



SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI ZARZĄDU
GŁIWICKIEGO KLUBU SPORTOWEGO „PIAST”
SPÓŁKA AKCYJNA
ZA OKRES
OD 01.07.2022 DO 30.06.2023

SPIS TREŚCI

I.	Stan prawny i struktura organizacyjna.....	2
II.	Uchwały Zarządu i Zarządzenia Zarządu.....	2
III.	Infrastruktura.....	3
IV.	Osiągnięcia sportowe.....	4
V.	Marketing.....	6
VI.	Piast Biznes.....	9
VII.	Frekwencja na Stadionie Miejskim.....	10
VIII.	Finanse.....	11
IX.	Strategia Spółki, założenia i plany.....	13

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 r. – 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 przedstawia się następująco:

Grzegorz Bednarski – Prezes Zarządu
Grzegorz Jaworski – Przewodniczący Rady Nadzorczej
Krzystian Tomala – Członek Rady Nadzorczej
Zbigniew Kaluża – Członek Rady Nadzorczej

II. Uchwały Zarządu oraz Zarządzenia Zarządu.

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



1. Uchwała nr 1/07/2022 z dnia 25.07.2022 r. w sprawie powołania osób reprezentujących Gliwicki Klub Sportowy "Piast" SA na Walne Zgromadzenie Sprawozdawcze Delegatów PZPN.
2. Uchwała nr 1/10/2022 z dnia 26.10.2022r. w sprawie odsunięcia od pełnienia obowiązków trenera I zespołu Gliwickiego Klubu Sportowego "PIAST" SA.
3. Uchwała nr 2/10/2022 z dnia 26.10.2022r. w sprawie odsunięcia od pełnienia obowiązków II trenera I zespołu Gliwickiego Klubu Sportowego "PIAST" SA.
4. Uchwała nr 3/10/2022 z dnia 27.10.2022r. w sprawie powierzenia pełnienia obowiązków trenera I zespołu Gliwickiego Klubu Sportowego "PIAST" SA.
5. Uchwała nr 4/10/2022 z dnia 27.10.2022r. w sprawie powierzenia pełnienia obowiązków II trenera I zespołu Gliwickiego Klubu Sportowego "PIAST" SA.
6. Uchwała nr 1/12/2022 z dnia 06.12.2022r. w sprawie wniosku Zarządu GKS "Piast" SA do Rady Nadzorczej o pozytywne zaopiniowanie wniosku w sprawie dalszego istnienia spółki i kontynuacji jej działalności.

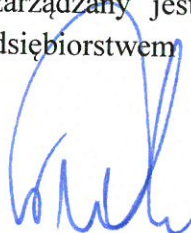
W okresie sprawozdawczym podjęto 7 Zarządzeń Prezesa Zarządu związane z bieżącym funkcjonowaniem Spółki:

1. Zarządzenie nr 1/11/2022 z dnia 09.11.2022 r. w sprawie przeprowadzenia inwentaryzacji.
2. Zarządzenie nr 1/02/2023 z dnia 07.02.2023 r. w sprawie powołania zespołu meczowego podczas rozgrywanych meczów Ruchu Chorzów na stadionie miejskim w Gliwicach im. Piotra Wieczorka
3. Zarządzenie nr 1/03/2023 z dnia 01.03.2023 r. w sprawie wprowadzenia zadaniowego czasu pracy oraz odwołania elektronicznej rejestracji czasu pracy (system RCP) dla pracowników Gliwickiego Klubu Sportowego "PIAST" SA.
4. Zarządzenie nr 1/04/2023 z dnia 03.04.2023 r. w sprawie wyboru komisji przy postępowaniu ofertowym na dostarczenie systemu sprzedaży oraz sprzedaży online biletów.
5. Zarządzenie nr 1/05/2023 z dnia 10.05.2023 r. w sprawie przeprowadzenia inwentaryzacji dla magazynu z odzieżą i sprzętem sportowym marki 4F wg stanu na dzień 31.05.2023.
6. Zarządzenie nr 1/06/2023 z dnia 22.06.2023 r. w sprawie przeprowadzenia inwentaryzacji.
7. Zarządzenie nr 2/06/2023 z dnia 26.06.2023 r. w sprawie uchylecia regulaminu pracy oraz regulaminu wynagradzania.

