



SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI ZARZĄDU
GLIWICKIEGO KLUBU SPORTOWEGO „PIAST” SA
ZA OKRES
OD 1 LIPCA 2023 DO 30 CZERWCA 2024

SPIS TREŚCI

I. Stan prawny i struktura organizacyjna.....	2
II. Uchwały Zarządu i Zarządzenia Zarządu.....	3
III. Infrastruktura.....	4
IV. Osiągnięcia sportowe.....	5
V. Marketing.....	8
VI. „Piast Biznes”	18
VII. Frekwencja na Stadionie Miejskim.....	21
VIII. Finanse	21
IX. Strategia Spółki, założenia i plany.....	23

I. Stan prawny i struktura organizacyjna.

Pełna nazwa jednostki:	Gliwicki Klub Sportowy „PIAST” Spółka Akcyjna
Forma prawna:	Spółka Akcyjna
Przepisy prawa, zgodnie, z którymi działa Spółka:	- Ustawa z 15 września 2000 r. Kodeks Spółek Handlowych (Dz. U. nr 94, poz. 1037 z późn. zm.), - Statut Spółki, - inne przepisy dot. spółek prawa handlowego
Siedziba:	44-100 Gliwice
Adres:	ul. Okrzei 20
Telefon, faks:	+48 32 335 31 15, +48 32 335 31 18
Data utworzenia Spółki:	10.06.2009 roku – akt notarialny. Repertorium A, nr 3946/2009, sporządzony przez Kancelarię Notarialną w Gliwicach – notariusz Krzysztof Dykacz
Data i miejsce rejestracji Spółki:	Spółka wpisana w dniu 04.08.2009 r. do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Gliwicach, X Wydział Gospodarczy KRS
Kapitał zakładowy:	9.380.000,00 zł wpłacony w całości
Numer KRS:	0000334402
Numer Identyfikacji Podatkowej:	631-259-27-98
Numer REGON:	241-240-921
Adres poczty elektronicznej:	piast@piast-gliwice.eu
Adres strony internetowej:	piast-gliwice.eu

W okresie sprawozdawczym skład Zarządu oraz Rady Nadzorczej Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” SA przedstawiał się następująco:

Grzegorz Bednarski – Prezes Zarządu (do 08.05.2024 r.)

Grzegorz Jaworski – Pełniący Obowiązki Prezesa Zarządu (od 09.05. do 07.06.2024 r.)

Marcin Szeliga – Pełniący Obowiązki Prezesa Zarządu (od 17.06.2024 r do 28.06.2024r.)

Łukasz Lewiński – Prezes Zarządu (od 29.06.2024 r.)

Grzegorz Jaworski – Przewodniczący Rady Nadzorczej (do 08.05.2024 r., od 08.06.2024 do 10.06.2024r.)

Krzystian Tomala – Członek Rady Nadzorczej (do 10.06.2024 r.)

Zbigniew Kaluża – Członek Rady Nadzorczej (do 10.06.2024 r.)

Marcin Szeliga – Członek Rady Nadzorczej (od 10.06.2024 r.), Przewodniczący Rady Nadzorczej (od 12.06.2024 r. do 17.06.2024 r., od 29.06.2024 r.)

Agnieszka Dylewska – Członek Rady Nadzorczej (od 10.06.2024 r.), Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej (od 12.06.2024 r.)

Agnieszka Leszczyńska – Członek Rady Nadzorczej (od 10.06.2024 r.)

Jarosław Szymczyk – Członek Rady Nadzorczej (od 10.06.2024 r. do 19.06.2024 r.)

II. Uchwały Zarządu oraz Zarządzenia Zarządu.

W okresie sprawozdawczym podjęto 6 Uchwał Zarządu związanych z bieżącym funkcjonowaniem Spółki:

1. Uchwała nr 1/07/2023 z dnia 19 lipca 2023 roku w sprawie powołania osób reprezentujących Gliwicki Klub Sportowy "Piast" SA na Walne Zgromadzenie Sprawozdawcze Delegatów PZPN;
2. Uchwała nr 2/07/2023 z dnia 19 lipca 2023 roku w sprawie wprowadzenia regulaminu wypłaty meczówek w GKS "Piast" SA;
3. Uchwała nr 1/09/2023 z dnia 18 września 2023 roku w sprawie zatwierdzenia prognozy planu rzeczowo-finansowego Spółki na rok obrotowy od 01.07.2023 r. - 30.06.2024 r.;
4. Uchwała nr 2/09/2023 z dnia 25 września 2023 roku w sprawie przyznania nagrody uznaniowej dla pracowników i współpracowników Gliwickiego Klubu Sportowego "Piast" S.A.;
5. Uchwała nr 1/10/2023 z dnia 9 października 2023 roku w sprawie uchylecia regulaminu prowizyjnego GKS „Piast” SA;
6. Uchwała nr 1/12/2023 z dnia 1 grudnia 2023 roku w sprawie wniosku Zarządu GKS „Piast” SA do Rady Nadzorczej o pozytywne zaopiniowanie wniosku w sprawie dalszego istnienia spółki i kontynuacji jej działalności.

W okresie sprawozdawczym podjęto 5 Zarządzenia Prezesa Zarządu związane z bieżącym funkcjonowaniem Spółki:

1. Zarządzenie nr 1/07/2023 z dnia 1 lipca 2023 roku w sprawie rozliczenia Zawodników Gliwickiego Klubu Sportowego "Piast" SA z zagubionego/rozdanego sprzętu w sezonie 2023/2024 i następnych;

2. Zarządzenie nr 1/10/2023 z dnia 18 października 2023 roku w sprawie udzielenia dodatkowego dnia wolnego od pracy w miesiącu: listopad 2023 roku;
3. Zarządzenie nr 1/12/2023 z dnia 14 grudnia 2023 roku w sprawie udzielenia dodatkowego dnia wolnego od pracy w miesiącu: styczeń 2024 roku.
4. Zarządzenie nr 1/06/2024 z dnia 17 czerwca 2024 roku w sprawie przeprowadzenia inwentaryzacji
5. Zarządzenie nr 2/06/2024 z dnia 20 czerwca 2024 roku w sprawie pełnienia obowiązków głównej księgowej.

