθλητών.....	69
6.3 Μοναδικότητα- ανταγωνισμός.....	70
6.4 Το κοινό που θα παρακολουθήσει τη διοργάνωση.....	71
6.5 Οικονομική πρόβλεψη προϊόντος .....	74
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΧΟΡΗΓΙΚΟ ΠΛΑΝΟ .....</b>	<b>76</b>
7.1 Αρχική Προσέγγιση Χορηγικού Πλάνου .....	76
7.2 Χαρτογράφηση χορηγικής αγοράς .....	76
7.2.1 Ελληνική αγορά.....	77
7.2.2 Διεθνής αγορά .....	83
7.3 Επιθυμητοί χορηγοί .....	94
7.3.1 Κατηγοριοποίηση υποψήφιων χορηγών .....	95
7.3.2 Εύρεση εταιρειών με απήχηση στην Ελλάδα .....	96
7.4 Αξιολόγηση χορηγών και δημιουργία τελικής λίστας.....	102
7.5 Χορηγική πρόταση.....	105
7.6 Τρόπος τιμολόγησης και χρονοδιάγραμμα ενεργειών .....	108
7.7 Προσέγγιση χορηγών .....	110
7.7.1 Αρχική Προσέγγιση.....	110

<i>7.7.2 Εξατομικευμένη πρόταση σε κάθε χορηγό</i> .....	112
<i>7.7.3 Χορηγική Συμφωνία</i> .....	114
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ &amp; ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ</b> .....	116
<b>ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ</b> .....	116
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	117
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1</b> .....	121

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 : SWOT Analysis.....	59
Πίνακας 2 : Οικονομικός προγραμματισμός διοργάνωσης .....	74

## ΛΙΣΤΑ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

ΕΛΑΟ : Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία

FAI : Fédération Aéronautique Internationale (Διεθνής Αεροναυτική Ομοσπονδία)

USPA : United States Parachute Association (Οργανισμός Αλεξιπτωτισμού Η.Π.Α)

AFW : Athens Flying Week

AFF : Athens Falling Freedom

## ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1 : Αθλητής του ακραίου αθλήματος της ελεύθερης πτώσης.....	8
Εικόνα 2 : Αθλητής του ακραίου αθλήματος της ελεύθερης αναρρίχησης.....	8
Εικόνα 3 : Αθλητής του ακραίου αθλήματος mountainbiking.....	9
Εικόνα 4 : Rafting στον ποταμό Άραχθο.....	9
Εικόνα 5 : Το σκίτσο του Leonardo Da Vinci με το πρώτο αλεξίπτωτο .....	19
Εικόνα 6 : Ο Adrian Nicholas κατά την ελεύθερη πτώση του με τη ρέπλικα του Da Vinci ..	20
Εικόνα 7 : Skydiving wingsuit.....	23
Εικόνα 8 : Skydiving formation suit .....	24
Εικόνα 9 : Freely skydiving suit .....	24
Εικόνα 10 : Πτώση με εκπαιδευτή skydiving.....	25
Εικόνα 11 : Αθλητής accuracy landing κατά την προσγείωση .....	26
Εικόνα 12 : Η Stefania Martinegro κατά την πτώση της σε αγώνα artistic freestyle skydiving	27
Εικόνα 13 : Αθλητές skydiving σε σχηματισμό θολου .....	28
Εικόνα 14 : Αθλητές canopy piloting .....	29
Εικόνα 15 : Αθλητές formation skydiving κατά την πτώση τους (Πηγή: <a href="https://skydiveparacletexp.com/2016/04/09/formation-skydiving/">https://skydiveparacletexp.com/2016/04/09/formation-skydiving/</a> ).....	29
Εικόνα 16 : Αθλητές wingsuit σε διοργάνωση της Redbull .....	30
Εικόνα 17 : Στιγμιότυπο κατά την πτώση ταχύτητας .....	30
Εικόνα 18 : Απόσταση Αεροπορικής Βάσης Δεκελείας από το Διεθνές Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος .....	60
Εικόνα 19 : Απόσταση της Αεροπορικής Βάσης Δεκελείας από το κέντρο της Αθήνας .....	61
Εικόνα 20 : Αεροφωτογραφία της αεροπορικής βάσης Δεκελείας .....	62
Εικόνα 21 : Αεροφωτογραφία της αεροπορικής βάσης Δεκελείας .....	62
Εικόνα 22 : Το λογότυπο της διοργάνωσης.....	63
Εικόνα 23 : Πρόγνωση θερμοκρασίας.....	65
Εικόνα 24 : Πρόγνωση θερμοκρασίας.....	65
Εικόνα 25 : Το εισόδημα των μελών της USPA.....	72
Εικόνα 26 : Η ηλικία των μελών της USPA .....	73
Εικόνα 27 : Στιγμιότυπο από διοργάνωση στη Τανάγρα .....	77
Εικόνα 28 : Οι χορηγοί της διοργάνωσης Athens Flying Week .....	77
Εικόνα 29 : Οι αφίσα των 1 <sup>ων</sup> Πανελλήνιων Αγώνων Αστυνομικών Αλεξιπτωτιστών .....	81

Εικόνα 30 : Πρόγραμμα αεροπορικών επιδείξεων της διοργάνωσης Alexander Onassis air show .....	82
Εικόνα 31 : Χορηγοί της έκθεσης skydive the expo .....	83
Εικόνα 32 : Χορηγοί διοργάνωσης FAI World Skydiving Championships .....	86
Εικόνα 33 : Χορηγοί του εθνικού πρωταθλήματος των Η.Π.Α (Πηγή: <a href="https://uspa.org/">https://uspa.org/</a> ) .....	88
Εικόνα 34 : Χορηγοί του εθνικού πρωταθλήματος 2022 (Πηγή <a href="http://www.uspa.org">www.uspa.org</a> ).....	89
Εικόνα 35 : Χορηγοί British Skydiving National Championships .....	90
Εικόνα 36 : Αφίσα της διοργάνωσης Wide open wingsuit series.....	91
Εικόνα 37 : Απονομή βραβείων διοργάνωσης WOWS .....	91
Εικόνα 38 : Αφίσα 45ου Παγκόσμιου πρωταθλήματος στρατιωτικού αλεξιπτωτισμού .....	93
Εικόνα 39 : Αθλητές του 45ου πρωταθλήματος στρατιωτικού αλεξιπτωτισμού .....	93
Εικόνα 40 : Οι ιστοσελίδες με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα για τον Σεπτέμβριο του 2022 στην Ελλάδα .....	96
Εικόνα 41 : Αποτελέσματα αναζήτησης ενότητας ‘extreme sports’ Ιουλίου-Σεπτεμβρίου ...	97
Εικόνα 42 : Αποτέλεσμα αναζήτησης ‘news-media’ για τον Σεπτέμβριο 2022.....	98
Εικόνα 43 : Αποτελέσματα αναζήτησης ‘streaming-tv’ για τον Σεπτέμβριο 2022 (Πηγή: <a href="http://www.similarweb.com">www.similarweb.com</a> ).....	99
Εικόνα 44 : Αποτελέσματα αναζήτησης στην ενότητα ‘ταξίδια-τουρισμός’ για τον Σεπτέμβριο 2022 .....	100
Εικόνα 45 : Αποτελέσματα αναζήτησης στην ενότητα ‘Αθλητικά-γενικά’ .....	100
Εικόνα 46 : Αποτελέσματα αναζήτησης στην ενότητα ‘εισιτήρια’ για τον Σεπτέμβριο 2022	101
Εικόνα 47 : Απαίτηση ικανοτήτων εξόδου και ΕΠ (Πηγή:ΕΛ.Α.Ο, 2013).....	121
Εικόνα 48 : Απαιτήσεις ικανοτήτων πτήσης θόλου (Πηγή:ΕΛ.Α.Ο, 2013).....	121
Εικόνα 49 : Απαιτήσεις ικανοτήτων γνώσης εξοπλισμού (Πηγή:ΕΛ.Α.Ο, 2013) .....	122
Εικόνα 50 : Απαιτήσεις ικανοτήτων γνώσης σημείου εξόδου και αεροσκαφών (Πηγή:ΕΛ.Α.Ο, 2013).....	122
Εικόνα 51 : Απαιτήσεις ικανοτήτων γνώσης επικίνδυνων καταστάσεων	<b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία ανήκει στην κατηγορία μελέτης περίπτωσης όπου γίνεται μια πλήρης ανάλυση του αθλητικού προϊόντος του ακραίου αθλητισμού καθώς και της αθλητικής αγοράς. Παρουσιάζεται η διοργάνωση ενός αθλητικού γεγονότος ακραίου αθλητισμού και συγκεκριμένα ενός διεθνούς αναγνωρισμένου αγώνα ελεύθερης πτώσης (skydiving) στη περιοχή του στρατιωτικού αεροδρομίου του Τατοΐου. Η ερευνητική προσέγγιση εστιάζει στην δημιουργία της κατάλληλης χορηγικής πρότασης, καθώς όπως προκύπτει από την Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία, με την οποία επικοινωνήσε ο συγγραφέας δεν υπάρχει χορηγικό πρόγραμμα για διοργανώσεις ελεύθερης πτώσης, ούτε μάλιστα για κάποιον αναγνωρίσιμο αγώνα ακραίου αθλητισμού (extreme sports) στην Ελλάδα.

Εξάιρεση στην ελληνική αγορά αποτελούν οι αγώνες extreme sports που διοργανώνονται από την εταιρεία RedBull. Πιο γνωστές αυτών είναι η διοργάνωση “RedBull Art of Motion”, η οποία έχει βοηθήσει σημαντικά στην αύξηση της δημοτικότητας του αθλήματος “free running” και η διοργάνωση “Redbull Cliff Diving”. Η συγκεκριμένη εταιρεία είναι πλέον συνυφασμένη με τον ακραίο αθλητισμό και έχουν πραγματοποιηθεί αρκετές μελέτες περί αυτού. Σε επικοινωνία του συγγραφέα με το ελληνικό τμήμα της εταιρείας, αναζητήθηκαν πληροφορίες για τις διοργανώσεις που οργανώνουν και υλοποιούν, όπου προέκυψε ότι αφορούν μόνο αποκλειστικές ιδέες, δημιουργία και εκτέλεση σε συνδυασμό εταιρείας και έμπιστων συνεργατών.

Η παραπάνω επικοινωνία σε συνδυασμό με το άρθρο “Extreme Sports: History, Marketing, and Why You Can't Get Enough” του Jichel Musten (2018) αποτέλεσε έμπνευση για την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας. Ειδικότερα στο άρθρο αναφέρεται ότι οι αγώνες και η αυξημένη προσοχή του κοινού στα extreme sports οδήγησαν στην αχαλίνωτη ανάπτυξη και εμπορευματοποίηση των αθλημάτων. Η εισαγωγή των ακραίων παιχνιδιών του ESPN το 1996, γνωστά αργότερα ως X Games, ήταν ένα ορόσημο στη δημοτικότητα του είδους. Η δημιουργία ενός γνωστού διαγωνισμού έκανε το άθλημα πιο απτό, με τη σειρά του να γίνει πιο κατανοητό. Ωστόσο, οι αγώνες δεν έκαναν απλώς το άθλημα να δημοσιοποιηθεί περισσότερο, αλλά έκαναν επίσης το μάρκετινγκ παράγοντα.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> [Extreme Sports: History, Marketing, and Why You Can't Get Enough - Newschoolers.com](https://www.newschoolers.com/2018/05/15/extreme-sports-history-marketing-and-why-you-cant-get-enough/)

Συνεπώς μία καλά οργανωμένη διοργάνωση μαζί με ένα καλοστημένο σχέδιο μάρκετινγκ μπορεί να ανεβάσει τη δημοτικότητα του αθλήματος και να δημιουργήσει έναν νέο θεσμό. Επίσης, σύμφωνα με τον ερευνητή Robert Schweitzer, συν-συγγραφέα του “Phenomenology and the Extreme Sport Experience”, «Η φαινομενολογική προσέγγιση μας επέτρεψε να εστιάσουμε στη βιώμενη εμπειρία των extreme sports με στόχο να εξηγήσουμε θέματα που συνάδουν με την εμπειρία των συμμετεχόντων». Ποια είναι λοιπόν αυτά τα θέματα; Ένα θέμα που αναφέρθηκε επανειλημμένα στις μαρτυρίες των αθλητών των extreme sports ήταν η ελευθερία. Αυτή η ελευθερία περιλάμβανε «την ελευθερία από περιορισμούς, την ελευθερία ως απαλλαγή από την ανάγκη για έλεγχο, την ελευθερία ως απελευθέρωση του φόβου, την ελευθερία ως ένα και την ελευθερία ως επιλογή και προσωπική ευθύνη». Έτσι λοιπόν γεννήθηκε και η ιδέα της παρούσας εργασίας, για τη δημιουργία της διοργάνωσης “Athens Falling Freedom”.

### ***1.1 Θεωρητικό υπόβαθρο***

Για την ανάγκη οργάνωσης και υλοποίησης της συγκεκριμένης αθλητικής διοργάνωσης είναι απαραίτητη η σχεδίαση του κατάλληλου επιχειρηματικού πλάνου (business plan). Με τον όρο αυτό αναφερόμαστε στη μελέτη όπου γίνεται εμπειρισταωμένη και λεπτομερής περιγραφή της ίδρυσης και λειτουργίας μιας εταιρίας, συλλόγου, επιχείρησης κτλ. ενώ παράλληλα συμπεριλαμβάνεται εντός του εγγράφου αυτού και ένα χρονοδιάγραμμα μέσα στο οποίο θα πρέπει να υλοποιηθούν οι στόχοι της καθώς και οι εναλλακτικοί τρόποι αντιμετώπισης προβλημάτων που ενδεχομένως παρουσιαστούν (Meyer και Allen, 2004).

Σημαντικό εργαλείο για την αποτελεσματική υλοποίηση του επιχειρηματικού πλάνου αποτελεί η SWOT Analysis στην οποία παρουσιάζονται τα δυνατά και αδύναμα σημεία της επιχείρησης, καθώς και οι ευκαιρίες και οι απειλές που είναι μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος. Η συγκεκριμένη αθλητική διοργάνωση θα πραγματοποιηθεί από μια νεοσύστατη εταιρεία περιορισμένης ευθύνης, την οποία απαρτίζουν τρία άτομα τα οποία είναι και οι μέτοχοι της.

Στη συνέχεια και μετά τη παρουσίαση του επιχειρηματικού πλάνου θα ακολουθήσει η υλοποίηση του χορηγικού πλάνου, το οποίο είναι μέρος του πλάνου μάρκετινγκ. Μέσω του πλάνου μάρκετινγκ, θέτονται στόχοι για την εκπλήρωση του σκοπού μια εταιρείας προς την



αγορά. Για τις ανάγκες του χορηγικού πλάνου πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική έρευνα η οποία στηρίχθηκε σε παρόμοια διεθνή αθλητικά γεγονότα.

## ***1.2 Σημασία της έρευνας***

Ενώ τα ακραία αθλήματα μπορούν να μελετηθούν και να εξεταστούν σε αμέτρητα ερευνητικά προγράμματα, υπάρχει κάτι άφατο, απερίγραπτο μέσα στις εμπειρίες που προσφέρουν. Η συγκίνηση, η ευφορία και σε ορισμένες περιπτώσεις η πρωτόγονη, σχεδόν παιδική, επιθυμία να κάνεις κάτι επικίνδυνο είναι δύσκολο να περιγράψει με λόγια. Η φύση των extreme sports και η απεικόνιση του αθλήματος από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης δημιουργούν μια ενδιαφέρουσα δυναμική μεταξύ των αθλητών, των αγώνων και των χορηγών. Δυστυχώς αυτή η δυναμική αποφασίζει πώς φαίνεται το άθλημα. Από τη γωνία της κάμερας και των δίκτυων ψυχαγωγίας ελέγχεται ο τρόπος με τον οποίο οι θεατές αλληλοεπιδρούν με το άθλημα. Είναι πολύ σημαντικό, ως αναγκαίο ένα άθλημα που βασίζεται στην ελευθερία και τη δημιουργικότητα, να αφήσει το κοινό να το ζήσει από κοντά, και να καταλάβει περί τίνος πρόκειται χωρίς τους περιορισμούς ενός σκηνοθέτη.

## ***1.3 Σκοπός της έρευνας***

Σκοπός της έρευνας είναι η εύρεση των κατάλληλων χορηγών ώστε να στηριχθεί το πλάνο μάρκετινγκ της αρκετά δαπανηρής διοργάνωσης που έχει σχεδιαστεί, με αποτέλεσμα το άθλημα της ελεύθερης πτώσης να γίνει πιο απτό, πιο κατανοητό και πιο δημοφιλές στο ευρύ κοινό μέσω της προσέλκυσης καταξιωμένων αθλητών.

## ***1.4 Προϋποθέσεις και Περιορισμοί***

Η εργασία θα βασιστεί πάνω στην βιβλιογραφική ανασκόπηση καθώς και στην υπάρχουσα διεθνή και ελληνική αγορά του αθλήματος της ελεύθερης πτώσης ή άλλων γεγονότων αεραθλητισμού.

# ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΚΡΑΙΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

### 2.1 Εισαγωγή

Ο όρος ακραίος αθλητισμός περιλαμβάνει τα αθλήματα που προσφέρουν έντονες συγκινήσεις και συναρπαστικές εμπειρίες. Τα ακραία αθλήματα αντιπροσωπεύουν ένα σύνολο αθλητικών δραστηριοτήτων, οι οποίες διαφέρουν σημαντικά από τα κλασσικά αθλήματα. Μία από τις διαφορές των ακραίων αθλημάτων σε σχέση τα κλασσικά είναι η πρόκληση που προσφέρουν στα άτομα που συμμετέχουν σε αυτά.

Τα τελευταία έτη ο ακραίος αθλητισμός κερδίζει συνεχώς μερίδιο στην αθλητική αγορά και αυξάνεται ο αριθμός των συμμετεχόντων σε αυτά, ο κυριότερος λόγος είναι ο πολύ έντονος ρυθμός της ζωής στα μεγάλα αστικά κέντρα που οδηγεί τους κατοίκους στην αναζήτηση της περιπέτειας. Αξίζει να σημειωθεί πως η κύρια διαφορά του ακραίου αθλητισμού με τα κλασσικά αθλήματα είναι πως στα κλασσικά αθλήματα οι συμμετέχοντες αθλητές συναγωνίζονται με σκοπό την επίτευξη καλύτερης μετρήσιμης απόδοσης, ενώ οι συμμετέχοντες στον ακραίο αθλητισμό καλούνται να πραγματοποιήσουν ένα επίτευγμα που ξεπερνά τα προσωπικά τους όρια και αγγίζει τα όρια του κινδύνου.

Η συμμετοχή στον ακραίο αθλητισμό προϋποθέτει πάθος, δέσμευση και υψηλού επιπέδου δεξιότητες. Αποτελεί δε ένα παιχνίδι με το φυσικό κόσμο και ένα μυστηριώδες και απίστευτο ταξίδι (Brymer, 2005).

Ο ακραίος αθλητισμός όπως και ο κλασσικός αθλητισμός διακρίνεται σε ερασιτεχνικό και επαγγελματικό. Σύμφωνα με τον Stebbins η ερασιτεχνική συμμετοχή σε ακραία αθλήματα έχει ως κύριο γνώρισμα το κίνητρο και τη δέσμευση του αθλητή σε μια αθλητική δραστηριότητα την οποία υλοποιεί στον ελεύθερο χρόνο του με απώτερο σκοπό την ψυχαγωγία του. Όσο αυξάνεται η συμμετοχή του στον ακραίο αθλητισμό τόσο αυξάνεται η δέσμευση του, ενώ παράλληλα ενισχύεται το ενδιαφέρον του χωρίς όμως να επιδιώκει οποιοδήποτε οικονομικό αντάλλαγμα από την συγκεκριμένη συμμετοχή. Οι επαγγελματίες αθλητές όμως των ακραίων αθλημάτων χαρακτηρίζονται ως υψηλότερου επιπέδου αθλητές, οι οποίοι έχουν ολοκληρώσει τα στάδια της εξειδικευμένης εκπαίδευσης και έχουν επιτύχει σε εξετάσεις ώστε να έχουν την πιστοποίηση ικανότητας εκπαίδευσης αθλητών στα αντίστοιχα ακραία αθλήματα. Οι

επαγγελματίες αθλητές των ακραίων αθλημάτων όπως είναι λογικό αμείβονται από την ενασχόληση τους με τα ακραία αθλήματα (Stebbins, 1982).

Τα κίνητρα που οδηγούν τους ανθρώπους στη συμμετοχή τους στον ακραίο αθλητισμό θα αναλυθούν εκτενώς στη συνέχεια του κεφαλαίου, διακρίνονται σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία εντάσσονται οι παράγοντες που σχετίζονται με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των ακραίων αθλημάτων τα οποία τείνουν να προκαλούν το αίσθημα της συγκίνησης, διασκέδασης και της πρόκλησης. Στη δεύτερη κατηγορία εντάσσονται οι παράγοντες που σχετίζονται με την προσωπικότητα του ατόμου, όπως την αυτοπεποίθηση, το αίσθημα της επιτυχίας και ο τρόπος που αντιλαμβάνεται κάθε άτομο τα κοινωνικά πρότυπα.

Αρκετοί επιστήμονες υποστηρίζουν πως η επαναλαμβανόμενη ενασχόληση διαφόρων ατόμων με τον ακραίο αθλητισμό συνδέεται με τα βιολογικά χαρακτηριστικά του ατόμου, συγκεκριμένα στην έρευνα του Zuckerman το 2007 αναδεικνύεται η σύνδεση του επιπέδου ορμονών με τη συμμετοχή στα ακραία αθλήματα (Zuckerman, 2007). Συγκεκριμένα ορμόνες όπως η τεστοστερόνη καθώς και οι ενδορφίνες είναι πιθανό να συνδέονται με την αναζήτηση συναισθημάτων διέγερσης. Πρέπει να αναφερθεί πως η δράση συγκεκριμένων ορμονών συνδέεται με εθιστική επίδραση που συνδέεται με τη συμμετοχή σε ακραία αθλήματα. Η ντοπαμίνη που αποτελεί έναν από τους κυριότερους νευροδιαβιβαστές του ανθρώπινου εγκεφάλου, συνδέεται με το συναίσθημα της ικανοποίησης και ευφορίας. Η έκκριση της ντοπαμίνης συνδέεται με την επιθυμία επανάληψης της δραστηριότητας (Stahl, 2008).

## **2.2 Εννοιολογικός προσδιορισμός ακραίων αθλημάτων**

Ο όρος ακραίο άθλημα προέρχεται από τον αγγλικό όρο extreme sports, όπου σύμφωνα με αυτόν τον όρο, ως ακραίο άθλημα ορίζεται κάθε αθλητική δραστηριότητα που οδηγεί τον συμμετέχοντα στα προσωπικά του όρια. Τα αθλήματα που ανήκουν στον ακραίο αθλητισμό ορισμένες φορές χαρακτηρίζονται ως επικίνδυνα για την σωματική ασφάλεια των συμμετεχόντων, ενώ χαρακτηρίζονται από υψηλό επίπεδο έντασης. Η συμμετοχή τους σε αυτά προϋποθέτει την κατάλληλη εκπαίδευση και ενημέρωση σε συνδυασμό με την απαιτούμενη εξάσκηση.

Ο ακραίος αθλητισμός αποτελεί μια κατηγορία αθλημάτων που προσφέρουν συναισθήματα ξεχωριστών εμπειριών καθώς αποτελούν μοναδική εμπειρία για τους συμμετέχοντες. Ακολουθεί ο ορισμός των ακραίων αθλημάτων σύμφωνα με τον Κουθούρη.

*Ορισμός : Ακραία αθλήματα είναι τα αθλήματα και οι δραστηριότητες αναψυχής που υλοποιούνται σε φυσικό περιβάλλον και είναι ριψοκίνδυνες καθώς εμπεριέχουν κατά την υλοποίηση τους στοιχεία όπως η πρόκληση, η περιπέτεια και το ρίσκο. (Κουθούρης, 2009).*

Ο συνδυασμός των δύο όρων ‘ακραίος’ και ‘αθλητισμός’ περιλαμβάνει το σύνολο της ατομικής και ομαδικής σωματικής δραστηριότητας που αποσκοπεί στην εκγύμναση του σώματος είτε περιλαμβάνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των συμμετεχόντων είτε όχι και οι συμμετέχοντες κατά την δραστηριότητα προσεγγίζουν και ενίοτε ξεπερνάνε τα προσωπικά τους όρια. Πρέπει να σημειωθεί πως τα όρια μπορεί να είναι είτε σωματικά, είτε ψυχικά είτε διανοητικά προκειμένου να είναι ικανοί να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις των ακραίων αθλημάτων που επιλέγουν.

Η συμμετοχή στον ακραίο αθλητισμό συνήθως προϋποθέτει αντικειμενικά υψηλό επίπεδο φυσικής κατάστασης καθώς και χρήση εξειδικευμένου εξοπλισμού. Ο βαθμός κινδύνου των ακραίων αθλημάτων θεωρείται υψηλός, ενώ σε αρκετά ακραία αθλήματα οι ταχύτητες χαρακτηρίζονται ιδιαίτερος υψηλές, ενώ άλλα πραγματοποιούνται σε μεγάλο υψόμετρο.

Ο όρος ‘ακραίος αθλητισμός’ ξεκίνησε να χρησιμοποιείται ευρέως στις αρχές της δεκαετίας του 1990, χωρίς όμως να είναι γνωστή η προέλευση του. Σύμφωνα με τον Cohen μια άλλη εννοιολογική περιγραφή των ακραίων αθλημάτων είναι η ακόλουθη:

‘ακραίος αθλητισμός’ ορίζεται η ανταγωνιστική δραστηριότητα ή δραστηριότητα αυτοαξιολόγησης στην οποία το άτομο υπόκειται σε φυσικές ή ασυνήθιστες σωματικές, πνευματικές και ψυχολογικές προκλήσεις στις οποίες είναι απαραίτητη η γνωστική επεξεργασία για ένα επιτυχημένο αποτέλεσμα (Cohen, 2016).

Πρέπει να τονιστεί πως πλέον με τον όρο ακραία αθλήματα περιγράφονται πληθώρα διαφορετικών αθλητικών δραστηριοτήτων, όπως είναι αναμενόμενο υπάρχει αμφισβήτηση για το ποια αθλήματα πλέον μπορούν να θεωρούνται ακραία. Η πλειοψηφία βέβαια των ακραίων αθλημάτων είναι ατομικά, ενώ συνήθως απευθύνονται σε άτομα νεαρής σχετικά ηλικίας. Επιπλέον πρέπει να γίνει αναφορά πως σημαντικό μέρος των συμμετεχόντων στον ακραίο αθλητισμό δεν έχουν κάποιον προπονητή σε σταθερή βάση.

Μια άλλη παράμετρος που διαφοροποιεί τον ακραίο από τον παραδοσιακό αθλητισμό είναι η ύπαρξη απρόβλεπτων και κατά περιπτώσεις ανεξέλεγκτων παραγόντων που τα επηρεάζουν. Αυτοί οι παράγοντες συνδέονται με τις καιρικές συνθήκες, όπως η ταχύτητα των ανέμων, το ύψος των κυμάτων, το χιόνι και τη μορφολογία του εδάφους, τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των βράχων ή του πάγου. Όλα τα ανωτέρω φυσικά φαινόμενα δεν δύναται να ελεγχθούν από τον άνθρωπο, γι' αυτό το λόγο χαρακτηρίζονται ως αναπόφευκτα και επηρεάζουν το αποτέλεσμα του εκάστοτε ακραίου αθλήματος. Επιπλέον μια άλλη σημαντική διαφοροποίηση είναι ο τρόπος αξιολόγησης του αποτελέσματος, καθώς δεν χρησιμοποιούνται τα παραδοσιακά μέτρα αξιολόγησης, όπως χρονομέτρηση ή απόσταση. Συνήθως η αξιολόγηση του αποτελέσματος έχει υποκειμενικά χαρακτηριστικά.

Σε επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί μια πολύ σημαντική οικονομική παράμετρος που αφορά τον ακραίο αθλητισμό, καθώς ο ακραίος αθλητισμός συνδέεται με τον τουρισμό περιπέτειας. Ως τουρισμός περιπέτειας σύμφωνα με την επιτροπή Canadian Tourism Commission (2001) ορίζεται κάθε υπαίθρια δραστηριότητα αναψυχής που πραγματοποιείται σε έναν ασυνήθιστο, εξωτικό, απομακρυσμένο ή φυσικό προορισμό και περιλαμβάνει μη συμβατικά μέσα μεταφοράς και τείνει να σχετίζεται με χαμηλά ή υψηλά επίπεδα δραστηριότητας.

### 2.3 Ταξινόμηση ακραίων αθλημάτων

Η ταξινόμηση των ακραίων αθλημάτων γίνεται με βάση τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

1. Ανάλογα με το βαθμό επικινδυνότητας
2. Ανάλογα με το πεδίο του φυσικού περιβάλλοντος
3. Ανάλογα με τη χρήση οχήματος
4. Ανάλογα με τον επαγγελματικό ή ερασιτεχνικό χαρακτήρα

Ακολουθεί φωτογραφικό υλικό από διάφορα ακραία αθλήματα:



Εικόνα 1: Αθλητής του ακραίου αθλήματος της ελεύθερης πτώσης

(Πηγή: <https://www.xtremegreece.gr/en/aleksiptoto-eleutheri-ptosi/skydiving-near-athens-attica.html>)



Εικόνα 2: Αθλητής του ακραίου αθλήματος της ελεύθερης αναρρίχησης

(Πηγή: <https://hikingexperience.gr>)



**Εικόνα 3: Αθλητής του ακραίου αθλήματος mountainbiking**  
(Πηγή: <https://velosurance.com/blog/mountain-bike-riding-safety-tips/>)



**Εικόνα 4: Rafting στον ποταμό Άραχθο**  
(Πηγή: <https://greekadventure.com>)

### *2.3.1 Ταξινόμηση ανάλογα με το βαθμό επικινδυνότητας*

Ο βαθμός του επικείμενου κινδύνου και ρίσκου κατά την αθλητική δραστηριότητα είναι ένα από τα κύρια μέτρα ταξινόμησης των ακραίων αθλημάτων. Προφανώς ο βαθμός επικινδυνότητας συνδέεται άμεσα με τις απαιτούμενες ικανότητες των συμμετεχόντων. Με βάση το βαθμό επικινδυνότητας τα ακραία αθλήματα διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

- Ακραίας περιπέτειας (extreme adventure sports): τα συγκεκριμένα αθλήματα εμπεριέχουν σημαντικά στοιχεία κινδύνου, οπότε η συμμετοχή τους σε αυτά απαιτεί σημαντική εμπειρία. Ειδικότερα οι συμμετέχοντες πρέπει να είναι εξοικειωμένοι με τη φύση ενώ πρέπει να είναι φυσικά και νοητικά προετοιμασμένοι. Παραδείγματα ακραίας περιπέτειας αποτελούν τα ακόλουθα αθλήματα: η αναρρίχηση (climbing), η κατάβαση ορμητικών ποταμών με σχεδία (white water rafting), η ανεμοπλοΐα (hang gliding), η κατάβαση απότομων βράχων (rappel), το πέταγμα με αλεξίπτωτο πλαγιάς (parapente), η ελεύθερη πτώση ( skydiving), η ποδηλασία βουνού (mountain biking) κ.α.
- Ήπιας περιπέτειας (soft adventure sports): τα συγκεκριμένα αθλήματα εμπεριέχουν μικρότερο φυσικό κίνδυνο και χαμηλότερα επίπεδα ρίσκου. Η συμμετοχή σε αθλήματα αυτής της κατηγορίας απαιτεί από ελάχιστη έως καθόλου εμπειρία. Τα συγκεκριμένα αθλήματα συνδέονται άμεσα με τον τουρισμό περιπέτειας ήπιας μορφής. Παραδείγματα ήπιας περιπέτειας είναι τα ακόλουθα: η πεζοπορία (trekking), η ορειβασία (mountaineering), η διάσχιση φαραγγιών (canyoning), η πλεύση σε ποταμό με σχεδία (rafting), η θαλάσσια κατάδυση (diving) κ.α .

### 2.3.2 Ταξινόμηση με βάση το πεδίο του φυσικού περιβάλλοντος

Η συγκεκριμένη ταξινόμηση διακρίνει τα ακραία αθλήματα στις ακόλουθες κατηγορίες με βάση το φυσικό περιβάλλον στο οποίο λαμβάνουν χώρα:

- Δραστηριότητες εναέριας περιπέτειας (air based adventure sports) όπως: parapente, skydiving, bungee jumping κ.α
- Δραστηριότητες χερσαίας περιπέτειας (land based adventure sports) όπως: trekking, rappel, mountain biking κ.α
- Δραστηριότητες υδάτινης περιπέτειας (water based adventure sports) όπως: white water rafting, diving, rafting κ.α



### 2.3.3 Ταξινόμηση με βάση τη χρήση οχήματος

Μια άλλη ταξινόμηση του ακραίου αθλητισμού αφορά τη χρήση ή όχι κάποιου οχήματος. Ειδικότερα τα ακραία αθλήματα που υλοποιούνται με χρήση οχήματος κατηγοριοποιούνται σε επιπλέον τέσσερις κατηγορίες :

A. Ακραία αθλήματα που χρησιμοποιούν μηχανοκίνητο όχημα με τροχούς, όπως motocross, F1 κ.α

B. Ακραία αθλήματα που χρησιμοποιούν μηχανοκίνητο όχημα που ολισθαίνει, όπως water skiing, air racing κ.α

Γ. Ακραία αθλήματα που χρησιμοποιούν μη μηχανοκίνητο όχημα με τροχούς, όπως BMX racing, skateboarding, mountainbiking κ.α

Δ. Ακραία αθλήματα που χρησιμοποιούν μη μηχανοκίνητο όχημα που ολισθαίνει, όπως kite surf, parachuting wind surf, snowboarding κ.α

Τα ακραία αθλήματα που δεν χρησιμοποιούν οχήματα αφορούν μια σειρά αθλημάτων περιλαμβάνουν μια μεγάλη σειρά αθλημάτων, όπως parkour, ice climbing κ.α

### 2.3.4 Ταξινόμηση με βάση τον επαγγελματικό ή ερασιτεχνικό χαρακτήρα

Η τελευταία ταξινόμηση των ακραίων αθλημάτων αφορά το χαρακτήρα συμμετοχής σε αυτά, η οποία μπορεί να είναι είτε επαγγελματική είτε ερασιτεχνική. Στην περίπτωση της ερασιτεχνικής ενασχόλησης με τον ακραίο αθλητισμό, οι συμμετέχοντες χαρακτηρίζονται από το αίσθημα της σοβαρότητας και της δέσμευσης ως προς το άθλημα που αποφασίζουν να ακολουθήσουν. Η ερασιτεχνική ενασχόληση με τον ακραίο αθλητισμό αποτελεί μια σοβαρή ψυχαγωγική δραστηριότητα στον ελεύθερο χρόνο τους, η οποία με την πάροδο του χρόνου ενασχόλησης αποκτά μεγαλύτερη αξία, δεσμεύοντας με αυτόν τον τρόπο τους συμμετέχοντες στην περαιτέρω ενασχόληση τους χωρίς όμως την απόκτηση οικονομικών απολαβών από την ενασχόληση τους. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του ερασιτεχνικού ακραίου αθλητισμού είναι τα ακόλουθα (Stebbins, 1982) :

1. Η επιμονή παρά τις δύσκολες στιγμές, όπως η εξάντληση, το άγχος και οι τραυματισμοί.

2. εξέλιξη που πραγματοποιείται μέσω της μάθησης και η προσωπική προσπάθεια που βασίζεται σε ειδικές γνώσεις, στην κατάρτιση και στις δεξιότητες που θα βοηθήσουν στην εξέλιξη του ατόμου.

3. Η ανθεκτικότητα σε οφέλη, όπου οι αθλούμενοι αναζητούν την αυτοπραγμάτωση, την αναψυχή, τη βελτίωση της αυτό-εικόνας, τη συναισθηματική ολοκλήρωση, την έκφραση, την κοινωνική αλληλεπίδραση και την ανάγκη ικανοποίησης του αισθήματος του ανήκειν.

4. Το όφελος της καθαρής διασκέδασης

5. Το μοναδικό ήθος που αφορά στην ηθική δεοντολογία, στους κανόνες και στα πρότυπα.

6. Η ισχυρή ταύτιση με την άσκηση, γεγονός που σημαίνει ότι οι συμμετέχοντες επιδιώκουν να μιλήσουν με περηφάνια και μεγάλο ενθουσιασμό για τις επιδιώξεις τους.