Zdecydowanie zauważalna jest tendencja decyzji podejmowanych w głównej mierze przez członków rady nadzorczej w dużo mniejszym stopniu przez zarząd.

III. Infrastruktura.

Gliwicki Klub Sportowy „PIAST” SA korzysta z bazy sportowej, która obejmuje:

1. Stadion Miejski im. Piotra Wieczorka w Gliwicach wraz z mini boiskiem ze sztuczną nawierzchnią oraz siłownią, który dzierżawiony jest od Górnośląskiego Akceleratora Przedsiębiorczości Rynkowej Sp. z o.o. w Gliwicach;
2. Stadion piłkarski w Gliwicach przy ul. Lekarskiej oraz boiska treningowe przy ul. Fiołkowej i ul. Radomskiej, z których Klub korzysta na podstawie umów zawartych z Miejskim Zarządem Usług Komunalnych Sp. z o.o. w Gliwicach;
3. Boisko piłkarskie w Gliwicach przy ul. Sokoła dzierżawione od Miasta Gliwice;
4. Boisko piłkarskie w Gliwicach przy ul. Robotniczej dzierżawione od Miasta Gliwice;
5. Boisko piłkarskie w Gliwicach przy ul. Sikornik, z którego Klub korzysta na podstawie umowy zawartej z Miastem Gliwice, w imieniu którego działa Zespół Szkół Ogólnokształcących nr 5 im. Armii Krajowej w Gliwicach;
6. Kompleks boisk piłkarskich w Knurowie przy ul. Alei Lipowej 12 na podstawie umów;
7. Hala sportowa w Gliwicach przy ul. Jasnej 31.
8. Boiska ze sztuczną i naturalną nawierzchnią i hale sportowe w okolicznych miastach (w okresie zimowym).

Wszystkie mecze I drużyny w ramach rozgrywek PKO BP Ekstraklasy, które Piast Gliwice rozgrywał na swoim terenie, odbywały się na Stadionie Miejskim im. Piotra Wieczorka w Gliwicach. Stadion spełnia wszystkie normy certyfikacyjne wymagane przez UEFA, Polski Związek Piłki Nożnej i Ekstraklasę SA, które dotyczą rozgrywek organizowanych przez te

podmioty (obiekt jest na bieżąco wyposażany i modernizowany zgodnie ze zmieniającymi się wymaganiami licencyjnymi).

Pozostałe obiekty wymienione powyżej służyły do zajęć treningowych zespołom Piasta Gliwice we wszystkich kategoriach wiekowych oraz do rozgrywania meczów w niższych ligach. W przypadku meczów wyjazdowych i obozów, drużyny Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” SA korzystają z obiektów sportowych zlokalizowanych na terenie Polski, a także innych państw Europy.

IV. Osiągnięcia sportowe.

I drużyna

W okresie sprawozdawczym I zespół Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” SA rozgrywał mecze w ramach rozgrywek PKO BP Ekstraklasy i Pucharu Polski.

Od 1 lipca 2023 roku do 30 czerwca 2024 roku drużyna rozegrała 34. kolejki rozgrywek Ekstraklasy zajmując w tabeli 10. miejsce z bilansem: 9 zwycięstw, 16 remisów i 9 porażek (43 punkty). Ponadto, w tym czasie I zespół doszedł do półfinału rozgrywek o Puchar Polski, pokonując Wieczystą Kraków (4:0 – 1/32 finału), Bruk-Bet Termalicę Nieciecza (1:0 – 1/16 finału), Carinę Gubin (5:2 – 1/8 finału), Raków Częstochowę (3:0 – 1/4 finału) i przegrywając mecz przed finałem z Wisłą Kraków (1:2).

Podczas rozgrywek do kadr narodowych swoich krajów w odpowiednich kategoriach wiekowych powoływani byli:

Patryk Dzięczek (kadra Polski),

Frantisek Plach, Jakub Holubek (kadra Słowacji),

Tihomir Kostadinov (kadra Macedonii Północnej)

Ariel Mosór i Arkadiusz Pyrka (młodzieżowe kadry Polski).

II drużyna

II zespół Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” SA w okresie sprawozdawczym brał udział w rozgrywkach IV Ligi. Na koniec sezonu 2023/2024 drużyna zajęła 7 miejsce zdobywając 47 punktów z bilansem:

- 11 zwycięstw,

- 14 remisów,
- 5 porażki.

Drużyny młodzieżowe

Do Akademii Piasta Gliwice w sezonie rozgrywkowym 2023/2024 należało około 190 zawodników występujących w rozgrywkach Śląskiego Związku Piłki Nożnej i Polskiego Związku Piłki Nożnej.

Sezon 2023-2024:

1. U-19 (r. 2005-06)
 - I Liga Wojewódzka A1 - Juniorów – 4 miejsce;
2. U-17 (r. 2007-2008)
 - I zespół: I Liga Wojewódzka B1 Juniorów Młodszych - 12 miejsce;
 - II zespół: II Liga Wojewódzka B1 Juniorów Młodszych – 7 miejsce;

Runda jesienna:

1. U-15 (r. 2009)
 - I Liga Wojewódzka C1 Trampkarzy – 10 miejsce spadek;
2. U-14 (r. 2010)
 - III Liga Wojewódzka C2 Trampkarzy – 2 miejsce;
3. U-13 (r. 2011)
 - I Zespół – II Liga Wojewódzka D1 Młodzików – 1 miejsce - awans;
 - II Zespół – III Liga Wojewódzka D1 Młodzików Grupa Zabrze – 6 miejsce
4. U-12 (r. 2012)
 - I Zespół – I Liga Wojewódzka D2 Młodzików – 5 miejsce;
 - II Zespół – IV Liga Okręgowa Grupa Zabrze – 1 miejsce – awans do III Ligi Wojewódzkiej.

Runda wiosenna:

1. U-15 (r. 2009)
 - II Liga Wojewódzka C1 Trampkarzy – 4 miejsce;
2. U-14 (r. 2010)
 - III Liga Wojewódzka C2 Trampkarzy – 3 miejsce;
3. U-13 (r. 2011)
 - I Zespół – I Liga Wojewódzka D1 Młodzików – 3 miejsce;
 - II Zespół – III Liga Wojewódzka D1 Młodzików Grupa Zabrze – 5 miejsce
4. U-12 (r. 2012)
 - I Zespół – I Liga Wojewódzka D2 Młodzików – 5 miejsce;
 - II Zespół – III Liga Wojewódzka Grupa Zabrze – 1 miejsce – awans do II Ligi Wojewódzkiej.

W trakcie sezonu liczna grupa wyróżniających się zawodników Piasta II z roczników 2000-2007 dostała powołanie na treningi pierwszego zespołu: Radosław Kruppa, Toya Nakajima, Jakub Cembala, Wiktor Figołuszka, Adam Kaleta, Bruno Śledziński, Daniel Justin, Kacper Gawarecki, Dawid Rychta i Kamil Lubowiecki.

Kilku zawodników z roczników 2011, 2012 otrzymało w omawianym okresie powołania na konsultacje oraz oficjalne spotkania do Kadr Podokręgu i Województwa.

Zawodnicy: Marcel Bieniek, Filip Preś i Ksawery Słota zdobyli srebrny medal reprezentując Śląski Związek Piłki Nożnej na Mistrzostwach Polski im. Kazimierza Górskiego rozgrywanych w czerwcu w Wielkopolsce.

Proces szkoleniowy prowadzony był na obiektach w Gliwicach – baza sportowa:

- Stadion Miejski w Gliwicach wraz z mini boiskiem ze sztuczną nawierzchnią i siłownią;
- trawiaste boiska piłkarskie w Gliwicach przy ul. Lekarskiej, Robotniczej i Sokoła;
- boisko ze sztuczną nawierzchnią przy ul. Sikornik;
- hala sportowa przy szkole ZSO nr 5.

W tym okresie zajęcia części zespołów odbywały się również na boiskach ze sztuczną nawierzchnią w okolicznym Knurowie.

Od września 2019r. w klubie rozwija się program Klubów Partnerskich, a także projekt Reprezentacji Klubów Partnerskich, które trenują na boisku przy ul. Sikornik lub przy ul. Robotniczej a w okresie zimowym na boisku pod balonem w Kozłowie.

W przypadku meczów wyjazdowych, drużyny GKS „PIAST” SA korzysta z obiektów sportowych zlokalizowanych na terenie Polski.

V. Marketing

Komunikacja i promocja

Głównymi obszarami marketingu w okresie od lipca 2023 do czerwca 2024 roku, na których skupił się klub były: promocje meczów domowych, kampania karnetowa, przedmeczowe strefy kibica, rozwój sektora rodzinnego, Social Media, wizyty w szkołach i przedszkolach. Zorganizowano szereg akcji i promocji zachęcających kibiców do wzięcia udziału w spotkaniach przy Okrzei 20.

LIPIEC 2023 – największym eventem, poza startem rozgrywek i kampanią karnetową, jaki zorganizował klub była prezentacja drużyny oraz nowych strojów meczowych połączona ze sparingiem, a także:

- kino plenerowe na stadionie (współorganizowane z CK VICTORIA)
- prezentacja drużyny i sparing z rekordem bielsko- biała
- Turbokozak w przerwie meczu Piast Gliwice- Lech Poznań
- kartoniada oraz flagowisko na sektorze rodzinnym
- kampania karnetowa „Idę na piasta”
- zwiedzanie stadionu

SIERPIEŃ 2023 – głównymi działaniami marketingowymi, które podejmował klub była promocja meczów domowych oraz atrakcje w trakcie ich trwania:

- malowanie oprawy „w małych sercach wielki piast” na sektorze rodzinnym podczas meczu z Rakowem Częstochowa

- spotkanie z zawodnikami w sklepie kibica
- urozmaicenie dopingu na sektorze rodzinnym kartonowymi wizerunkami zawodników podczas meczu z Ruchem Chorzów
- promocja projektu „Cykl szkoleń i wydarzeń sportowych dla młodzieży”, który zawierał elementy piastowskie w gliwickim budżecie obywatelskim.
- zwiedzanie stadionu dla zwycięzców konkursów prowadzonych na eventach i festynach
- zwiedzanie stadionu dla uczestników półkolonii
- spacer z zawodnikami po centrum miasta (rozdawanie zaproszeń na mecz)

WRZESIEŃ 2023 – w związku z rozpoczęciem roku szkolnego Klub pojawił się w szkołach rozdając plany lekcji wszystkim klasom pierwszym. Dalej podejmował działania promujące mecze oraz je uatrakcyjniające:

- wizyty Piastusia pod szkołami z okazji rozpoczęcia roku szkolnego
- rozdawanie planów lekcji uczniom klas pierwszych (łącznie 5 tys. szt.)
- wizyta zawodników w dzielnicy Śródmieście
- udział w ewencie „Gliwicki Dzień Seniora” organizowanym przez miejską bibliotekę publiczną w parku Chopina
- start akcji frekwencyjnej na stadionie dla uczniów „Od najmłodszych lat niebiesko-czerwony świat”
- gliwicki dzień sportu na fanzone przed meczem z Legią Warszawa - - piknik rodzinny połączony z meczem dla sponsorów i partnerów klubu oraz wspólne oglądanie meczu Reprezentacji Polski
- spotkanie z zawodnikami w sklepie kibica
- ekstratalent- akcja współorganizowana z ekstraklasą przeznaczona dla uczniów gliwickich przedszkoli
- wizyta z zawodnikami promująca mecze w szkołach
- wizyta zawodników z voucherami na mecz na osiedlu „Sikornik”
- zwiedzanie stadionu
- wizyta zawodników w dzielnicy Śródmieście
- udział w akcji „Gliwickie dni dziedzictwa kulturowego” wycieczki po stadionie
- udział w festynie SP18
- udział w „Dniu Działkowca”