Οι επαγγελματίες συμμετέχοντες σε ακραία αθλήματα θεωρούνται υψηλότερου επιπέδου αθλητές, έχουν ολοκληρώσει ειδική εκπαίδευση και εξετάσεις που τους καθιστά ικανούς να διδάξουν τα συγκεκριμένα αθλήματα. Οι επαγγελματίες αθλητές όπως είναι φυσικό κερδίζουν χρήματα από την ενασχόληση τους με τον ακραίο αθλητισμό, ενώ θεωρούνται περισσότερο αφοσιωμένοι σε αυτό που κάνουν και έχουν ισχυρή αίσθηση ταυτότητας που απορρέει από το γεγονός ότι είναι διακεκριμένα μέλη μιας κοινότητας ή ενός σωματείου.

## **2.4 Κίνητρα συμμετοχής στον ακραίο αθλητισμό**

### **2.4.1 Γενικά**

Η συμμετοχή στις αθλητικές δραστηριότητες που χαρακτηρίζονται ως ακραίες και περιλαμβάνουν τον ακραίο αθλητισμό υποκινείται από πληθώρα παραγόντων, όπως η φύση του αθλήματος, τα προσωπικά χαρακτηριστικά των αθλητών, το περιβάλλον που λαμβάνει χώρα η αθλητική δραστηριότητα, η ύπαρξη της πρόκλησης, η εισαγωγή της περιπέτειας στην καθημερινότητα των αθλητών και η ικανοποίηση συναισθημάτων από την έκκριση αδρεναλίνης λόγω του κινδύνου και του ρίσκου. Ουσιαστικά οι παράγοντες που επηρεάζουν την συμμετοχή των αθλητών στον ακραίο αθλητισμό αποτελούν μέρος μια ψυχολογικής διαδικασίας η οποία διεγείρει, κατευθύνει, δεσμεύει και διατηρεί μια συμπεριφορά (Iso-Ahola, 1999).

Η πολυπλοκότητα των κινήτρων συμμετοχής σε ακραία αθλήματα είναι αποτέλεσμα όλων των ατομικών στόχων και προσωπικών λόγων που οδηγούν το άτομο στην συμμετοχή τους σε αυτά. Τα κίνητρα συμμετοχής στον ακραίο αθλητισμό μπορεί να σχετίζονται από την ανάγκη απόδρασης από την μονοτονία της καθημερινότητας έως την ανάγκη έντονης συγκίνησης, γεγονός που υποδηλώνει μεγάλο εύρος. Βέβαια σύμφωνα με τον Lester η κοινή συνιστώσα για τη συμμετοχή στον ακραίο αθλητισμό είναι η απόδραση από την μονοτονία και το στρες της καθημερινότητας (Lester, 2004).

Στην μελέτη τους οι Cesli, Rose και Leigh (1993) κατηγοριοποίησαν τα κίνητρα συμμετοχής στον ακραίο αθλητισμό σε : α) κανονιστικά (normative), β) ηδονιστικά και γ) αυτό-αποτελεσματικότητας.

**Κανονιστικά κίνητρα:** σχετίζονται με την ανάγκη του ατόμου να αποτελεί μέρος ενός κοινωνικού προτύπου, όπου συνήθως ταυτίζεται με την ένταξη του σε μια μικρή κοινωνική ομάδα που ασχολείται με κάποιο ακραίο άθλημα. Πολλές φορές τα άτομα επιζητούν την ανάγκη μιας νέας ταυτότητας μέσω της ένταξης και αποδοχής σε ένα νέο κοινωνικό περιβάλλον. Τα κανονιστικά κίνητρα χαρακτηρίζονται ως εξωτερικά καθώς πηγάζουν από τις επιρροές του εξωτερικού περιβάλλοντος του ατόμου.

**Ηδονιστικά κίνητρα:** ανήκουν στα εσωτερικά κίνητρα και αποδεδειγμένα προσφέρουν ευχαρίστηση στα άτομα που συμμετέχουν στα ακραία αθλήματα. Η ανάγκη ικανοποίησης εμπειριών που περιέχουν το στοιχείο της περιπέτειας και του κινδύνου αποτελεί το βασικότερο ηδονιστικό κίνητρο.

**Κίνητρα αυτό-αποτελεσματικότητας:** ανήκουν στα εσωτερικά κίνητρα, όπου οι συμμετέχοντες στα ακραία αθλήματα έχουν υψηλό επίπεδο αυτογνωσίας και επιδιώκουν μέσω της συμμετοχής σε κάποια ακραία αθλήματα την ικανοποίηση των προσωπικών στόχων. Η επιτυχημένη ολοκλήρωση μια ακραίας δραστηριότητας ενισχύει το επίπεδο αυτό-αποτελεσματικότητας του ατόμου και το προτρέπει σε αναζήτηση νέων εμπειριών μεγαλύτερου ρίσκου και κινδύνου.

#### 2.4.2 Κίνητρα συμμετοχής σε αθλήματα ήπιας περιπέτειας

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα τα αθλήματα ήπιας περιπέτειας χαρακτηρίζονται από δραστηριότητες χαμηλού επιπέδου κινδύνου και ρίσκου. Οι συμμετέχοντες

σε αυτά είναι ερασιτέχνες και συνήθως επιζητούν το ελεγχόμενο ρίσκο και την ευχαρίστηση που έρχεται από την συμμετοχή τους. Υπάρχουν στοιχεία από έρευνες πως ερασιτέχνες αθλητές της χιονοδρομίας (skiing) και χιονοπέδλου (snowboarding) έχουν ως πρωταρχικά κίνητρα τη διασκέδαση και την απόλαυση μέσα από τη συμμετοχή τους σε συνδυασμό με την αναψυχή και όχι την αναζήτηση αδρεναλίνης (Klenosky et al, 1993).

Επιπλέον σημαντικό κίνητρο συμμετοχής στον ακραίο αθλητισμό, ειδικότερα στα αθλήματα ήπιας περιπέτειας αποτελεί η εξερεύνηση του φυσικού περιβάλλοντος του τόπου προορισμού. Οι συμμετέχοντες επιδιώκουν μέσω του αθλητισμού να έρθουν πιο κοντά στη φύση και να ανακαλύψουν φυσικές ομορφιές της περιοχής.

#### *2.4.3 Κίνητρα συμμετοχής σε αθλήματα ακραίας περιπέτειας*

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα τα αθλήματα ακραίας περιπέτειας εμπεριέχουν υψηλό επίπεδο κινδύνου και ρίσκου. Πρωταρχικό κίνητρο συμμετοχής σε αυτά είναι η ικανοποίηση του αισθήματος του κινδύνου, η αναζήτηση της έκκρισης αδρεναλίνης και οι έντονες συγκινήσεις. Η ανάγκη του ατόμου να ξεπεράσει τα όρια του σε συνδυασμό με την επιθυμία να ξεπεράσει τους φόβους τους αποτελούν σημαντικά κίνητρα συμμετοχής σε αθλήματα ακραίας περιπέτειας. Την τελευταία δεκαετία η καθημερινότητα για την πλειοψηφία του πληθυσμού είναι ιδιαίτερος στρεσογόνα, γεγονός που οδηγεί μια σημαντική μερίδα του πληθυσμού στην επιδίωξη ικανοποίησης πρωτόγονων και έντονων συγκινήσεων μέσω της συμμετοχής τους σε αθλήματα ακραίας περιπέτειας.

#### *2.4.4 Θεωρητικά μοντέλα μελέτης κινήτρων αθλητικής αναψυχής*

Στην συγκεκριμένη υποενότητα παρουσιάζονται συνοπτικά οι επικρατέστερες θεωρίες για την μελέτη των κινήτρων συμμετοχής στον ακραίο αθλητισμό.

### **1. Θεωρία ιεράρχησης αναγκών:**

Αποτελεί την πρώτη ερευνητική προσέγγιση για τα κίνητρα συμμετοχής στον ακραίο αθλητισμό από τον Maslow το 1954. Στη συγκεκριμένη προσέγγιση υποστηρίζεται πως οι συμπεριφορές καθώς και οι δράσεις των συμμετεχόντων επηρεάζονται από κίνητρα ικανοποίησης αναγκών ,

είτε αυτές είναι φυσιολογικές, ασφάλειας, κοινωνικές, εκτίμησης και αυτοπραγμάτωσης. Αυτές οι ανάγκες ικανοποιούνται μέσω της αναψυχικής συμπεριφοράς (Marslow, 1954).

## **2. Θεωρία παραγόντων έλξης- ώθησης**

Η συγκεκριμένη θεωρητική προσέγγιση διατυπώθηκε από τον Crompton το 1979, σύμφωνα με τη θεωρία οι συμμετέχοντες στις δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής έλκονται και ωθούνται από κάποιες δυνάμεις. Ειδικότερα οι δυνάμεις ώθησης περιγράφουν τους λόγους για τους οποίους ένας αθλητικός καταναλωτής ωθείται στην απόφαση να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι περιπέτειας. Οι δυνάμεις έλξης περιγράφουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τόπου που πραγματοποιείται η αθλητική δραστηριότητα που έλκουν τους συμμετέχοντες(Crompton, 1979).

## **3. Θεωρία της αντιστροφής**

Η θεωρία της αντιστροφής διατυπώθηκε το 1982 από τον Apter και ουσιαστικά αποτελεί ένα θεωρητικό μοντέλο μέσω του οποίου γίνεται μελέτη της σχέσης της υποκίνησης συμμετοχής με την προσωπικότητα των συμμετεχόντων. Οι συμμετέχοντες κινητοποιούνται από την αναζήτηση δύο εκ διαμέτρου αντίθετων καταστάσεων: α) την αποφυγή της διέγερσης και β) την αναζήτηση της διέγερσης. Σύμφωνα με τον Apter η ανθρώπινη εμπειρία και συμπεριφορά είναι δομικά οργανωμένη σε ζεύγη καταστάσεων όπου κάθε ζεύγος αντιπροσωπεύει δύο αντίθετες μορφές κινήτρων από τις οποίες το άτομο μπορεί να βιώσει μόνο μία κάθε δεδομένη στιγμή. Ακολουθούν τα ζεύγη καταστάσεων σύμφωνα με τον Apter:

- Telic state (σοβαρή κατάσταση)- paratelic state (παιχνιδιάρικη κατάσταση): το συγκεκριμένο ζεύγος κάνει τη διάκριση στο κατά πόσο ο αθλητής παρακινείται από την ανάγκη ολοκλήρωσης και επίτευξης μελλοντικών στόχων ή από την ικανοποίηση και ευχαρίστηση που λαμβάνει κατά τη συμμετοχή του.
- Conformist state (κατάσταση συμμόρφωσης)- negativistic state (επαναστατική κατάσταση): το συγκεκριμένο ζεύγος αναφέρεται στον τρόπο λειτουργίας του αθλητή, στο κατά πόσο λειτουργεί εντός κανόνων ή εκτός αυτών.
- Mastery state- sympathy state: το συγκεκριμένο ζεύγος καταστάσεων κάνει τη διάκριση ανάμεσα στο βαθμό ανταγωνιστικότητας των συμμετεχόντων. Οι αθλητές της πρώτης

κατάστασης χαρακτηρίζονται ως κυριαρχικοί τύποι ενώ της δεύτερης κατάστασης χαρακτηρίζονται ως συνεργατικοί και συμπονετικοί.

- Self state- alloic state: το συγκεκριμένο ζεύγος διακρίνει τους συμμετέχοντες ανάλογα με το εάν παρακινούνται από την προσωπική τους ευθύνη ή με αλτρουιστική βάση (Apter, 1982).

#### **4. Μοντέλο αναζήτησης απόδρασης**

Το συγκεκριμένο μοντέλο διατυπώθηκε το 1982 από τον Iso-Aloha, όπου η θεωρητική προσέγγιση του είχε ως κύριο περιεχόμενο πως η εμπλοκή των ατόμων με την ήπια ή ακραία αθλητική αναψυχή πυροδοτείται από στοιχεία αναζήτησης εσωτερικών και διαπροσωπικών ανταμοιβών σε συνδυασμό με την απόδραση από την καθημερινότητα και το οικείο περιβάλλον.

#### **5. Θεωρία ανάληψης ρίσκου**

Η συγκεκριμένη θεωρία διατυπώθηκε το 1983 από τον Zuckerman, σύμφωνα με αυτή η παρουσία του ρίσκου και του κινδύνου στον ακραίο αθλητισμό αποτελεί κυρίαρχο κίνητρο συμμετοχής. Το ρίσκο επηρεάζει τη συμπεριφορά των συμμετεχόντων, ενώ παρακινεί και ρυθμίζει τη δράση τους. Επιπλέον το αίσθημα του κινδύνου ωθεί τους συμμετέχοντες να εντείνουν την προσπάθεια που καταβάλλουν, όλα τα παραπάνω έχουν ως αποτέλεσμα την μέγιστη διέγερση συναισθημάτων.

#### **6. Θεωρία προσκόλλησης στην τοποθεσία**

Η συγκεκριμένη θεωρητική προσέγγιση έχει μελετηθεί από αρκετούς ερευνητές, η προσκόλληση σε μια τοποθεσία ορίζεται ως η σχέση και ο συναισθηματικός δεσμός του ατόμου με έναν συγκεκριμένο τόπο. Η προσκόλληση ορίζεται με δύο διαστάσεις: α) ταύτιση με τον προορισμό και β) εξάρτηση από τον προορισμό.

Ειδικότερα η ταύτιση με τον προορισμό αναφέρεται στην περίπτωση όπου ο προορισμός αναψυχής ταυτίζεται με τις πεποιθήσεις και αξίες του ατόμου για τον συγκεκριμένο τόπο. Ενώ η εξάρτηση αναφέρεται στη λειτουργική σημασία που έχει ο συγκεκριμένος προορισμός για τον αθλητή. Ουσιαστικά ο αθλητής αξιολογεί ως ύψιστης σημασίας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τόπου για την ικανοποίηση της αθλητικής του δραστηριότητας.

## 2.5 Ανασταλτικοί παράγοντες σε ακραία αθλήματα

Στη διεθνή βιβλιογραφία οι ανασταλτικοί παράγοντες αναφέρονται ως <constraints> ή ως <barriers>, ο πρώτος όρος είναι γενικότερος καθώς περιλαμβάνει εκτός από τα εμπόδια σωματικής φύσεως, ή εξωγενούς προέλευσης εμπόδια και τα κοινωνικής προέλευσης εμπόδια. Στα κοινωνικής προέλευσης εμπόδια περιλαμβάνονται τα ψυχολογικής φύσεως εμπόδια, όπως ο φόβος και η έλλειψη πίστης στις ικανότητες του ατόμου, αλλά και κοινωνικά ζητήματα όπως η ανάγκη συντροφιάς κατά την αθλητική δραστηριότητα, όπου αρκετές φορές μπορεί να είναι δύσκολο για το άτομο να βρει παρέα για μια συγκεκριμένη ακραία αθλητική δραστηριότητα.

Οι πρώτοι ερευνητές των ανασταλτικών παραγόντων για τις δραστηριότητες του ακραίου αθλητισμού ήταν οι Crawford και Godbey το 1987. Ακολουθεί η κατηγοριοποίηση των ανασταλτικών παραγόντων που πρότειναν (Crawford & Godbey, 1987).

- *Ενδοπροσωπικοί ανασταλτικοί παράγοντες:* περιλαμβάνουν τα εσωτερικά εμπόδια που συνδέονται με τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του κάθε ατόμου σε συνδυασμό με την ψυχολογική τους κατάσταση.
- *Διαπροσωπικοί ανασταλτικοί παράγοντες:* περιλαμβάνουν το σύνολο των ανασταλτικών παραγόντων που προκύπτουν ως αποτέλεσμα των διαπροσωπικών αλληλεπιδράσεων του ατόμου με τον κοινωνικό του περίγυρο.
- *Δομικοί ανασταλτικοί παράγοντες:* περιλαμβάνουν τα εξωτερικά εμπόδια τα οποία αφορούν τη μη διαθεσιμότητα των μέσων που απαιτούνται ώστε να συμμετάσχει κάποιος στον ακραίο αθλητισμό. Παραδείγματα δομικών ανασταλτικών παραγόντων είναι η οικονομική δυνατότητα του ατόμου καθώς και η γενικότερη διαθεσιμότητα του, καθώς αρκετά ακραία αθλήματα περιλαμβάνουν ακριβό εξοπλισμό και μετακίνηση. Οι έντονοι ρυθμοί ζωής σε συνδυασμό με τις επαγγελματικές και προσωπικές υποχρεώσεις του ατόμου είναι δυνατόν να αποτελούν εμπόδιο σε κάποια μετακίνηση, ακόμα και ολιγοήμερη.

Από τις τρεις κατηγορίες ανασταλτικών παραγόντων οι ενδοπροσωπικοί κρίνονται ως οι πιο άμεσοι και σημαντικοί. Βέβαια πρέπει να τονιστεί πως οι ανασταλτικοί παράγοντες δεν έχουν ως αποτέλεσμα την αποχή του ατόμου από τον ακραίο αθλητισμό, μπορούν όμως να τον οδηγήσουν σε ηπιότερης μορφής αθλητικές δραστηριότητες. Επίσης οι δομικοί παράγοντες είναι πιο δύσκολοι να υπερκεραστούν σε σχέση με τους υπόλοιπους.

Οι ανασταλτικοί παράγοντες αποτελούν αντικείμενο μελέτης θεμάτων που αφορούν την άσκηση και τη ψυχολογία, συγκεκριμένα αναλύονται με σαφήνεια στη θεωρία της σχεδιασμένης συμπεριφοράς (Ajzen, 1988). Ο έλεγχος της συμπεριφοράς αποτελεί ένα από τα θεμέλια της θεωρίας της σχεδιασμένης συμπεριφοράς και αναφέρεται στην υποκειμενική αξιολόγηση του κάθε ατόμου σχετικά με το εάν μπορεί ή όχι να ολοκληρώσει την εκάστοτε αθλητική δραστηριότητα. Οι ανασταλτικοί παράγοντες επιδρούν σημαντικά στον έλεγχο της συμπεριφοράς των ατόμων.

Όμως τα άτομα που ασχολούνται ερασιτεχνικά με τον ακραίο αθλητισμό, παρά το σύνολο των κινδύνων και αναστολών, οι οποίοι προέρχονται είτε από το περιβάλλον είτε από τους ίδιους, έχει διερευνηθεί και μελετηθεί από διάφορους επιστημονικούς κλάδους. Το αποτέλεσμα των ερευνών είναι η επιστημονική προσέγγιση της ύπαρξης δύο διαστάσεων (Langseth, 2011).

1. Η έννοια της αντιστάθμισης: οι συμμετέχοντες στον ακραίο αθλητισμό επιζητούν την απόδραση από το σύνολο των αναστολών που επιβάλλονται από τη κοινωνία. Ουσιαστικά η συγκεκριμένη διάσταση αποτελεί μια αρνητική στάση ενάντια στους δομικούς ανασταλτικούς παράγοντες.

2. Η προσαρμογή: οι συμμετέχοντες στον ακραίο αθλητισμό επιδιώκουν μέσω της συμμετοχής τους να προσαρμοστούν στις πολιτιστικές επιταγές της σύγχρονης κοινωνίας.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΤΟ ΑΘΛΗΜΑ ΤΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΠΤΩΣΗΣ (SKYDIVING)

### 3.1 Ιστορικά στοιχεία

Το ακραίο άθλημα της ελεύθερης πτώσης έχει καταβολές αρκετούς αιώνες πριν, όταν στην Κίνα περίπου τον 12ο αιώνα μ.Χ. όπου υπήρχαν άνθρωποι που πηδούσαν από γκρεμούς ή προεξοχές λόφων στο έδαφος χρησιμοποιώντας αυτοσχέδια αλεξίπτωτα. Ουσιαστικά ήταν μια παραλλαγή του σημερινού αθλήματος BASE Jumping, στο οποίο οι αθλητές πηδούν από ψηλά σταθερά σημεία, όπως βράχια ή κτήρια χρησιμοποιώντας αλεξίπτωτο. Τα αλεξίπτωτα που χρησιμοποιούσαν αρχικά οι Κινέζοι ήταν τύπου ομπρέλας και μιας χρήσεως<sup>2</sup>.

Το πρώτο σκίτσο αλεξίπτωτου ανήκει στον Ιταλό εφευρέτη Leonardo Da Vinci και χρονολογείται το 1486 μ.Χ., στις 26 Ιουνίου του 2000 ο επαγγελματίας αθλητής ελεύθερης πτώσης Adrian Nicholas, παρά τις προειδοποιήσεις γύρω από τα θέματα ασφαλείας σχεδίασε και κατασκεύασε ένα πιστό αντίγραφο του σκίτσου του Leonardo Da Vinci με το οποίο πραγματοποίησε επιτυχώς ελεύθερη πτώση. Οπότε μπορούμε να συμπεράνουμε πως το πρώτο λειτουργικό αλεξίπτωτο κατασκευάστηκε το 1486 μ.Χ. από τον Leonardo Da Vinci.



Εικόνα 5: Το σκίτσο του Leonardo Da Vinci με το πρώτο αλεξίπτωτο

(Πηγή: <http://www.skydivingmelbourne.com.au/wow-factor-3/the-history-of-skydiving>)

<sup>2</sup> <https://skydivingmuseum.org/emuseum/donate#event-chinese-jump-with-umbrellas>



**Εικόνα 6: Ο Adrian Nicholas κατά την ελεύθερη πτώση του με τη ρέπλικα του Da Vinci**

(Πηγή: <https://www.angelfire.com/electronic/awakening101/davinci-chute.html>)

Η πραγματική ιστορία του skydiving ξεκινά με τον Γάλλο Andre-Jacques Garnerin, ο οποίος έκανε επιτυχημένες καταβάσεις με αλεξίπτωτο το 1797 πηδώντας από αερόστατο. Το πρώτο καταγεγραμμένο άλμα ελεύθερης πτώσης πιστώνεται στον Leslie Irvin το 1919 και οι πρώτες καταβάσεις αγωνιστικού χαρακτήρα χρονολογούνται στις αρχές της δεκαετίας του 1930. Η πραγματική όμως εξέλιξη και δημοφιλία του skydiving ήρθε με το τέλος του Β Παγκοσμίου Πολέμου, καθώς ο στρατός ανέπτυξε και εξέλιξε την τεχνολογία κατασκευής των αλεξίπτωτων. Με το πέρας του πολέμου πολλοί στρατιώτες θέλησαν να συνεχίσουν την ενασχόληση τους με την ελεύθερη πτώση, οπότε ξεκίνησε η καθιέρωση και ανάπτυξη του αθλήματος του skydiving.

Η 1η εκπαιδευτική σειρά ελεύθερης πτώσης για λογαριασμό των Ελληνικών Ενόπλων Δυνάμεων ολοκληρώθηκε το Φεβρουάριου του 1969. Την ευθύνη του εκπαιδευτικού προγράμματος είχαν 6 Αμερικάνοι εκπαιδευτές με τους συμμετέχοντες να έχουν ως μοναδική προϋπόθεση συμμετοχής την ολοκλήρωση τουλάχιστον 30 αλμάτων στατικού ιμάντα στο ενεργητικό τους. Στο συγκεκριμένο πρόγραμμα έλαβαν μέρος 9 στελέχη του Ελληνικού Στρατού μαζί με στελέχη των Η.Π.Α και του Η.Β. Το ύψος των αλμάτων κυμαινόταν από 8.000 πόδια έως 25.000 πόδια.

Το πρώτο παγκόσμιο πρωτάθλημα skydiving πραγματοποιήθηκε το 1951 στα εδάφη της τότε ενωμένης Γιουγκοσλαβίας, στη συνέχεια πραγματοποιήθηκαν παγκόσμια πρωταθλήματα και διοργανώσεις υπό την αιγίδα της Διεθνούς Αεροναυτικής Ομοσπονδίας (FAI).

### ***Βασικοί κανόνες ασφαλείας***

Οι βασικοί κανόνες ασφαλείας (ΒΚΑ) του αθλήματος ορίζονται από την Επιτροπή Αλεξιπτωτισμού της Ελληνικής Αεραθλητικής Ομοσπονδίας (Ε.Λ.Ε.Α.Ο) και αντανακλούν τα γενικώς παραδεκτά διεθνή πρότυπα ασφαλείας για το άθλημα του αλεξιπτωτισμού. Τα επίπεδα ασφαλείας έχουν καθοριστεί μετά από τα χρόνια εμπειρίας και τις πληροφορίες που έχουν αποκομίσει οι επαγγελματίες αλεξιπτωτιστές. Όμως πρέπει να γίνει αναφορά πως σε διάφορες περιπτώσεις ανάλογα με τους περιορισμούς που επιβάλλονται από τις τοπικές συνθήκες είναι δυνατόν να γίνουν αποκλίσεις ή εξαιρέσεις από τους ΒΚΑ.

Οι ΒΚΑ αναπτύχθηκαν και καθιερώθηκαν με γνώμονα την μείωση των επικίνδυνων περιστατικών που συνδέονται με τον ακραίο αθλητισμό. Η βελτίωση του επιπέδου ασφαλείας συμβαίνει όταν μειώνονται οι παράγοντες κινδύνου. Κάθε άτομο που ασχολείται με τον αλεξιπτωτισμό συμβάλλει στη μείωση των παραγόντων κινδύνου όταν:

1. Αποκτά την κατάλληλη γνώση γύρω από το άθλημα και προσπαθεί συνεχώς να εξελίξει και να βελτιώσει τη γνώση του.
2. Προπονείται συνεχώς ώστε να είναι έτοιμο να αντιμετωπίσει τους πιθανούς και απροσδόκητους παράγοντες κινδύνου.
3. Μπορεί να έχει την εμπειρία να αναγνωρίζει τα όρια και τις προσωπικές του ικανότητες.
4. Είναι συνεχώς σε επαγρύπνηση και αντιλαμβάνεται πλήρως τι συμβαίνει γύρω του.
5. Έχει πάντα μια εναλλακτική.
6. Έχει καταφέρει να αναπτύξει τους κατάλληλους μηχανισμούς κρίσεως.
7. Έχει την ικανότητα να εκτιμήσει τους παράγοντες κινδύνου.

Οι βασικοί κανόνες ασφαλείας αναπτύσσονται μετά από την ανάλυση και μελέτη επικίνδυνων περιστατικών και ατυχημάτων. Η μελέτη και αναζήτηση της αιτίας ενός επικίνδυνου περιστατικού προσφέρει σημαντικές πληροφορίες σχετικά με την ασφάλεια. Η αναθεώρηση και τροποποίηση (όποτε κρίνεται αναγκαίο) των βασικών κανόνων ασφαλείας πραγματοποιείται σε τακτά χρονικά διαστήματα από τα αρμόδια όργανα της Ομοσπονδίας Αλεξιπτωτιστών. Οι εξαιρέσεις των ΒΚΑ ζητούνται από την ομοσπονδία με σκοπό την ανάπτυξη νέων τεχνικών ή βελτιστοποίηση κάποιας υπάρχουσας διαδικασίας. Οι εξαιρέσεις των ΒΚΑ είναι εφικτές μόνο μετά από αίτηση, ώστε να εξεταστεί το αίτημα από τους αρμόδιους και

να διαπιστωθεί εάν υπό ορισμένες συνθήκες και προϋποθέσεις δεν μειώνεται το απαιτούμενο επίπεδο ασφαλείας.

Η εφαρμογή των ΒΚΑ γίνεται σε κάθε άλμα με αλεξίπτωτο εκτός από του στρατιωτικού χαρακτήρα άλματος και όσων είναι αποτέλεσμα κάποιας έκτακτης ανάγκης. Πρέπει να γίνει όμως σαφές πως κάθε πτώση με αλεξίπτωτο οφείλει να είναι σύμφωνη με τους κανόνες της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας. Πιο συγκεκριμένα σε κάθε άλμα με αλεξίπτωτο γίνεται ενημέρωση της ΥΠΑ, όπου αυτή μετά με τη σειρά της εκδίδει notams (αεροπορικές οδηγίες) ενημερώνοντας για τη δεσμευμένη περιοχή εκτέλεσης του άλματος, τους χρόνους, τις ημέρες όπως και το ύψος. Επιπλέον η μέγιστη επιτρεπτή ταχύτητα ανέμου στο έδαφος για τις εκπαιδευτικές πτώσεις με αλεξίπτωτο είναι 9m/s, ενώ για επαγγελματίες δεν υπάρχει όριο. Η διακοπή αλμάτων ή μη πραγματοποίηση αυτών είναι απόφαση των εκπαιδευτών ή των διοργανωτών.

Όσον αφορά το ελάχιστο ύψος ανοίγματος του θόλου του αλεξίπτωτου ανέρχεται στα 4.500 πόδια από την επιφάνεια του εδάφους για άλματα-tandem (η πτώση με αλεξίπτωτο που απαιτεί το λιγότερο χρόνο προετοιμασίας) ενώ για άλματα στατικού ιμάντα ανέρχεται στα 2.800 πόδια. Τα άλματα από μικρότερο ύψος επιτρέπονται μόνο σε επαγγελματίες αθλητές κατόχους διπλωμάτων Β και C που εκδίδονται από την ΕΛ.Α.Ο.

Οι επιτρεπόμενες ζώνες ρίψεως είναι περιοχές απαλλαγμένες από εμπόδια, όπου ως εμπόδιο θεωρείται ηλεκτρικά καλώδια, κολώνες, κτίρια, συστάδες δένδρων που καλύπτουν περισσότερα από 3.000 m<sup>2</sup>. Η απόσταση από εμπόδια κυμαίνεται από 50 έως 100 μέτρα, ενώ μόνο οι κάτοχοι πτυχίου κατηγορίας D επιτρέπεται να κάνουν ρίψη σε μικρότερη απόσταση από εμπόδια. Τέλος, για την συμμετοχή των αθλητών αλεξιπτωτιστών σε αγώνες υπάρχει η υποχρέωση να έχουν σε ισχύ ιατρικό πιστοποιητικό κατηγορίας Α, Β , ή Γ της Πολιτικής Αεροπορίας.

### **3.2 Εξοπλισμός**

Ο εξοπλισμός του αθλήματος είναι ο ακόλουθος:

- Αλεξίπτωτα
- Automatic activation device (AAD)

- Στολή skydiving
- Αλτίμετρο
- Ειδικά προστατευτικά γυαλιά (goggles)
- Κράνος
- Γάντια
- Ειδικά παπούτσια

Όπου σε κάθε πτώση υπάρχουν δύο αλεξίπτωτα, το κύριο και το εφεδρικό, τα οποία διαθέτουν αεροδυναμικό θόλο όπως τα φτερά ενός αεροπλάνου. Τα αλεξίπτωτα που χρησιμοποιούνται ποικίλλουν ανάλογα με το είδος της πτώσης και το ύψος. Το υλικό κατασκευής τους είναι το νάιλον (nylon). Τα αλεξίπτωτα είναι τοποθετημένα στο ειδικό σακίδιο πλάτης, στο εφεδρικό αλεξίπτωτο είναι τοποθετημένη η συσκευή AAD η οποία παρακολουθεί τον ρυθμό πτώσης και την ταχύτητα πτώσης του αθλητή σε συνδυασμό με το υψόμετρο και υπολογίζει τον ασφαλή χρόνο ανοίγματος του αλεξίπτωτου. Σε περίπτωση κινδύνου δίνεται ηλεκτρονικό σήμα από το AAD και απελευθερώνεται το εφεδρικό αλεξίπτωτο. Σε κάθε πτώση ο αθλητής έχει προσδεμένο στο σώμα του, συνήθως στο στήθος του το αλτίμετρο, το οποίο είναι όργανο μέτρησης του υψομέτρου.

Ανάλογα με το είδος της πτώσης υπάρχει και διαφορετική στολή, στις εικόνες που ακολουθούν παρουσιάζονται διαφορετικές στολές skydiving.



Εικόνα 7: Skydiving wingsuit

(Πηγή: <https://www.fruugo.gr/>)



**Εικόνα 8: Skydiving formation suit**  
(Πηγή: <https://www.fruugo.gr/>)



**Εικόνα 9: Freely skydiving suit**  
(Πηγή: <https://www.fruugo.gr/>)

Τα goggles είναι προστατευτικά γυαλιά σε μέγεθος μάσκας. Άλλοι αθλητές επιλέγουν τα φιμέ goggles για καλύτερη προστασία από την ηλιακή ακτινοβολία και άλλοι τα διαφανή. Στην εικόνα 10 που ακολουθεί παρουσιάζονται δύο τυπικά goggles κατά την πτώση με εκπαιδευτή.



Εικόνα 10: Πτώση με εκπαιδευτή skydiving  
(Πηγή: <https://skydivemonroe.com/blog/>)

Το κράνος κατασκευάζεται από ανοξείδωτο ατσάλι και ανθρακόνημα ώστε να παρέχεται η απαιτούμενη ασφάλεια και άνεση. Υπάρχουν δύο κατηγορίες, αυτά που είναι ανοιχτά μπροστά και ο αθλούμενος φοράει και goggles και αυτά που καλύπτουν όλο το κεφάλι και δεν απαιτείται η χρήση προστατευτικών γυαλιών. Ενώ τα παπούτσια είναι ελαφρά και ιδιαιτέρως ανθεκτικά σε πολύ υψηλές δυνάμεις, ώστε να προσγειωθεί ο αθλούμενος με ασφάλεια. Καλύπτουν τον αστράγαλο και προσφέρουν πολύ καλή στήριξη σε αυτόν.

### **3.3 Τα αγωνίσματα μιας διεθνούς διοργάνωσης**

Σύμφωνα με τη FAI τα παγκόσμια πρωταθλήματα αλεξιπτωτισμού περιλαμβάνουν τα ακόλουθα αγωνίσματα :

- Accuracy landing
- Free fall style
- Artistic events (freestyle skydiving, freeflying)
- Canopy formation (4-way sequential, 4-way rotation, 2-way sequential)
- Canopy piloting (accuracy, distance, speed)

- Formation skydiving
- Wingsuit flying
- Speed skydiving
- Paraski

Ακολουθεί μια συνοπτική παρουσίαση των ανωτέρω αγωνισμάτων. Τα δύο πρώτα αγωνίσματα του αθλητισμού με αλεξίπτωτο είναι το *accuracy landing* (προσγείωση ακριβείας) και *free fall skydiving* (ελεύθερη πτώση), χαρακτηριστικά στον πρώτο διεθνή αγώνα αλεξιπτωτισμού που διοργανώθηκε το 1951 στη Γιουγκοσλαβία το αγώνισμα ήταν η προσγείωση ακριβείας, συγκεκριμένα ο στόχος ήταν ποιος αθλητής θα προσγειωθεί πλησιέστερα στον στόχο μετά μετά από συνεχόμενες προσπάθειες. Αυτή είναι ακόμα και σήμερα η βασική αρχή των αγωνισμάτων *accuracy landing*, όμως στην πορεία του χρόνου έχουν συμβεί σημαντικές αλλαγές στον τύπο του αλεξίπτωτου, στον τρόπο μέτρησης και καταγραφής της προσγείωσης. Οι διαγωνιζόμενοι πηδάνε σε ομάδα των 5 από ύψος 1000 μέτρων, ο καθένας ανοίγει το αλεξίπτωτο διαδοχικά ώστε να έχει καθαρό πεδίο προς το στόχο. Ο αγώνας διεξάγεται και σε ατομικό αλλά και σε ομαδικό επίπεδο καθώς υπολογίζονται οι 4 καλύτερες επιδόσεις. Η ζώνη προσγείωσης έχει κυκλικό σχήμα, στο κέντρο της υπάρχει ένας δίσκος που ονομάζεται *Dead Centre Disc* διαμέτρου πλέον 2 εκατοστών, χρώματος κίτρινου που φωσφορίζει ενώ γύρω του ο δίσκος έχει μαύρο χρώμα.



Εικόνα 11: Αθλητής *accuracy landing* κατά την προσγείωση

(Πηγή: [www.fai.org](http://www.fai.org))



### *Free fall style*

Το αγώνισμα *free fall style* εισήχθη για πρώτη φορά στους αγώνες της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας το 1962, κατά το συγκεκριμένο αγώνισμα ο αθλητής καλείται να ολοκληρώσει με ακρίβεια και ταχύτητα ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα γυμναστικής που περιλαμβάνει περιστροφές και στροφές. Το πρόγραμμα κάθε αθλητή βιντεοσκοπείται με κάμερα φακών ακριβείας από το έδαφος και αξιολογείται από την κριτική επιλογή. Ο αθλητής πηδά από ύψους 2.200 μέτρων και αφού πρώτα αναπτύξει την κατάλληλη ταχύτητα μετά ξεκινά το πρόγραμμα του.

Η κατηγορία αγωνισμάτων *artistic* αναπτύχθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 καθώς αρκετοί αθλητές πειραματίζονταν με διαφορετικές μανούβρες κατά την πτώση τους, παίρνοντας ιδέες κυρίως από την ρυθμική γυμναστική και το καλλιτεχνικό πατινάζ. Επιπλέον εκείνη περίπου τη χρονική περίοδο εμφανίστηκε και η χρήση σανίδας κατά την ελεύθερη πτώση, αυτά τα γεγονότα προσέκλυσαν την προσοχή του κοινού και ακολούθησε η διοργάνωση αγώνων επίδειξης. Το 1994 η FAI καθιέρωσε αρμόδια ομάδα εργασίας ώστε να θεσπιστούν οι κανόνες και να ενταχθεί το συγκεκριμένο αγώνισμα στα διεθνή πρωταθλήματα. Το πρώτο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα freestyle διοργανώθηκε το 1996 στην Τουρκία. Το 2ο αγώνισμα κατηγορίας artistic είναι το freeflying, το οποίο για πρώτη φορά δοκιμάστηκε από τον Olav Zipser όταν άρχισε να δοκιμάζει κάθε πιθανή περιστροφή και κίνηση του σώματος του κατά την πτώση του. Κατά τη διάρκεια των αγωνισμάτων artistic οι αθλητές πραγματοποιούν καθορισμένες αλλά και ελεύθερες χορογραφίες.