PAŹDZIERNIK 2023 – z okazji z Dnia Nauczyciela wręczyliśmy kwiaty oraz vouchery na mecze wszystkim gliwickim nauczycielom, spotykaliśmy się z uczniami w szkołach i przedszkolach, a także :

- dystrybucja ulotek we wszystkich gliwickich placówkach szkolno- przedszkolnych
- udział w akcji „MOVEMBER” na gliwickim rynku
- zwiedzanie stadionu
- akcja z okazji Dnia Nauczyciela: kwiaty wręczone przez zawodników oraz vouchery na mecz dla każdego gliwickiego nauczyciela
- wizyty w szkole z zawodnikami
- akcja społeczna dotycząca dziecięcego porażenia mózgowego (eskorta fundacji „NIEDOKŁADALNI”, zielone balony, social media)
- wizyta zawodników na osiedlu „Obrońców Pokoju”
- uruchomienie nowego punktu sprzedaży biletów w sklepie ”PIASTOHOLICY”

LISTOPAD 2023 – Klub angażował się w poniższe akcje:

- zwiedzanie stadionu
- wizyty z zawodnikami w szkołach
- śniadanie biznesowe w prezero arena gliwice dla sponsorów i partnerów klubu
- udział zawodników i maskotki klubowej w gliwickiej spartakiadzie dla przedszkolaków.
- wizyta zawodników na meczu piast gliwice futsal
- kwesta zawodników podczas zbiórki na hospicjum w święto wszystkich zmarłych
- spotkanie dla kibiców z gerardem badia przed meczem z koroną kielce
- udział zawodników w akcji „BEZ OCEN”, dotyczącej problemów z odżywianiem wśród dzieci i młodzieży podczas meczu z Jagiellonią Białystok
- akcja biletowa „TRÓJPAK” na mecze z Koroną Kielce, Puszcą Niepołomice i Stalą Mielec
- dystrybucja ulotek we wszystkich gliwickich placówkach szkolno- przedszkolnych

GRUDZIEŃ 2023 – w związku ze świątecznym miesiącem GKS Piast skupił się na poniższych inicjatywach:

- promocja kalendarza klubowego
- akcja mikołajkowa- zbiórka pieniężna na podopiecznego stowarzyszenia „CAŁA

NAPRZÓD” w zamian za otrzymanie czapki Mikołaja podczas meczu z Puszcą Niepołomice

- sektor rodzinny- bezpłatna herbata oraz pączki dla dzieci
- wizyta Piastusia na jarmarku na Osiedlu Waryńskiego
- udział w „SZLACHETNEJ PACZCE”
- akcja biletowa „TRÓJPAK”na mecze z Koroną Kielce, Puszcą Niepołomice i Stalą Mielec
- ulotki we wszystkich gliwickich placówkach szkolno- przedszkolnych

STYCZEŃ 2024 – w związku z przerwą w rozgrywkach i mniejszą dostępnością zawodników z powodu obozu Klub skupił się na poniższych działaniach:

- organizacja noworocznego treningu z zawodnikami dla dzieci w Arena Prezero Gliwice - udział zawodników w półkoloniach
- udział zawodników w otwarciu VIKING POINT
- udział w „Wielkiej Orkiestrze Świątecznej Pomocy”
- specjalna oferta „karnety wiosna”
- zwiedzanie stadionu

LUTY 2024 - po powrocie rozgrywek na Okrzei 20 Klub zaangażował się w poniższe akcje, które promowały i uatrakcyjniały mecze domowe:

- event w sklepie 4f w FORUM GLIWICE z udziałem zawodników
- śniadanie biznesowe dla sponsorów i partnerów klubu w jasna31 Sports Bar&Pizza
- kartoniada podczas meczu z Górnikiem Zabrze
- wycieczki na stadionie dla szkół i przedszkoli
- konkurs walentynkowy dla kibiców
- wyzwanie frekwencyjne dla kibiców przed derbami
- udział w akcji walentynkowej z Nowinami Gliwickimi w Forum Gliwice
- podpisanie umowy marketingowej z GKS Jastrzębie
- wizyty zawodników w szkołach

MARZEC 2024- w tym miesiącu główną akcją, jakiej podjął się dział marketingu była akcja #ZauważOznaki, która miała na celu zwrócenie uwagi na reagowanie oznak przemocy wobec kobiet. W jej ramach udało zebrać się ponad 30 tysięcy złotych, które klub przekazał Fundacji

Pomocy Kobietom i Dzieciom.

- DZIEŃ KOBIET- darmowy wstęp dla pań, kwiaty dla każdej kibicki, dziewczęca eskorta, występ gimnastyczek.
- akcja „Zauważ Oznaki”- limitowane koszulki przekazane na aukcję dla fundacji „pomoc kobietom i dzieciom”
- zwiedzanie stadionu
- wizyta na sektorze rodzinnym zawodników Piast Gliwice FUTSAL

KWIECIEŃ 2024 – GKS Piast zorganizował poniższe akcje;

- zwiedzanie stadionu
- udział maskotki klubowej w evencie fundacji „Sawanci”
- wizyta zawodników na meczu GKS Jastrzębie
- wizyta zawodników w miasteczku studenckim
- przekazanie voucherów na mecz do partnerów klubowych
- organizacja turnieju Śląskiej Ligii Młodych Talentów w kategorii U9-U11

MAJ 2024- Piast skupiał się głównie na promocji meczów i podejmował poniższe inicjatywy:

- zwiedzanie stadionu
- wizyty w szkole z zawodnikami
- ulotki i plakaty w gliwickich placówkach
- flagowisko i doping na sektorze rodzinnym

CZERWIEC 2024 – w związku z przerwą pomiędzy sezonami Klub skupił się głównie na działaniach zewnętrznych, biorąc udział w festynach i innych wydarzeniach takich jak:

- udział w piastuś girls cup
 - udział w festynie” Mam bzika na punkcie Sikornika”
 - wizyta w Szpitalu Wielospecjalistycznym w Gliwicach z okazji urodzin Piasta Gliwice
 - zwiedzanie stadionu (dla grup z półkolonii organizowanych na terenie miasta)
- podsumowanie:

PROMOCJA MECZÓW DOMOWYCH:

- Social Media
- Plakaty na miesiecie i u partnerów klubu (445 plakatów/mecz)
- Infokioski w Forum Gliwice i na miesiecie
- LEDY miejskie
- Aplikacja GAMA
- PreZero Arena Gliwice (telebim/plakaty/strefa VIP)
- Plakaty w klubach partnerskich (24 kluby)
- SMSing / mailing (baza 12 tysięcy kibiców)
- ulotki w szkołach i przedszkolach (5 tysięcy/mecz)
- Rozdawanie przez zawodników voucherów w szkołach i przedszkolach (ok. 150-200/mecz)
- Spoty reklamowe w radiu RMF Maxxx
- Promocja meczów w salonie 4F
- Spotkania z zawodnikami w sklepie klubowym

SEKTOR RODZINNY:

- doping prowadzony przez Stowarzyszenie Kibiców "Piastoholicy" - Kartoniada
- Baloniada
- Gadżety od partnerów klubu
- Flagowisko
- Bezpłatna herbata
- Malowanie oprawy
- Animacje pod sektorem
- Wizyty zawodników w przerwie
- Słodki poczęstunek
- Rozwieszanie flagi sektora rodzinnego

AKCJE MARKETINGOWE NA KAŻDYM MECZU;

- Urodziny na murawie
- Konkurs w przerwie
- Eskorty klubów partnerskich/fundacji
- Kanapa Kibica
- Indeksy młodego kibica

VI. Social Media

Klubowe kanały w mediach społecznościowych stale się rozwijają i notują wzrosty obserwowanych. Poniżej przedstawiamy liczbowe zestawienie wszystkich kont Piasta Gliwice w serwisach społecznościowych:

Facebook:

01.07.2024: 45 856

30.06.2024: 48 976

Różnica: + 3 120

X (Twitter):

01.07.2024: 27 545

30.06.2024: 29 129

Różnica: + 1 584

YouTube:

01.01.2024: 10 660

30.06.2024: 11 778

Różnica: + 1 118

Instagram:

01.01.2024: 20 411

30.06.2024: 25 681

Różnica: + 5 270

Tik Tok:

01.01.2024: 15 301

30.06.2024: 23 005

Różnica: + 7 704

LinkedIn:

01.01.2024: 559

30.06.2024: 716

Różnica: + 157

Perspektywy rozwoju i główne założenia działań promocyjnych Piasta Gliwice w sezonie 2024/2025

1. Rozwój struktury sponsoringowej

W sezonie 2024/2025 Piast Gliwice planuje kontynuować rozwój swojej struktury sponsorskiej, z naciskiem na budowanie długoterminowych relacji z partnerami biznesowymi. Po sukcesach z poprzednich sezonów, takich jak nawiązanie współpracy z firmami Kuchnia Vikinga, LVbet i przedłużenie umowy z Verocargo, klub będzie szukał dalszych możliwości rozszerzenia grona sponsorów. W tym celu działania promocyjne będą koncentrowały się na:

- Zwiększeniu widoczności sponsorów: Piast Gliwice planuje kontynuować promocję marek partnerów głównie poprzez media społecznościowe, a także szeroką ekspozycję na stadionie, oraz na koszulkach zawodników.
- Innowacyjne współprace: Klub ma na celu nie tylko tradycyjny sponsoring, ale także angażowanie firm w specjalne akcje, kampanie społeczne oraz wydarzenia związane z CSR.

2. Wzmocnienie zaangażowania kibiców:

Piast Gliwice zdaje sobie sprawę, że kluczowym elementem promocji klubu jest zaangażowanie kibiców. W sezonie 2024/2025 działania marketingowe będą skoncentrowane na:

- Rozwoju komunikacji z fanami: Piast planuje zwiększyć swoją aktywność w mediach społecznościowych, wprowadzając bardziej interaktywne treści, konkursy, relacje na żywo oraz wywiady z piłkarzami. To pozwoli na utrzymanie bliskiego kontaktu z kibicami, szczególnie młodszą grupą odbiorców.
- Wydarzenia dla kibiców: celebrowanie dnia meczowego poprzez organizowanie stref kibica, Organizacja dni otwartych, pikników rodzinnych oraz możliwości spotkań z zawodnikami to działania, które klub planuje realizować, aby budować lojalność fanów. Inicjatywy te mają na celu wzmocnienie więzi emocjonalnych kibiców z klubem i promocję marki Piasta jako klubowej wspólnoty.

3. Rozwój oferty merchandisingowej:

Klub zamierza również rozwijać swoją ofertę produktową. W nowym sezonie:

- Sklep z gadżetami i odzieżą klubową będzie bardziej promowany, z nowymi produktami, które mogą przyciągnąć zarówno stałych kibiców, jak i nowych klientów. Planowane są także kolekcje limitowane, co dodatkowo zwiększy atrakcyjność oferty.
- Promocja marki poprzez produkty: Merchandising będzie zintegrowany z kampaniami reklamowymi, np. w postaci limitowanych edycji koszulek przygotowanych we współpracy ze sponsorami, co pomoże w dodatkowej promocji marki.

4. Integracja z lokalną społecznością

Klub zamierza również wzmocnić swoją pozycję w społeczności lokalnej Gliwic i Śląska:

- Współpraca z lokalną społecznością: Wspieranie i organizowanie wydarzeń, które angażują lokalne firmy, placówki szkolno- przedszkolne oraz kluby partnerskie.
- Akcje społeczne i edukacyjne: Podobnie jak w poprzednich sezonach, klub planuje zaangażować się w kampanie o tematyce społecznej, które będą promowane we współpracy ze sponsorami. Akcje takie jak „Zauważ oznaki”, są dobrym przykładem działań promocyjnych, które przyciągają uwagę kibiców, a jednocześnie mają pozytywny wpływ na społeczność.
- Rozszerzenie działań promocyjnych nie tylko na Gliwice, ale cały gliwicki powiat, a także część województwa Opolskiego.