Εικόνα 12: Η Stefania Martinegro κατά την πτώση της σε αγώνα artistic freestyle skydiving

(Πηγή: <https://www.skydivemag.com/new/author/stefania-martinengo/>)

### *Canopy formation*

Το συγκεκριμένο αγώνισμα έχει τις ρίζες τους στην δεκαετία του 1980, όταν κάποιοι αθλητές του skydiving ξεκίνησαν τις πτώσεις σε σχηματισμό δοκιμάζοντας τα νέα τους αλεξίπτωτα, με χαρακτηριστική περίπτωση να στέκεται ο ένας στο αλεξίπτωτο του άλλου. Η συγκεκριμένη δράση απέκτησε σύντομα θαυμαστές και άρχισε να δοκιμάζεται από αρκετούς αθλητές, έως ότου αναπτύχθηκαν κανόνες και εντάχθηκε στις διοργανώσεις της FAI. Πρέπει να τονιστεί πως στο συγκεκριμένο αγώνισμα ένα μέλος της ομάδας εκτελεί χρέη εικονολήπτη καθώς βιντεοσκοπεί την προσπάθεια της ομάδας και στη συνέχεια η επιτροπή την αξιολογεί με βάση το οπτικό υλικό που της παρέχεται. Η συγκεκριμένη κατηγορία έχει τρεις τύπους αγωνίσματος, 4-way rotations, 4-way sequential, 2-way sequential, στους πρώτους δύο τύπους καλούνται 4 αθλητές να σχηματίσουν τον απαιτούμενο σχηματισμό ή ακολουθίες σχηματισμών, σε 30 δευτερόλεπτα και 2 λεπτά αντίστοιχα, ενώ στον τρίτο τύπο 2 αθλητές σε χρόνο ενός λεπτού.



Εικόνα 13: Αθλητές skydiving σε σχηματισμό θολου

(Πηγή: [www.fai.org](http://www.fai.org))

### *Canopy piloting*

Το συγκεκριμένο αγώνισμα απευθύνεται σε έμπειρους αθλητές, χρησιμοποιείται μικρό αλεξίπτωτο ώστε να επιτυγχάνονται μεγάλες ταχύτητες και να υπάρχει ικανοποιητική ευελιξία.

Για λόγους ασφαλείας το συγκεκριμένο αγώνισμα πραγματοποιείται πάνω από υδάτινες επιφάνειες.



Εικόνα 14: Αθλητές canopy piloting

(Πηγή: <https://www.speedflysports.com/product-page/basic-canopy-piloting-course>)

### *Formation skydiving*

Οι αθλητές του συγκεκριμένου αγωνίσματος κατά την ελεύθερη πτώση του πέφτουν σε ομάδες 4-8 ατόμων και πραγματοποιούν σχηματισμούς και μοτίβα, είτε σε παράλληλη θέση προς το έδαφος (με την κοιλιά να κοιτά το έδαφος) είτε σε κάθετη θέση. Κάθε ομάδα έχει τον δικό της εικονολήπτη ο οποίος βιντεοσκοπεί τον σχηματισμό τους. Οι αθλητές πιάνονται μεταξύ τους από τα ειδικά σημεία της στολής ή τους καρπούς και τους αστραγάλους.



Εικόνα 15: Αθλητές formation skydiving κατά την πτώση τους (Πηγή:

<https://skydiveparacletexp.com/2016/04/09/formation-skydiving/>)

### *Wingsuit flying*

Το συγκεκριμένο αποτελεί το πλέον πρόσφατο αγώνισμα που προστέθηκε στα διεθνή πρωταθλήματα της FAI, καθώς αναγνωρίστηκε το 2015. Το συγκεκριμένο αγώνισμα έχει 2 κατηγορίες, wingsuit performance και wingsuit acrobatics.



Εικόνα 16: Αθλητές wingsuit σε διοργάνωση της Redbull

(Πηγή: [www.redbull.com](http://www.redbull.com))

### *Speed skydiving*

Αποτελεί νέο σχετικά αγώνισμα, με την απλή βασική αρχή της επίτευξης της μέγιστης ταχύτητας σε δεδομένη απόσταση. Χαρακτηριστικά κατά την ελεύθερη πτώση με σταθερό το σώμα σε κατακόρυφη θέση με το κεφάλι προς τα κάτω αναπτύσσονται ταχύτητες μεταξύ 240-290km/h, όμως οι έμπειροι επαγγελματίες αθλητές μπορούν να επιτύχουν ταχύτητες αρκετά υψηλότερες, έως 480km/h μειώνοντας το μέτρο της οπισθέλκουσας δύναμης μέσω σταθεροποίησης του σώματος τους.



Εικόνα 17: Στιγμιότυπο κατά την πτώση ταχύτητας

(Πηγή: <https://edition.cnn.com/videos/sports/2021/12/07/speed-skydiving-world-record-holders-experience-history-spt-intl.cnn>)

### *Πως γίνεται κάποιος επαγγελματίας αθλητής και εκπαιδευτής*

Οι αθλητές των αθλημάτων αλεξιπτωτισμού με την ολοκλήρωση συγκεκριμένων προϋποθέσεων (θα παρουσιαστούν στη συνέχεια) έχουν τη δυνατότητα απόκτησης ορισμένων Πτυχίων και 'Ικανοτήτων' που αναγνωρίζονται από την ομοσπονδία με σκοπό την ανάδειξη των δυνατοτήτων και γνώσεων τους. Η εκπαιδευτική ικανότητα καθώς και η επαγγελματική ιδιότητα είναι άμεσα συνδεδεμένες με αυτά τα Πτυχία και Ικανότητες. Τα πτυχία υποδιαιρούνται σε τέσσερις κατηγορίες, ενώ αρκετές ικανότητες αποκτούνται συμπληρωματικά για την ανάγκη ικανοποίησης κάποιων απαιτήσεων. Οι ικανότητες κατηγοριοποιούνται σε τρεις ανεξάρτητους τύπους:

1. Ικανότητα πρώτου τύπου: ικανότητα εκπαίδευσης μαθητών
2. Ικανότητα δεύτερου τύπου: ικανότητα πραγματοποίησης αλμάτων επιδείξεων
3. Ικανότητα τρίτου τύπου: ικανότητα κριτή αγώνων αλεξιπτωτισμού

Τα πτυχία που εκδίδει η Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία είναι αναγνωρισμένα από τη FAI, ενώ στην Ελλάδα για λόγους ασφαλείας και εγκυρότητας αναγνωρίζονται μόνο τα πτυχία που έχει εκδώσει η Αμερικανική Ομοσπονδία Αλεξιπτωτισμού (USPA). Μέσω των πτυχίων αντικατοπτρίζεται το επίπεδο των ικανοτήτων και γνώσεων των αθλητών.

Το **πτυχίο Α** αποτελεί το βασικό πτυχίο, το οποίο πιστοποιεί πως ο ενδιαφερόμενος έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εκπαίδευση του ως μαθητής. Απαραίτητη προϋπόθεση για την απόκτηση του πτυχίου Α είναι η πιστοποιημένη ολοκλήρωση 25 αλμάτων, εκ των οποίων τα πέντε να είναι σχηματισμού τουλάχιστον '2-way'. Στο παράρτημα 1 της εργασίας παρουσιάζεται η κάρτα απαιτήσεων για την απόκτηση του πτυχίου Α, οι απαιτήσεις διακρίνονται σε πέντε κατηγορίες:

- Απαίτηση ικανοτήτων εξόδου και ελεύθερης πτώσης
- Απαίτηση ικανοτήτων πτήσης θόλου
- Απαίτηση ικανοτήτων γνώσης εξοπλισμού
- Απαίτηση ικανοτήτων γνώσης σημείου εξόδου και αεροσκαφών
- Απαίτηση ικανοτήτων γνώσης επικίνδυνων καταστάσεων.

Ακολουθεί το **πτυχίο Β** το οποίο χαρακτηρίζεται ως ενδιάμεσο, οι κάτοχοι του πτυχίου Α με την ολοκλήρωση 50 αλμάτων ελεύθερης πτώσης, τα οποία ικανοποιούν τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

1. Τουλάχιστον 30 λεπτά χρόνου ελεύθερης πτώσης
2. Επιτυχημένη προσγείωση σε απόσταση μικρότερη των δέκα μέτρων από τον στόχο σε 10 άλματα
3. Αποδεδειγμένη ικανότητα ατομικών ελιγμών στον αέρα (στροφή 360° αριστερά, στροφή 360° δεξιά, ανάποδη περιστροφή)
4. Αποδεδειγμένη πρακτική εκπαίδευση προσγείωσης σε νερό με πλήρη εξοπλισμό

Με την ολοκλήρωση των ανωτέρω προϋποθέσεων ακολουθεί γραπτή εξέταση υπό την επίβλεψη της ΕΛ.Α.Ο, όπου με την επιτυχία της ο αθλητής αποκτά το πτυχίο Β. Οι κάτοχοι του πτυχίου Β με την ολοκλήρωση 100 αλμάτων μπορούν να γίνουν υποψήφιοι βοηθοί εκπαιδευτή. Οι κάτοχοι πτυχίου Β μπορούν να πραγματοποιήσουν νυχτερινά άλματα.

Στη συνέχεια οι προϋποθέσεις ώστε ένας κάτοχος πτυχίου Β μπορέσει να αποκτήσει το προχωρημένο **πτυχίο C** είναι οι ακόλουθες:

- Ολοκλήρωση 200 αλμάτων ελεύθερης πτώσης
- Τουλάχιστον 60 λεπτά χρόνου ελεύθερης πτώσης
- Επιτυχημένη προσγείωση σε απόσταση μικρότερη των 2 μέτρων από το στόχο σε 25 άλματα
- Απόδειξη ικανότητας ελιγμών στον αέρα (στροφή 360° αριστερά, στροφή 360° δεξιά, ανάποδη περιστροφή, μπροστινή περιστροφή, δεξιά πλάγια λύκνιση, αριστερή πλάγια λύκνιση)
- Επιτυχημένη συμπλήρωση άλματος 8-way ή μεγαλύτερο με βαθμολογία τουλάχιστον 2 πόντων
- Ακολουθεί η γραπτή εξέταση για την απόκτηση του πτυχίου C

Τέλος το **πτυχίο D**, το οποίο χαρακτηρίζεται ως τελικό παρέχει τη δυνατότητα στους κατόχους του να είναι υποψήφιοι εκπαιδευτές όλων των βαθμίδων και ικανοτήτων. Για την

απόκτηση του είναι απαραίτητη η κάλυψη όλων των απαιτήσεων του πτυχίου C, ενώ επιπλέον πρέπει ο υποψήφιος να:

- Έχει συμπληρώσει 500 άλματα ελεύθερης πτώσης και τουλάχιστον 3 ώρες χρόνου ελεύθερης πτώσης
- Έχει ολοκληρώσει ένα ατομικό νυχτερινό άλμα και ένα νυχτερινό άλμα συνεργασίας, κάθε ένα από αυτά να έχει διάρκεια τουλάχιστον 20 δευτερόλεπτα
- Επιτύχει στην γραπτή εξέταση υπό την επίβλεψη της ομοσπονδίας

Οι διακρίσεις στις ικανότητες του εκπαιδευτή, αφορούν τις τρεις μεθόδους εκπαίδευσης:

1. μέθοδος στατικού μάντα
2. μέθοδος επιταχυνόμενης ελεύθερης πτώσης
3. μέθοδος TANDEM

Για κάθε μία μέθοδο υπάρχει διάκριση σε ικανότητα εκπαιδευτή και ικανότητα εκπαιδευτή/ εξεταστή, με την ικανότητα του εκπαιδευτή να διακρίνεται με τη σειρά της σε δύο κατηγορίες, αυτή του βοηθού εκπαιδευτή και του εκπαιδευτή. Ενώ τα πτυχία δεν χρειάζεται να αναθεωρηθούν, δεν ισχύει το ίδιο για την ικανότητα του εκπαιδευτή, καθώς έχει ισχύ ενός έτους.

Τέλος, πρέπει να τονιστεί πως η εκπαίδευση όλων των αθλητών πρέπει να ανανεώνεται τακτικά. Ειδικότερα όλοι οι μαθητές που δεν έχουν πραγματοποιήσει κάποιο άλμα για πάνω από 30 ημέρες πριν την πραγματοποίηση του άλματος, καλούνται να επαναλάβουν στο έδαφος όλες τις κανονικές διαδικασίες καθώς και όλες τις διαδικασίες ανάγκης τις οποίες έχουν διδαχθεί, ενώ παράλληλα πρέπει ο αθλητής να έχει το απαιτούμενο επίπεδο φυσικής κατάστασης εκτός από την απαιτούμενη θεωρητική γνώση. Οι έμπειροι αθλητές όμως που απέχουν σημαντικό χρονικό διάστημα από το άθλημα του αλεξιπτωτισμού ανήκουν σε μια κατηγορία υψηλού κινδύνου γι' αυτό το λόγο πρέπει πρώτα να ολοκληρώσουν άλματα που αποβλέπουν στη βελτίωση του επιπέδου ασφαλείας του αθλητή.

### 3.4 Αγώνες ελεύθερης πτώσης

Η σημαντικότερη διοργάνωση του αθλήματος είναι το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Αλεξιπτωτισμού (World parachuting championship), που διοργανώνεται κάθε χρόνο σε διαφορετικές τοποθεσίες υπό την αιγίδα της FAI. Η διοργάνωση για το έτος 2022 πραγματοποιήθηκε στις Η.Π.Α και συγκεκριμένα στην Αριζόνα μεταξύ 9 και 22 Οκτωβρίου. Τις δύο εβδομάδες που διήρκεσε το πρωτάθλημα έλαβαν χώρα τα ακόλουθα αγωνίσματα :

#### 1η εβδομάδα

- 20<sup>th</sup> FAI world canopy formation championships
- 9<sup>th</sup> FAI world canopy piloting championships
- 3<sup>rd</sup> FAI world canopy formation championships
- 4<sup>th</sup> FAI world wingsuit flying championships

#### 2η εβδομάδα

- 25<sup>th</sup> FAI world formation skydiving championships
- 14<sup>th</sup> FAI world artistic events championships
- 4<sup>th</sup> FAI world speed skydiving championships

Εκτός από τα διεθνή πρωταθλήματα, η FAI διοργανώνει διάφορα γεγονότα αεραθλητισμού με σκοπό την προώθηση των αθλημάτων αλεξιπτωτισμού και τη γνωριμία μεγαλύτερης μερίδας του κοινού με τα συγκεκριμένα αθλήματα. Όσον αφορά τα διεθνή αγωνίσματα κυπέλλου που διοργανώνονται από τη FAI το έτος 2022 διοργανώθηκαν οι ακόλουθες διοργανώσεις :

- 7-12 Ιουλίου 2022 ‘The world games, Birmingham, Alabama, USA
- 18-23 Ιουλίου 2022 ‘36<sup>th</sup> FAI World Cup of Freefall Style and Accuracy Landing, Strakonice, CZE

Επίσης, κάθε χρόνο πραγματοποιούνται σε συνεργασία με την FAI οι παγκόσμιοι αγώνες αλεξιπτωτισμού για στρατιωτικούς. Οι τελευταίοι διοργανώθηκαν στο Γκούσινγκ της Αυστρίας



το διάστημα μεταξύ 20-30 Ιουνίου του 2022 και ήταν οι 45οι αγώνες. Εκεί συμμετείχαν ομάδες από Ένοπλες Δυνάμεις 32 διαφορετικών χωρών με 227 συμμετέχοντες.

Επιπλέον εκτός από τις διεθνείς διοργανώσεις, λαμβάνουν χώρα αγώνες σε εθνικό επίπεδο, με διασημότερους αυτούς των Η.Π.Α και του Ηνωμένου Βασιλείου. Στις Η.Π.Α οι αγώνες ονομάζονται “US National Skydiving Championships” και διοργανώνονται από την εθνική ομοσπονδία USPA (United States Parachute Association). Το 2022 οι αγώνες διεξήχθησαν στο Σικάγο από 2 έως 21 Σεπτεμβρίου με τα παρακάτω αγωνίσματα :

- Canopy Piloting
- CP- Freestyle
- 4-way FS
- 8-way FS
- 16-way FS
- Artistic
- 10-way FS
- Vertical Formation Skydiving
- WS- Acro
- WS- Performance
- Canopy Formation
- Mixed Formation Skydiving
- Speed
- Accuracy

Συνεχίζοντας στο Η.Β κάθε χρόνο διοργανώνεται το πρωτάθλημα “The UK Skydiving League -UKSL” και η διοργάνωση “Grand Prix”<sup>3</sup>. Οι συγκεκριμένες διοργανώσεις για το έτος 2022 ήταν οι ακόλουθες :

- UKSL Meet 1: 30 Απριλίου- 1 Μαΐου
- UKSL Meet 2: 4-5 Ιουνίου

---

<sup>3</sup> <https://britishskydiving.org/competitions/uksl-grand-prix/>

- UKSL Meet 3: 2-3 Ιουλίου
- GP in Accuracy: 18-19 Ιουνίου
- GP in Canopy Formation: 18-19 Ιουνίου

Συνήθως όλοι οι αγώνες αλεξιπτωτισμού λαμβάνουν χώρα μεταξύ Μάιο και Οκτώβριο, ενώ σε σπάνιες περιπτώσεις πραγματοποιούνται Απρίλιο και Νοέμβριο. Ο λόγος είναι οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην εκάστοτε περιοχή.

Στην Ελλάδα οι αγώνες αλεξιπτωτισμού πραγματοποιούνται υπό την αιγίδα της ΕΛ.Α.Ο με σημαντικότερους αγώνες :

- Πανελλήνιο πρωτάθλημα αλεξιπτωτισμού
- Πανελλήνιο πρωτάθλημα ελεύθερης πτώσης Εφένδρων Αξιωματικών
- Κύπελλο νέων αλεξιπτωτιστών ελεύθερης πτώσης ακριβείας προσγειώσεων

Ενώ σχετικά δημοφιλείς στους εγχώριους λάτρεις του αθλήματος είναι και οι αγώνες που διοργανώνονται σε συνεργασία με την ΕΛ.Α.Ο από την ένωση εφένδρων αλεξιπτωτιστών, από την ένωση αστυνομικών και της ομοσπονδίας ειδικών δυνάμεων. Ακολουθεί μια συνοπτική αναφορά κάποιων από τους σημαντικούς αγώνες που διοργανώθηκαν στην Ελλάδα :

- 24ο Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Αλεξιπτωτισμού Τατόι 29-30 Αυγούστου 2014: διοργανώθηκε από την Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία σε συνεργασία με την Ελληνική Αεροπορική Ακαδημία. Το αγώνισμα ήταν accuracy landing με δύο κατηγορίες, open και νέων αλεξιπτωτιστών.
- 22ο Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Αλεξιπτωτισμού Ελεύθερης Πτώσης και 7ο Κύπελλο Νέων Αλεξιπτωτιστών Ελεύθερης Πτώσης Ακριβείας Προσγειώσεων 2012: οι αγώνες πραγματοποιήθηκαν στο Αεραθλητικό κέντρο Πολυκάστρου στο Κιλκίς το τριήμερο 31 Αυγούστου με 2 Σεπτεμβρίου. Στην κατηγορία open συμμετείχαν 28 αθλητές από 5 αεραθλητικά σωματεία.
- 13ο Πανερωπαϊκό Πρωτάθλημα Αλεξιπτωτισμού U.E.P: πραγματοποιήθηκε στις 19-21 Αυγούστου 2013 από την Ευρωπαϊκή Ένωση Αλεξιπτωτιστών και την Πανελλήνια Ομοσπονδία Ειδικών Δυνάμεων, συμμετείχαν ομάδες από πέντε κράτη μέλη της U.E.P.

- 9ο Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Εφέδρων Αξιωματικών 2021: στις 28-29 Αυγούστου 2021 πραγματοποιήθηκε το πρωτάθλημα από τη Λέσχη Ελλήνων Καταδρομέων Αλεξιπτωτιστών του Νομού Πιερίας σε συνεργασία με την Λέσχη Ελλήνων Αεροδυτών υπό την αιγίδα της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ειδικών Δυνάμεων. Το αγώνισμα ήταν προσγείωση ακριβείας και τα άλματα πραγματοποιήθηκαν από ύψη 3.500 και 10.000 ποδιών.
- 2οι αγώνες αλεξιπτωτιστών αστυνομικών 2021: πραγματοποιήθηκαν στο στρατιωτικό αεροδρόμιο του Τατοΐου στις 23-24 Οκτωβρίου 2021 και περιελάμβαναν προσγειώσεις ακριβείας τριών αλμάτων στατικού μάντα ή ελεύθερης πτώσης με παραλληλόγραμμα αλεξίπτωτο από τα 3.500 πόδια.

Σύμφωνα με τα παραπάνω υπάρχει το πρόσφορο έδαφος για τη διενέργεια μιας διεθνούς διοργάνωσης αλεξιπτωτισμού κατηγορίας Cup στην ιστορική περιοχή του Τατοΐου καθώς έχουν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν σημαντικές αθλητικές οργανώσεις αεραθλητισμού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

### 4.1 Γενικά στοιχεία

Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και τη διεθνοποίηση της αγοράς ο οικονομικός ανταγωνισμός εντείνεται σε όλους τους τομείς της αγοράς. Στην περίπτωση του αθλητικού μάρκετινγκ τα σύγχρονα στελέχη που ασχολούνται με τον κλάδο του μάρκετινγκ χρειάζονται ένα σύγχρονο και αποτελεσματικό σύστημα το οποίο να ικανοποιεί τις ανάγκες των φιλάθλων/καταναλωτών ενώ συγχρόνως ταιριάζει με τις επιθυμίες τους σε σχέση με τα αθλητικά προϊόντα και υπηρεσίες. Η πρώτη καταγεγραμμένη χρήση του όρου ‘αθλητικό μάρκετινγκ’ έγινε το 1978 από περιοδικό Advertising Age το οποίο κυκλοφορούσε στις Η.Π.Α, όπου έγινε η πρώτη σαφής περιγραφή των εμπορικών δραστηριοτήτων των στελεχών μάρκετινγκ καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων και υπηρεσιών που χρησιμοποιούσαν ως μέσο προώθησης αθλητικές δραστηριότητες.

Το αθλητικό μάρκετινγκ έχει δύο διαστάσεις :

- A. Το μάρκετινγκ του αθλητισμού
- B. Το μάρκετινγκ μέσω του αθλητισμού

Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι ιδιωτικές αθλητικές επιχειρήσεις (όπως τα αθλητικά γυμναστήρια) ενώ στη δεύτερη κατηγορία όλες οι επιχειρήσεις που προωθούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους μέσω αθλητικών διοργανώσεων. Σε επόμενο κεφάλαιο θα γίνει εκτενής αναφορά στη δεύτερη περίπτωση και ειδικότερα σε αυτή του αθλητικού χορηγού.

*Ορισμός : Το αθλητικό μάρκετινγκ αποτελείται από δραστηριότητες που σχεδιάζονται για να καλύψουν τις ανάγκες των φιλάθλων (καταναλωτών του αθλητισμού) μέσω μιας διαδικασίας ανταλλαγής.*

Το αθλητικό μάρκετινγκ έχει αναπτύξει δύο διαστάσεις : το μάρκετινγκ των αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών απευθείας στους καταναλωτές και το μάρκετινγκ άλλων καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω του αθλητισμού (Mullin et al,

2004). Παρότι το αθλητικό μάρκετινγκ αποτελείται από δραστηριότητες που σχεδιάζονται με σκοπό την κάλυψη των αναγκών και επιθυμιών των φιλάθλων δεν παύουν να υπάρχουν τα περιστατικά έλλειψης πρόβλεψης σε ενέργειες μάρκετινγκ. Κάποια από τα κύρια συμπτώματα της έλλειψης πρόβλεψης είναι τα ακόλουθα:

- Η προσήλωση στην παραγωγή και στην πώληση προϊόντων και υπηρεσιών αντί του προσδιορισμού και την ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών και των αγορών τους.
- Η σύγχυση μεταξύ της προώθησης και του μάρκετινγκ, καθώς η προώθηση αποτελεί υποσύνολο των ενεργειών της στρατηγικής μάρκετινγκ. Πολλές φορές δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στην προώθηση μιας αθλητικής διοργάνωσης χωρίς όμως να εντάσσονται σε ένα πλαίσιο στρατηγικής μάρκετινγκ.
- Η εστίαση σε επενδύσεις βραχυχρόνιας απόδοσης, όπως χορηγίες έναντι μακροχρόνιων επενδύσεων σε έρευνα και σε μάρκετινγκ σχέσεων.

Η επιτυχία του αθλητικού μάρκετινγκ εξαρτάται από την αποτελεσματική και στοχευμένη έρευνα της αθλητικής αγοράς και δη των φιλάθλων/ καταναλωτών.

#### **4.2 Μελέτες συμπεριφοράς που αφορούν τους αθλητικούς καταναλωτές**

Το υπεύθυνο άτομο για την σχεδίαση μιας στρατηγικής μάρκετινγκ οφείλει να επιζητεί απαντήσεις στις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Ποιοι ήταν, είναι και επιδιώκω να είναι οι πελάτες, η διάκριση γίνεται με βάση δημογραφικών όρων (όπως ηλικία, φύλο και εισόδημα) αλλά και ψυχολογικούς (όπως συμπεριφορά, είδος ζωής και γνώμη).
- Ποιος είναι ο τόπος διαμονής των πελατών, που εργάζονται;
- Με ποιο τρόπο και ποια χρονική στιγμή θα εκτεθούν οι πελάτες στην υπηρεσία/ προϊόν καθώς και στη διαφήμιση του.
- Κατά πόσο οι πελάτες είναι πιστοί στην υπηρεσία/ προϊόν και γιατί;

Ακολουθούν οι κατηγορίες ερευνών με θέμα τον αθλητικό καταναλωτή.

### 1. Απρογραμματίστες και περιορισμένες έρευνες

Στη συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν έρευνες που πραγματοποιούνται για λογαριασμό μιας αθλητικής επιχείρησης ή ενός εμπορικού χορηγού, δεν είναι μέρος κάποιας προσχεδιασμένης έρευνας και διεξάγονται σε καθορισμένο και σύντομο σχετικά χρονικό διάστημα. Στοχεύουν στην ανάδειξη των δημογραφικών στοιχείων των αθλητικών καταναλωτών.

### 2. Απρογραμματίστες και εκτεταμένες έρευνες

Μεγάλες επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για τον αθλητισμό συνήθως χρηματοδοτούν τέτοιες έρευνες, οι οποίες δεν είναι μέρος μιας μεγάλης προγραμματισμένης έρευνας αλλά συνήθως έχουν εθνική εμβέλεια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιας έρευνας ήταν η έρευνα Harris Poll της οποίας το δείγμα ήταν εθνικό και εξετάζονταν το επίπεδο συμμετοχής σε αθλητικές δραστηριότητες ανάλογα με παραμέτρους όπως η ηλικία, το φύλο, το εισόδημα και η τοποθεσία της κατοικίας. Το αποτέλεσμα της συγκεκριμένης έρευνας ήταν πως τα άτομα που συμμετέχουν περισσότερο σε αθλητικές δραστηριότητες είναι άνδρες κάτω των 25 ετών που κατοικούν σε προάστια των μεσοδυτικών και δυτικών περιοχών των Η.Π.Α και ανήκουν στα υψηλότερα οικονομικά εισοδήματα (Mullin et al, 2004).

### 3. Προγραμματισμένες έρευνες περιορισμένης έκτασης

Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι δημοσκοπικές έρευνες οι οποίες αποτελούν μια σύντομη καταγραφή του εκάστοτε δείγματος μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Αποτελούν σημαντικό μέρος της στρατηγικής ενός συστήματος συλλογής δεδομένων για εμπορικούς σκοπούς και προγραμματίζονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα.

### 4. Προγραμματισμένες έρευνες ευρείας έκτασης

Η πρώτη προγραμματισμένη έρευνα ευρείας έκτασης σχεδιάστηκε και πραγματοποιήθηκε τη δεκαετία του 70 στις Η.Π.Α. και επαναλαμβανόταν κάθε έτος για 11 συναπτά έτη. Ειδικότερα το δείγμα της ήταν εθνικό και ο σκοπός ήταν η καταγραφή της συμμετοχής και των αγοραστικών προτιμήσεων που συνδέονταν με συγκεκριμένους τύπους αθλημάτων. Το σημαντικότερο εύρημα της συγκεκριμένης έρευνας ήταν το μικρό ποσοστό των νέων συμμετεχόντων στον αθλητισμό σε συνδυασμό με το ακόμα μικρότερο ποσοστό της αγοραστικής συμμετοχής.

### 4.3 Ταξινόμηση των αθλητικών καταναλωτών

Μια επιτυχημένη στρατηγική μάρκετινγκ στηρίζεται στη σωστή μελέτη και κατανόηση της ‘συμπεριφοράς του καταναλωτή’, όπου ο συγκεκριμένος όρος χρησιμοποιείται ευρέως για να γίνει καταγραφή των τρόπων όπου ο κάθε καταναλωτής επιλέγει να ξοδέψει τα χρήματα του για τις εκάστοτε υπηρεσίες και προϊόντα. Ο επίσημος ορισμός σύμφωνα με την Αμερικάνικη Ένωση Μάρκετινγκ<sup>4</sup> για την ερμηνεία του όρου της ‘συμπεριφοράς του καταναλωτή’ είναι ο ακόλουθος: «η δυναμική αλληλεπίδραση του συναισθήματος της γνώσης, της συμπεριφοράς και του περιβάλλοντος μέσω της οποίας οι άνθρωποι διεξάγουν συναλλαγές στη ζωή τους».

Για την ταξινόμηση των αθλητικών καταναλωτών χρησιμοποιούνται διάφορες επιστημονικές προσεγγίσεις. Αρχικά θα παρουσιάσουμε τη διάκριση σύμφωνα με τον Jones όπου δίνει έμφαση στη διάκριση θεατών αθλητικών γεγονότων σε απλούς θεατές και οπαδούς. Στην κατηγορία των απλών θεατών ανήκουν τα άτομα που θα παρακολουθήσουν ένα αθλητικό γεγονός και στη συνέχεια θα το ξεχάσουν και θα προχωρήσουν σε νέες καθημερινές δραστηριότητες, ενώ στην κατηγορία των αθλητικών οπαδών ανήκουν τα άτομα που παρακολουθούν ενεργά και με πάθος το αθλητικό γεγονός ενώ και πριν την έναρξη του αλλά και με την ολοκλήρωση του δεν το ξεχνάνε και αφιερώνουν προσωπικό τους χρόνο σε αυτό (Jones, 1997).

Μια άλλη διάκριση των θεατών αθλητικών οργανώσεων είναι η εξής :

- Στους θεατές που είναι προσανατολισμένοι στην κατανάλωση και επιζητούν το αντίστοιχο επίπεδο ψυχαγωγίας σύμφωνα με τα χρήματα που κατέλαβαν, καθώς αντιλαμβάνονται την αθλητική διοργάνωση ως μια ανταλλάξιμη δραστηριότητα αναψυχής γι’ αυτούς.
- Στους θεατές που είναι προσανατολισμένοι στον αθλητισμό και στην εκάστοτε αθλητική δραστηριότητα που παρακολουθούν και χαρακτηρίζονται από το πάθος και την ένταση με την οποία βιώνουν το αθλητικό γεγονός.
- Στους θεατές που είναι προσανατολισμένοι στη συνολική εμπειρία που απολαμβάνουν από το αθλητικό γεγονός, καθώς αναζητούν τη ψυχαγωγία τόσο εντός του χώρου που διαδραματίζεται το αθλητικό γεγονός αλλά και εκτός αυτού (Wann et al, 2001).

---

<sup>4</sup> <https://www.ama.org/>

Ακολουθεί μια ταξινόμηση των αθλητικών καταναλωτών με βάση την προσωπική τους ενασχόληση με τον αθλητισμό σε συνδυασμό με το βαθμό ενθουσιασμού τους γύρω από τις εκάστοτε αθλητικές δραστηριότητες<sup>5</sup>.

### **1. Gym visitors**

Στην συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν οι καταναλωτές που αθλούνται τακτικά σε γυμναστήρια και αθλητικούς χώρους της περιοχής τους. Όσοι γυμνάζονται τακτικά ακόμα και στην περίπτωση που είναι ερασιτέχνες χαρακτηρίζονται ως πειθαρχημένα άτομα τα οποία είναι αφοσιωμένα σε προσωπικούς τους στόχους. Οι συγκεκριμένοι αθλητές έχουν την τάση να αγοράζουν αθλητικό εξοπλισμό, ηλεκτρονικές συσκευές καταγραφής δεδομένων άσκησης και αφιερώνουν σημαντικό ποσοστό του εισοδήματός τους σε προϊόντα υγιεινής διατροφής, ακολουθούν γενικά έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής.

### **2. Sport venue visitors**

Στη συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν οι καταναλωτές που χαρακτηρίζονται από το ενδιαφέρον να παρακολουθούν αθλητικά γεγονότα είτε στη περιοχή τους είτε σε άλλη περιοχή. Όπως είναι αναμενόμενο οι εταιρείες στοχεύουν στους θεατές των κάθε αθλημάτων είτε για διαφήμιση προϊόντων σχετικά με το άθλημα που παρακολουθούν είτε σε περιπτώσεις υψηλής θεαματικότητας και προβολής στην προώθηση διαφόρων εμπορικών προϊόντων και υπηρεσιών.

### **3. Sporting goods and fitness shoppers**

Στην συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν καταναλωτές που τους αρέσει να ψωνίζουν αθλητικά προϊόντα, δεν είναι κατ' ανάγκη αθλητές. Πολλές φορές είναι απλά υποστηρικτές είτε κάποιο αθλητικού συλλόγου ή αθλητή. Η επιτυχημένη στόχευση αυτής της κατηγορίας αθλητικών καταναλωτών είναι στρατηγικής σημασίας για τις εταιρείες μάρκετινγκ.

---

<sup>5</sup> <https://www.lifesight.io/targeting-sports-and-fitness-enthusiasts-here-are-4-audience-segments-for-higher-roi/>



#### **4. Sport and fitness app users**

Στη συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν οι αθλητικοί καταναλωτές που είναι πλήρως εξοικειωμένοι με τη χρήση εφαρμογών αθλητισμού και γυμναστικής. Χαρακτηρίζονται ως καταναλωτές που επιδιώκουν συνεχώς την απόκτηση νέων σύγχρονων και τεχνολογικά εξελιγμένων εφαρμογών και ηλεκτρονικών συσκευών. Όπως είναι αναμενόμενο είναι μια κατηγορία καταναλωτών που τη στοχεύουν διάφορες εταιρείες τεχνολογικού εξοπλισμού.

#### **4.4 Τμηματοποίηση της αθλητικής αγοράς**

Η Τμηματοποίηση της αθλητικής αγοράς αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μεταξύ της θεωρητικής ανάλυσης της αθλητικής αγοράς και της πράξης. Αποτελεί σημαντικό εργαλείο για το στέλεχος που είναι υπεύθυνο για την δράση του αθλητικού μάρκετινγκ και τη δημιουργία των κατάλληλων προωθητικών στρατηγικών.

*Ορισμός: Τμηματοποίηση της αγοράς είναι η διαδικασία όπου μια μεγάλη ετερογενής αγορά χωρίζεται σε ομοιογενείς ομάδες ανθρώπων, οι οποίοι έχουν κοινές ανάγκες, επιθυμίες και δημογραφικό προφίλ με αποτέλεσμα να μπορεί να τους προσφερθεί το ίδιο προϊόν (Mullin et al, 2004).*

Όπως παρουσιάστηκε και στην προηγούμενη ενότητα καθώς και στο πρώτο κεφάλαιο δεν υπάρχει κάποιο ενιαίο προφίλ του αθλητικού καταναλωτή, ούτε του συμμετέχοντα στον ακραίο αθλητισμό. Οι κανόνες όμως για τη τμηματοποίηση της αγοράς είναι ξεκάθαροι και στηρίζονται σε διάφορους παράγοντες όπως η αναγνωρισιμότητα, η πρόσβαση και η ανταπόκριση. Η διαδικασία τμηματοποίησης της αγοράς αποτελεί ένα από τα πρωταρχικά στάδια ενός πλάνου μάρκετινγκ καθώς η αθλητική αγορά διακρίνεται από το στοιχείο του ανταγωνισμού, ενώ η άυλη φύση των περισσότερων αθλητικών προϊόντων δυσχεραίνει τον διαχωρισμό των αθλητικών καταναλωτών. Ακολουθεί ανάλυση των βασικών θεμάτων κατά την επιλογή της εκάστοτε τμηματοποίησης της αγοράς.

1. Διερεύνηση της ικανότητας αναγνώρισης ή μέτρησης του τμήματος της αγοράς ώστε ανάλογα με το μέγεθος να γίνει εκτίμηση της αγοραστικής δύναμης του. Βέβαια υπάρχουν

αθλήματα και αντίστοιχα τμήματα της αγοράς που είναι από δύσκολο έως αδύνατο να μετρηθούν.

2. Διερεύνηση της δυνατότητας το στέλεχος μάρκετινγκ να έλθει σε επαφή με μέλη του αντίστοιχου τμήματος της αγοράς.

3. Διερεύνηση της ανταπόκρισης του αντίστοιχου τμήματος της αγοράς, όπου κατά τη συγκεκριμένη δραστηριότητα πρέπει να απαντηθούν τα ακόλουθα δύο ερωτήματα. Το πρώτο αφορά την διερεύνηση του βαθμού ανταπόκρισης του προϊόντος στις επιθυμίες του αντίστοιχου επιλεγμένου τμήματος της αγοράς. Το δεύτερο αφορά με την αξιολόγηση της σημαντικότητας του τμήματος της αγοράς που έχει επιλεχθεί. Δηλαδή αξίζει τον κόπο για το μέγεθος και την ανταπόκριση του συγκεκριμένου τμήματος να καταταμηθούν τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και οι προωθητικές ενέργειες προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες του;

Το υπεύθυνο στέλεχος για τη σχεδίαση της στρατηγικής μάρκετινγκ οφείλει να λάβει υπόψιν τα παραπάνω θέματα ώστε να αποφασίσει εάν θα κατατμίσει την αγορά στόχο και σε ποιο βαθμό.

### **Βάσεις της τμηματοποίησης**

Οι καταναλωτές έχουν διαφορετικές επιθυμίες και ενδιαφέροντα που θέλουν να ικανοποιήσουν, αυτές οι διαφορές δημιουργούν τα διαφορετικά τμήματα της αγοράς. Η τμηματοποίηση της αγοράς βασίζεται στην ομοιογένεια των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών, για την αποτελεσματική τμηματοποίηση της αγοράς χρησιμοποιούνται τέσσερα βασικά στοιχεία, τα οποία παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω:

- **Δημογραφικά στοιχεία του καταναλωτή:** Περιλαμβάνουν τη γεωγραφική θέση του τόπου κατοικίας, το εισόδημα, η ηλικία, το φύλο, η εθνικότητα και η σεξουαλική προτίμηση του αθλητικού καταναλωτή. Η τμηματοποίηση της αθλητικής αγοράς με βάση τη γεωγραφική θέση γίνεται με βάση την απόσταση της κατοικίας του καταναλωτή με την εκάστοτε αθλητική εγκατάσταση ή χώρο που πραγματοποιείται το αθλητικό γεγονός. Το εισόδημα των αθλητικών καταναλωτών είναι από τις πλέον βασικές μεταβλητές για την τμηματοποίηση της αγοράς καθώς συνδέεται σε κάποιο βαθμό με τον τρόπο ζωής καθώς και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Αρκετά αθλήματα συνδέονται με υψηλά εισοδήματα ενώ άλλα δεν έχουν καμία σύνεση με το εισόδημα, χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν αντίστοιχα το γκολφ και το ποδόσφαιρο. Ο ακραίος αθλητισμός όπως αναφέρθηκε στο

πρώτο κεφάλαιο συνδέεται με το εισόδημα σε κάποιο βαθμό. Η παράμετρος της ηλικίας των αθλητικών καταναλωτών συνδέεται με διαφορετικές επιθυμίες και ανάγκες, ενώ το φύλο διαφοροποιεί σημαντικά τις εκάστοτε στρατηγικές αθλητικού μάρκετινγκ, για παράδειγμα σε σημαντικούς αγώνες ποδοσφαίρου δεν θα υπάρχουν διαφημίσεις γυναικείων προϊόντων. Η εθνικότητα αποτελεί ένα παράγοντα τμηματοποίησης της αγοράς καθώς διαφορετικά έθνη έχουν διαφορετικά αθλήματα ως πιο δημοφιλή. Τέλος οι εταιρείες μάρκετινγκ διεξάγουν έρευνες για τις αθλητικές προτιμήσεις σε σχέση με τη σεξουαλική προτίμηση των καταναλωτών.

- **Ψυχογραφικά στοιχεία του καταναλωτή:** ο συγκεκριμένος τρόπος τμηματοποίησης της αγοράς έχει ως βασική παραδοχή πως το κάθε άτομο μπορεί να ταξινομηθεί με βάση τα προσωπικά του χαρακτηριστικά, τα ενδιαφέροντα του, τις απόψεις του για τη ζωή και την κοινωνία και γενικότερα με βάση τις προτιμήσεις του. Η πρώτη προσέγγιση με βάση τα ψυχογραφικά στοιχεία του καταναλωτή παρουσιάστηκε από το ερευνητικό Ινστιτούτο του Stanford και είχε τίτλο ‘Τυπολογία Αξιών και Τρόπου Ζωής’. Το 1989 το Ινστιτούτο αναθεώρησε την πρώτη του προσέγγιση στηριζόμενο σε στοιχεία και μελέτες της συμπεριφοράς ενηλίκων, η νέα ταξινόμηση αποτελείται από οκτώ τμήματα με βάση τα μέσα που διαθέτει το κάθε άτομο, τη δράση τους, το είδος των πράξεων τους, το κοινωνικό τους επίπεδο και τις αρχές που διέπουν την προσωπική τους ζωή.

Αναλυτικότερα η τμηματοποίηση με βάση τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά της αναθεωρημένης μελέτης είναι τα άτομα που :

- Πραγματώνουν
- Κατορθώνουν
- Πιστεύουν
- Κάνουν
- Εκπληρώνουν
- Βιώνουν
- Αγώνονται
- Προσπαθούν

- **Τρόπος χρήσης του προϊόντος από τον καταναλωτή:** η συγκεκριμένη τμηματοποίηση της αγοράς θεωρείται από τις πλέον αξιόπιστες για τις εταιρείες μάρκετινγκ καθώς δίνεται η έμφαση στους καταναλωτές που καταναλώνουν πολύ συχνότερα σε σχέση με το μέσο καταναλωτή τη δεδομένη υπηρεσία ή προϊόν. Χαρακτηριστικά στον χώρο του μάρκετινγκ χρησιμοποιείται ο εμπειρικός κανόνας '80-20' δηλαδή το 80% της κατανάλωσης της αγοράς πραγματοποιείται από το 20% του καταναλωτικού κοινού. Η συγκεκριμένη τμηματοποίηση πραγματοποιείται καθώς δεν καταναλώνουν όλοι οι καταναλωτές με την ίδια αναλογία, ενώ τα επίπεδα κατανάλωσης διαφέρουν ανά άθλημα και γενικότερα αθλητικής δραστηριότητας.
- **Οφέλη του προϊόντος για τον καταναλωτή:** η συγκεκριμένη τμηματοποίηση της αγοράς εστιάζει στα οφέλη που αποκομίζει ο ο αθλητής από την αγορά συγκεκριμένου αθλητικού προϊόντος, για παράδειγμα ο αθλητής μπάσκετ από τα αθλητικά παπούτσια κ.α. Οι αθλητικοί καταναλωτές μέσω της αθλητικής κατανάλωσης επιδιώκουν να αποκομίσουν οφέλη τα οποία είτε συνδέονται άμεσα με τον αθλητισμό είτε όχι.

#### **4.5 Το αθλητικό προϊόν**

Ο όρος αθλητικό προϊόν περιλαμβάνει ένα σύνολο από απτά και μη χαρακτηριστικά, καθώς εκτός από τον αθλητικό εξοπλισμό δηλαδή τα απτά του χαρακτηριστικά, η εμπειρία που αποκομίζεις είτε από την ίδια την αθλητική δραστηριότητα είτε από παρακολούθηση αυτής για ψυχαγωγικούς λόγους ανήκουν στα μη απτά χαρακτηριστικά του. Ακολουθεί συνοπτική ανάλυση των βασικών χαρακτηριστικών του αθλητικού προϊόντος.

1. Το αθλητικό προϊόν είναι ασταθές και κάθε φορά που καταναλώνεται διαφέρει από την προηγούμενη, για παράδειγμα κάθε παρακολούθηση οποιουδήποτε αγώνα είτε ομαδικού είτε ατομικού αθλήματος διαφέρει από την επόμενη. Όμως η αβεβαιότητα και ο αυθορμητισμός του αθλητικού προϊόντος είναι η κύρια αιτία που κάνει το αθλητικό προϊόν ελκυστικό στους φιλάθλους.

2. Η αθλητική εμπειρία για τον καταναλωτή δεν περιλαμβάνει μόνο το χρονικό της αθλητικής δραστηριότητας αλλά περιλαμβάνει επιμέρους στοιχεία, όπως τον περιβάλλοντα χώρο, την ατμόσφαιρα που δημιουργείται, το αθλητικό υλικό καθώς και το σύνολο των συναισθημάτων

που αποκομίζει ο θεατής πριν την έναρξη της αθλητικής δραστηριότητας αλλά και μετά το πέρας αυτής. Ένα σημαντικό στοιχείο του αθλητικού προϊόντος είναι ο συναγωνισμός για τους αθλητές αλλά και τους θεατές. Στο χώρο του αθλητικού μάρκετινγκ εδώ και δύο δεκαετίες κυριαρχεί η άποψη πως θα πραγματοποιούνται αθλητικές οργανώσεις με μοναδικό σκοπό την προώθηση προϊόντων.

3. Τα υπεύθυνα στελέχη σχεδιασμού ενός αθλητικού πλάνου μάρκετινγκ δεν έχουν επιρροή στην αγωνιστική διαδικασία, οπότε αφιερώνουν την προσοχή τους στις προεκτάσεις της αθλητικής διαδικασίας και του αθλητικού προϊόντος.

Το αθλητικό προϊόν όπως αναφέρθηκε στην αρχή της ενότητας περιλαμβάνει ένα σύνολο από στοιχεία, όπου στο κέντρο τους βρίσκεται η αθλητική εμπειρία η οποία αποτελείται από τα ακόλουθα στοιχεία: την αγωνιστική διαδικασία, τους αθλητές, το αθλητικό υλικό και τις εγκαταστάσεις που πραγματοποιείται το αθλητικό γεγονός.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ

### 5.1 Γενικά στοιχεία χορηγιών

#### 5.1.1 Ιστορικά στοιχεία

Ο θεσμός της χορηγίας αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων πρωτοεμφανίστηκε στην Αρχαία Ελλάδα την περίοδο ακμής της Αθηναϊκής Δημοκρατίας καθώς όσοι πολίτες κατείχαν περιουσία άνω των τριών ταλάντων συμμετείχαν υποχρεωτικά στις λεγόμενες λειτουργίες του κράτους. Η λέξη χορηγία προέρχεται από το ρήμα 'χορηγώ' που κυριολεκτικά σημαίνει ηγούμαι του χορού. Ο 'χορηγός' επέλεγε τα μέλη της παράστασης του Χορού, τα οποία επιδοτούσε οικονομικά καθ' όλη τη διάρκεια της προετοιμασίας της παράστασης (Cartledge, 1997).

Στην σύγχρονη εποχή ο θεσμός της χορηγίας έχει αλλάξει σε σημαντικό βαθμό, καθώς αποτελεί μέρος των στρατηγικών προώθησης και διαφήμισης των επιχειρήσεων, ενώ συγχρόνως αποτελεί ένα μέσο ενίσχυσης της εικόνας μιας επιχείρησης σε διαφορετικές αγορές.

#### 5.1.2 Ορισμοί της χορηγίας

Το εννοιολογικό πλαίσιο της χορηγίας δεν έχει καθοριστεί με σαφήνεια, όμως στη βιβλιογραφία έχουν δοθεί αρκετοί ορισμοί που ορίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά του όρου. Από τους πρώτους και πλέον διαδεδομένους ορισμούς της χορηγίας είναι ο ακόλουθος:

*Ορισμός : Η χορηγία μπορεί να θεωρηθεί ως παροχή βοήθειας, είτε αυτή είναι οικονομικής είτε σε είδος, σε μια δραστηριότητα από έναν εμπορικό οργανισμό με σκοπό την επίτευξη εμπορικών στόχων' (Meenaghan, 1983).*

Αναλύοντας τον παραπάνω ορισμό της χορηγίας προκύπτουν τα ακόλουθα:

- Ο εμπορικός οργανισμός προσφέρει οικονομική βοήθεια σε μια δραστηριότητα η οποία μπορεί να ανήκει στο χώρο του αθλητισμού, της αναψυχής και του πολιτισμού. Ο τρόπος συνεισφοράς του εμπορικού οργανισμού ποικίλλει, από παροχή χρηματικής βοήθειας, παροχή υπηρεσιών, παροχές σε είδος και προσφορά εμπειρογνωμοσύνης.

- Η χορηγία δεν αποτελεί μέρος της κύριας εμπορικής λειτουργίας του εμπορικού οργανισμού που χορηγεί την δραστηριότητα.
- Το προσδοκώμενο όφελος του εμπορικού οργανισμού που προβαίνουν στην χορηγία είναι η δημοσιότητα.

Σύμφωνα με την Allen η χορηγία αποτελεί μια εμπορική πράξη επιδότησης μιας δραστηριότητας με απώτερο σκοπό την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της χορηγούμενης εταιρείας μέσω της δραστηριότητας αυτής (Allen et al, 2005). Σε αντίθεση με την Allen ο Κουτούπης δίνει μια άλλη διάσταση στην έννοια της χορηγίας, καθώς εισάγει τον όρο της ευποιίας, δηλαδή το καλό του κοινωνικού συνόλου. Σύμφωνα με τον Κουτούπη η ανταπόδοση της χορηγίας είναι η βελτίωση του κοινωνικού συνόλου (Κουτούπης, 2005).

Μελετώντας τον ορισμό της χορηγίας από τον Κουτούπη παρατηρούμε πως πρέπει να γίνει σαφής διάκριση μεταξύ της χορηγίας και της φιλανθρωπίας καθώς σε ορισμένες περιπτώσεις δημιουργείται σύγχυση. Ένας άλλος εννοιολογικός ορισμός της χορηγίας από τους Taylor & Francis ορίζει τη χορηγία στο πλαίσιο της επένδυσης είτε είναι άμεση οικονομική επένδυση είτε επένδυση σε είδος. Σε αυτό το πλαίσιο η χορηγός εταιρεία επωφελείται από τη δυναμική της έκθεσης που έχει η επιλεγμένη χορηγούμενη δραστηριότητα<sup>6</sup>.

Βέβαια πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ της χορηγίας και της διαφημιστικής καμπάνιας, η οποία έχει ως αποκλειστικό σκοπό την προώθηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας μέσω της προώθησης του ονόματος της εκάστοτε εταιρείας. Σε μια αποκλειστική διαφημιστική καμπάνια η εταιρεία αποσκοπεί στην γνωριμία του αγοραστικού κοινού με τα προϊόντα της εταιρείας. Συνοψίζοντας και αξιολογώντας τα παραπάνω δεδομένα και έννοιες μπορούμε να καταλήξουμε πως ένας σαφής και πλήρης ορισμός της χορηγίας πρέπει να περιλαμβάνει τα δύο μέρη που εμπλέκονται στη διαδικασία, τον σπόνσορα και τον ωφελούμενο, όπου ο ωφελούμενος λαμβάνει ενίσχυση ή βοήθεια ως αντάλλαγμα της παραχωρήσεως κάποιων προνομίων τα οποία σχετίζονται με την χορηγούμενη δραστηριότητα.

---

<sup>6</sup> <https://taylorandfrancis.com/>

## **5.2 Είδη χορηγιών**

### **5.2.1 Κοινωνική χορηγία**

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα του παρόντος κεφαλαίου η κοινωνική χορηγία εκφράζεται από το εννοιολογικό πλαίσιο της χορηγίας που έθεσε ο Κουτούπης. Ειδικότερα η κοινωνική χορηγία ορίζεται ως η στήριξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών καθώς και δραστηριοτήτων που προορίζονται για τη βελτίωση της ζωής του κοινωνικού συνόλου, η στήριξη είναι αποτέλεσμα χρηματοδότησης και παροχών σε είδος. Το όφελος που αποκομίζει ο σπόνσορας είναι η ευποιία και η κοινωνική αναγνώριση. Οι επιχειρήσεις που προβαίνουν σε κοινωνικές χορηγίες επιδιώκουν την κοινωνική αναγνώριση. Δεν αποζητούν οικονομικά οφέλη, αλλά η αναγνώριση του χορηγού ως υπεύθυνο μέλος της κοινωνίας καθώς και η δημιουργία καλής εικόνας.

### **5.2.2 Εμπορική χορηγία**

Η εμπορική χορηγία (sponsorship) είναι ένα είδος συμφωνίας μεταξύ του χορηγού και του επιχορηγούμενου μέσω της οποίας και τα δύο μέρη αποκομίζουν κέρδη και οφέλη. Η εμπορική χορηγία συνδέεται άμεσα με την εμπορική βιωσιμότητα της χορηγού εταιρείας, στο σύγχρονο και άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον οι εταιρείες επιδιώκουν σε οφέλη που ικανοποιούν την επίτευξη καθορισμένων εμπορικών στόχων της εταιρείας. Ο χορηγός συμβάλλει στην επιτυχημένη διεξαγωγή μιας δραστηριότητας και λαμβάνει τα οφέλη της εμπορικής προβολής.

## **5.3 Χορηγική συμφωνία**

Η χορηγική συμφωνία μεταξύ του χορηγού και του επιχορηγούμενου διατυπώνεται και συμφωνείται πριν την έναρξη της συνεργασίας. Η επιτυχία της συνεργασίας εξαρτάται από τον σαφή καθορισμό των υποχρεώσεων κάθε μέρους της συνεργασίας. Κάθε πιθανή λεπτομέρεια που αφορά αυτή τη συνεργασία καταγράφεται και συμφωνείται εξ' αρχής. Τα βασικά μέρη μιας χορηγικής συμφωνίας είναι τα ακόλουθα (Ζούνης, 2016):

1. Τα δικαιώματα του χορηγού



2. Η διάρκεια της συνεργασίας
3. Το χορηγικό ποσό
4. Οι υποχρεώσεις του χορηγού
5. Οι υποχρεώσεις του χορηγούμενου

Ακολουθεί συνοπτική παρουσίαση των ανωτέρω.

### **Τα δικαιώματα του χορηγού**

Στη χορηγική συμφωνία πρέπει να κατοχυρώνονται τα δικαιώματα του χορηγού, τα οποία αφορούν:

- Την ονομασία του χορηγούμενου γεγονότος (event title): στην προκειμένη περίπτωση καθορίζεται η άμεση αναφορά της χορηγού εταιρείας στο τίτλο της χορηγούμενης διοργάνωσης. Επιπλέον καθορίζεται ο βαθμός στον οποίο η εταιρεία μπορεί να χρησιμοποιήσει τον τίτλο και το λογότυπο της διοργάνωσης στα πλαίσια της εμπορικής δραστηριότητας της εταιρείας.
- Τη δυνατότητα δημιουργίας ειδικού λογότυπου για το χορηγούμενο γεγονός (event logo): στην προκειμένη περίπτωση καθορίζεται το πλαίσιο δημιουργίας ενός αποκλειστικού λογότυπου για την προβολή της διοργάνωσης με σκοπό την ευρύτερη προώθηση της. Στη χορηγική συμφωνία καθορίζεται με σαφήνεια ο βαθμός που μπορεί η χορηγός εταιρεία να χρησιμοποιήσει για δικό της όφελος αυτό το λογότυπο.
- Την ονομασία με την οποία θα εμφανίζεται ο χορηγός (designation): στην προκειμένη περίπτωση καθορίζεται η αποκλειστικότητα ή όχι του χορηγού, σε περίπτωση αποκλειστικότητας η χορηγός εταιρεία αποκτά αποκλειστική (exclusivity) και μοναδική παρουσία στη διοργάνωση. Σε αντίθετη περίπτωση καθορίζεται το πλαίσιο που αφορά τους συγχορηγούς και η απαγόρευση παρουσίας ανταγωνιστών.
- Τη χρήση των εταιρικών σημάτων και ονομάτων του χορηγού από τη διοργανώτρια αρχή (sponsor's mark): στην προκειμένη περίπτωση η χορηγός εταιρεία καθορίζει το βαθμό χρησιμοποίησης των εμπορικών σημάτων και ονομάτων του. Επίσης οι περιορισμοί δεν αφορούν μόνο τη διοργανώτρια αρχή, αλλά και πιθανά τρίτα μέρη που συμμετέχουν στη διοργάνωση.

## **Η διάρκεια της συνεργασίας**

Στη χορηγική συμφωνία καθορίζεται η διάρκεια της συνεργασίας, η οποία μπορεί να είναι σύντομη και να αφορά μόνο τη διεξαγωγή της διοργάνωσης ή να αφορά όλο το σύνολο των ενεργειών για τη διεξαγωγή.

## **Το χορηγικό ποσό**

Στη χορηγική συμφωνία καθορίζεται το χορηγικό ποσό, όπου αυτό μπορεί να είναι καθαρά οικονομικό, παροχή σε είδος και παροχή υπηρεσιών. Επίσης καθορίζεται ο τρόπος καταβολής του χορηγικού ποσού (εφάπαξ ή δόσεις), το χρονικό διάστημα μέσα στο οποίο η χορηγός εταιρεία θα καταβάλλει το συμφωνηθέν ποσό. Τη δυνατότητα καταβολής εκτάκτων της χορηγού εταιρείας προς το χορηγούμενο για κάλυψη πιθανών απρόοπτων αναγκών που μπορούν να προκύψουν.

## **Υποχρεώσεις του χορηγού**

Στη χορηγική συμφωνία καθορίζονται και καταγράφονται με σαφήνεια οι υποχρεώσεις του χορηγού, οι οποίες αφορούν το χορηγικό ποσό, την έκταση της εμπορικής εκμετάλλευσης των ονομάτων και λογοτύπων. Επιπλέον οφείλει να σέβεται τον εσωτερικό κανονισμό του χορηγούμενου φορέα.

## **Υποχρεώσεις χορηγούμενου φορέα**

Ο χορηγούμενος φορέας είναι υποχρεωμένος για την επιτυχημένη διοργάνωση, να προβάλλει την χορηγό εταιρεία όπως ακριβώς έχει συμφωνηθεί. Επίσης δεν πρέπει να προβεί σε υπέρμετρη εμπορική εκμετάλλευση του ονόματος και λογοτύπου της χορηγού εταιρείας και να σεβαστεί τους εσωτερικούς κανονισμούς αυτής.

## **5.4 Αθλητική χορηγία**

### **5.4.1 Γενικά στοιχεία**

Η αθλητική χορηγία αποτελεί ένα από τα κυριότερα μέρη της χορηγίας, ορίζει έναν ειδικό τύπο χορηγικής σύμβασης με μοναδικό στόχο τις αθλητικές διοργανώσεις. Η αθλητική χορηγία αποτελεί μια επένδυση είτε σε έναν μεμονωμένο αθλητή, είτε σε έναν αθλητικό

σύλλογο είτε σε μια αθλητική διοργάνωση. Μέσω της χορηγίας ο χορηγούμενος αθλητής επιτυγχάνει τους προσωπικούς του αγωνιστικούς στόχους, ομοίως και ο αθλητικός σύλλογος, ενώ στην περίπτωση της αθλητικής διοργάνωσης, αυτή ολοκληρώνεται επιτυχώς χάρη στην αθλητική χορηγία. Βέβαια πρέπει να τονιστεί πως η αθλητική χορηγία είναι μέρος του αθλητικού μάρκετινγκ, που παρουσιάστηκε εκτενώς στο κεφάλαιο 2 της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Ειδικότερα οι επιχειρήσεις στοχεύουν στην προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν μέσω της ολοκλήρωσης κάποιου αθλητικού γεγονότος, καθώς αυτά προβάλλονται στο κοινό.

Ο θεσμός της αθλητικής χορηγίας στη σύγχρονη εποχή ξεκίνησε από την επανέναρξη των ολυμπιακών αγώνων στην Αθήνα το 1896, ενώ η διοργάνωση στο Λος Άντζελες των Η.Π.Α αποτέλεσε το πρώτο ‘μεγάλο’ και ‘σημαντικό’ αθλητικό γεγονός που χρηματοδοτήθηκε αμιγώς από ιδιωτικές χορηγίες. Στην πορεία των τελευταίων δεκαετιών και με την τεχνολογική ανάπτυξη και το άνοιγμα των αγορών ο θεσμός της αθλητικής χορηγίας έχει εξελιχθεί σε σημαντικό βαθμό, ενώ ταυτόχρονα συνεχώς διευρύνει τους τομείς δράσης του. Οι βασικές αιτίες της συνεχόμενης άνθησης του θεσμού των αθλητικών χορηγιών είναι οι ακόλουθες (Χατζηπαπάς, 2011):

- Η ευρεία κάλυψη των αθλητικών γεγονότων τόσο από τα ΜΜΕ αλλά και η προβολή τους στο διαδίκτυο
- Οι χορηγοί αντιμετωπίζονται θετικά από τη κοινή γνώμη καθώς ο θεσμός της χορηγίας έχει θετικό προφίλ στην κοινωνία
- Μέσω του αθλητισμού δίνεται η ευκαιρία στις εταιρείες να στοχεύσουν σε συγκεκριμένο κοινό

Η επιτυχία μιας αθλητικής χορηγίας εξαρτάται από τις σχέσεις επικοινωνίας μεταξύ της χορηγού εταιρείας, της χορηγούμενης ιδιοκτησίας και του στοχευμένου κοινού. Το πάθος και η αφοσίωση του αθλητικού καταναλωτή είναι σημαντικό κομμάτι της επιτυχημένης στρατηγικής.

#### 5.4.2 Βασικές προσεγγίσεις για επιτυχημένη αθλητική χορηγία

Κάθε εταιρεία που στοχεύει να συμμετέχει σε μια αθλητική χορηγία, αρχικά καλείται να αξιολογήσει τον βαθμό που το προσδοκώμενο αποτέλεσμα είναι σημαντικό στα πλαίσια της γενικότερης στρατηγικής μάρκετινγκ. Οι εταιρείες σύμφωνα με τον Ferrand μπορούν να προσεγγίσουν μια αθλητική χορηγία με πέντε διαφορετικούς τρόπους (Ferrand, 2006):

1. Παθιασμένη προσέγγιση
2. Ευκαιριακή προσέγγιση
3. Προληπτική προσέγγιση
4. Φιλανθρωπική προσέγγιση
5. Στρατηγική προσέγγιση

Ακολουθεί μια συνοπτική ανάλυση των ανωτέρω προσεγγίσεων.

##### **Παθιασμένη προσέγγιση (passionate approach)**

Η συγκεκριμένη προσέγγιση εμπεριέχει το μεγαλύτερο ρίσκο για την χορηγό εταιρεία και πραγματοποιείται συνήθως, όταν κάποιο από τα ανώτερα στελέχη της εταιρείας έχει προσωπικό συμφέρον και ενδιαφέρον για ένα αθλητικό γεγονός. Ως εκ τούτου η εταιρεία προσεγγίζει το αθλητικό γεγονός με γνώμονα την ικανοποίηση αυτού του συμφέροντος. Στην πλειοψηφία τους, τέτοια χορηγικά πλάνα δεν είναι εναρμονισμένα με τα σχέδια επικοινωνίας της εταιρείας και δεν αποτελούν κάποιο στόχο του τμήματος μάρκετινγκ της εταιρείας.

##### **Ευκαιριακή προσέγγιση (opportunistic approach)**

Η συγκεκριμένη προσέγγιση θεωρείται ριψοκίνδυνη καθώς δεν αποτελεί μια στρατηγική μελετημένη σε βάθος, αλλά στηρίζεται στα ευκαιριακά οφέλη. Συνήθως το υπεύθυνο στέλεχος μάρκετινγκ της εταιρείας επιλέγει μια χορηγία ενός αθλητικού γεγονότος χωρίς την απαραίτητη μελέτη ώστε να ενταχθεί στο πλάνο μάρκετινγκ της εταιρείας, αλλά εστιάζει στην ευκαιρία από ένα μεμονωμένο γεγονός.

### **Προληπτική προσέγγιση (pre-emptive approach)**

Πολλές φορές οι επιχειρήσεις κρίνουν πως για στρατηγικούς λόγους πρέπει συμμετέχουν σε κάποιο πρόγραμμα χορηγίας ώστε να ενισχύσουν την εικόνα τους στην αγορά, ενώ αναγνωρίζουν πως η συγκεκριμένη ενέργεια θεωρείται ριψοκίνδυνη. Συνήθως η επιχείρηση προβαίνει στη χορηγία για να αποκλείσει ανταγωνιστικές επιχειρήσεις να αποκτήσουν μερίδιο σε συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς. Η συγκεκριμένη προσέγγιση προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και γίνεται με σκοπό την πρόληψη του ανταγωνισμού. Σε αυτή την περίπτωση η επιχείρηση δεν επιδιώκει άμεσα οικονομικά οφέλη από την επένδυση αυτή.

### **Φιλανθρωπική προσέγγιση (charity approach)**

Η συγκεκριμένη προσέγγιση διαφέρει από τις παραπάνω και συνήθως λαμβάνει χώρα σε τοπικό επίπεδο, όπου οι επιχειρήσεις χορηγούν τοπικές αθλητικές διοργανώσεις, τοπικούς αθλητικούς χώρους και συλλόγους. Δεν επιδιώκεται κάποιο οικονομικό αντάλλαγμα προς τους χορηγούς, αλλά ενίσχυση της καλής εικόνας της επιχείρησης. Τέτοιες δράσεις συνήθως εντάσσονται στα προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων.

### **Στρατηγική προσέγγιση (strategic approach)**

Η συγκεκριμένη προσέγγιση αποτελεί την πιο καλά μελετημένη χορηγική πράξη, η αθλητική χορηγία αποτελεί μέρος της ευρύτερης πολιτικής προώθησης της επιχείρησης. Η επιχείρηση θέτει στόχους και αναζητά το βέλτιστο αθλητικό γεγονός που πληρεί τους αντίστοιχους στόχους της. Αρκετές φορές οι ίδιες οι επιχειρήσεις προχωρούν στην διοργάνωση ενός αθλητικού γεγονότος του οποίου κατέχουν τα αποκλειστικά δικαιώματα.

### **5.5 Τρόποι μέτρησης της επιτυχίας μια αθλητικής χορηγίας**

Η αξιολόγηση μιας αθλητικής χορηγίας αποτελεί κύρια δραστηριότητα για τις χορηγούς εταιρείες ενός αθλητικού γεγονότος. Η μέτρηση της επιτυχίας υλοποιείται με διάφορους τρόπους, οι οποίοι παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> <https://sponsorshipcollective.com/sports-sponsorship-measurement-and-roi-metrics-to-track/>

- Πωλήσεις εισιτηρίων: η αύξηση των θεατών που θα παρακολουθήσουν το αθλητικό γεγονός είναι βασικό στοιχείο για την μέτρηση του αποτελέσματος της χορηγίας. Επιπλέον οι αυξημένες πωλήσεις εισιτηρίων έχουν ως αποτέλεσμα το αυξημένο κοινό στο οποίο στοχεύει η χορηγός εταιρεία.
- Η κάλυψη από τα MME : όσο περισσότεροι τηλεθεατές παρακολουθούν το αθλητικό γεγονός και ειδικά η διεθνή κάλυψη του γεγονότος έχουν σημαντικό αποτέλεσμα για τις χορηγούς εταιρείες.
- Η αναφορά στα κοινωνικά δίκτυα: η αυξημένη συζήτηση στα κοινωνικά δίκτυα γύρω από το αθλητικό γεγονός αυξάνει τη δυναμική του και αποτελεί ένα μέτρο αξιολόγησης της αθλητικής χορηγίας.
- Το πιστό κοινό ενός αθλήματος ή μιας συγκεκριμένης αθλητικής διοργάνωσης είναι μια παράμετρος ιδιαίτερα σημαντική για το τμήμα μάρκετινγκ της χορηγού εταιρείας.
- Η επισκεψιμότητα στην ηλεκτρονική ιστοσελίδα της χορηγού εταιρείας καθώς και της ίδιας της διοργάνωσης.
- Η αναλογία του ανοίγματος της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (open email rate) αποτελεί έναν πολύ σημαντικό δείκτη για την αξιολόγηση της επιτυχημένης χορηγίας.
- Οι πωλήσεις της χορηγού εταιρείας, αποτελεί το σημαντικότερο μέτρο αξιολόγησης μιας αθλητικής χορηγίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ “ATHENS FALLING FREEDOM”

### 6.1 Το επιχειρηματικό σχέδιο (*business plan*)

Για τις ανάγκες υλοποίησης της διοργάνωσης “Athens Falling Freedom” είναι απαραίτητη η ανάλυση και σχεδίαση του απαραίτητου επιχειρηματικού σχεδίου. Η ιδέα για τη δημιουργία της ομώνυμης εταιρείας περιορισμένης ευθύνης προήλθε από την αγάπη και το ενδιαφέρον για τον ακραίο αθλητισμό και ειδικότερα τον αεραθλητισμό. Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι αποτέλεσμα μελέτης και έρευνας της αντίστοιχης αγοράς αεραθλητισμού. Το επιχειρηματικό σχέδιο περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενότητες:

1. Σύσταση Εταιρείας
2. Στοχοθεσία
3. Εσωτερική ανάλυση
4. Εξωτερική ανάλυση
5. Παρουσίαση Διοργάνωσης
6. Οικονομική ανάλυση
7. Χορηγικό Πρόγραμμα

#### 6.1.1 Σύσταση Εταιρείας

Για την διοργάνωση του συγκεκριμένου αθλητικού γεγονότος είναι αναγκαία η σύσταση μιας Ε.Π.Ε (Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης), όπου οι μέτοχοι ευθύνονται μόνο μέχρι το ποσό που συμμετέχουν σε αυτή. Οι διοικητικές θέσεις των ιδρυτών και μετόχων της εταιρείας είναι:

- Πρόεδρος της εταιρείας
- Αντιπρόεδρος εκμετάλλευσης
- Αντιπρόεδρος τμήματος μάρκετινγκ

Ο πρόεδρος της εταιρείας έχει την επιχειρηματική ιδέα για την υλοποίηση του αθλητικού γεγονότος και έχει τον τίτλο “Sport and event manager”. Μαζί με τους δύο αντιπροέδρους που

είναι πρόσωπα της εμπιστοσύνης του και έχουν μετοχές στην εταιρεία αποτελούν το διοικητικό συμβούλιο της Ε.Π.Ε και έχουν την απόλυτη ευθύνη για την υλοποίηση του επιχειρηματικού σχεδίου.

Ο αντιπρόεδρος εκμετάλλευσης είναι υπεύθυνος για την επικοινωνία με τους απαραίτητους συνεργάτες και προμηθευτές, καθώς και για την επιτυχημένη ολοκλήρωση των εργασιών για την διεξαγωγή του αθλητικού γεγονότος. Ενώ επίσης, είναι υπεύθυνος για τον ποιοτικό έλεγχο καθ' όλα τα στάδια της διοργάνωσης.

Ο αντιπρόεδρος του τμήματος μάρκετινγκ είναι υπεύθυνος για την έρευνα της αγοράς και μάρκετινγκ. Επιπλέον αρμοδιότητες του είναι η προώθηση του αθλητικού γεγονότος, η αναζήτηση χορηγών και η διαχείριση των πωλήσεων των εισιτηρίων καθώς και των πνευματικών δικαιωμάτων προβολής.

### *6.1.2 Στοχοθεσία*

Ο βασικός στόχος της εταιρείας είναι η επιτυχημένη και ασφαλής διοργάνωση ενός διεθνούς αγώνα ελεύθερης πτώσης, με σκοπό την προβολή και ανάπτυξη του αθλήματος στην Ελλάδα. Δευτερεύον στόχος αποτελεί η καθιέρωση της συγκεκριμένης διοργάνωσης και ένταξης της στο διεθνές καλεντάρι αγώνων της FAI. Τρίτος στόχος είναι η προσέλκυση εταιρειών «κολοσσών» του αθλήματος στο χορηγικό πρόγραμμα της διοργάνωσης. Η μοναδικότητα της συγκεκριμένης διοργάνωσης αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα καθώς δεν υπάρχει έντονος ανταγωνισμός.

### *6.1.3 SWOT Ανάλυση*

Η εξωτερική ανάλυση του επιχειρηματικού σχεδίου αφορά την ανάλυση συμπεριφοράς του καταναλωτή και στη συνέχεια της τμηματοποίησης της. Επιπλέον γίνεται ανάλυση του περιβάλλοντος που θα διεξαχθεί η διοργάνωση, καθώς και του ανταγωνισμού.