5. Działania skierowane do uczniów gliwickich placówek edukacyjnych.

W ramach strategii promocji i rozwoju zaangażowania, Piast Gliwice planuje w sezonie 2024/2025 wdrożenie dedykowanych działań skierowanych do dzieci i młodzieży z lokalnych szkół oraz przedszkoli. Celem tych inicjatyw będzie nie tylko popularyzacja piłki nożnej, ale również budowanie długotrwałej więzi młodego pokolenia z klubem.

- Klub zamierza zainicjować program współpracy z placówkami edukacyjnymi, w ramach którego wyłonieni zostaną koordynatorzy szkół i przedszkoli. Ich rolą będzie:
 - Organizowanie regularnych wyjść na mecze Piasta Gliwice z udziałem uczniów.
 - Promowanie klubu w placówkach poprzez materiały edukacyjne, gadżety i spotkania z zawodnikami.
 - Wspieranie lokalnych wydarzeń sportowych, w tym mini-turniejów piłkarskich organizowanych przez Piasta, aby zachęcać dzieci do aktywności fizycznej i integracji poprzez sport.
- Bezpłatne wejścia na mecze i aktywizacja młodzieży
- Spotkania z zawodnikami i warsztaty sportowe

6. Budowanie frekwencji – dzień meczowy jako święto miasta

Piast Gliwice planuje w sezonie 2024/2025 skupić się na znaczącym zwiększeniu frekwencji na stadionie. Klub ma na celu uczynienie dnia meczowego wyjątkowym wydarzeniem dla całego miasta, aby każdy mecz Piasta stał się świętem społeczności lokalnej.

- **Widoczność w mieście:** W dniu meczu Piast Gliwice planuje wzmocnić swoją obecność w przestrzeni publicznej poprzez odpowiednie działania promocyjne, takie jak banery, flagi klubowe oraz reklamy na mieście i w mediach lokalnych. Dzięki temu mieszkańcy Gliwic będą czuć atmosferę nadchodzącego wydarzenia, co przyczyni się do budowania wspólnoty i zaangażowania.
- **Aktywności przedmeczowe:** Piast Gliwice zamierza organizować różnorodne atrakcje przed meczami, takie jak pikniki, strefy kibica, zawody czy strefy zabaw dla dzieci, aby stworzyć atmosferę wielkiego wydarzenia sportowego i zachęcić mieszkańców do wcześniejszego przybycia na stadion oraz wspólnego celebrowania dnia meczu.

Te działania mają na celu zbudowanie regularnej, lojalnej publiczności i uczynienie stadionu miejscem spotkań, zabawy i radości dla całego miasta. Wspólne świętowanie dnia meczowego wpłynie na zwiększenie frekwencji oraz większą integrację społeczności lokalnej z klubem

Sprzedż gadżetów i pamiątek

Spółka przez cały okres objęty sprawozdaniem prowadziła sprzedaż upominków klubowych, osiągając przychód w wysokości 353 284,94 zł. W tym celu funkcjonuje klubowy punkt sprzedaży: Oficjalny Sklep Kibica, znajdujący się przy ul. Okrzei 20 w Gliwicach. Sprzedaż upominków odbywała się też na stoiskach zlokalizowanych na Stadionie Miejskim w dni meczowe oraz poprzez sklep internetowy. Kibice mogli zakupić poszerzony asortyment, m.in.: kubki, magnesy, breloki, maskotki, czapki, smycze, szaliki, proporczyki oraz wiele artykułów odzieżowych, w tym koszulki meczowe Piasta Gliwice. Według stanu na 31.06.2024 roku w magazynie sprzedażowym znajdował się asortyment o łącznej wartości 51 040,66 zł netto.

VII. „Piast Biznes”

Od lipca 2023 do czerwca 2024 roku Piast Biznes, odpowiedzialny za relacje sponsorskie klubu Piasta Gliwice, zrealizował szereg działań mających na celu wzmocnienie współpracy

z partnerami biznesowymi oraz rozwój struktur sponsorskich. Poniżej kluczowe inicjatywy i osiągnięcia tego okresu:

1. Pozyskanie nowego sponsora głównego – Kuchnia Vikinga

Jednym z największych sukcesów Piast Biznes było nawiązanie współpracy z nowym sponsorem głównym, marką Kuchnia Vikinga. Firma ta, oferująca szeroki wachlarz usług gastronomicznych, zdecydowała się na wspieranie klubu, widząc w tym możliwość wzajemnych korzyści. Umowa ta zakłada, że logo Kuchni Vikinga będzie widoczne na strojach meczowych pierwszej drużyny, głównych materiałach promocyjnych klubu, a także w strategicznych punktach podczas meczów Piasta na Stadionie Miejskim w Gliwicach.

2. Przedłużenie umowy ze sponsorem głównym – Verocargo.

Piast Biznes z sukcesem przedłużył również współpracę z dotychczasowym sponsorem głównym – firmą Verocargo. Przedsiębiorstwo specjalizujące się w logistyce i transporcie postanowiło kontynuować wsparcie klubu, doceniając efektywność dotychczasowej współpracy oraz korzyści, jakie wynikały z ekspozycji ich marki w kontekście piłkarskim. W ramach nowej umowy, Verocargo pozostanie widoczne na strojach zawodników Piasta oraz na nośnikach reklamowych w obrębie stadionu, co zapewnia dalszą promocję marki zarówno lokalnie, jak i ogólnokrajowo.

3. Pozyskanie sponsora koszulkowego – LVbet

W sierpniu 2024 roku Piast Biznes ogłosił także pozyskanie nowego sponsora koszulkowego – firmy bukmacherskiej LVbet. Umowa ta oznacza, że logo LVbet znajdzie się na rękawku koszulek meczowych Piasta Gliwice, co stanowi nie tylko prestiżową pozycję reklamową, ale także istotny zastrzyk finansowy dla klubu. Bukmacher widzi w tej współpracy szansę na umocnienie swojej pozycji na rynku, zwłaszcza wśród kibiców piłki nożnej, którzy stanowią znaczną część ich klientów.

4. Organizacja eventów dla sponsorów

Piast Biznes aktywnie dbał o budowanie relacji z obecnymi sponsorami, organizując kilka wydarzeń mających na celu umocnienie współpracy i wymianę doświadczeń.