Ένα από τα σημαντικότερα μέρη του επιχειρηματικού σχεδίου αποτελεί η SWOT Analysis, στην οποία αναλύονται τα δυνατά (strengths) και αδύνατα (weaknesses) σημεία της επιχείρησης καθώς και οι ευκαιρίες (opportunities) και οι απειλές (threats). Τα δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησης ανήκουν στο εσωτερικό της περιβάλλον, οπότε αποτελούν μέρος της εσωτερικής ανάλυσης ενώ οι ευκαιρίες και οι απειλές αντανακλούν μεταβλητές του



εξωτερικού περιβάλλοντος. Μέσω της ανάλυσης SWOT επιδιώκεται η απάντηση των ακόλουθων ερωτημάτων:

- Δυνάμεις

Ποια είναι τα πλεονεκτήματα;

Ποιο είναι το πλέον ανταγωνιστικό προϊόν;

Ποιοι είναι οι διαθέσιμοι πόροι με το μικρότερο δυνατό κόστος;

Από οικονομικής σκοπιάς ποια είναι τα πλεονεκτήματα της επιχείρησης;

- Αδυναμίες

Τι χρήζει βελτίωσης;

Τι πρέπει να αποφευχθεί;

Από οικονομικής άποψης τι θεωρείται ενδογενής αδυναμία;

- Ευκαιρίες

Ποιες είναι οι ευκαιρίες που εμφανίζονται;

Ποιες είναι οι τάσεις που αφορούν την επιχείρηση;

- Απειλές

Ποια εμπόδια εμφανίζονται συνήθως;

Εμφανίζονται αλλαγές στις προδιαγραφές για τις ήδη παρεχόμενες υπηρεσίες;

Τι κάνουν οι ανταγωνιστές;

Μελετώντας τα παραπάνω σχεδιάστηκε η ακόλουθη SWOT Analysis.

Πίνακας 1: SWOT Analysis

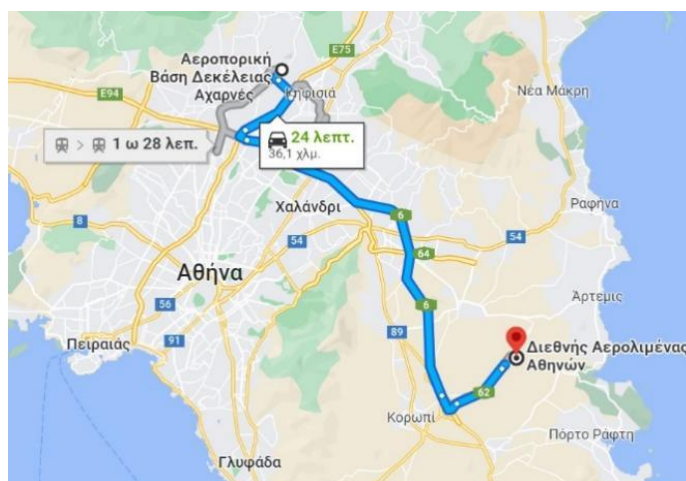
Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Σημαντικές εταιρικές συνεργασίες	Υψηλό κόστος	Διαφοροποίηση της έλξης της προσοχής	Ατυχήματα
Μοναδικότητα διοργάνωσης	Χαμηλά περιθώρια κέρδους	Αυξανόμενη ζήτηση για ακραίο αθλητισμό	Υψηλό κόστος ασφαλιστικής κάλυψης

Υψηλό αγωνιστικό επίπεδο	Υψηλό επίπεδο ευθύνης	Τοποθεσία	Διοργάνωση άλλου αθλητικού γεγονότος εκείνες τις ημερομηνίες
Υψηλό επίπεδο ασφάλειας	Εξάρτηση από τα καιρικά φαινόμενα	Προσέλκυση χορηγιών	
Μοναδικές συγκινήσεις και πρωτόγνωρο θέαμα	Δυσκολία στην πρόβλεψη της αγοράς καθώς το κοινό χαρακτηρίζεται παρορμητικό		
Αναγνώριση από την διεθνή και την Ελληνική ομοσπονδία	Απουσία αναγνωρισιμότητας από το ευρύ κοινό		

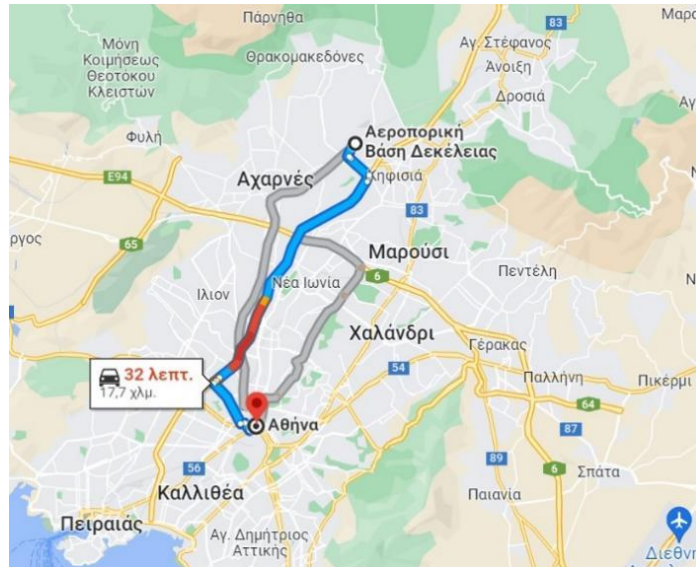
## 6.2 Παρουσίαση διοργάνωσης

### 6.2.1 Η περιοχή του Τατοΐου

Η περιοχή που θα λάβει χώρα η διοργάνωση έχει επιλεγεί να είναι κοντά στο κέντρο της Αθήνας αλλά και στο κεντρικό αεροδρόμιο της χώρας. Το αεροδρόμιο Τατοΐου βρίσκεται 18 χιλιόμετρα από το κέντρο της Αθήνας και 36 χιλιόμετρα από το Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος. Επίσης, υπάρχει συγκοινωνία σταθερής τροχιάς (τραίνο) δίπλα στην Αεροπορική Βάση Δεκέλειας που συνδέει και τις δύο περιοχές.



Εικόνα 18: Απόσταση Αεροπορικής Βάσης Δεκελείας από το Διεθνές Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος  
(Πηγή: [www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com))



**Εικόνα 19: Απόσταση της Αεροπορικής Βάσης Δεκελείας από το κέντρο της Αθήνας**  
(Πηγή: [www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com))

Πέραν της γεωγραφικής θέσης του αεροδρομίου, άξιο αναφοράς είναι ότι έχουν συμβεί παρόμοια γεγονότα στην ίδια περιοχή, άρα δεν θα συναντηθούν δυσκολίες στην διεξαγωγή της διοργάνωσης. Τέτοια γεγονότα είναι το Athens Flying Week, το Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Ελεύθερης Πτώσης και άλλες αεροπορικές επιδείξεις. Το αεροδρόμιο ανήκει στην Πολεμική Αεροπορία και λειτούργησε πρώτη φορά το 1918, ενώ στις εγκαταστάσεις του στεγάζονται οι παραγωγικές σχολές της ΠΑ, το Μουσείο Πολεμικής Αεροπορίας και άλλες υπομονάδες. Επιπλέον το αεροδρόμιο λειτουργεί ως βάση για τις αερολέσχες:

- Αθηνών
- Δεκελείας
- Μεσογείων
- Αττικής Φαέθων

Στις εικόνες 20 και 21 που ακολουθούν παρουσιάζεται η ευρύτερη περιοχή της Αεροπορικής Βάσης Δεκελείας.



**Εικόνα 20: Αεροφωτογραφία της αεροπορικής βάσης Δεκελείας**  
(Πηγή: [www.earthgoogle.com](http://www.earthgoogle.com))



**Εικόνα 21: Αεροφωτογραφία της αεροπορικής βάσης Δεκελείας**  
(Πηγή: [www.earthgoogle.com](http://www.earthgoogle.com))

### 6.2.2 Λογότυπο Διοργάνωσης

Το λογότυπο της διοργάνωσης πρέπει να απαντά τα εξής ερωτήματα:

- Τι;
- Που;
- Πότε;

Έτσι δημιουργήθηκε το λογότυπο που φαίνεται στην εικόνα 22.



Εικόνα 22: Το λογότυπο της διοργάνωσης

(Πηγή: Δημιούργημα του συγγραφέα με χρήση του προγράμματος adobe photoshop)

Γίνεται σαφές ότι ένα γεγονός που ονομάζεται “Falling Freedom”, με ανθρώπους που χρησιμοποιούν αλεξίπτωτα ή άλλου είδους στολές (Τι;), πρόκειται να συμβεί στην Αθήνα (Που;), το έτος 2023 (Πότε;). Χαρακτηριστικό γνώρισμα του σήματος είναι τα φτερά μιας και πρόκειται για πτήσεις, ενώ στο φόντο φαίνονται κτήρια της Αθήνας, το Ολυμπιακό Στάδιο και στο ψηλότερο σημείο ο Παρθενώνας. Οι τέσσερις φιγούρες παρουσιάζουν και τα τέσσερα διαφορετικά αγωνίσματα του διαγωνισμού. Τέλος, οι ακτίνες του ήλιου δημιουργούν τον ουρανό, ενώνοντας έτσι τις φιγούρες με την πόλη.



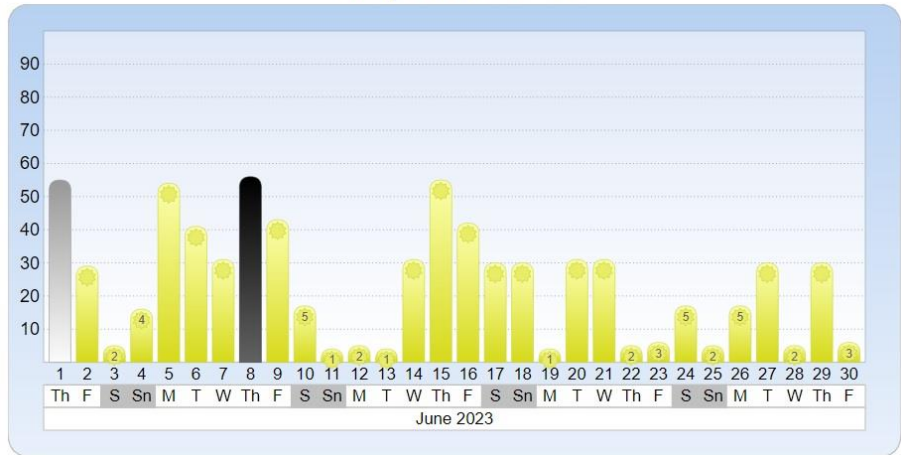
### 6.2.3 Χρονική περίοδος

Άλματα ελεύθερων πτώσεων γίνονται στη χώρα μας κατά τη διάρκεια όλου του έτους, καιρού επιτρέποντος. Βάσει κανονισμών της ΕΛ.ΑΟ οι οποίοι βασίζονται στα διεθνή πρότυπα, ο άνεμος για πτυχιούχους αλεξιπτωτιστές δεν οριοθετείτε, όπως και η βροχή δεν απαγορεύει τη πραγματοποίηση αλμάτων με αλεξίπτωτο. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι τα καιρικά φαινόμενα δεν μπορούν να χαρακτηριστούν επικίνδυνα για έναν αλεξιπτωτιστή. Έτσι και κατά τη διάρκεια ενός αγώνα που οι αθλητές αναζητούν τις καλύτερες δυνατές επιδόσεις, είναι επιθυμία όλων (αθλητών και διοργανωτών) οι καιρικές συνθήκες να είναι ή να πλησιάζουν τις ιδανικές. Συνεπώς αναζητείται μία περίοδος με ηλιοφάνεια χωρίς δυνατούς ανέμους.

Η χώρα μας προσφέρει ιδανικές καιρικές συνθήκες κατά μεγάλες περιόδους του έτους, αλλά ο μήνας Μάιος και ο Ιούνιος κρίνονται ως καλές περίοδοι για τη διεξαγωγή αλμάτων καθώς επικρατούν σχετικά υψηλές θερμοκρασίες και ηλιοφάνεια. Αν και αντίστοιχη περίοδος μπορεί να θεωρηθεί ο Ιούλιος ή ο Αύγουστος, δεν θα θέλαμε να επικρατούν συνθήκες καύσωνα διότι κάτι τέτοιο θα έκανε τους θεατές να νιώθουν δυσφορία. Επίσης αν και ο Σεπτέμβριος προσφέρει παρόμοιες συνθήκες, ένα άλλο γεγονός που λαμβάνει χώρα τη συγκεκριμένη περίοδο κάθε χρόνο, το “Athens Flying Week” το οποίο θα αναλυθεί σε επόμενο κεφάλαιο, θα έφερνε τη περιοχή της Αθήνας σε κορεσμό στη κατηγορία αεραθλητισμού.

Ερευνώντας έτσι τα διεθνή site που αναλύουν μοντέλα μετεωρολογίας όπως φαίνεται και από τις εικόνες 23 και 24 που ακολουθούν, το πρώτο Σαββατοκύριακο του Ιουνίου 2023 παρουσιάζει πολύ χαμηλό ρίσκο σε ιδανικές συνθήκες. Συνεπώς το πρώτο “Athens Falling Freedom” θα προταθεί να λάβει χώρα στις 3 και 4 Ιουνίου 2023.

### Precipitation Forecast



**Εικόνα 23: Πρόγνωση θερμοκρασίας**  
 (Πηγή: [www.weathertab.com](http://www.weathertab.com))

**Hellenic Athens, Attica Weather Forecast - June 3, 2023**

**Precipitation Forecast: Low Risk**

Plan your weather sensitive activities on these days for the least risk of rain or snow. The forecasts won't be perfect, but you will enjoy very favorable odds over the long term.

---

**05%**

Forecast risk of rain/snow.

**Forecast Details:**

- Low risk of rain/snow.
- 73% of days in the period have higher risk
- No buffer from the closest risky period
- 4th best day in terms of risk

---

**Temperature Forecast: Cooler Than Normal**

°C
°F

**High Temperature Forecast 74 to 84 °F**

**Low Temperature Forecast 59 to 69 °F**

---

**Sun Times:**

Dawn 5:32 AM  
 Sunrise 6:03 AM  
 Solar Noon 1:23 PM  
 Sunset 8:42 PM  
 Dusk 9:13 PM

**Moon Times:**

Moon Transit 12:11 AM  
 Moonset 5:08 AM  
 Moonrise 8:20 PM

**Moon Phase:**

Moon: 100%  
 Waxing Gibbous

**Εικόνα 24: Πρόγνωση θερμοκρασίας**  
 (Πηγή: [www.weathertab.com](http://www.weathertab.com))

#### 6.2.4 Αγώνισματα που θα λάβουν χώρα

Από τα αγώνισματα ελεύθερης πτώσης που περιλαμβάνονται στα παγκόσμια πρωταθλήματα της FAI και έχουν αναπτυχθεί στο κεφάλαιο 2.4, έχουν επιλεγθεί να λάβουν χώρα τα παρακάτω:

- **Άλματα Ακρίβειας (Accuracy Landing).** Εκτός του ότι υπάρχει μεγάλη εμπειρία ανά τον κόσμο αλλά και στη χώρα μας στο συγκεκριμένο αγώνισμα λόγω της παλαιότητάς του, είναι επίσης ορατό από θεατές που βρίσκονται στη ζώνη ρίψεως.
- **Ελεύθερη πτώση σε σχηματισμό 4 (4-way Formation Skydiving).** Είναι το πιο δημοφιλές από τα αγώνισματα σχηματισμών και υπάρχουν πολλές ομάδες που έχουν αναπτυχθεί και διαγωνίζονται κάθε χρόνο.
- **Ελεύθερη Πτώση Ταχύτητας (Speed Skydiving).** Ένα ατομικό άθλημα που μπορεί να προσελκύσει αθλητές από όλες τις σχολές του κόσμου αλλά και της χώρας μας καθώς ανθίζει τα τελευταία χρόνια.
- **Πτήση με στολή “Wingsuit” (Wingsuit Performance Flying).** Η πτήση αλεξιπτωτιστών με στολή “wingsuit” θεωρείται από τα πιο εντυπωσιακά ακραία αθλήματα, των οποίων τα βίντεο έχουν κατακλύσει το διαδίκτυο τη τελευταία δεκαετία, κάνοντας το άθλημα πολύ γνωστό. Έχει αναπτυχθεί με τόσο γρήγορο ρυθμό που ανάγκασε την FAI να δημιουργήσει κανόνες και εγχειρίδια ώστε να μπορούν οι αθλητές να διαγωνιστούν σε αυτό. Έτσι λοιπόν το πρώτο Παγκόσμιο Κύπελλο υπό την αιγίδα της FAI σε αγώνισμα με στολή “wingsuit” (Wingsuit Performance Flying) πραγματοποιήθηκε στο Netheravon του Ηνωμένου Βασιλείου τον Μάιο του 2015, ενώ το πρώτο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα πραγματοποιήθηκε στο Zephyrhills των ΗΠΑ τον Νοέμβριο του 2016. Από τότε γίνονται πρωταθλήματα και διαγωνισμοί κάθε χρόνο, κυρίως στα τρία βασικά αγώνισματα που αφορούν επιδόσεις στη ταχύτητα, την απόσταση και τον χρόνο. Υπάρχει και αγώνισμα σχηματισμών αλλά προτιμήθηκε να γίνει επίδειξη στη συγκεκριμένη κατηγορία.



Εκτός από τα αγωνίσματα, θα διαδραματιστούν και άλματα επιδείξεων κινώντας το ενδιαφέρον θεατών που δεν ασχολούνται με το άθλημα, προσελκύνοντας έτσι περισσότερο κόσμο αλλά και κατ' επέκταση χορηγούς. Έτσι λοιπόν θα συμβούν τα ακόλουθα:

- Άλμα Ομάδας Υποβρύχιων Καταστροφών του Πολεμικού Ναυτικού από μεγάλο ύψος (HALO). Τα “HALO” άλματα επιτυγχάνονται συνήθως από ύψος μεταξύ 25.000 και 28.000 πόδια. Έχουν εξελιχθεί για στρατιωτικούς σκοπούς γι' αυτό και αναφέρονται ως «στρατιωτικού τύπου». “High Altitude, Low Open” δηλαδή «Μεγάλο Υψόμετρο, Άνοιγμα Χαμηλά». Οι αλεξιπτωτιστές ανεβαίνουν σε μεγάλο υψόμετρο με ειδικό αεροσκάφος και πέφτουν προς την επιφάνεια της γης με απίστευτες ταχύτητες (320 χμ/ώρα), περιμένοντας όσο το δυνατόν περισσότερο για να ανοίξουν τα αλεξιπτωτα τους. Παρόμοιες επιδείξεις έχουν λάβει χώρα κυρίως στην Αμερική από την πολύ γνωστή ομάδα “SEAL TEAM» και δίνουν τη δυνατότητα στους θεατές να παρακολουθούν όλο το άλμα από την αρχή μέχρι το τέλος από κάμερες που έχουν πάνω τους οι αλεξιπτωτιστές<sup>8</sup>.
- Επίδειξη της “Red Bull Skydive Team”. Η Red Bull Skydive Team – αποτελούμενη από τέσσερις εξαιρετικά ταλαντούχους εναέριους ακροβάτες – δείχνει ποιες δυνατότητες προσφέρει η τρίτη διάσταση της «παιδικής τους χαράς» όπως την αναφέρουν. Αυτή η παράσταση δημιουργεί μια επιπλέον ορμή στις αθλητικές εκδηλώσεις. Ανεξάρτητα από το αν είναι μέρα ή νύχτα, πάνω από τη γη ή το νερό – με εφέ φωτός και καπνού που κόβουν την ανάσα, η δράση τους είναι ένα τέλειο σημείο αναφοράς σε αυτές τις ειδικές περιστάσεις<sup>9</sup>.

### 6.2.5 Διαγωνιζόμενοι

Σκοπός του “event” είναι η μέγιστη δυνατή προβολή, για το σκοπό αυτό είναι αναγκαία η προσέγγιση των κορυφαίων αθλητών ώστε να αυξηθεί το κίνητρο για τους λάτρεις του

---

<sup>8</sup> <https://skydivehigh.com/halo-jumps/>

<sup>9</sup> <https://www.redbullskydiveteam.com/>

αθλήματος, να το παρακολουθήσουν. Συνεπώς έχοντας ως κίνητρο το μεγάλο χρηματικό έπαθλο για τις πρώτες θέσεις η συμμετοχή αθλητών υψηλού επιπέδου είναι αναπόφευκτη. Έτσι έχοντας ως δεξαμενή αθλητών τους νικητές αλλά και τους συχνούς συμμετέχοντες σε παγκόσμια πρωταθλήματα, θα συμμετέχουν 8 έως 10 αθλητές σε κάθε αγώνισμα. Άρα λοιπόν η συμμετοχή ξένων αθλητών υπολογίζεται στους 40.

Θέλοντας να ανέβει το επίπεδο του αθλήματος στη χώρα μας θα προταθεί στην ΕΛ.Α.Ο η διοργάνωση να φιλοξενήσει παράλληλα το Πανελλήνιο πρωτάθλημα Ελεύθερης Πτώσης της αντίστοιχης χρονιάς ως προκριματικός αγώνας για το κύριο γεγονός, δίνοντας την ευκαιρία στους 2 καλύτερους Έλληνες αθλητές κάθε αγωνίσματος να διαγωνιστούν με τους υψηλού επιπέδου ξένους.

Βασική προϋπόθεση για τους συμμετέχοντες αποτελεί, να είναι μέλη της Διεθνούς Αεραθλητικής Ομοσπονδίας όπως αναφέρθηκε και στο κεφ. 3.5 ώστε να μπορούν να διαγωνιστούν και να μπορούν να κατοχυρωθούν πιθανά ρεκόρ.

#### 6.2.6 Μέσα προβολής

Τα μέσα προβολής και προώθησης της διοργάνωσης εξαρτώνται από τους χορηγούς που θα δεχτούν να αναλάβουν αυτό το κομμάτι ως υποστηρικτές. Η διαφήμιση του γεγονότος αρκετούς μήνες νωρίτερα αποτελεί βασικό πυλώνα για την επιτυχή διεξαγωγή του. Έτσι όπως και κάθε μεγάλο αθλητικό γεγονός θα έχει τηλεοπτικά δικαιώματα. Τα τελευταία χρόνια έχοντας πολύ ανεπτυγμένες τις δυνατότητες “streaming” μετάδοσης, αρκετές διοργανώσεις προβάλλονται μέσω διαδικτυακών πλατφορμών. Πλατφόρμες όπως το “Youtube”, το “Facebook”, το “Instagram” και το “Twitch” είναι οι πλέον διαδεδομένες και μπορούν να προβάλλουν το γεγονός σε ζωντανή μετάδοση οπουδήποτε υπάρχει σήμα ίντερνετ στον πλανήτη<sup>10</sup>.

Οι παραπάνω πλατφόρμες συνδέονται άμεσα με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πράγμα που είναι καθοριστικό για τη προώθηση στις μέρες μας. Πέραν των παραπάνω, παραγωγές με πάρα πολύ υψηλά κόστη αναλαμβάνουν τα τελευταία χρόνια και πλατφόρμες “TV streaming” όπως το “Netflix”, το “Disney plus” ή το “Prime video”<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> <https://restream.io/blog/best-live-streaming-platforms/>

<sup>11</sup> <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/best-streaming-service-of-2022/>

Έτσι μια πλατφόρμα από τις παραπάνω θα μπορούσε εκτός από τη ζωντανή μετάδοση του γεγονότος, να αναλάβει και τη παραγωγή μιας ταινίας ‘after movie’, προβάλλοντας όσα διαδραματίστηκαν στη διοργάνωση, αφήνοντας υποσχέσεις στον θεατή για την επόμενη χρονιά.

Τέλος, οι υπόλοιποι χορηγοί επικοινωνίας, κυρίως από την εγχώρια αγορά θα προωθήσουν το γεγονός σε αθλητικά και ενημερωτικά site, καθώς και μέσω διαφημίσεων σε επιλεγμένα τηλεοπτικά κανάλια και ραδιοφωνικούς σταθμούς.

#### *6.2.7 Κόστος συμμετοχής, έπαθλα και προνόμια αθλητών*

Ερευνώντας τα κόστη συμμετοχής των αθλητών σε παρόμοιες διοργανώσεις που θα αναλυθούν και στην πρώτη ενότητα του έκτου κεφαλαίου φαίνεται ότι το ποσό που καταβάλλει κάθε αθλητής για να συμμετάσχει ποικίλει ανάλογα με το αγώνισμα. Δηλαδή αν ο αθλητής διαγωνίζεται σε άλματα ακρίβειας προσγειώσεων το κόστος είναι σχετικά μικρό της τάξης των τριάντα έως πενήντα ευρώ, όσο δηλαδή κυμαίνονται και τα άλματα σε μία λέσχη ελεύθερης πτώσης. Αν όμως πρόκειται για άλμα με στολή wingsuit τότε το κόστος διπλασιάζεται γιατί απαιτείται επιπλέον εξοπλισμός από τη διοργάνωση και μεγαλύτερο ύψος άφεσης των αθλητών που ισοδυναμεί με περισσότερα καύσιμα.

Πέραν του είδους των αγωνισμάτων όμως, οι αθλητές μπορούν να επιλέξουν και πακέτα που περιέχουν διαμονή, σίτιση αλλά και άλματα προπόνησης πριν τους αγώνες.

Συνεπώς η τιμολόγηση στις συμμετοχές που προέκυψε από την ανωτέρω έρευνα παρουσιάζεται όπως παρακάτω:

**Άλματα Ακρίβειας:** 100€ ατομική συμμετοχή με ένα άλμα προπόνησης (30€ για κάθε επιπλέον)

**Ελεύθερη Πτώση Ταχύτητας:** 120€ ατομική συμμετοχή με ένα άλμα προπόνησης (35€ για κάθε επιπλέον)

**Συμμετοχή και στα δύο ατομικά αγωνίσματα:** 200€ με ένα άλμα προπόνησης για κάθε αγώνισμα

**Ελεύθερη πτώση σε σχηματισμό 4:** 350€ ομαδική συμμετοχή με ένα άλμα προπόνησης (100€ για κάθε επιπλέον)

**Άλμα ταχύτητας ή απόστασης με στολή “Wingsuit” :** 150€ ατομική συμμετοχή με ένα άλμα προπόνησης (40€ για κάθε επιπλέον)

**Συμμετοχή και στα δύο αγωνίσματα με στολή “Wingsuit”:** 250€ με ένα άλμα προπόνησης για κάθε αγώνισμα

Κάθε διαγωνιζόμενος πρέπει να έχει κίνητρο για να διακριθεί και να συμμετάσχει στον διαγωνισμό, έτσι το έπαθλο για τη πρώτη θέση θα είναι χρηματικό, ενώ για τη δεύτερη και τη τρίτη θέση θα είναι υψηλής αξίας προϊόντα των χορηγών.

Επίσης οι χορηγοί θα προσφέρουν σε κάθε διαγωνιζόμενο έκπτωση στα προϊόντα τους και αναμένεται να υπάρξουν προνομιακά πακέτα διαμονής από τους χορηγούς υποστηρικτές.

### **6.3 Μοναδικότητα- ανταγωνισμός**

Αν και πρωταθλήματα ή διαγωνισμοί ελεύθερης πτώσης γίνονται κάθε χρόνο, δεν έχουν αποκτήσει μεγάλη προβολή στην Ευρώπη και σίγουρα στη χώρα μας. Προσελκύοντας χορηγούς με μεγάλο αντίκτυπο στο κοινό, δίνεται η δυνατότητα να επιβραβευτούν οι νικητές με μεγάλα χρηματικά ή μεγάλης αξίας έπαθλα. Αυτό σημαίνει ότι αθλητές εγνωσμένης αξίας θα θέλουν να συμμετάσχουν και έτσι οι λάτρες του αθλήματος θα θέλουν να τους παρακολουθήσουν. Πέραν όμως του διαγωνισμού για τις πρώτες θέσεις θα λάβουν χώρα και επιδείξεις από εξειδικευμένες ομάδες αλεξιπτωτιστών, προσφέροντας έτσι θέαμα στο κοινό.

Επίσης, θα δημιουργηθεί ένα αεραθλητικό πάρκο στο χώρο του αεροδρομίου με περίπτερα χορηγών και λεσχών ελεύθερης πτώσης, όπου γνωστοί μουσικοί παραγωγοί της χώρας θα κάνουν την ατμόσφαιρα κάθε άλλο παρά μονότονη. Τα εθνικά πρωταθλήματα που λαμβάνουν χώρα στις ΗΠΑ ή την Αγγλία, χώρες όπου το άθλημα είναι πολύ ανθισμένο, προσφέρουν αρκετό θέαμα σε αυτούς που το παρακολουθούν από το έδαφος όταν οι αγωνιζόμενοι προσγειώνουν τα αλεξιπτώτα τους, αλλά χάνουν τις εντυπωσιακές πτήσεις των αθλητών πριν προσγειωθούν.

Στο φετινό (2022) παγκόσμιο πρωτάθλημα της FAI εμφανίστηκε μια μεγάλη οθόνη LED για να μεταδίδει σε ζωντανή μετάδοση τι συμβαίνει στον αέρα. Αυτή η προσθήκη θα κάνει μια

διοργάνωση που κατά κύριο λόγο έχει δράση πάνω από την επιφάνεια της γης, να αποκτά τεράστιο ενδιαφέρον στο κοινό που περιμένει στο έδαφος. Έτσι λοιπόν και στο “Athens Falling Freedom” θα υπάρχει αυτή η πινελιά που θα κάνει τη διαφορά και θα συμβάλει για πρώτη φορά στην Ευρώπη. Με την κατάλληλη προβολή, το γεγονός που θα συμβεί στη πρωτεύουσα της χώρας μας, χωρίς μάλιστα να έχει επαναληφθεί, θα κάνει τους πολίτες να θέλουν να παρευρεθούν σε ένα πολύ προσιτό αεροδρόμιο της Αττικής και ας μην έχουν επαφή με το άθλημα.

Συνεπώς από τη σκοπιά του ανταγωνισμού στο συγκεκριμένο άθλημα δεν υπάρχει διαγωνισμός πέραν του πανελλήνιου πρωταθλήματος που λαμβάνει χώρα σχεδόν κάθε χρόνο και κάποιων διασυλλογικών αγώνων ή αγώνων ενόπλων δυνάμεων όπως αναλύθηκαν στην ενότητα 2.6. Γεγονότα δίχως προβολή στο κοινό και χωρίς χορηγικό πρόγραμμα. Ο κύριος ανταγωνιστής του “Athens Falling Freedom” θεωρείται το ‘Athens Flying Week’ που θα παρουσιαστεί στην ενότητα 6.1, έχει γίνει θεσμός και θα βοηθήσει στην ανάλυση της αγοράς λόγω του μεγάλου χορηγικού του προγράμματος, που είναι χρήσιμο εργαλείο για το δικό μας πλάνο.

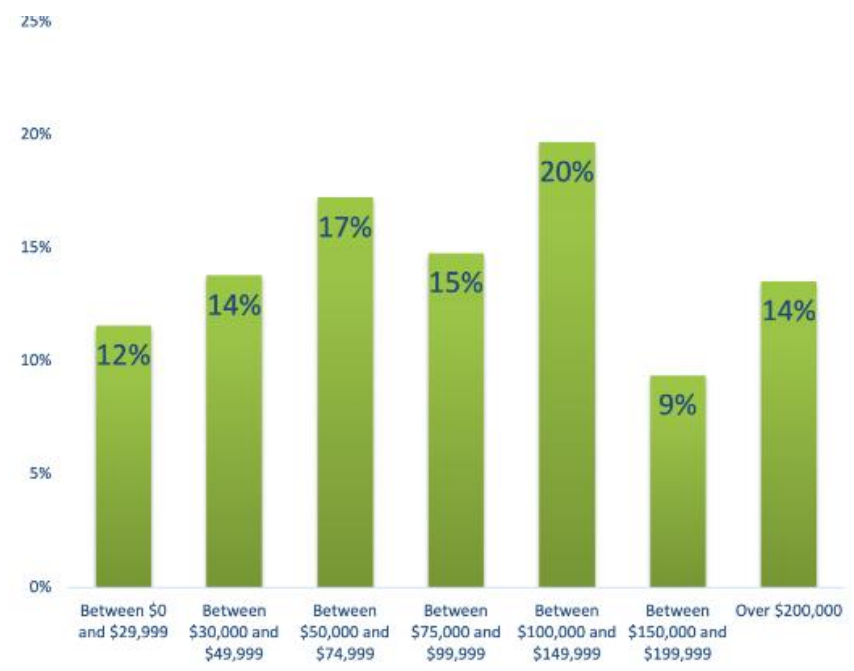
#### ***6.4 Το κοινό που θα παρακολουθήσει τη διοργάνωση***

Οι αθλητές που ασχολούνται γενικότερα με τον ακραίο αθλητισμό χαρακτηρίζονται από την αφοσίωση και το πάθος τους καθώς αναζητούν τις έντονες συγκινήσεις. Αρκετές μελέτες αναζήτησης των εσωτερικών κινήτρων των αθλητών καταλήγουν στο συμπέρασμα πως τα άτομα που ασχολούνται με τον ακραίο αθλητισμό είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και ανήκουν στα υψηλότερα οικονομικά εισοδήματα. Η εξήγηση σχετικά με το μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο των συμμετεχόντων στον ακραίο αθλητισμό είναι οι αυξημένες προπονητικές απαιτήσεις και το υψηλό κόστος του εξοπλισμού (Bastug et al, 2017).

Το άθλημα της ελεύθερης πτώσης απαιτεί από τη φύση του ακριβό εξοπλισμό και αρκετή υποστήριξη. Αυτό σημαίνει πως απευθύνεται σε αθλητές που θα πρέπει να αντέχουν οικονομικά να στηρίζουν την επιλογή τους με αυτή την ενασχόληση. Ειδικότερα το κόστος ενός καινούργιου αλεξιπτώτου ανέρχεται στα 3.000 ευρώ, του αλτίμετρου από περίπου 200 ευρώ, του

κράνους μαζί με τα ειδικά γυαλιά στα 300 ευρώ, ενώ το κόστος της στολής κυμαίνεται μεταξύ 300-500 ευρώ<sup>12</sup>.

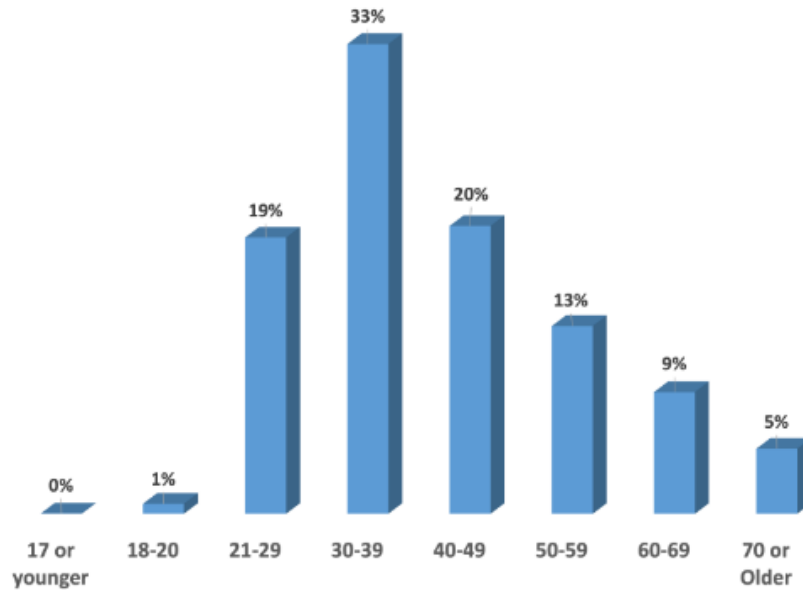
Στην εικόνα 25 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα στατιστικά στοιχεία σχετικά με το εισόδημα των μελών της USPA. Όπως φαίνεται από τα διαγράμματα ο κύριος όγκος των μελών της έχει ετήσιο εισόδημα μεταξύ 50.000 έως 149.000 δολαρίων διαμορφώνοντας το 52%, ενώ ένα ποσοστό του 12% έχει εισόδημα έως 29.999 δολάρια, που δείχνει ότι υπάρχουν και μέλη χωρίς πολύ μεγάλη οικονομική επιφάνεια.



**Εικόνα 25: Το εισόδημα των μελών της USPA**  
(Πηγή: <https://uspa.org/Discover/FAQs/Demographics>)

Στην εικόνα 26 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα στοιχεία των ηλικιών των μελών της USPA. Παρατηρούμε πως το 72% των αθλητών ελεύθερης πτώσης είναι από 21 έως 49 ετών, με την πλειοψηφία να είναι μεταξύ 30-39 ετών.

<sup>12</sup> <https://comparecamp.com/skydive-statistics/>



Εικόνα 26: Η ηλικία των μελών της USPA  
(Πηγή: <https://uspa.org/Discover/FAQs/Demographics>)

Σημαντική μερίδα των αθλητών ελεύθερης πτώσης παγκοσμίως αποτελούν στελέχη ή πρώην στελέχη ενόπλων δυνάμεων ή σωμάτων ασφαλείας. Όπως αναφέρθηκε στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο, το άθλημα του αλεξιπτωτισμού άνθισε μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, γεγονός απόλυτα λογικό καθώς οι αλεξιπτωτιστές αποτελούν μεγάλο μέρος των στρατιωτικών δυνάμεων. Έτσι, αρκετοί στρατιωτικοί στο επάγγελμα ή πρώην στρατιώτες που υπηρέτησαν σε μοίρες αλεξιπτωτιστών, έχουν ως χόμπι ή διαγωνίζονται στην ελεύθερη πτώση.

Βέβαια εκτός από κοινό που είναι οικείο με το άθλημα του skydiving και γενικότερα του ακραίου αθλητισμού, αντίστοιχες διοργανώσεις παρακολουθούνται από άτομα με ενδιαφέροντα σχετικά με τους αιθέρους και τα αεροπλάνα. Τέλος αναμένεται και ένα μικρό ποσοστό θεατών που θα αντιμετωπίσουν τη διοργάνωση ως μέρος της ψυχαγωγικής δραστηριότητας για όλη την οικογένεια κυρίως εξαιτίας του θεάματος αλλά και των χαρακτηριστικών της περιοχής.

Συνεπώς, το στοχευμένο κοινό της διοργάνωσης αποτελούν :

1. Αθλητές του αλεξιπτωτισμού
2. Άτομα που ασχολούνται με τον ακραίο αθλητισμό και τον αεραθλητισμό
3. Μέλη των σωμάτων ασφαλείας ή των ενόπλων δυνάμεων

4. Άτομα που τους αρέσει η ενασχόληση με ενδιαφέρονται στρατιωτικού περιεχομένου
5. Δυναμικό κοινό 25-40 ετών

### 6.5 Οικονομική πρόβλεψη προϊόντος

Για την υλοποίηση της οικονομικής πρόβλεψης του προϊόντος συντάσσεται σε πρώτη φάση ο οικονομικός προγραμματισμός, ο οποίος παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί.

**Πίνακας 2: Οικονομικός προγραμματισμός διοργάνωσης**

<b>Οικονομικός Προγραμματισμός Διοργάνωσης</b>	<b>Σενάριο Α (φιλόδοξο)</b>	<b>Σενάριο Β (απαισιόδοξο)</b>	<b>Σενάριο Γ (πιθανό)</b>
<b>Έσοδα</b>			
Συνδρομές αθλητών	12.000 €	6.000 €	8.000 €
Πωλήσεις εισιτηρίων	100.000 €	5.000 €	50.000 €
Επιπλέον άλματα αθλητών	10.000 €	2.000 €	5.000 €
Κρατική επιχορήγηση από ΓΓΑ	6.000 €	2.000 €	3.000 €
Παραχώρηση δικαιωμάτων προβολής	30.000 €	15.000 €	20.000 €
Χορηγίες	130.000 €	80.000 €	100.000 €
Λοιπά έσοδα από τις παρεχόμενες υπηρεσίες	10.000 €	5.000 €	7.000 €
<b>Σύνολο</b>	<b>298.000 €</b>	<b>115.000 €</b>	<b>193.000 €</b>
<b>Έξοδα</b>			
Αμοιβές νικητών	7.000 €	10.000 €	8.000 €
Έξοδα διαφήμισης της διοργάνωσης	10.000 €	20.000 €	15.000 €
Κόστος τεχνικού εξοπλισμού	15.000 €	20.000 €	30.000 €
Κόστος μισθοδοσίας και ασφάλισης συνεργατών και υπαλλήλων	15.000 €	20.000 €	18.000 €
Κόστος ενοικίου των εγκαταστάσεων	7.000 €	13.000 €	10.000 €
Οικονομικές υποχρεώσεις προς ΦΑΙ	8.000 €	12.000 €	10.000 €
Ασφαλιστική κάλυψη διοργάνωσης	10.000 €	15.000 €	12.000 €
Λοιπά έξοδα	3.000 €	5.000 €	4.000 €
<b>Σύνολο</b>	<b>75.000 €</b>	<b>115.000 €</b>	<b>107.000 €</b>



Ο οικονομικός προγραμματισμός περιλαμβάνει τρία πιθανά σενάρια, το σενάριο Α είναι το πιο αισιόδοξο, το σενάριο Β το λιγότερο αισιόδοξο και το σενάριο Γ είναι το πιο πιθανό σενάριο. Ακολουθεί συνοπτική παρουσίαση των ανωτέρω μεταβλητών.

Τα έσοδα της διοργάνωσης προέρχονται από τις συνδρομές των συμμετεχόντων, τις πωλήσεις των εισιτηρίων, την κρατική επιχορήγηση από την Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, την παραχώρηση των δικαιωμάτων προβολής, τις χορηγίες και τα έσοδα από τις παρεχόμενες υπηρεσίες κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης. Τα έσοδα από τις συνδρομές των αθλητών χαρακτηρίζονται ως σίγουρα έσοδα και είναι γνωστά αρκετό καιρό πριν την έναρξη της διοργάνωσης. Όσον αφορά τα έσοδα από τις πωλήσεις εισιτηρίων, αυτά είναι άμεσα συνδεδεμένα με τη συμμετοχή του κοινού, υπάρχει σημαντικό εύρος στη διακύμανση των εσόδων καθώς υπάρχουν 4 διαφορετικά είδη εισιτηρίων, τα οποία έχουν διαφορετικό αντίτιμο. Η τακτική επιχορήγηση από τη ΓΓΑ προς την ΕΛ.Α.Ο αντιστοιχεί σε 12.000 και της έκτακτης σε 5.000<sup>13</sup>, οπότε εκτιμούμε πως είναι εφικτή η επιχορήγηση ύψους 3.000 ευρώ. Το κύριο έσοδο της διοργάνωσης προέρχεται από τους χορηγούς και σε κάθε περίπτωση αντιστοιχεί μεταξύ 55-75% του συνόλου. Καθ' όλη τη διάρκεια της διοργάνωσης θα παρέχονται διάφορες υπηρεσίες ψυχαγωγικού χαρακτήρα για το κοινό, όπως σίτιση έντυπο υλικό, αναμνηστικά είδη κ.α.

Τα έξοδα της διοργάνωσης είναι οι αμοιβές των νικητών, τα έξοδα διαφήμισης και προώθησης της διοργάνωσης τα οποία περιλαμβάνονται στη χορηγική πρόταση. Επιπλέον, τα έξοδα του τεχνικού εξοπλισμού της διοργάνωσης περιλαμβάνουν το κόστος ενοικίασης των αεροπλάνων, των καυσίμων και του συνόλου του υλικοτεχνικού εξοπλισμού που απαιτείται για την ασφαλή και επιτυχημένη διοργάνωση. Στα έξοδα περιλαμβάνεται και το κόστος μισθοδοσίας και ασφάλισης των συνεργατών και υπαλλήλων, ενώ περιλαμβάνεται και το ποσό της ασφαλιστικής κάλυψης της διοργάνωσης. Επειδή, η διοργάνωση θα είναι υπό την αιγίδα της FAI, περιλαμβάνονται οικονομικές υποχρεώσεις, που χαρακτηρίζονται ως sanction fees, ενώ υπάρχει και το τέλος αίτησης καθώς και η καταβολή εγγύησης η οποία επιστρέφεται με την ολοκλήρωση της διοργάνωσης. Στα έξοδα επίσης περιλαμβάνεται και το ενοίκιο των εγκαταστάσεων καθώς και λοιπά έξοδα που χαρακτηρίζονται ως απρόβλεπτες δαπάνες.

---

<sup>13</sup> <https://www.gga.gov.gr/epopteyomenoi-foreis/epixorhghseis>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΧΟΡΗΓΙΚΟ ΠΛΑΝΟ**

### ***7.1 Αρχική Προσέγγιση Χορηγικού Πλάνου***

Η διοργάνωση “Athens Falling Freedom” είναι κάτι πολύ φρέσκο και καινούργιο για το κοινό της Ελλάδας, έτσι πρέπει να δημιουργηθούν πιστοί «οπαδοί», όπως συμβαίνει αντίστοιχα με το “Athens Flying Week”. Χορηγοί από αναγνωρισμένες εταιρείες, που έχουν καθιερωθεί στην αγορά μπορούν να επιβεβαιώσουν την μεγάλη αξία του προϊόντος. Έτσι θα φανεί ότι αυτό που προσφέρουμε υποστηρίζεται, κάτι που πραγματικά βοηθά να επηρεάσει τους ανθρώπους να συμμετάσχουν σε αυτό. Η διαδικασία εντοπισμού χορηγών απαιτεί αρχικά κατανόηση του ποιοι είμαστε, τι επιρροή έχουμε και ποιόν ενδιαφέρουμε, κάτι το οποίο παρουσιάστηκε στο πέμπτο κεφάλαιο. Επιλέγοντας την εξής διαδικασία:

- Δημιουργία λίστας με χορηγούς, χαρτογραφώντας την αγορά που μας αφορά
- Δημιουργία λίστας με επιθυμητούς χορηγούς, ερευνώντας κάθε χορηγό ξεχωριστά και καταγράφοντας τις λεπτομέρειες που μας ενδιαφέρουν
- Πραγματοποίηση ελέγχου «πραγματικότητας». Καταλαβαίνουμε πόσο ανταγωνιστικοί είμαστε τελικά αξιολογώντας τους χορηγούς.
- Ανανέωση τελικής λίστας με αυτούς που μας ταιριάζουν.
- Δημιουργία υλικού που θα βοηθήσει να πείσουμε τους υποψήφιους.

### ***7.2 Χαρτογράφηση χορηγικής αγοράς***

Σε αυτή την ενότητα ερευνούμε γεγονότα που έχουν λάβει χώρα στην Ελλάδα, τα οποία είτε είναι αγώνες ελεύθερης πτώσης, είτε επιδείξεις στο εύρος του αεραθλητισμού. Από την άλλη μεριά η διεθνής αγορά προσφέρει περισσότερες πληροφορίες, καθώς υπάρχουν αρκετοί αγώνες και εκδηλώσεις ελεύθερης πτώσης με μεγάλη απήχηση στο κοινό του εξωτερικού. Το σύνολο αυτών των διοργανώσεων θεωρούνται «ανταγωνιστές» μας και αποτυπώνουμε τις κατηγορίες των χορηγών που εμφανίστηκαν. Αυτή η διαδικασία ονομάζεται «χαρτογράφηση της χορηγικής αγοράς» και είναι ίσως το σημαντικότερο εργαλείο για το χορηγικό μας πλάνο.

## 7.2.1 Ελληνική αγορά

- Athens Flying Week

Το μεγαλύτερο αεροπορικό σόου στα Βαλκάνια με πάνω από 500.000 πιστούς θαυμαστές παγκοσμίως, λαμβάνει χώρα κάθε φθινόπωρο από το 2012 για ένα συναρπαστικό αεροπορικό Σαββατοκύριακο στο αεροδρόμιο της Τανάγρας, ενώ τα προηγούμενα χρόνια συνέβαινε στο αεροδρόμιο του Τατοΐου.



Εικόνα 27: Στιγμιότυπο από διοργάνωση στη Τανάγρα  
(Πηγή: <https://www.athensflyingweek.gr/el/home-page/>)

Στην εικόνα 28 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι χορηγοί της εν λόγω διοργάνωσης για το έτος 2022, οι οποίοι έχουν κατηγοριοποιηθεί σε “platinum”, “silver”, “bronze”, υποστηρικτές, χορηγοί επικοινωνίας, χορηγός νοσοκομειακής περίθαλψης, επίσημους παραγωγούς και οργανωτές.



Εικόνα 28: Οι χορηγοί της διοργάνωσης Athens Flying Week  
(Πηγή: <https://www.athensflyingweek.gr/el/home-page/>)

1. Aegean Airlines : Είναι η μεγαλύτερη αεροπορική εταιρεία στην Ελλάδα, γνωστή και ως Αεροπορία Αιγαίου και έχει τη βάση της στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών "Ελευθέριος Βενιζέλος.
2. Aniodream : Είναι σχολή εκπαίδευσης χειριστών υπερελαφρών αεροσκαφών καθώς και πιστοποιημένο κέντρο από την ΥΠΑ για εξειδίκευση εκπαιδευτών ΥΠΑΜ.
3. EAB : Η Ελληνική Αεροπορική Βιομηχανία Α.Ε (EAB) είναι η μεγαλύτερη κρατική αμυντική βιομηχανία της Ελλάδας, ειδικευμένη στην κατασκευή τμημάτων πολιτικών και στρατιωτικών αεροσκαφών, ενώ έχει αναλάβει και τη συντήρηση των αεροσκαφών της ελληνικής Πολεμικής Αεροπορίας.
4. Lockheed Martin Corporation : Είναι αμερικανική εταιρεία, μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες στον κλάδο της αεροδιαστημικής, όπλων, ασφάλειας και τεχνολογίας . Έχει την έδρα της στη North Bethesda, Maryland, στην περιοχή Washington, D.C.
5. Rafale International : Είναι μια Κοινοπραξία (G.I.E Groupement d'Intérêt Economique) που ιδρύθηκε από την "Dassault Aviation", τον όμιλο "Safran" και την "Thales" για την προώθηση του μαχητικού αεροσκάφους Rafale σε διεθνείς πελάτες. Οι τρεις εταίροι είναι σημαντικοί διεθνείς ηγέτες στους τομείς της αεροδιαστημικής και της άμυνας.
6. Ελ. Βενιζέλος : Είναι ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών και εξυπηρετεί την Αθήνα και γενικά την Αττική. Στο αεροδρόμιο, έχουν τη βάση τους: η Aegean Airlines, η θυγατρική της, Olympic Air, όπως επίσης και η Ryanair που το χρησιμοποιεί ως τοπική βάση (από το 2014).
7. Air BP : Είναι το εξειδικευμένο τμήμα αερομεταφορών της βρετανικής BP. Είναι ένας από τους μεγαλύτερους προμηθευτές αεροπορικών καυσίμων στον κόσμο καθώς και λιπαντικών. Οι υπηρεσίες της εξυπηρετούν αεροπορικές εταιρείες, εμπορική αεροπορία και γενική αεροπορία.
8. Hyundai Motor Company : Είναι μία νοτιοκορεατική αυτοκινητοβιομηχανία με έδρα τη Σεούλ της Νότιας Κορέας. Μαζί με την θυγατρική της Kia Motors και τη Genesis Motors αποτελούν τη Hyundai Motor GROUP, τον πρώτο μεγαλύτερο κατασκευαστή οχημάτων στον κόσμο.
9. Thales : Είναι μια γαλλική πολυεθνική εταιρεία που σχεδιάζει, αναπτύσσει και κατασκευάζει ηλεκτρικά συστήματα καθώς και συσκευές και εξοπλισμό για τους τομείς της αεροδιαστημικής, της άμυνας, των μεταφορών και της ασφάλειας. Η εταιρεία έχει

την έδρα της στην επιχειρηματική περιοχή του Παρισιού, La Défense.

10. Go Pro : Είναι μια αμερικανική εταιρεία τεχνολογίας, όπου κατασκευάζει κάμερες δράσης και αναπτύσσει τις δικές της εφαρμογές για κινητά και λογισμικό επεξεργασίας βίντεο, η οποία αργότερα επικεντρώθηκε στο συνδεδεμένο αθλητικό είδος. Βρίσκεται στο Σαν Ματέο της Καλιφόρνια.
11. Airforce.gr : Είναι ένας ιστόχωρος, ο οποίος αποτελεί την πληρέστερη πηγή άντλησης πληροφοριών για τα σήματα (patches) της Πολεμικής Αεροπορίας. Αποτελεί μια μη κερδοσκοπική, ιδιωτική προσπάθεια συλλογής όλων των απαραίτητων στοιχείων που τεκμηριώνουν την ιστορία κάθε σήματος αλλά και των μονάδων της Πολεμικής Αεροπορίας που έκαναν χρήση του.
12. EPT : Η Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση Ανώνυμη Εταιρεία (EPT A.E.) είναι Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου, που λειτουργεί ως Ανώνυμη Εταιρεία υπό την εποπτεία του δημοσίου που αποτελεί τον μοναδικό της μέτοχο. Συνιστά τον δημόσιο ραδιοτηλεοπτικό φορέα της Ελλάδας. Λειτουργεί με πέντε τηλεοπτικούς σταθμούς, τριάντα ραδιοφωνικούς σταθμούς, τέσσερις ιστότοπους, δύο ψηφιακούς πολυπλέκτες, ένα περιοδικό, μια υπηρεσία αρχείου, μία υβριδική υπηρεσία, μία χορωδία, δύο ορχήστρες και δεκατρία συμβούλια κοινωνικού ελέγχου ενώ μαζί με τη Βουλή των Ελλήνων, έχει υπό την επίβλεψη της, τον τηλεοπτικό σταθμό της Βουλής.
13. Πρώτο Πρόγραμμα : Είναι το Πρώτο Πρόγραμμα που λειτούργησε η δημόσια ραδιοφωνία (91,6-105.8 πρώην NET ) το οποίο εκπέμπει υπό την τωρινή EPT.
14. ERA SPOR : Είναι πανελλαδικός θεματικός αθλητικός, και ο τέταρτος αλφαβητικά ραδιοφωνικός σταθμός της EPT (στους 101.8 ). Ο σταθμός μεταδίδει 24 ώρες το 24ωρο πρόγραμμα αθλητικού περιεχομένου και μεταδόσεις αγώνων από όλα τα αθλήματα, ενώ στο πρόγραμμά του περιλαμβάνει και πολιτικό δελτίο ειδήσεων.
15. Πτήση και Διάστημα : Είναι ένα μηνιαίο περιοδικό, το παλαιότερο αεροπορικό και αμυντικό περιοδικό στην Ελλάδα και το μεγαλύτερο site του χώρου στην Ελλάδα.
16. Viva : Προμηθεύτρια εταιρεία ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην Ελλάδα. Πρόκειται για ένα ηλεκτρονικό ταξιδιωτικό γραφείο και τηλεπικοινωνιακό πάροχο. Είναι η κορυφαία εταιρεία στην διάθεση εισιτηρίων θεαμάτων στην ελληνική αγορά, παρέχοντας εισιτήρια για θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, αθλητικά γεγονότα, συνέδρια κ.α.
17. Athens Voice : Είναι μια δωρεάν εβδομαδιαία εφημερίδα με δίκτυο διανομής που

- περιλαμβάνει την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη καθώς και 20 ακόμη πόλεις της Ελλάδας.
18. Radio Pepper : Είναι ένα σύγχρονο αθηναϊκό ραδιόφωνο (στους 96.6 ) με πρωταγωνιστές δημιουργούς και τραγουδιστές της παγκόσμιας σκηνής.
  19. STAR : Το Star Κεντρικής Ελλάδας είναι ιδιωτικό τηλεοπτικό κανάλι περιφερειακής εμβέλειας που εδρεύει στη Λαμία και το πρόγραμμά του είναι κυρίως ενημερωτικού χαρακτήρα.
  20. Athenaeum Intercontinental Athens : Είναι ένα πολυτελές, μοντέρνο ξενοδοχείο στην περιοχή της Καλλιθέας.
  21. Podimatas Group of Companies : Ο Όμιλος Εταιρειών Ποδηματάς είναι ένας όμιλος παραγωγής εκδηλώσεων που μπορεί να παράγει και να υποστηρίξει τη διοργάνωση όλων των παραμέτρων κάθε εταιρικής ή κοινωνικής εκδήλωσης χρησιμοποιώντας την τελευταία λέξη της τεχνολογίας.
  22. PPDA : Δημιουργήθηκε από τη συγχώνευση ενός αρχιτεκτονικού γραφείου και μιας οπτικοακουστικής εταιρείας. Μια στενά συσχετισμένη, ολοκληρωμένη ομάδα που μπορεί να προσφέρει ένα ευρύ φάσμα ολοκληρωμένων υπηρεσιών στους πελάτες της.
  23. UPBEAT : Η Upbeat Music, Sound and Lights Design είναι μια εταιρεία με έδρα την Αθήνα η οποία αναλαμβάνει τη διοργάνωση οποιασδήποτε κοινωνικής ή εταιρικής εκδήλωσης χρησιμοποιώντας υπερσύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό.
  24. Elit Languages Services : Είναι ένα κέντρο παροχής γλωσσικών υπηρεσιών στην παγκόσμια αγορά. Πιο συγκεκριμένα υπηρεσίες όπως η διερμηνεία και η μετάφραση από το 2008.

- Πανελλήνιοι Αγώνες Αστυνομικών Αλεξιπτωτιστών

Η Αθλητική Ένωση Αστυνομικών Ελλάδος διοργανώνει τους Πανελλήνιους Αγώνες Αστυνομικών Αλεξιπτωτιστών. Έχουν διοργανωθεί δύο φορές μέχρι στιγμής στο Αεροδρόμιο Τατοΐου, σε συνεργασία με τους Έλληνες Αερόδυτες. Την πρώτη χρονιά υπήρχαν δύο χορηγοί, ενώ τη δεύτερη ένας.



Εικόνα 29: Οι αφίσα των 1<sup>ου</sup> Πανελλήνιων Αγώνων Αστυνομικών Αλεξιπτωτιστών

(Πηγή: <https://www.aeae.gr/>)

1. KIMBO : Ιταλική εταιρεία λιανεμπορίου καφέ.
2. Ευλογημένο : Εταιρεία παραγωγής νηστίσιμων-“vegan” προϊόντων .

- Αλέξανδρος Ωνάσης Air Show

Το 2021 από τις 16 έως και τις 19 Σεπτεμβρίου, διεξήχθη ένα Πρόγραμμα Αεροπορικών Επιδείξεων προς τιμήν του Αλέξανδρου Ωνάση, στον Κρατικό Αερολιμένα Κυθήρων, στα πλαίσια των εορταστικών εκδηλώσεων για το Χρυσό Ιωβηλαίο του αεροδρομίου.

**ALEXANDER ONASSIS AIR SHOW 2021**  
**Πρόγραμμα Αεροπορικών Επιδείξεων**

**Πέμπτη 16 Σεπτεμβρίου 2021**

- 10:00 - 11:00 Παραδείξεις & Ερασιμάνια αεροναυτιλισμού στο Δημοτικό Σχολείο Ποταμού. Περιοχή: Δημοτικό Σχολείο Ποταμού
- 11:00 - 16:00 Skydiving ελεγκτισμένος ελεύθερης πτώσης για το κοινό. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 16:00 - 18:00 Air Show. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 18:30 - 22:00 Πτήση με Αερόστατο με συμμετοχή για το κοινό. Περιοχή: Parking Χώρας

**Παρασκευή 17 Σεπτεμβρίου 2021**

- 10:00 - 11:00 Παραδείξεις αεροναυτιλισμού στο Δημοτικό Σχολείο Χώρας. Περιοχή: Δημοτικό Σχολείο Χώρας
- 10:00 - 16:00 Skydiving ελεγκτισμένος ελεύθερης πτώσης για το κοινό. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 10:00 - 16:00 Πτήσεις εθελού με αεροπλάνα με συμμετοχή του κοινού. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 10:00 - 17:30 Αετός θωρακισμένος με την συμμετοχή του κοινού. Περιοχή: Διακοψή ή Αγ. Μόνη ή Αγ. Γεωργίου
- 10:00 - 17:30 Αλεξιπτωτο πλανόδι και παραμπατέρ με την συμμετοχή του κοινού. Περιοχή: Διακοψή ή Αγ. Μόνη ή Αγ. Γεωργίου
- 16:00 - 18:00 Πτήσεις Αεροναυτιλισμού. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 17:30 - 18:30 Αγώνες προσαρμογής οριζώντων - Αλεξιπτωτο πλάνος & αετός θωρακισμένος. Περιοχή: Διακοψή ή Αγ. Μόνη ή Αγ. Γεωργίου
- 18:30 - 22:00 Πτήση με Αερόστατο. Περιοχή: Parking Χώρας

**Σάββατο 18 Σεπτεμβρίου 2021**

- 10:00 - 13:00 Πτήσεις εθελού για το κοινό. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 13:00 - 16:00 Skydiving ελεγκτισμένος ελεύθερης πτώσης για το κοινό. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 16:00 - 18:00 Αγώνες ελαφρών και υπερελαφρών αεροσκαφών. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 18:30 - 22:00 Πτήση με Αερόστατο με την συμμετοχή του κοινού. Περιοχή: Parking Χώρας

**Κυριακή 19 Σεπτεμβρίου 2021**

- 10:00 - 13:00 Πτήση με Αερόστατο με την συμμετοχή του κοινού. Περιοχή: Parking Χώρας
- 10:00 - 13:00 Skydiving με συμμετοχή για το κοινό. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 10:00 - 13:00 Πτήσεις εθελού με αεροπλάνα με συμμετοχή του κοινού. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 13:00 - 14:00 Αγώνες Skydiving - Ελεύθερη πτήση. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης
- 14:00 - 16:00 Τελετή λήξης. Περιοχή: Αεροδρόμιο Α.Α. Ωνάσης

**Είσοδος ελεύθερη για το κοινό.**

Υπό την Αιγίδα του Δήμου Κυθήρων  
 Υπουργείο Πολιτικής Αεροναυτιλίας  
 Ελληνική Αεροναυτική Ομοσπονδία

Κόστος συμμετοχής ανά αεροπλάνο  
 Πτήση με Αερόστατο 120€ (εφόδος ανά 2 άτομα)  
 Skydiving ανά άτομο 120€  
 Αλεξιπτωτο πλάνος και παραμπατέρ 20€  
 Αετός θωρακισμένος 20€  
 Πτήσεις εθελού 10-15 λεπτά 20€

Εικόνα 30: Πρόγραμμα αεροπορικών επιδείξεων της διοργάνωσης Alexander Onassis air show

(Πηγή: <https://kythera.news/al-onassis-air-show-ptisi-aerostato-skydiving-ptiseis/>)

Στο χορηγικό πρόγραμμα της διοργάνωσης υπήρχαν εννέα χορηγοί από την περιοχή των Κυθήρων οι οποίοι δεν καταγράφονται λόγω τοποθεσίας και δυναμικότητας.

Πέραν των παραπάνω δεν βρέθηκαν άλλες διοργανώσεις με ενδιαφέρον στον αεραθλητισμό, οι οποίες να έχουν παρουσιάσει χορηγούς, ούτε μάλιστα κάποια έκθεση ή κατάσταση στη χώρα μας με είδη αλεξιπτωτισμού. Αυτό σημαίνει ότι οι λάτρες του αθλήματος στη χώρα μας προμηθεύονται τον εξοπλισμό τους από τις λέσχες ελεύθερης πτώσης που συνεργάζονται με προμηθευτές ή μέσω ίντερνετ.



## 7.2.2 Διεθνής αγορά

- Έκθεση “Skydive the Expo”

Το “Skydive the Expo” διοργανώνεται από τη Βρετανική Ομοσπονδία Ελεύθερης Πτώσης και είναι η μεγαλύτερη εμπορική εκδήλωση αλεξιπτωτου στον κόσμο. Αυτή η εκδήλωση περιλαμβάνει συναρπαστικές και εκπαιδευτικές ομιλίες από μερικά από τα μεγαλύτερα ονόματα του αθλήματος, καθώς και μία θρυλική έκθεση όλων των κύριων κατασκευαστών και εμπόρων ειδών αλεξιπτωτισμού. Η έκθεση πραγματοποιήθηκε πρώτη φορά με μεγάλη επιτυχία στο Νότιγχαμ το 2020 και επανέρχεται τον Ιανουάριο του 2023 πολλά υποσχόμενη. Όπως γίνεται κατανοητό μια τέτοια εκδήλωση δίνει τροφή στην έρευνα που χρειαζόμαστε πάνω σε εταιρείες του αθλήματος, που είναι και οι πιθανοί χορηγοί μας.



Εικόνα 31: Χορηγοί της έκθεσης skydive the expo

(Πηγή: <https://britishskydiving.org/expo/>)

1. Aerodyne : Εταιρεία παραγωγής αλεξιπτώτων που εδρεύει στη Φλόριντα των Η.Π.Α.
2. Alti-2 Europe : Εταιρεία που κατασκευάζει υψηλής ποιότητας ψηφιακά και αναλογικά αλτίμετρα για αθλητές και στρατιωτικούς αλεξιπτωτιστές.
3. Brian Cumming : Βρετανός προπονητής ελεύθερης πτώσης που έχει χτίσει το δικό του “brand” στη Μ. Βρετανία.
4. Burble Software : Εταιρεία λογισμικού που δημιουργήθηκε για να καλύψει τις συγκεκριμένες ανάγκες που αντιμετωπίζουν οι ιδιοκτήτες και οι διαχειριστές επιχειρήσεων αλεξιπτώτου σε όλο τον κόσμο όπως online κρατήσεις, πωλήσεις δωροκάρτας και διαχείριση βάσης δεδομένων.
5. Cookie : Κατασκευάστρια εταιρεία ειδικών κρανών και αξεσουάρ αλεξιπτωτιστών.
6. Cypres 2 : Γερμανική εταιρεία παραγωγής μηχανισμών ασφαλείας αλεξιπτώτων.
7. Dzsports : Προμηθεύτρια εταιρεία εξοπλισμού αλεξιπτωτισμού υψηλής ποιότητας στο Ηνωμένο Βασίλειο.
8. Free fall gearstore : Ηλεκτρονικό κατάστημα ειδών αλεξιπτωτισμού
9. Icarus Canopies: Κατασκευάστρια εταιρεία θόλων αλεξιπτώτων από τη Νέα Ζηλανδία
10. I Fly : Η εταιρεία παρέχει υπηρεσίες σε αεροσύραγες (indoor skydiving) σε τέσσερα διαφορετικά σημεία της Βρετανίας.
11. Icehopp : Εκδήλωση ελεύθερης πτώσης
12. Jedi airwear : Εταιρεία κυρίως ένδυσης αλλά και εξοπλισμού για το άθλημα ελεύθερης πτώσης
13. Jimmy's Sky and Tunnel Coaching : Όπως προδίδει το όνομα παρέχει υπηρεσίες προπόνησης αθλητών σε άλματα αλλά και σε αεροσύραγες.
14. Lb Altimeters : Εταιρία παραγωγής αλτίμετρων που ξεκίνησε από την Δανία και έχει γίνει γνωστή σε όλο τον κόσμο
15. Phoenix-Fly : Εταιρεία που σχεδιάζει, αναπτύσσει και παράγει υπερσύγχρονες φόρμες υψηλής απόδοσης για skydiving και BASE-jumping (wingsuit).
16. Rhomech Rigging : Αγγλική εταιρεία παροχής υπηρεσιών που προσφέρει συντήρηση, επανασυσκευασία ή επιδιόρθωση αλεξιπτώτων καθώς και οποιουδήποτε βοηθητικού εξοπλισμού.

17. Shred Video : Εταιρεία παραγωγής βίντεο που βοηθά τις επιχειρήσεις αθλητικού τουρισμού ή τουρισμού περιπέτειας να δημιουργήσουν βίντεο και φωτογραφίες υψηλής ποιότητας για τους πελάτες τους.
18. Sun Path : Εταιρεία παραγωγής θηκών αλεξιπτώτων υψηλών προδιαγραφών για το άθλημα αλλά και στρατιωτικής χρήσης.
19. Symbi : Κατασκευάστρια εταιρεία ειδικά προσαρμοσμένων χειροποίητων στολών αλεξιπτωτισμού για όλους τους κλάδους.
20. Sports Financial Services : Εταιρεία που ειδικεύεται στη διευθέτηση κάλυψης ασφάλειας ζωής, κρίσιμων ασθενειών και προστασίας εισοδήματος για ενεργούς συμμετέχοντες σε αθλήματα.
21. Ultimate Ear : Κατασκευάζει και προμηθεύει ειδικά σχεδιασμένες ωτοασπίδες που μπορούν να φορεθούν άνετα σε διάφορα θορυβώδη περιβάλλοντα.
22. United Parachute Technologies : Κατασκευάστρια εταιρεία κυρίως θηκών αλεξιπτώτων αλλά και αξεσουάρ
23. Vertex Sky Sports : Κατασκευάστρια εταιρεία στολών αλεξιπτωτισμού αλλά και άλλων αεραθλημάτων.
24. Vertical Suits : Κατασκευάστρια εταιρεία στολών αλεξιπτωτισμού
25. XDream Skydiving : Κατάστημα ειδών αλεξιπτωτισμού και παροχής πληροφοριών πάνω στον εξοπλισμό του αθλήματος

- FAI World Skydiving Championships

Φέτος το παγκόσμιο πρωτάθλημα ελεύθερης πτώσης πραγματοποιήθηκε στην Αριζόνα των ΗΠΑ<sup>14</sup> ενώ το 2021 δεν πραγματοποιήθηκε λόγω των μέτρων του ιού COVID-19.



Εικόνα 32: Χορηγοί διοργάνωσης FAI World Skydiving Championships

(Πηγή: <https://www.skydivingworldchampionships.com/>)

---

<sup>14</sup> <https://www.skydivingworldchampionships.com/>

1. Black Rifle Coffee : Εταιρεία παραγωγής καφέ που εδρεύει στις ΗΠΑ και έχει έντονη δραστηριότητα σε εκδηλώσεις με στρατιωτικό περιεχόμενο, καθώς οι ιδρυτές της είναι πρώην στρατιωτικά μέλη.
2. London Bridge Trading : Αμερικάνικη εταιρεία που εμπορεύεται είδη στρατιωτικού περιεχομένου.
3. Performance Textiles : Εταιρεία που κατασκευάζει υψηλής ποιότητας ψηφιακά και αναλογικά αλτίμετρα για αθλητές και στρατιωτικούς αλεξιπτωτιστές.
4. Sun Path : Αναφέρθηκε ξανά
5. Icarus World : Κατασκευάστρια εταιρεία θόλων αλεξιπτώτου.
6. Velocity Sports Equipment : Κατασκευάστρια εταιρεία κυρίως θηκών αλεξιπτώτων
7. Cypres 2 : Αναφέρθηκε ξανά
8. United Parachute Technologies : Αναφέρθηκε ξανά
9. Vigil : Εταιρεία ειδικευμένη στα συστήματα αυτοματισμού ασφαλείας αλεξιπτώτων με έδρα τις Βρυξέλλες
10. Firebird : Κατασκευάστρια εταιρεία εξαρτημάτων αλεξιπτώτων αλλά και σχετικού ρουχισμού
11. Lb Altimeters : Αναφέρθηκε ξανά
12. Manufactory Apparel : Εταιρεία ρουχισμού και αξεσουάρ που ειδικεύεται στα ακραία αθλήματα.

- US National Skydiving Championships

Παρουσιάζονται παρακάτω οι χορηγοί που εμφανίστηκαν στις δύο τελευταίες διοργανώσεις:

- Αγώνες 2021



Εικόνα 33: Χορηγοί του εθνικού πρωταθλήματος των Η.Π.Α  
(Πηγή: <https://uspa.org/>)

1. ECS : Εταιρεία παραγωγής εργοστασιακών προϊόντων άμεσης μεταφοράς καθώς και τις πιο προηγμένες λύσεις προσαρμοσμένης συσκευασίας που είναι διαθέσιμες σήμερα όπως στρατιωτικές ή ιατρικές θήκες.
2. Performance Designs : Εταιρεία παραγωγής αλεξιπτώτων που εδρεύει στη Φλόριντα των Η.Π.Α.
3. Performance Textiles : Εταιρεία που κατασκευάζει υψηλής ποιότητας ψηφιακά και αναλογικά αλτίμετρα για αθλητές και στρατιωτικούς αλεξιπτωτιστές.
4. United Parachute Technologies : Αναφέρθηκε ξανά
5. Sun Path : Αναφέρθηκε ξανά

- ο Αγώνες 2022



## Vendors & Sponsors



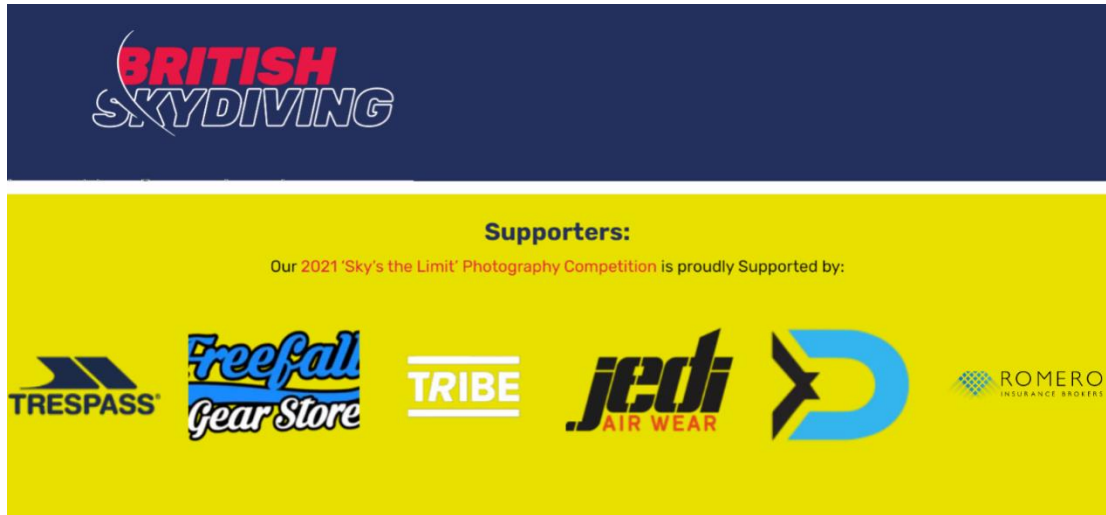
Εικόνα 34: Χορηγοί του εθνικού πρωταθλήματος 2022

(Πηγή [www.uspa.org](http://www.uspa.org))

1. Option Gravity : Εταιρεία παραγωγής στολών και άλλων ειδών αλεξιπτωτισμού.
2. Gold State Gear: Κατάστημα ειδών αλεξιπτωτισμού και παροχής πληροφοριών πάνω στον εξοπλισμό του αθλήματος
3. United Parachute Technologies : Αναφέρθηκε ξανά παραπάνω

- British Skydiving National Championships

Ερευνώντας τους εθνικούς αγώνες ελεύθερης πτώσης της Μ. Βρετανίας δεν βρέθηκαν χορηγοί στις επίσημες ανακοινώσεις των αγώνων. Στην επίσημη ιστοσελίδα της ομοσπονδίας όμως, βρέθηκαν υποστηρικτές, οι οποίοι φαίνεται να υποστηρίζουν το σύνολο των δράσεων της “British Skydiving”.