Wśród zorganizowanych w maju eventów wyróżnić można:

- Śniadania biznesowe

- Event noworoczny

- Piknik rodzinny z grą na Stadionie Miejskim – wydarzenie to przyciągnęło nie tylko sponsorów, ale także ich rodziny. Była to doskonała okazja do integracji w luźnej atmosferze oraz promocji zdrowego stylu życia. Centralnym punktem pikniku była gra na głównej murawie, w której wzięli udział zarówno sponsorzy, jak i przedstawiciele klubu.

5. Akcja „Zauważ oznaki” wspólnie ze sponsorami

Ważnym elementem działalności Piast Biznes była również kampania społeczna „Zauważ oznaki”, prowadzona wspólnie z kluczowymi sponsorami klubu. Celem tej akcji było zwrócenie uwagi na przemoc wobec kobiet, a uzbierane ponad 30 tysięcy zasilili konto Fundacji Pomocy Kobietom i Dzieciom.

Perspektywy rozwoju Piast Biznes opierają się na kilku kluczowych filarach, które mogą przynieść długoterminowe korzyści zarówno dla klubu, jak i jego sponsorów:

1. **Rozbudowa sieci sponsorów i partnerów biznesowych**

Jednym z głównych celów Piast Biznes jest dalsze poszerzanie grona sponsorów. Obecne sukcesy w pozyskiwaniu nowych partnerów, takich jak Kuchnia Vikinga i LVBet, stanowią solidną podstawę do rozwijania tej strategii. W przyszłości można spodziewać się kontynuacji działań mających na celu pozyskanie firm z różnych branż, co pozwoli na zróżnicowanie źródeł finansowania.

2. **Innowacyjne kampanie marketingowe i społeczne**

Piast Biznes może również w dalszym ciągu angażować sponsorów w innowacyjne kampanie marketingowe i społeczne, jak akcja „Zauważ oznaki”. Takie działania nie tylko promują odpowiedzialność społeczną, ale również budują silną więź między klubem a lokalną społecznością. Kampanie tego typu mogą być rozszerzane na inne obszary, np. promowanie zdrowego stylu życia czy inicjatywy ekologiczne, co przyciągnie firmy zainteresowane CSR.

3. **Rozwój wydarzeń networkingowych i eventów integracyjnych**

Organizowane przez Piast Biznes śniadania biznesowe, eventy noworoczne oraz pikniki rodzinne cieszą się dużym zainteresowaniem i mogą być rozwijane w przyszłości. Tego typu eventy są doskonałą platformą do nawiązywania nowych kontaktów biznesowych, a także wzmacniania relacji z obecnymi partnerami.

4. **Nowe źródła przychodów**

W przyszłości Piast Biznes może rozważyć wprowadzenie nowych modeli współpracy ze sponsorami, np. współtworzenie produktów klubowych (merchandising)

5. z partnerami biznesowymi, organizowanie wspólnych eventów sportowych czy tworzenie treści multimedialnych (podcasty, vlogi). Dodatkowo planowany jest rozwój strefy VIP oraz organizacja ekskluzywnych wydarzeń.

Podsumowując, **Piast Biznes** ma przed sobą duże możliwości rozwoju, zarówno poprzez dalszą rozbudowę sieci sponsorów, jak i rozwijanie innowacyjnych strategii marketingowych i eventowych.

VIII. Frekwencja na Stadionie Miejskim

W okresie 01.07.2023-30.06.2024 roku na Stadionie Miejskim im. Piotra Wieczorka w Gliwicach rozegranych zostało 17 spotkań sezonu 2023/2024, jeden mecz w ramach Pucharu Polski oraz sparing dostępny dla kibiców. Frekwencja wyniosła 103 116 osób, zaś średnia liczba widzów na meczu 5427 osób. W przypadku meczów rozgrywanych na wyjeździe przez I zespół Piasta Gliwice liczba widzów wyniosła 188 275 osób.

Karnety

W sezonie 2023/2024 sprzedanych zostało 1492 karnetów sezonowych.

Sprzedaż internetowa

W okresie 01.07.2023-30.06.2024 podczas meczów rozegranych w Gliwicach, sprzedano łącznie poprzez aplikację internetową 33 515 biletów. Daje to średnio 1763 biletów na mecz.

Przychód ze sprzedaży

W okresie 01.07.2023-30.06.2024 przychód ze sprzedaży biletów, karnetów oraz kart kibica wyniósł 1 527 127,50 zł

IX. Finanse

Przychody netto ze sprzedaży usług osiągnęły wartość 21.120.913,16 zł i były niższe o 539.848,69 zł w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim;

Wartość sprzedaży gadżetów klubowych wyniosła 353.284,94 zł i była wyższa o 34.605,77 zł w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim; Koszty działalności operacyjnej Klubu za 01.07.2023 – 30.06.2024 wynosiły 41.530.227,80 zł i były niższe o 99.636,73 zł w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim;

Pozostałe przychody operacyjne, do których zalicza się między innymi dotację Urzędu Miasta na wzrost poziomu sportowego w dyscyplinie piłka nożna oraz przychody transferowe wyniosły 9.655.481,28 zł i były wyższe od ubiegłorocznych wartości wykazanych na dzień 30.06.2023 o 2.025.418,85 zł.

Za okres 01.07.2023 – 30.06.2024 Klub odnotował stratę netto w wysokości 13.861.577,50 złotych.

WSKAŹNIKI PŁYNNOŚCI

1. Płynność I

$$\frac{\text{Aktywa obrotowe}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}} = 0,14$$

1. Płynność II

$$\frac{\text{Należności i inwestycje krótkoterminowe}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}} = 0,06$$

2. Płynność III

$$\frac{\text{Krótkoterminowe aktywa finansowe}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}} = 0,02$$

3. Szybkość obrotu należności

$$\frac{\text{Należności z tytułu dostaw} \times 365}{\text{Przychody ze sprzedaży}} = 19$$

4. Szybkość spłaty zobowiązań

$$\frac{\text{Zobowiązania z tytułu dostaw} \times 365}{\text{Koszty działalności operacyjnej}} = 96$$

Wyniki finansowe śródroczne spółki wskazywały na trudną sytuację finansową, a mimo to nie podjęto wystarczających działań naprawczych. Więcej informacji znajduje się w rocznym sprawozdaniu finansowym.