Εικόνα 35: Χορηγοί British Skydiving National Championships  
(Πηγή: <https://www.skydiving.co.uk/national-skydiving-championships/> )

1. Trespass: Εταιρεία από τη Σκωτία που παρέχει προϊόντα ρουχισμού αλλά και γενικών ειδών υπαίθρου (outdoor).
2. Free fall gearstore : Ηλεκτρονικό κατάστημα ειδών αλεξιπτωτισμού
3. Tribe : Εταιρεία ειδών υγιεινής και αθλητικής διατροφής
4. Jedi airwear : Αναφέρθηκε ξανά
5. XDream Skydiving : Αναφέρθηκε ξανά



- Wide Open Wingsuit Series

Ο διαγωνισμός “Wide Open Wingsuit Series” (WOWS) είναι μία σειρά αγώνων με στολή wingsuit, η οποία είναι ανοιχτή (open) και έχει έρθει για να ενθαρρύνει την ανάπτυξη δεξιοτήτων wingsuit μέσω του ανταγωνισμού δεν υπάρχουν σόλο άλματα, καμία συνολική βαθμολογία GPS, ούτε μέσοι όροι ή πόντοι. Υπάρχουν μόνο αγώνες τεσσάρων ανταγωνιστών κάνοντας το αποτέλεσμα άμεσο. Το WOWS στη πιο δίκαιη, πιο διασκεδαστική και πιο αντικειμενική μορφή του αθλήματος.



Εικόνα 36: Αφίσα της διοργάνωσης Wide open wingsuit series

(Πηγή: <https://wingsuitrace.org/>)



Εικόνα 37: Απονομή βραβείων διοργάνωσης WOWS

(Πηγή: <https://wingsuitrace.org/>)

Η τελευταία σειρά αγώνων έγιναν το 2018 στην Ελβετία και οι χορηγοί της διοργάνωσης που φαίνονται και στην εικόνα 36 είναι οι παρακάτω:

1. Swiss Skydive : Ίσως η πιο γνωστή Ελβετική λέσχη ελεύθερης πτώσης στην Ελβετία
2. GoPro : Εταιρεία παγκόσμιας εμβέλειας που κατασκευάζει κυρίως “action cameras” και είναι συνυφασμένη με τον ακραίο αθλητισμό
3. Squirrel Wingsuit : Εταιρεία που κατασκευάζει στολές “Wingsuit” και αλεξίπτωτα
4. AeroClub Grenchen : Είναι μια γερμανική λέσχη αεραθλητισμού που εδρεύει στο Grenchen της Ελβετίας
5. Raggedmounts : Εταιρεία που κατασκευάζει εξαρτήματα (mounts) για αλεξίπτωτα
6. Teem : Εταιρεία ένδυσης ακραίων αθλημάτων
7. Comply : Εταιρεία που κατασκευάζει εξαρτήματα ακουστικών
8. Fly Sight : Εξειδικευμένη εταιρεία στην κατασκευή συσκευών gps για το άθλημα με στολές “Wingsuit”

Αναλύοντας τους παραπάνω χορηγούς βλέπουμε ότι το χορηγικό πρόγραμμα δεν ξέφυγε από το εύρος του αθλήματος και ίσως αυτό οφείλεται στο ότι δεν ήταν στόχος των διοργανωτών να προσελκύσουν κοινό που δεν ασχολείται με την ελεύθερη πτώση.

- World Military Parachuting Championship

Το παγκόσμιο πρωτάθλημα στρατιωτικού αλεξιπτωτισμού διοργανώνεται κάθε χρόνο από το 1964 υπό την αιγίδα του Διεθνούς Στρατιωτικού Συμβούλιου Αθλητισμού και της FAI. Κάθε χρόνο γίνεται σε άλλη χώρα και μέχρι στιγμής έχουν λάβει μέρος 86 διαφορετικές χώρες. Η τελευταία διοργάνωση πραγματοποιήθηκε στην Αυστρία.



Εικόνα 38: Αφίσα 45ου Παγκόσμιου πρωταθλήματος στρατιωτικού αλεξιπτωτισμού

(Πηγή: <http://cism-austria.at/20220620/index.html>)



Εικόνα 39: Αθλητές του 45ου πρωταθλήματος στρατιωτικού αλεξιπτωτισμού

(Πηγή: <http://cism-austria.at/20220620/index.html>)

Ερευνώντας την διοργάνωση οι μόνοι χορηγοί που εντοπίστηκαν ήταν οι παρακάτω:

1. Cypres 2 : Αναφέρθηκε ξανά
2. Red Bull : Αυστριακή εταιρεία ενεργειακών ποτών με μεγάλη δράση στον ακραίο αθλητισμό

Από τη χαρτογράφηση της διεθνούς αγοράς, μπορούμε να καταλάβουμε ποιες εταιρείες δραστηριοποιούνται κυρίως στην Ευρώπη ή τις Η.Π.Α, ενώ με τη πληθώρα των διοργανώσεων μπορούμε να δούμε ποιες εταιρείες έχουν την τάση να εμφανίζονται σε εκδηλώσεις ή αγώνες μέσω της επανάληψης. Καταγράφονται οι παρακάτω κλάδοι εταιρειών που χορηγήθηκαν ή ήταν υποστηρικτές:

1. Κατασκευάστριες εταιρείες αλεξιπτώτων
2. Κατασκευάστριες εταιρείες αλτίμετρων
3. Κατασκευάστριες εταιρείες παρελκομένων με το άθλημα της ελεύθερης πτώσης
4. Κατασκευάστριες εταιρείες συσκευών Gps
5. Προπονητές ελεύθερης πτώσης
6. Εταιρείες λογισμικού
7. Προμηθευτές εξοπλισμού
8. Ηλεκτρονικά καταστήματα ειδών αλεξιπτωτισμού
9. Εταιρείες εξειδικευμένης ένδυσης
10. Ασφαλιστικές εταιρείες
11. Προμηθεύτριες εταιρείες στρατιωτικών ειδών
12. Εταιρείες εισιτηρίων
13. Εταιρείες προϊόντων διατροφής
14. Εταιρείες τεχνολογίας
15. Αερολέσχες
16. Εταιρίες ενεργειακών ποτών

### ***7.3 Επιθυμητοί χορηγοί***

Έχοντας μια αρκετά μεγάλη λίστα με εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο άθλημα της ελεύθερης πτώσης αλλά και γενικότερα στα ακραία αθλήματα από την προηγούμενη ενότητα, θα προσθέσουμε εταιρείες που βάσει του κοινού στόχου μας - που προκύπτει από την επόμενη ενότητα – ενδέχεται να θέλουν να χορηγηθούν στη διοργάνωση μας. Έτσι, η λίστα με τους υποψήφιους χορηγούς θα αυξηθεί, αλλά στη συνέχεια θα επιλεγθούν μόνο οι σημαντικότεροι,

βάζοντας τα απαραίτητα «φίλτρα» τα οποία είναι η τοποθεσία, η συχνότητα, η απήχηση, η οικονομική δυναμική και το κοινό στόχος, έχοντας ως αποτέλεσμα τη συρρίκνωση των υποψηφίων.

### *7.3.1 Κατηγοριοποίηση υποψήφίων χορηγών*

Όπως αναφέρθηκε στη προηγούμενη ενότητα θα εφαρμοστούν «φίλτρα» στη μεγάλη λίστα εταιρειών που έχει δημιουργηθεί, τα οποία είναι η συχνότητα, η τοποθεσία, η απήχηση, η οικονομική δυναμική και το κοινό στόχος, ώστε η λίστα να περιοριστεί.

Αρχικά επιλέγουμε τις κατηγορίες υποψηφίων χορηγών που θέλουμε να βρίσκονται στο πλάνο, οι οποίες χωρίζονται σε κατηγορίες συνυφασμένες με το άθλημα και κατηγορίες που κρίνονται απαραίτητες για τη διοργάνωση ή ότι ταιριάζουν με το κοινό στόχο :

#### *A. Κατηγορίες συνυφασμένες με το άθλημα :*

1. Κατασκευάστριες εταιρείες κύριων θόλων αλεξιπτώτων (canopies)
2. Κατασκευάστριες εταιρείες εξαρτήσεων - θηκών αλεξιπτώτων (rig - container)
3. Κατασκευάστριες εταιρείες μηχανισμών ασφαλείας (AADs)
4. Κατασκευάστριες εταιρεία αλτίμετρων
5. Κατασκευάστριες εταιρείες εξειδικευμένης ένδυσης
6. Ηλεκτρονικά καταστήματα ειδών αλεξιπτωτισμού
7. Αερολέσχες ελεύθερης πτώσης Αθήνας

#### *B. Κατηγορίες που θεωρούμε απαραίτητες για τη διοργάνωση ή ότι ταιριάζουν με το κοινό στόχο:*

8. Θεματικές ιστοσελίδες ακραίου αθλητισμού
9. Πλατφόρμες “streaming-tv”
10. Εταιρείες εισιτηρίων
11. Εταιρείες επικοινωνιών
12. Εταιρείες ειδών ακραίου αθλητισμού ή περιπέτειας
13. Εταιρείες στρατιωτικών ειδών

Στη συνέχεια οι εταιρείες που εμφανίστηκαν πάνω από μία φορά στη χαρτογράφηση είναι οι εξής:

1. GoPro : Εταιρεία τεχνολογίας
2. Cypres : Κατασκευάστρια εταιρεία μηχανισμών ασφαλείας
3. Lb Altimeters : Κατασκευάστρια εταιρεία αλτίμετρων
4. Sun Path : Κατασκευάστρια εταιρεία αλεξιπτώτων
5. United Parachute Technologies : Κατασκευάστρια εταιρεία αλεξιπτώτων
6. XDream Skydiving : Κατάστημα ειδών αλεξιπτωτισμού
7. Free fall gearstore : Κατάστημα ειδών αλεξιπτωτισμού
8. Jedi airwear : Εταιρεία εξειδικευμένης ένδυσης
9. Fly Sight : Κατασκευάστρια εταιρεία συσκευών Gps

### 7.3.2 Εύρεση εταιρειών με απήχηση στην Ελλάδα

Το εργαλείο που χρησιμοποιήσαμε για την εύρεση επιπλέον εταιρειών είναι η ιστοσελίδα <https://www.similarweb.com/> . Ο συγκεκριμένος ιστοχώρος προσφέρει πληθώρα δεδομένων, συνδυάζοντας ψηφιακά δεδομένα που λαμβάνονται από μια ποικιλία μοναδικών πηγών, που επιτρέπουν την μέτρηση και τη χαρτογράφηση του ψηφιακού κόσμου με έγκαιρο και ολοκληρωμένο τρόπο.

Παρατίθενται παρακάτω οι ιστοσελίδες με την περισσότερη επισκεψιμότητα στην Ελλάδα ανά κατηγορίες, που επιλέχτηκαν βάση της προηγούμενης ενότητας:

- Αναζήτηση σε όλους τους κλάδους για τον μήνα Σεπτέμβριο 2022



Εικόνα 40: Οι ιστοσελίδες με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα για τον Σεπτέμβριο του 2022 στην Ελλάδα

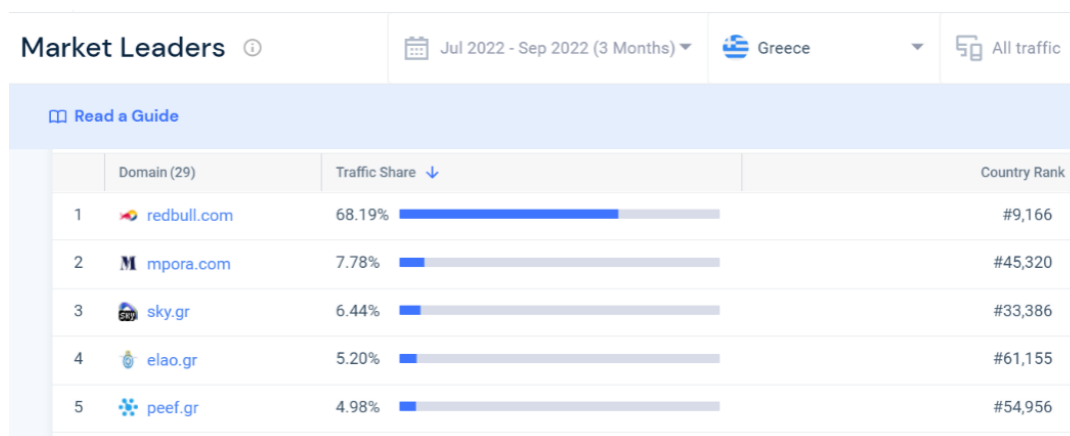
(Πηγή: [www.similarweb.com](https://www.similarweb.com/))

Αναλύοντας τα δεδομένα της εικόνα 40, καταγράφουμε τους ιστοχώρους που προέρχονται από την Ελλάδα.

1. **Protothema.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα
2. **Skrouz.gr** : Πλατφόρμα αναζήτησης καταναλωτικών αγαθών
3. **Iefimerida.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα
4. **Sport24.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα με αθλητικό περιεχόμενο κυρίως
5. **Gazzetta.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα με αθλητικό περιεχόμενο κυρίως

Βλέπουμε ότι οι χρήστες του ελληνικού ιστοχώρου δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον στην ενημέρωση, πέρα από τις δημοφιλείς διεθνείς πλατφόρμες. Επίσης φαίνεται ότι οι Έλληνες καταναλωτές προτιμούν μια συγκεκριμένη πλατφόρμα κατά κύριο λόγο για την αναζήτηση προϊόντων (Skrouz.gr).

- Αναζήτηση στην ενότητα “extreme sports” για το τρίμηνο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου 2022



	Domain (29)	Traffic Share ↓	Country Rank
1	redbull.com	68.19%	#9,166
2	mpora.com	7.78%	#45,320
3	sky.gr	6.44%	#33,386
4	elao.gr	5.20%	#61,155
5	peef.gr	4.98%	#54,956

Εικόνα 41: Αποτελέσματα αναζήτησης ενότητας ‘extreme sports’ Ιουλίου-Σεπτεμβρίου

(Πηγή: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))

1. **Redbull.com** : Η επίσημη ιστοσελίδα της ομώνυμης εταιρείας
2. **Mpora.com** : Είναι η κορυφαία ιστοσελίδα προώθησης αθλημάτων περιπέτειας και γενικότερα του τρόπου ζωής υπαίθριων δραστηριοτήτων

3. **Sky.gr** : Είναι το μεγαλύτερο ελληνικό site με θέμα το αλεξίπτωτο πλαγιάς (paragliding). Λειτουργεί σε συνεργασία με την Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία και απευθύνεται αποκλειστικά σε πιλότους. Είναι καθαρά μη κερδοσκοπικό και βασίζεται στην εθελοντική συμβολή των διαχειριστών του.
4. **Elaο.gr** : Επίσημη ιστοσελίδα της ΕΛ.Α.Ο
5. **Peef.gr** : Επίσημη ιστοσελίδα της πανελλήνιας ένωσης ελευθεροεπαγγελματιών φυσικοθεραπευτών.

Ίσως η πιο βασική ενότητα για το άθλημα της ελεύθερης πτώσης καθώς δεν υπάρχει αντίστοιχη ενότητα για το συγκεκριμένο άθλημα. Παρατηρούμε ότι σχεδόν όλοι οι χρήστες (68,19%) που ενδιαφέρονται για τον ακραίο αθλητισμό επιλέγουν τη σελίδα της Redbull, ενώ στη συνέχεια και με μεγάλη διαφορά ακολουθεί η ιστοσελίδα “mpora.com”. Οι τρεις τελευταίες ιστοσελίδες προέρχονται από την Ελλάδα και δείχνουν πως το άθλημα του «παραπέντε» είναι αρκετά δημοφιλές στη χώρα μας, ενώ είναι φυσιολογικό να έχει πολλούς επισκέπτες η ΕΛ.Α.Ο. Από την άλλη μεριά το site της πανελλήνιας ένωσης ελευθεροεπαγγελματιών φυσικοθεραπευτών είναι μία έκπληξη.

● Αναζήτηση στην ενότητα “news - media” για τον Σεπτέμβριο 2022

Rank	Website	Category	Change
1	 protothema.gr	News & Media Publishers	=
2	 google.gr	News & Media Publishers	=
3	 iefimerida.gr	News & Media Publishers	+1
4	 gazzetta.gr	News & Media Publishers	-1
5	 in.gr	News & Media Publishers	=

Εικόνα 42: Αποτέλεσμα αναζήτησης ‘news-media’ για τον Σεπτέμβριο 2022

(Πηγή: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))






1. **Protothema.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα
2. **Google.gr** : Πλατφόρμα αναζήτησης καταναλωτικών αγαθών
3. **Iefimerida.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα



4. **Gazzetta.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα με αθλητικό περιεχόμενο κυρίως
5. **In.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα

Μέσω αυτής της παραπάνω λίστας μπορούμε να επιλέξουμε τους υποψήφιους χορηγούς επικοινωνίας.

- Αναζήτηση στην ενότητα “streaming - tv” για τον Σεπτέμβριο 2022

Rank	Website	Category	Change
1	 youtube.com	Arts & Entertainment > Streaming & Online TV	=
2	 stoiximan.gr	Arts & Entertainment > Streaming & Online TV	=
3	 netflix.com	Arts & Entertainment > Streaming & Online TV	=
4	 tainio-mania.online	Arts & Entertainment > Streaming & Online TV	=
5	 alphetv.gr	Arts & Entertainment > Streaming & Online TV	+7






Εικόνα 43: Αποτελέσματα αναζήτησης ‘streaming-tv’ για τον Σεπτέμβριο 2022

(Πηγή: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))

1. **Youtube.com** : Πλατφόρμα “streaming” με οπτικοακουστικό υλικό
2. **Stoiximan.gr** : Ιστοσελίδα εταιρείας στοιχηματισμού
3. **Netflix.com** : Πλατφόρμα “streaming” με οπτικοακουστικό υλικό
4. **Tainio-mania.online** : Ιστοσελίδα για παρακολούθηση “online” ταινιών
5. **Alphetv.gr** : Επίσημη ιστοσελίδα ομώνυμου τηλεοπτικού καναλιού

Γίνεται αντιληπτό ότι το Youtube και το Netflix είναι δύο πολύ διάσημες πλατφόρμες. Η σελίδα της στοιχηματικής εταιρείας Stoiximan, η οποία είναι η κορυφαία στο είδος στην Ελλάδα έχει πολύ υψηλή θέση λόγω των “live” μεταδόσεων αθλητικών αγώνων. Η τέταρτη ιστοσελίδα είναι ίσως η καλύτερη ελληνική στη παρακολούθηση ταινιών και το site του Alpha, όπως και τα περισσότερα ελληνικών τηλεοπτικών καναλιών, προβάλλουν σε “streaming” περιβάλλον τις τηλεοπτικές τους σειρές.

- Αναζήτηση στην ενότητα “ταξίδια – τουρισμός” για τον Σεπτέμβριο 2022

Rank	Website	Category	Change
1	 booking.com	Travel and Tourism > Accommodation and Hotels	=
2	 tripadvisor.com.gr	Travel and Tourism > Other Travel and Tourism	-1
3	 skyscanner.com	Travel and Tourism > Air Travel	=
4	 aegeanair.com	Travel and Tourism > Air Travel	=
5	 airbnb.gr	Travel and Tourism > Accommodation and Hotels	+1






Εικόνα 44: Αποτελέσματα αναζήτησης στην ενότητα ‘ταξίδια-τουρισμός’ για τον Σεπτέμβριο 2022

(Πηγή: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))

1. **Booking.com** : Πλατφόρμα εύρεσης καταλύματος
2. **Tripadvisor.com.gr** : Πλατφόρμα συμβουλών ταξιδιών
3. **Skyscanner.com** : Πλατφόρμα εύρεσης αεροπορικών εισιτηρίων
4. **Aegeanair.com** : Επίσημη ιστοσελίδα ομώνυμης αεροπορικής εταιρείας
5. **Airbnb.gr** : Πλατφόρμα εύρεσης καταλύματος

Είναι σημαντικό ότι πέρα από τις γνωστές ανά τον κόσμο πλατφόρμες στις θέσεις 1,2,3 και 5, παρατηρούμε ότι οι χρήστες στην Ελλάδα προτιμούν κατευθείαν το site της μεγαλύτερης αεροπορικής εταιρείας στη χώρα.

- Αναζήτηση στην ενότητα “Αθλητικά γενικά” για τον Σεπτέμβριο 2022

Rank	Website	Category	Change
1	 sport24.gr	Sports > Other Sports	=
2	 sdna.gr	Sports > Other Sports	=
3	 sport-fm.gr	Sports > Other Sports	=
4	 sportdog.gr	Sports > Other Sports	=
5	 aek365.org	Sports > Other Sports	=






Εικόνα 45: Αποτελέσματα αναζήτησης στην ενότητα ‘Αθλητικά-γενικά’

(Πηγή: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))

1. **Sport24.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα με αθλητικό περιεχόμενο κυρίως
2. **Sdna.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα με αθλητικό περιεχόμενο κυρίως
3. **Sport-fm.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα με αθλητικό περιεχόμενο κυρίως
4. **Sportdog.gr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα με αθλητικό περιεχόμενο κυρίως
5. **Aek365.ogr** : Ενημερωτική ιστοσελίδα με αθλητικό περιεχόμενο κυρίως

Οι παραπάνω ιστοσελίδες είναι συνυφασμένες με το αθλητικό κοινό και την ενημέρωσή του.

- Αναζήτηση στην ενότητα “εισιτήρια” για τον Σεπτέμβριο 2022

Rank	Website	Category	Change
1	 viva.gr	eCommerce & Shopping > Tickets	=
2	 vivapayments.com	eCommerce & Shopping > Tickets	=
3	 ticketmaster.gr	eCommerce & Shopping > Tickets	=
4	 viagogo.gr	eCommerce & Shopping > Tickets	=
5	 songkick.com	eCommerce & Shopping > Tickets	=

Εικόνα 46: Αποτελέσματα αναζήτησης στην ενότητα ‘εισιτήρια’ για τον Σεπτέμβριο 2022

(Πηγή: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))

1. **Viva.gr** : Πλατφόρμα εύρεσης κάθε είδους εισιτηρίου
2. **Vivapayments.com** : Βοηθητική πλατφόρμα πληρωμών ομώνυμης εταιρείας
3. **Ticketmaster.gr** : Πλατφόρμα εύρεσης εισιτηρίων εκδηλώσεων
4. **Viagogo.gr** : Πλατφόρμα εύρεσης εισιτηρίων εκδηλώσεων
5. **Songkick.com** : Πλατφόρμα εύρεσης εισιτηρίων εκδηλώσεων

Η αναζήτηση πραγματοποιήθηκε για να εμφανισθούν οι ανταγωνιστές της πολύ επιτυχημένης πλατφόρμας Viva.gr

#### 7.4 Αξιολόγηση χορηγών και δημιουργία τελικής λίστας

Η αξιολόγηση των χορηγών γίνεται σε τέσσερις άξονες. Στην αλληλεπίδραση του χορηγούμενου με τη διοργάνωση, στα βασικά χαρακτηριστικά της διοργάνωσης, στις πιθανότητες για μόχλευση της χορηγίας, και στη διάρκεια της χορηγίας συναρτήσκει του κόστους.

- Όσον αφορά την επικοινωνία μεταξύ του χορηγού και της διοργάνωσης, είναι σημαντικό ο χορηγούμενος να συμβαδίζει με την αγορά στόχο, τους στόχους και τους σκοπούς, να καλύπτεται από το κοινωνικό status της εκδήλωσης, του κοινού που θα την παρακολουθήσει καθώς και την εμβέλειά του.
- Τα βασικά χαρακτηριστικά της διοργάνωσης χωρίζονται στο περιβάλλον της χορηγικής αγοράς, τη προβολή από τα κανάλια επικοινωνίας – προώθησης και τη δύναμη των «οπαδών» των ακραίων αθλημάτων.
- Η επιτυχία μόχλευσης της χορηγίας βασίζεται στην επικοινωνία των μέσων (δημ. σχέσεις και διαφήμιση) και στη δραστική επικοινωνία.
- Τέλος η προσέγγιση κόστους γίνεται αναλόγως της διάρκειας περιόδου στην οποία θα υπάρχει οικονομική ανταπόδοση. Το κόστος όμως χωρίζεται σε κόστος χορηγίας και κόστος ενσωμάτωσης μέσω υπάρχοντων και νέων καναλιών επικοινωνίας.

Έτσι πραγματοποιείται ο έλεγχος «πραγματικότητας», σκεπτόμενοι το κοινό που θα παρακολουθήσει την εκδήλωση και προσπαθώντας να «μαντέψουμε» ποιοι θα είναι οι θεατές από κοντά. Στη συνέχεια κάνουμε το εξής ερώτημα: «Ποιος θέλει να πουλήσει το προϊόν του στους θεατές μας;» Απαντώντας αυτό το ερώτημα θα βρούμε και τους πιθανούς χορηγούς μας, διότι έχουμε το ίδιο κοινό στόχος.

Αναπτύσσονται παρακάτω βάση της κατηγορίας οι υποψήφιοι χορηγοί με προτεραιότητα προτίμησης που προκύπτει από την επανάληψη χορηγίας και την επισκεψιμότητα χρηστών στην επίσημη ιστοσελίδα αυτής κάνοντας χρήση της ιστοσελίδας [www.similaweb.com](http://www.similaweb.com) :

##### 1. Κατασκευάστριες εταιρείες κύριων θόλων αλεξιπτώτων (canopies) :

###### 1. Performance Designs

2. Icarus Canopies NZ
3. Aerodyne
2. Κατασκευάστριες εταιρείες εξαρτήσεων-θηκών αλεξιπτώτων (rig-container):
  1. Sun Path
  2. United Parachute Technologies
  3. Velocity Sports Equipment
3. Κατασκευάστριες εταιρείες μηχανισμών ασφαλείας (AADs) :
  1. Cypres
  2. Vigil
  3. M2
4. Κατασκευάστριες εταιρείες αλτίμετρων :
  1. Lb Altimeters
  2. Alti-2 Europe
5. Κατασκευάστρια εταιρεία εξειδικευμένης ένδυσης:
  1. Squirrel Wingsuit
  2. Phoenix Fly
  3. Jedi airwear
6. Ηλεκτρονικό κατάστημα ειδών αλεξιπτωτισμού :
  1. Skydivestore.com
  2. Sky-Shop.eu
  3. Chutingstar.com
7. Αερολέσχες Ελεύθερης Πτώσης Αθήνας :
  1. Skydive-Athens
  2. Skydiveattica
8. Θεματικές ιστοσελίδες ακραίου αθλητισμού :
  1. Xtremegreece.Gr
  2. Unlimited-Adrenaline.Gr
  3. Mpora.Com
  4. Dropzone.Com
9. Πλατφόρμες live-streaming :
  1. Youtube

2. Facebook live
3. Twitch
4. Vimeo
5. Dailymotion

10. Εταιρείες εισιτηρίων :

1. Viva.gr
2. Ticketmaster.gr
3. Viagogo.gr

11. Εταιρείες επικοινωνιών :

1. 24 Media
2. Liquid Media
3. Alter Ego Media
4. Iefimerida
5. Πρώτο Θέμα

12. Εταιρείες ειδών ακραίου αθλητισμού ή περιπέτειας:

1. Hobbi
2. Tactical Shop
3. Dimitriadis Action Stores
4. Krd

13. Εταιρείες στρατιωτικών ειδών :

1. Miltech hellas s.a.
2. Pentagon
3. 5.11 Tactical
4. Helikon-Tex

Στη συνέχεια επιλέχθηκαν τέσσερις μεγάλοι πιθανοί χορηγοί, που θα έχουν και το μεγαλύτερο κόστος, οι οποίοι έχουν εμπειρία στη διαφήμιση και τη χορηγία, είναι από τις πιο «αξιοθαύμαστες» στην Ελλάδα σύμφωνα με τα βραβεία του Fortune Greece<sup>15</sup> και μάλιστα η

---

<sup>15</sup> <https://www.naftemporiki.gr/business/894694/fortune-greece-oi-20-pio-axiothavmastes-etairies-stin-ellada/>

πρώτη υποψήφια εταιρεία προέρχεται από την χαρτογράφηση της χορηγικής αγοράς. Θέλαμε να κινούνται και στους τέσσερις άξονες, ώστε να υπάρχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να επιχειρήσουν στην διοργάνωση και εκτιμήθηκε πως το κόστος που θα αναλυθεί σε επόμενο κεφάλαιο θα μπορεί να καλυφθεί.

14. Υποψήφιοι χρυσοί ή μεγάλοι χορηγοί :

1. Aegean
2. Coca Cola Τρία Έψιλον Ελλάδος
3. ΟΠΑΠ
4. ΟΤΕ

Τέλος, οι υποψήφιοι λοιποί χορηγοί είναι εταιρείες που προκύπτουν από τη χαρτογράφηση της χορηγικής αγοράς ή την δυναμική τους στην εγχώρια αγορά.

15. Υποψήφιοι λοιποί χορηγοί :

1. Redbull
2. Gopro
3. Βίκος
4. Skroutz.gr

## **7.5 Χορηγική πρόταση**

### **A. Εισαγωγή**

Οι εταιρίες που έχουν επιλεγεί από την ομάδα Marketing της διοργάνωσης “Athens Falling Freedom” για να ενταχθούν στο χορηγικό της πρόγραμμα για το έτος 2023, προέκυψαν από ενδελεχή έρευνα πάνω στην αγορά των extreme sports με ιδιαίτερη έμφαση στο άθλημα της ελεύθερης πτώσης, τους αθλητές που λαμβάνουν μέρος σε μεγάλα γεγονότα αλλά και το κοινό που τα παρακολουθεί.

Αυτό το μεγάλο γεγονός που θα λάβει χώρα για πρώτη φορά στην Ελλάδα, θα προσελκύσει τους καλύτερους αθλητές από όλο τον κόσμο στη Αθήνα και το αεροδρόμιο Τατοΐου. Καταξιωμένες

εταιρείες της αγοράς του αθλήματος θα δημιουργήσουν μια έκθεση με πολύ μεγάλη αναμενόμενη επισκεψιμότητα. Η αγορά των ακραίων αθλημάτων μεγαλώνει εκθετικά και το πλάνο marketing αυτής της διοργάνωσης στοχεύει σε συνεργασίες με άκρως επιτυχημένες και «αξιοθαύμαστες» εταιρείες της χώρας.

## B. Περίληψη

Στην παρούσα χορηγική πρόταση γίνεται αναφορά στα εξής :

- Γνωριμία με τη διοργάνωση
- Στους στόχους της διοργάνωσης
- Στη ταύτιση της αγοράς στόχου με τους χορηγούς
- Στα συστατικά της χορηγίας, τα ανταλλάγματα και τις υποχρεώσεις του χορηγού προς τη διοργάνωση

## Γ. Περιγραφή του γεγονότος

Έγινε εκτενής αναφορά στο κεφάλαιο 5.

## Δ. Οι στόχοι της χορηγίας και πως συμφωνούν με τις ανάγκες του χορηγού

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά της αγοράς στόχου της διοργάνωσης αναλύθηκαν στην ενότητα 6.4. Όλες οι κατηγορίες υποψήφιων χορηγών που δημιουργήθηκαν στοχεύουν στο κοινό στόχο και στις περισσότερες αυτών ταυτίζονται. Μπαίνοντας στη θέση του χορηγού που επιχειρεί ήδη στο άθλημα γίνεται κατανοητό ότι δεν μπορεί να λείπει από τις μεγάλες διοργανώσεις αυτού. Από την άλλη μεριά, και στις κατηγορίες που δεν είναι συνυφασμένες με το άθλημα παρουσιάζεται μια τεράστια ευκαιρία για καλύτερευση εικόνας του χορηγού και αύξηση της αναγνωσιμότητας της μάρκας του, καθώς αναμένεται μεγάλη επισκεψιμότητα και προβολή. Επίσης ένα άνοιγμα στον ακραίο αθλητισμό για ήδη αναγνωρίσιμες μάρκες θα αυξήσει το μερίδιο αγοράς.



## Ε. Τα συστατικά της χορηγίας (components)

Το τι θα πάρουν οι χορηγοί σαν αντάλλαγμα της χορηγίας εξαρτάται από το είδος της χορηγίας. Δηλαδή αν θα είναι μεγάλος χορηγός, απλός χορηγός ή υποστηρικτής. Όλοι οι χορηγοί του προγράμματος θα έχουν τα εξής ανταλλάγματα σε ποσότητα ανάλογη με το είδος χορηγίας:

- ✓ Έκθεση επωνυμίας και λογότυπου του χορηγού μέσω σταθερών επιγραφών και σημαιών στο χώρο της διοργάνωσης
- ✓ Προβολή λογότυπου χορηγού στην επίσημη ιστοσελίδα, στη προκήρυξη, στα εισιτήρια, στα διαφημιστικά φυλλάδια, στην αφίσα και στον χώρο συνεντεύξεων αθλητών της διοργάνωσης
- ✓ Χρήση λογότυπου και ονομασίας διοργάνωσης στην επίσημη ιστοσελίδα ή σε διαφημιστικές καμπάνιες του χορηγού από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης έως και τρεις μήνες μετά το πέρας της διοργάνωσης
- ✓ Αποκλειστικότητα στη κατηγορία προϊόντων του χορηγού
- ✓ Παροχή χώρου για προώθηση προϊόντος στη σταθερή έκθεση της διοργάνωσης
- ✓ Παροχή VIP εισιτηρίων για τη διοργάνωση
- ✓ Αντίστοιχες VIP θέσεις parking

Ειδικότερα για τον Χρυσό χορηγό:

- ✓ Αναφορά ονόματος χορηγού σε κάθε επίσημη ανακοίνωση της διοργάνωσης στα μέσα προώθησης
- ✓ Προβολή λογότυπου και ονόματος του χορηγού περιμετρικά στις μεγάλες οθόνες LED που θα βρίσκονται στη ζώνη ρίψης
- ✓ Προβολή ενός διαφημιστικού κλιπ 12 δευτερολέπτων ανά 20 λεπτά στις LED οθόνες
- ✓ Πέρασμα αεροπλάνου με διαφημιστικό πανί του χορηγού που θα σέρνει σε πτήση περιμετρικά του αεροδρομίου
- ✓ Περίπτερο εταιρείας στο κεντρικό σημείο της σταθερής έκθεσης
- ✓ Παροχή ειδικά διαμορφωμένου VIP χώρου με σκίαση και καναπέδες για 20 άτομα

- ✓ Δισέλιδη καταχώρηση στο φυλλάδιο προγράμματος

Ενώ για τον Μεγάλο χορηγό:

- ✓ Αναφορά ονόματος χορηγού σε δύο ανακοινώσεις της διοργάνωσης στα μέσα προώθησης
- ✓ Προβολή ενός διαφημιστικού κλιπ 8 δευτερολέπτων ανά 30 λεπτά στις LED οθόνες
- ✓ Δεύτερο μεγαλύτερο περίπτερο στη σταθερή έκθεση
- ✓ Παροχή ειδικά διαμορφωμένου VIP χώρου με σκίαση και καναπέδες για 10 άτομα
- ✓ Μονοσέλιδη καταχώρηση στο φυλλάδιο προγράμματος

ΣΤ. Στοιχεία αύξησης αξίας της χορηγίας (Value enhancements)

Εκτός από τα συστατικά της χορηγίας, θα παρουσιαστούν και επιπλέον στοιχεία για κάθε χορηγό όσον αφορά τις ενέργειες που θα γίνουν ώστε να υπάρξει αύξηση της αξίας της χορηγίας, βοηθώντας το χορηγό να πετύχει τους στόχους του μέσω ευκαιριών μόχλευσης και πολλαπλής προώθησης. Δυνατότητα παροχής δειγμάτων προϊόντων στο κοινό από προσωπικό του χορηγού και πρόταση έκπτωσης για αγορά νέων προϊόντων από τους διαγωνιζόμενους.