X. Strategia Spółki, założenia i plany

Głównymi celami strategicznymi Spółki jest:

- zlecenie niezależnego zewnętrznego audytu opisującego sytuację Spółki.
- nawiązanie współpracy z czołowymi instytucjami gospodarczymi i biznesowymi – pozyskanie sponsorów strategicznych;
- stworzenie sieci sprzedaży pamiątek klubowych i wzrost przychodów ze sprzedaży;
- zacieśnienie współpracy z władzami Miasta Gliwice oraz instytucjami samorządowymi innych miast śląskich;
- podwyższenie poziomu sportowego drużyny przez dokonywanie właściwych transferów, co powinno się przełożyć na wzrost rywalizacji i efektywności działań sportowych w zespole;
- transferowanie zawodników do innych klubów, uzyskanie dodatkowych środków na działalność;
- Racjonalna polityka kadrowa I zespołu, dokonywanie wypożyczeń zawodników, którzy nie odnotowują regularnych występów w rozgrywkach celem obniżania kosztów wynagrodzeń jednocześnie nie decydując się na sprzedaż co pozwoli w przyszłości skorzystać z zawodnika w przypadku jego rozwoju;

- przygotowanie projektu i lokalizacji budowy ośrodka piłkarskiego;
- rozwój systemu scoutingu poprzez zatrudnienie czołowych scoutów w kraju;
- budowa projektu skupiającego właścicieli firm pn. „Piast Biznes” dającego szansę szukania dodatkowych przychodów z umów sponsorskich;
- Zawieranie umów barterowych celem obniżania kosztów na materiały i usługi;
- sukcesywne zwiększanie frekwencji podczas meczów organizowanych przez Spółkę poprzez zintensyfikowanie działań promocyjnych w obrębie samego miasta, jak i gmin sąsiadujących ze szczególnym uwzględnieniem miast klubów partnerskich;
- systematyczna profesjonalizacja systemu szkolenia młodzieży w oparciu o własne struktury;
- zacieśnienie współpracy z innymi podmiotami szkolącymi młodzież w regionie, stworzenie spójnej strategii szkolenia na terenie miasta Gliwice;
- pozyskanie środków zewnętrznych z Ministerstwa Sportu i Turystyki na realizację projektu „Akademia Sportowa Piasta Gliwice” poprzez budowę boisk sztucznych, zadaszonych oraz trawiastych na terenie Gliwic;
- podpisanie umów partnerskich z gliwickimi stowarzyszeniami piłkarskimi;
- dalsza profesjonalizacja kadry w obszarze sprzedaży, marketingu i PR;
- propagowanie zdrowego trybu życia i aktywności sportowej wśród dzieci i młodzieży województwa śląskiego poprzez realizację kampanii o charakterze społeczno – edukacyjnej.

Redukcja kosztów obejmuje wszystkie obszary funkcjonowania Spółki w tym:

- usługi świadczone przez podmioty i osoby zewnętrzne (usługi prawne, księgowość, koszty wynajmu boisk treningowych przy ulicy Sokoła i Robotniczej, koszty umów menedżerskich oraz pozostałe);
- zużycie materiałów i energii (obniżenie kosztów utrzymania stadionu przy ul. Okrzei, transportu, kosztów wyżywienia, zakupu odżywek, zakwaterowania, obozów);
- systematyczne podnoszenie rentowności stadionu poprzez zwiększanie frekwencji kibiców na meczach Ekstraklasy.

W planach na kolejny rok jest zwiększenie intensyfikacji działalności marketingowej, która w konsekwencji powinna zmierzać do pozyskania nowych sponsorów, poprawienia frekwencji na meczach oraz uzyskania większych wpływów z Ekstraklasy SA – Klub planuje zajęcie, co najmniej 8 miejsc w rozgrywkach w sezonie 2024/2025. Przewidywany rozwój, wpłynie

w przyszłości na poprawę wyników ekonomicznych , stopniowe obniżanie kosztów związanych z kontraktami zawodników poprzez racjonalne kontraktowanie, wypożyczenia i sprzedaż zawodników, którzy nie mają perspektyw na grę w pierwszym zespole, oraz wyeliminowanie strat z działalności operacyjnej.

W latach kolejnych Spółka planuje zwiększenie dynamiki sprzedaży karnetów zarówno zwykłych jak i karnetów VIP.

W ramach przyjętej na rok obrotowy 2024/2025 i kolejne strategii dotyczącej sprzedaży wyróżniających się piłkarzy Zarząd Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” S.A. planuje w najbliższych oknach transferowych (zimowym i letnim) dokonać wzmocnień drużyny dzięki rozbudowaniu działu sportowego i scoutingowego, wartościowymi zawodnikami, co pozwoli promować ich na rynku transferowym w celu uzyskania zysku po ich sprzedaży, oraz prowadzić negocjacje z zawodnikami którym kończą się kontrakty celem ich przedłużenia na akceptowalnym dla klubu poziomie finansowym, tak aby nie osłabiać się sportowo a równocześnie poprawiać sytuację finansów klubowych.

Istnieją jednak ryzyka związane z prowadzoną działalnością Spółki:

1. ryzyko nieosiągnięcia założonego celu sportowego – w najgorszym przypadku spadek z Ekstraklasy;
2. ryzyko obniżenia miejskiej dotacji;
3. ryzyko obniżenia frekwencji na meczach połączone z niedostatecznymi wynikami sportowymi;
4. ryzyko związane z brakiem sponsorów strategicznych;
5. ryzyko związane z nieudanymi transferami.

Aktualnie sytuacja majątkowa i finansowa Spółki jest trudna. Koszty zawartych kontraktów z zawodnikami w znacznym stopniu wpływa na poziom płynności finansowej.

Gliwice, 6 grudnia 2024 r.