### ***7.6 Τρόπος τιμολόγησης και χρονοδιάγραμμα ενεργειών***

Η τιμολόγηση των χορηγιών προκύπτει από την οικονομική πρόβλεψη του επιχειρηματικού σχεδίου, το οποίο παρουσιάστηκε στο κεφάλαιο 5. Τα συνολικά αναμενόμενα έσοδα από το χορηγικό πρόγραμμα διαιρούνται όπως παρακάτω.

A. Κόστος Χρυσού Χορηγού : 40.000 €

- Σύναψη Σύμβασης έως 1 Μαρτίου 2023
- Υπογραφή Σύμβασης και από τα δυο μέρη έως 10 Μαρτίου 2023
- Πληρωμή σε δύο ισόποσες δόσεις
  - 1) Πληρωμή πρώτης δόσης έως 3 Απριλίου 2023

2) Πληρωμή δεύτερης δόσης έως 5 Μαΐου 2023

B. Μεγάλος Χορηγός : 20.000 €

- Σύναψη Σύμβασης έως 1 Μαρτίου 2023
- Υπογραφή Σύμβασης και από τα δυο μέρη έως 10 Μαρτίου 2023
- Πληρωμή σε δύο ισόποσες δόσεις
  - 1) Πληρωμή πρώτης δόσης έως 3 Απριλίου 2023
  - 2) Πληρωμή δεύτερης δόσης έως 5 Μαΐου 2023

Γ. Λοιποί Χορηγοί : 5.000 €

- Σύναψη Σύμβασης έως 1 Μαρτίου 2023
- Υπογραφή Σύμβασης και από τα δυο μέρη έως 10 Μαρτίου 2023  
Πληρωμή σε μία δόση έως 3 Απριλίου 2023

Δ. Γενικό Χρονοδιάγραμμα Ενεργειών

- Ανακοίνωση συνεργασίας με ξεχωριστή ανάρτηση στα social media για τον Χρυσό και μεγάλο χορηγό με τη πραγματοποίηση της πρώτης δόσης πληρωμής
- Ανακοίνωση συνεργασίας με λοιπούς χορηγούς μέσω ανάρτησης στα social media έως τις 15 Απριλίου 2023 και δημιουργία banner στην επίσημη ιστοσελίδα της διοργάνωσης για κάθε χορηγό, αλλά και αναφορά του χορηγού με link στην επίσημη ιστοσελίδα του στην ενότητα “our sponsors”
- Δημοσίευση Αφίσας Διοργάνωσης στις 17 Απριλίου 2023
- Αποστολή εισιτηρίων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου έως 19 Μαΐου 2023
- Πέρασ εργασιών τοποθέτησης διαφημιστικών στο χώρο του αεροδρομίου έως τις 2 Ιουνίου 2023

## **7.7 Προσέγγιση χορηγών**

Το πλάνο προσέγγισης των πιθανών χορηγών απαρτίζεται από την αρχική προσέγγιση μέσω διαδικτυακής αλληλογραφία (email), την έγγραφη πρόταση, το δημιουργικό υλικό μέσω παρουσίασης και την τελική χορηγική σύμβαση.

### **7.7.1 Αρχική Προσέγγιση**

Η διοργάνωση “Athens Falling Freedom” μέσω της ηλεκτρονικής διεύθυνσης “fallingfreedom@marketing.gr” θα στείλει προς όλους τους υποψήφιους χορηγούς και υποστηρικτές το εξής μήνυμα:

Τίτλος: Πρόταση Χορηγικής Συνεργασίας «Athens Falling Freedom 2023»

Συνημμένο: Logo AFF23

Καλή σας μέρα,

Εν όψει της νεοσύστατης διοργάνωσης “Athens Falling Freedom” που θα λάβει χώρα στις 3 και 4 Ιουνίου 2023 στο αεροδρόμιο Τατοΐου στη περιοχή Δεκέλεια του νομού Αττικής, όπου θα συμμετάσχουν οι καλύτεροι Έλληνες skydivers και επιλεγμένοι “elite” αθλητές από όλο τον κόσμο, σας προτείνουμε να συνεργαστούμε όντας ο βασικός και Χρυσός χορηγός /συμμετέχοντας στο χορηγικό πρόγραμμα/όντας υποστηρικτής μας. Για περαιτέρω πληροφορίες θα χαρούμε να σας στείλουμε και εγγράφως τη πρότασή μας ή να σας ενημερώσουμε μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων!

Τμήμα Marketing Athens Falling Freedom

Τηλ: .....

Εφόσον, η αρχική προσέγγιση είναι θετική τότε θα σταλεί και η έγγραφη πρόταση:



Athens Falling Freedom  
Τμήμα Marketing  
Ημερομηνία

### Πρόταση Συνεργασίας

Κατόπιν της τηλεφωνικής μας επικοινωνίας και το ενδιαφέρον που δείξατε για να συνεργαστείτε μαζί μας εν όψει της διοργάνωσης Athens Falling Freedom 2023 που θα λάβει χώρα στις 3 και 4 Ιουνίου 2023 στο αεροδρόμιο Τατοΐου στη περιοχή Δεκέλεια του νομού Αττικής, παρατίθενται παρακάτω οι παροχές και τα ανταλλάγματα αν επέλθει συμφωνία όντας ο βασικός και Μεγάλος χορηγός/συμμετέχοντας στο χορηγικό πρόγραμμα/όντας υποστηρικτής μας.

(Παροχές Βασικού Χορηγού ή Χορηγού ή Υποστηρικτή)

Θα αναμένουμε έως την (ημερομηνία) πιθανή απάντησή σας ώστε να προγραμματίσουμε νέα συνάντηση για να σας παρουσιάσουμε με δημιουργικό υλικό τις παροχές μας.

Διευθυντής Τμήματος Marketing  
Athens Falling Freedom

## 7.7.2 Εξατομικευμένη πρόταση σε κάθε χορηγό

Για κάθε υποψήφιο χορηγό δημιουργήθηκε αντίστοιχο υλικό σε μορφή παρουσίασης ώστε να βοηθήσει να πείσουμε τους υποψήφιους και να τραβήξει το ενδιαφέρον τους. Παρουσιάζεται η παρουσίαση του Χρυσού Χορηγού.

The image displays a grid of six presentation slides for the 'ATHENS FALLING FREEDOM' event. Each slide has a dark background with white and blue text and graphics. The slides are numbered 1 through 6 in the bottom left corner.

- Slide 1:** Features the 'FALLING FREEDOM' logo at the top, followed by 'ATHENS FALLING FREEDOM' and 'ΧΟΡΗΓΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ' (Sponsorship Proposal).
- Slide 2: ΕΙΣΑΓΩΓΗ (Introduction)**
  - ΤΑΤΟΙ 3-4 ΙΟΥΝΙΟΥ 2023
  - ΓΙΑ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
  - ΚΑΛΥΤΕΡΟΙ ΑΘΛΗΤΕΣ ΣΚΥΔΙΝΙΝΓ ΑΠΟ ΟΛΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΣΤΗ ΑΘΗΝΑ
  - ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΣΙΓΝΩΣΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΜΑΤΟΣ
  - ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΗ ΕΠΙΣΚΕΦΙΜΟΤΗΤΑ
  - ΣΤΟΧΕΥΟΥΜΕ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΑΚΡΩΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΚΑΙ «ΑΕΙΟΘΑΥΜΑΣΤΕΣ» ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ
- Slide 3: ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΑ (Summary)**
  - ΤΙ ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΝΑ ΣΥΜΒΕΙ ΣΤΗΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ
  - ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΜΑΣ
  - ΑΓΟΡΑ ΣΤΟΧΟΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ (ΕΧΟΥΜΕ ΤΑΥΤΙΣΗ;)
  - ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΧΟΡΗΓΙΑΣ
- Slide 4: ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ (Organization)**
  - ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ ΤΗΣ ΕΛΑΟ ΚΑΙ ΤΗΣ FAI
  - ΑΓΩΝΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΩΝ ΚΑΛΥΤΕΡΩΝ ΣΚΥΔΙΝΕΡΩΝ
  - ΑΓΩΝΙΣΜΑΤΑ ΕΛΕΘΥΡΗΣ ΠΤΩΣΗΣ (ΟΜΑΔΙΚΑ, ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ, ΤΑΧΗΤΥΤΑΣ, WINGSUIT)
  - ΕΠΙΔΕΙΞΕΙΣ
- Slide 5: ΣΤΟΧΟΙ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ (Event Objectives)**
  - ✓ ΕΠΑΦΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΜΕ ΤΑ EXTREME SPORTS ΚΑΙ ΤΟ SKYDIVING
  - ✓ ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΠΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΤΟ ΑΘΛΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
  - ✓ ΝΑ ΕΡΘΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ "ΕΛΙΤΕ" ΑΘΛΗΤΕΣ
  - ✓ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΚΟΛΟΣΣΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΟΥ ΑΘΛΗΜΑΤΟΣ
- Slide 6: ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΤΑΤΟΙΟΥ (Tatoi Airport)**
  - 30 ΜΙΝ ΑΠΟ ΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ ΚΑΙ 25 ΑΠΟ ΤΟ ΕΛ.ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ

The slide includes an aerial view of the Tatoi Airport and an 'Event Map' showing the layout of the event area with various zones and landmarks.
- Slide 7: ΑΓΟΡΑ ΣΤΟΧΟΣ (Target Audience)**
  1. ΑΘΛΗΤΕΣ ΤΟΥ ΑΛΕΞΙΠΤΩΣΙΜΟΥ (ΕΙΝΑΙ ΑΤΟΜΑ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΥΟΥΝ)
  2. ΑΤΟΜΑ ΠΟΥ ΑΣΧΟΛΟΥΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟΝ ΑΚΡΑΙΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΕΡΑΘΛΗΤΙΣΜΟ (ΜΕ ΠΑΘΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ)
  3. ΜΕΛΗ ΤΩΝ ΣΩΜΑΤΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ Η ΤΩΝ ΕΝΟΠΛΩΝ ΔΥΝΑΜΕΩΝ
  4. ΑΤΟΜΑ ΠΟΥ ΤΟΥΣ ΑΡΕΣΤΕΙ Η ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ
  5. ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΟΙΝΟ 25-40 ΕΤΩΝ
- Slide 8: ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΧΟΡΗΓΙΑΣ (Sponsorship Benefits)**
  - ✓ ΠΡΟΒΟΛΗ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ, ΣΤΗ ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ, ΣΤΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ, ΣΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ, ΣΤΗΝ ΑΦΕΛΑ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΣΥΝΕΝΤΕΥΣΕΩΝ ΑΘΛΗΤΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

The slide also features a small image of the event poster for '2023 ATHENS FALLING FREEDOM June 3th - 4th'.



## ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- ✓ Έκθεση ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΤΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ ΜΕΣΩ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΠΙΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΣΗΜΑΙΩΝ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΣΗΣ



9

## ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- ✓ ΧΡΗΣΗ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ ΔΙΟΡΓΑΝΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΗΜΗ ΣΤΟΣΕΛΙΔΑ Ή ΣΕ ΔΙΑΦΗΜΙΤΙΚΕΣ ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ ΤΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΥΠΟΓΡΑΦΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΈΩΣ ΚΑΙ ΤΡΕΙΣ ΜΗΝΕΣ ΜΕΤΑ ΤΟ ΠΕΡΑΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΣΗΣ
- ✓ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΒΟΛΩΝ ΤΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ
- ✓ ΠΑΡΟΧΗ ΧΩΡΟΥ ΓΙΑ ΠΡΟΒΟΛΗ ΠΡΟΒΟΝΤΟΣ ΣΤΗ ΣΤΑΘΕΡΗ ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΣΗΣ
- ✓ ΠΑΡΟΧΗ VIP ΕΙΣΗΓΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΣΗ
- ✓ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ VIP ΘΕΣΕΙΣ PARKING

10

## ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- ✓ ΑΝΑΦΟΡΑ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΧΟΡΗΓΟΥ ΣΕ ΚΑΘΕ ΕΠΙΣΗΜΗ ΑΝΑΚΟΙΝΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΣΗΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
- ✓ ΠΡΟΒΟΛΗ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΤΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ ΠΕΡΙΜΕΤΡΙΚΑ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΘΩΝΕΣ LED ΠΟΥ ΘΑ ΒΡΕΣΚΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΖΩΝΗ ΡΥΘΜ
- ✓ ΠΡΟΒΟΛΗ ΕΝΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΠΗ 12 ΔΕΥΤΕΡΟΛΕΠΤΩΝ ΑΝΑ 20 ΛΕΠΤΑ ΣΤΙΣ LED ΘΩΝΕΣ



## ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- ✓ ΠΕΡΑΣΜΑ ΑΕΡΟΠΛΑΝΟΥ ΜΕ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΠΑΝΙ ΤΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ ΠΟΥ ΘΑ ΣΤΡΕΦΕΙ ΣΕ ΠΤΗΣΗ ΠΕΡΙΜΕΤΡΙΚΑ ΤΟΥ ΑΕΡΟΠΛΑΝΟΥ
- ✓ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΣΗΜΕΙΟ ΤΗΣ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ
- ✓ ΠΑΡΟΧΗ ΕΙΔΙΚΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΜΕΝΟΥ VIP ΧΩΡΟΥ ΜΕ ΣΚΙΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΝΑΠΙΔΕΣ ΓΙΑ 20 ΑΤΟΜΑ
- ✓ ΔΙΕΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΧΡΗΣΗ ΣΤΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ



## ΑΞΙΑ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- ΚΟΣΤΟΣ ΧΡΥΣΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ : 40.000 €
- ΣΥΝΑΦΗ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΈΩΣ 1 ΜΑΡΤΙΟΥ 2023
- ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΑ ΑΥΤΟ ΜΕΡΗ ΈΩΣ 10 ΜΑΡΤΙΟΥ 2023 ΠΛΗΡΩΜΗ ΣΕ ΔΥΟ ΓΙΟΠΟΣΕΣ ΔΟΣΕΙΣ
  - 1) ΠΛΗΡΩΜΗ ΠΡΩΤΗΣ ΔΟΣΗΣ ΈΩΣ 3 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2023
  - 2) ΠΛΗΡΩΜΗ ΔΕΥΤΕΡΗΣ ΔΟΣΗΣ ΈΩΣ 5 ΜΑΪΟΥ 2023

13

ΕΧΕΤΕ ΝΑ ΠΡΟΤΕΙΝΕΤΕ ΚΑΤΙ ΑΛΛΟ;;

14

### 7.7.3 Χορηγική Συμφωνία

Στο τελικό στάδιο της χορηγικής πρότασης παρατίθεται η επίσημη έγγραφη χορηγική συμφωνία με τον υποψήφιο χρυσό χορηγό μιας και έχει τις περισσότερες πληροφορίες. Αναφέρονται όλες οι λεπτομέρειες της συμφωνίας από και προς τον χορηγό.



Athens Falling Freedom

Διεύθυνση Γραφείων: .....

[fallingfreedom@marketing.gr](mailto:fallingfreedom@marketing.gr)

Τηλέφωνο: .....

Ημερομηνία: .....

#### Σύναψη Χορηγικής Συμφωνίας

Στην Αθήνα, σήμερα, την ....., οι παρακάτω συμβαλλόμενοι, ήτοι:

(α) η εταιρεία, με την επωνυμία «Athens Falling Freedom» που εδρεύει στον/ην ....., τ.κ. .... Αθήνα με ΑΦΜ ....., ΔΟΥ ..... νομίμως εκπροσωπούμενη και για την υπογραφή της παρούσας από τον διαχειριστή και νόμιμο εκπρόσωπο από τον κ. ....

(β) η εταιρεία, με την επωνυμία «.....» που εδρεύει στον/ην ....., τκ ..... Αθήνα, με Α.Φ.Μ. ....ΔΟΥ ....., η οποία εκπροσωπείται νόμιμα και για τις ανάγκες της παρούσης από τον κ. .... . συμφώνησαν να συνεργαστούν στα πλαίσια της διοργάνωσης “Athens Falling Freedom 2023” που θα λάβει χώρα 3 και 4 Ιουνίου 2023 στο αεροδρόμιο Τατοΐου στη περιοχή Δεκέλεια του νομού Αττικής. Η εταιρεία «.....» ανακηρύσσεται από την «Athens Falling Freedom» ως «Χρυσός Χορηγός/ Μέγας Χορηγός/ Υποστηρικτής» της με τους εξής όρους συνεργασίας:

ΠΑΡΟΧΕΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ/ΧΟΡΗΓΟΥ/ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΗ



Ως αντάλλαγμα για τις παραπάνω παρεχόμενες υπηρεσίες διαφημιστικής προβολής, η «.....» θα καταβάλει στην «Athens Falling Freedom», έναντι εκδόσεως του σχετικού παραστατικού, το συνολικό ποσό των ..... ευρώ επιπλέον του αναλογούντος ΦΠΑ. Η εξόφληση του ποσού θα πραγματοποιηθεί με τραπεζική κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό της «Athens Falling Freedom», ..... ημέρες μετά την υπογραφή του παρόντος.

Σε πίστωση των ανωτέρω, συντάχθηκε η παρούσα σύμβαση σε δύο (2) όμοια πρωτότυπα, τα οποία υπέγραψαν τα συμβαλλόμενα μέρη και έλαβαν από ένα το καθένα.

#### ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

Για την «Athens Falling Freedom»

-----

Για την «.....»

-----

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Σκοπός της εργασίας ήταν η εύρεση των κατάλληλων χορηγών ώστε να στηριχθεί το πλάνο μάρκετινγκ της διοργάνωσης, με αποτέλεσμα το άθλημα της ελεύθερης πτώσης να γίνει πιο κατανοητό και πιο δημοφιλές στο ευρύ κοινό μέσω της προσέλκυσης καταξιωμένων αθλητών από όλα τα μέρη της γης. Το αποτέλεσμα της έρευνας παρόμοιων διοργανώσεων έδειξε ότι η Ελλάδα είναι σε πρώιμο στάδιο στον τομέα διοργάνωσης εκδηλώσεων ελεύθερης πτώσης. Από την άλλη μεριά, η διεθνής αγορά προσφέρει αρκετά παραδείγματα σχετικών εκδηλώσεων, δίνοντας πληθώρα στοιχείων για εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον χώρο με δυνατότητα να ενταχθούν σε χορηγικά προγράμματα.

Η έρευνα του κοινού που συμμετέχει σε δραστηριότητες ελεύθερης πτώσης έδειξε ότι είναι ηλικίας κυρίως από 25 έως 40 ετών, έχοντας οικονομική δυνατότητα να υποστηρίξει ένα αρκετά απαιτητικό άθλημα. Από την άλλη το κοινό που μπορεί να παρακολουθήσει τη διοργάνωση ξεφεύγει του δυναμικού κοινού ενασχόλησης και μάλιστα εμφανίζει ευκαιρία προσέλευσης λόγω της τοποθεσίας.

Η διοργάνωση “Athens Falling Freedom” μπορεί να δημιουργήσει έναν θεσμό για το άθλημα της ελεύθερης πτώσης παγκοσμίως, μια περίοδο με αυξανόμενη τάση στον τουρισμό της Ελλάδας, μετά από περίπου δύο χρόνια αποχής από εκδηλώσεις λόγω της πανδημίας COVID-19. Παρόμοιες διοργανώσεις όπως το “Athens Flying Week” προσελκύει θεατές από όλο τον κόσμο, προδίδοντας μια συνταγή άκρως επιτυχημένη, που έχει λάβει χώρα στην ίδια ακριβώς τοποθεσία.

Το θέμα που προέκυψε κατά τη διάρκεια της συγγραφής της εργασίας, είναι πως τα extreme sports ενώ έχουν φανατικούς οπαδούς, δεν έχουν μαζική προβολή σε θεατές πέρα από αυτούς που ασχολούνται ενεργά ή πέρα από μια πολύ καλά οργανωμένη στρατηγική προώθησης όπως το φαινόμενο της RedBull. Προκύπτει λοιπόν η εξής πρόταση για επιστημονική έρευνα : Είναι οι αθλητές των ακραίων αθλημάτων τόσο μοναχικοί που δεν αναζητούν τη προβολή αλλά τη συμμετοχή, ή δεν έχει βρεθεί ακόμα η στρατηγική marketing που θα δημιουργήσει οπαδούς που θα παρακολουθούν τα extreme sports σαν να βλέπουν αγώνες NBA;

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Έντυπη βιβλιογραφία

Ξενογλώσση βιβλιογραφία

1. Ajzen, I. (1988), '*Attitudes, personality and behaviour*', Dorsey Press, Chicago
2. Allen, J. et al (2005), '*Festival and event management*', John Wiley & Sons, Australia
3. Apter, J. (1982), '*The experience of motivation: The theory psychological reversals*', Academic Press, New York and London
4. Bastuq, G. & Mutlu, T. (2017), '*Examining risk taking behavior and sensation seeking requirement in extreme athletes*', Journal of education and learning, 6(1), pp 330-1
5. Brymer, E. (2005), '*Extreme dude: A phenomenological exploration into the extreme Sport experience*', Doctoral dissertation, University of Wollongong
6. Canadian Tourism Commission, (2001), '*Outdoor tourism: An industry profile and resource guide*', Canada
7. Cartledeg, P. (1997), '*Democratic politics ancient and modern: From Cleisthenes to Mary Robinson*', Trinity College, Dublin, pp 5-29
8. Cesli, L. & Rose, L. & Leigh, W. (1993), '*An exploration of high risk leisure consumption through skydiving*', Journal of consumer research, 20(1), pp 1-23
9. Cohen, R. (2016), '*Sport psychology: The basics: Optimising Human Performance*', India: Bloomsbury
10. Crawford, D. & Godbey, G. (1987), '*Reconceptualizing barriers to family leisure*', Leisure sciences , 9, pp 119-127
11. Crompton, J. (1979), '*Motivations of pleasure vacations*', Annals of tourism research, 6(4), pp 408-424
12. Ferrand, A. (2006), '*Routledge handbook of sport sponsorship*', Taylor & Francis Ltd
13. Iso-Aloha, S.E. (1982), '*Towards a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder*', Annals of tourism research, 9, pp 256-262
14. Iso-Aloha, S.E. (1999), '*Motivation foundations of leisure*;', State College, PA: Venture publishing
15. Jones, I. (1997), '*The origin and maintenance of sports fan identification*', Perceptual and motor skills, 85, pp 257-258

16. Klenosky, B. & Genger, E. & Mulvey, S. (1993), '*Understanding the factors influencing ski destination choice: A means-end analytic approach*', Journal of leisure research, 25(4), pp 362-379
17. Langseth, T. (2011), '*Risk sports-social constraints and cultural imperatives*', Sport in society, 14(5), pp 629-644
18. Lester, J. (2004), '*Spirit, identity and self in mountaineering*', Journal of Humanistic Psychology, pp 86-100
19. Marslow, H. (1954), '*Motivation and personality*', New York: Harper and Row
20. Meenaghan, J.A (1983), '*Commercial sponsorship in the marketing communication mix*', International Journal of Marketing, 17(5), pp 5-73
21. Mullin, B. & Hardy, S. & Sutton, W. (2004), '*Sport marketing*', Human Kinetics, 2<sup>nd</sup> edition
22. Stahl, S.M. (2008), '*Stahl's Essential Psychopharmacology (3<sup>rd</sup> edition)*', Cambridge University Press
23. Stebbins, R. (1982), '*Serious leisure: a conceptual statement*', Pacific sociological review, 25(2), 251-272
24. Wann, D. & Melnick, M. & Russel, G. & Page, D. (2001), '*Sports fans: The psychology and social impact of spectators*', NY:Routledge, New York
25. Zuckerman, M. (2007), '*Sensation seeking and risky behaviour*', American Psychological Association, Washington

#### Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

26. ΕΛ.Α.Ο. (2013), '*Κανονισμός Αλεξιπτωτισμού ΕΛ.Α.Ο- Skydiving Information Manual*', Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία
27. Ζούνης, Θ. (2016), '*Χορηγική Συμφωνία*', Σημειώσεις Μαθήματος, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Ε.Μ.Μ.Ε
28. Κουθούρης, Χ. (2009), '*Υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής, Ακραία αθλήματα Μάνατζμεντ υπηρεσιών & Εκπαίδευση στελεχών*', Εκδόσεις Χριστοδουλίδη, Θεσσαλονίκη
29. Κουτούπης, Θ. (2005), '*Πρακτικός οδηγός χορηγίας για χορηγούς και απόδεκτες χορηγιών*', Εκδόσεις Σακκούλα

30. Χατζηπαπάς, Α. (2011), *Μελέτη αποτελεσματικότητας της αθλητικής χορηγίας Μελέτη περίπτωσης: Η χορηγία της Under Armour στον Άρη*, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία

31. <https://www.xtremegreece.gr/en/aleksiptoto-eleutheri-ptosi/skydiving-near-athens-attica.html> (Ημερομηνία ανάκτησης 25/7/2022)
32. <https://hikingexperience.gr> (Ημερομηνία ανάκτησης 25/7/2022)
33. <https://velosurance.com/blog/mountain-bike-riding-safety-tips/> (Ημερομηνία ανάκτησης 25/7/2022)
34. <https://greekadventure.com/> (Ημερομηνία ανάκτησης 25/7/2022)
35. <https://skydivingmuseum.org/emuseum/donate#event-chinese-jump-with-umbrellas> (Ημερομηνία ανάκτησης 29/8/2022)
36. <https://www.angelfire.com/electronic/awakening101/davinci-chute.html> (Ημερομηνία ανάκτησης 29/8/2022)
37. <https://www.fruugo.gr/> (Ημερομηνία ανάκτησης 25/9/2022)
38. <https://skydivemonroe.com/blog> (Ημερομηνία ανάκτησης 25/9/2022)
39. <https://www.fai.org/> (Ημερομηνία ανάκτησης 26/9/2022)
40. <https://www.skydivemag.com/new/author/stefania-martinengo/> (Ημερομηνία ανάκτησης 26/9/2022)
41. <https://www.speedflysports.com/product-page/basic-canopy-piloting-course> (Ημερομηνία ανάκτησης 26/9/2022)
42. <https://skydiveparacletexp.com/2016/04/09/formation-skydiving/> (Ημερομηνία ανάκτησης 27/9/2022)
43. [www.redbull.com](http://www.redbull.com) (Ημερομηνία ανάκτησης 27/9/2022)
44. <https://edition.cnn.com/videos/sports/2021/12/07/speed-skydiving-world-record-holders-experience-history-spt-intl.cnn> (Ημερομηνία ανάκτησης 27/9/2022)
45. <https://taylorandfrancis.com/> (Ημερομηνία ανάκτησης 7/10/2022)
46. <https://sponsorshipcollective.com/sports-sponsorship-measurement-and-roi-metrics-to-track/> (Ημερομηνία ανάκτησης 7/10/2022)

47. <https://www.fai.org/isc-eloy2022> (Ημερομηνία ανάκτησης 17/10/2022)
48. <http://results.worldskydiving.org/FrontEnd/ContestedEvents/1060>(Ημερομηνία ανάκτησης 18/10/2022)
49. <https://britishskydiving.org/competitions/uksl-grand-prix/> (Ημερομηνία ανάκτησης 18/10/2022)
50. <https://uspa.org/Discover/News/a-short-look-at-a-long-historythe-uspa-national-championships> (Ημερομηνία ανάκτησης 19/10/2022)
51. <http://agpaneu.blogspot.com/2012/10/22-7-2012.html> (Ημερομηνία ανάκτησης 20/10/2022)
52. <https://epae2020.elao.gr/index.php/aboutevents/eventscalendar> (Ημερομηνία ανάκτησης 20/10/2022)
53. [www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com) (Ημερομηνία ανάκτησης 27/10/2022)
54. [www.earthgoogle.com](http://www.earthgoogle.com) (Ημερομηνία ανάκτησης 27/10/2022)
55. [www.weathertab.com](http://www.weathertab.com) (Ημερομηνία ανάκτησης 28/10/2022)
56. <https://skydivehigh.com/halo-jumps/> (Ημερομηνία ανάκτησης 28/10/2022)
57. <https://www.redbullskydiveteam.com/> (Ημερομηνία ανάκτησης 28/10/2022)
58. <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/best-streaming-service-of-2022/> (Ημερομηνία ανάκτησης 29/10/2022)
59. <https://comparecamp.com/skydive-statistics/> (Ημερομηνία ανάκτησης 29/10/2022)
60. <https://www.athensflyingweek.gr/el/home-page/> (Ημερομηνία ανάκτησης 29/10/2022)
61. <https://www.aeae.gr/> (Ημερομηνία ανάκτησης 29/10/2022)
62. <https://kythera.news/al-onassis-air-show-ptisi-aerostato-skydiving-ptiseis/> (Ημερομηνία ανάκτησης 29/10/2022)
63. <https://wingsuittrace.org/> (Ημερομηνία ανάκτησης 30/10/2022)
64. <https://britishskydiving.org/expo/> (Ημερομηνία ανάκτησης 30/10/2022)
65. <https://www.gga.gov.gr/epopteyomenoi-foreis/epixorhghseis> (Ημερομηνία ανάκτησης 30/10/2022)
66. <http://cism-austria.at/20220620/index.html> (Ημερομηνία ανάκτησης 31/10/2022)
67. [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com) (Ημερομηνία ανάκτησης 31/10/2022)
68. <https://www.naftemporiki.gr/business/894694/fortune-greece-oi-20-pio-axiothavmastes-etaireies-stin-ellada/> (Ημερομηνία ανάκτησης 31/10/2022)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

### Κάρτα απαιτήσεων πτυχίου Α

<b>ΑΠΑΙΤΗΣΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΕΞΟΔΟΥ &amp; ΕΠ</b>	<b>ΥΠΟΓΡΑΦΗ /ΤΙΤΛΟΣ</b>	<b>ΗΜΕΡ/ΝΙΑ</b>
1. Να έχει αποδείξει έλεγχο και σταθερότητα σε όλους τους άξονες, εκτελώντας ένα backloop, front loop, barrel roll εντός εύρους 60 μοιρών από την αρχική του διεύθυνση.		
2. Να εκτελέσει 2 άλματα όπου με βύθιση τουλάχιστον 100 ποδών να πιάσει τον άλλον αλεξιπτωτιστή χωρίς την βοήθειά του.	1. 2.	
3. Να οργανώσει και εκτελέσει διάσπαση από ομάδα αλεξιπτωτιστών, τουλάχιστον 100 πόδια σε οριζόντιο επίπεδο. Η διάσπαση θα πρέπει να ακολουθεί ευθεία πορεία και σε εύρος εντός 10 μοιρών από την αρχική διεύθυνση.		
4. Να ανοίξει το αλεξίπτωτό του μακριά και καθαρά από άλλους αλεξιπτωτιστές και αφού σημάνει την πρόθεσή του (wave off)		
5. Να εκτελέσει άλμα και να ενεργοποιήσει τον θόλο του σε σταθερή θέση φεύγοντας από 3.500 πόδια από το έδαφος και εντός 5 δευτερολέπτων.		
6. Να έχει ολοκληρώσει 25 άλματα ελευθέρως πτώσεως		

Εικόνα 47: Απαίτηση ικανοτήτων εξόδου και ΕΠ (Πηγή: ΕΛ.Α.Ο, 2013)

<b>ΑΠΑΙΤΗΣΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΠΤΗΣΗΣ ΘΟΛΟΥ</b>	<b>ΥΠΟΓΡΑΦΗ /ΤΙΤΛΟΣ</b>	<b>ΗΜΕΡ/ΝΙΑ</b>
1. Να σχεδιάσει και εκτελέσει ένα πλάνο προσέγγισης χωρίς να εμποδίζει τους υπόλοιπους αλεξιπτωτιστές και αποφεύγοντας τα εμπόδια		
2. Να εκτελέσει μία προσγείωση όρθιος		
3. Να εκτελέσει μία προσέγγιση και προσγείωση με μισά φρένα		
4. Να προσγειωθεί σε απόσταση 20 μέτρων από το κέντρο του στόχου σε τουλάχιστον 5 άλματα	1. 2. 3. 4. 5.	
5. να εκτελέσει στροφές χρησιμοποιώντας τους πίσω ιμάντες αντώσεως (τα φρένα δεμένα και ελεύθερα)		
6. Πάνω από 2.500 πόδια από το έδαφος να εκτελέσει μία μέγιστης ταχύτητας στροφή 90 μοιρών η οποία θα ακολουθηθεί αμέσως από μία στροφή 180 μοιρών στην αντίθετη διεύθυνση (δύο φορές)	1. 2.	
7. Πάνω από 1.000 πόδια από το έδαφος να εκτελέσει βύθιση με χρήση των εμπρόσθιων ιμαντών αντώσεως και στροφές.	1. 2.	
8. Να προβλέπει με ακρίβεια την παρουσία άστατης τυρβώδους ροής και τις επιπτώσεις αυτής στην περιοχή προσγείωσης		

Εικόνα 48: Απαιτήσεις ικανοτήτων πτήσης θόλου (Πηγή: ΕΛ.Α.Ο, 2013)

<b>ΑΠΑΙΤΗΣΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΓΝΩΣΗΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ</b>	<b>ΥΠΟΓΡΑΦΗ /ΤΙΤΛΟΣ</b>	<b>ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ</b>
1. Να επιδείξει γνώσεις στα θέματα χρήσης, επιθεώρησης και συντήρησης του εξοπλισμού που χρησιμοποιείται.		
2. Να υπολογίσει το φορτίο του κυρίου και εφεδρικού του θόλου και να τον συγκρίνει με τον συνιστώμενο φορτίο του κατασκευαστή.		
3. Να κατανοήσει πλήρως την χρήση, λειτουργία και αποσύνδεση του μικρού στατικού (Reserve Static Line).		
4. Να κατανοήσει πλήρως την χρήση και λειτουργία του μηχανισμού αυτομάτου ανοίγματος.		
5. Να συσκευάζει τον κύριο θόλο χωρίς βοήθεια.		
6. Να ελέγξει τον εξοπλισμό άλλου αλεξιπτωτιστή		
7. Να εκτελεί συντήρηση βάσει των οδηγιών του κατασκευαστή στο σύστημα απελευθέρωσης του θόλου.		
8. Να αλλάξει ή τροποποιήσει βρόγχο κλεισίματος κυρίου θόλου.		
9. Να γνωρίζει τους κανονισμούς αναφορικά με την επιτρεπόμενη περίοδο ανασυσκευασίας εφεδρικών καθώς και τις απαιτήσεις του προσωπικού που μπορεί να συσκευάζει το εφεδρικό		

Εικόνα 49: Απαιτήσεις ικανοτήτων γνώσης εξοπλισμού (Πηγή: ΕΛ.Α.Ο, 2013)

<b>ΑΠΑΙΤΗΣΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΓΝΩΣΗΣ ΣΗΜΕΙΟΥ ΕΞΟΔΟΥ &amp; ΑΕΡΟΣΚΑΦΩΝ</b>	<b>ΥΠΟΓΡΑΦΗ /ΤΙΤΛΟΣ</b>	<b>ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ</b>
1. Να γνωρίζει την χρήση και ορθή λειτουργία των ζωνών ασφαλείας		
2. Να αναγνωρίζει την διεύθυνση των διαδρόμων προσγείωσης, του μήκους και των διαδικασιών προσεγγίσεως των αεροσκαφών		
3. Χρησιμοποιώντας μετεωρολογικό δελτίο να προσδιορίσει το σημείο εξόδου και το σημείο ανοίγματος θόλου.		
4. Να γνωρίζει επακριβώς τις απαιτήσεις ορατότητας και απόστασης από τις νεφώσεις πάνω και κάτω από τα 10.000 πόδια από το επίπεδο της θάλασσας		
5. Να λάβει ενημέρωση για το βάρος και την ισορροπία του αεροσκάφους και πως επηρεάζεται ο έλεγχος πτήσης από τον αλεξιπτωτιστή όταν φεύγει από το αεροσκάφος, καθώς και ενημέρωση για το σημείο εξόδου και την ενσύρματη επικοινωνία μέσα στο αεροσκάφος		
6. Σε κοινές και γνωστές συνθήκες άλματος, να σχεδιάσει και επιλέξει σε συνεννόηση με τον χειριστή του αεροσκάφους του σημείου αφέσεως χωρίς βοήθεια.		

Εικόνα 50: Απαιτήσεις ικανοτήτων γνώσης σημείου εξόδου και αεροσκαφών (Πηγή: ΕΛ.Α.Ο, 2013)