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 (teren przyległy do Stadionu Miejskiego w Gliwicach, tj. parking z wieżą ciśnień, zarządzany jest przez Klub na podstawie umowy o zarządzanie terenem z Przedsiębiorstwem Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Gliwicach);



2. Boiska piłkarskie w Knurowie przy ul. Alei Lipowej 12, z których Klub korzysta na podstawie umowy zawartej z MOSiR Knurów
3. 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;
4. Boisko piłkarskie w Gliwicach przy ul. Sokoła dzierżawione od Miasta Gliwice;
5. Boisko piłkarskie w Gliwicach przy ul. Robotniczej dzierżawione od Miasta Gliwice;
6. 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;
7. Hala sportowa w Gliwicach przy ul. Jasnej, z której Klub korzysta na podstawie umowy zawartej z firmą Kar-Tel Sp. z o.o. Sp. k. w Gliwicach;
8. Boiska ze sztuczną 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 GKS „PIAST” S.A. 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 2022 roku do 30 czerwca 2023 roku drużyna rozegrała 34. kolejki rozgrywek Ekstraklasy zajmując w tabeli piąte miejsce z bilansem: 15 zwycięstw, 8 remisów i 11 porażek (53 punkty). Do rozgrywek UEFA awans uzyskało 4 drużyny.

Ponadto, w tym okresie I zespół doszedł do fazy 1/8 rozgrywek o Puchar Polski, pokonując Lechię Dzierżoniów (2:1 – 1/32 finału) oraz Stal Mielec (3:0 po dogrywce – 1/16 finału) i przegrywając z Górnikiem Łęczna (0:1 po dogrywce – 1/8 finału).

Podczas rozgrywek do kadr narodowych swoich krajów w odpowiednich kategoriach wiekowych powoływani byli: Frantisek Plach, Jakub Holubek (kadra Słowacji), Rauno Sappinen (kadra Estonii) oraz Ariel Mosór, Arkadiusz Pyrka i Gabriel Kirejczyk (młodzieżowe kadry Polski)

• II drużyna



II zespół Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” SA w okresie sprawozdawczym brał udział w rozgrywkach IV Ligi gr. 1. Na koniec sezonu 2022/2023 drużyna zajęła drugie miejsce zdobywając 62 punkty z bilansem:

- 19 zwycięstw,
- 5 remis,
- 6 porażek.

Szczakowianka Jaworzno zajęła pierwsze miejsce z identycznym dorobkiem punktowym, a wyższe miejsce zapewnił jej lepszy bilans bramkowy.

Piast II Gliwice zrealizował cel na ten sezon, kończąc rozgrywki w górnej części tabeli

• **Drużyny młodzieżowe**

Do Akademii Piasta Gliwice w sezonie rozgrywkowym 2022/2023 należało około 200 zawodników występujących w rozgrywkach Śląskiego Związku Piłki Nożnej i Podokręgu Zabrze.

Poniżej przedstawiamy wyniki drużyn młodzieżowych z podziałem na bloki, w których funkcjonowały:

Blok A

1. U-19 (r.2004-2005) / I Liga Wojewódzka – 4 miejsce; 14 zwycięstw, 6 remisów, 8 porażek

Blok B

2. U-17 (r.2006-2007) / I Liga Wojewódzka – 7 miejsce; 15 zwycięstw, 3 remisy, 12 porażek
3. U-17 (r. 2006-2007) / II Liga Wojewódzka – 8 miejsce; 12 zwycięstw, 7 remisów, 11 porażek

Blok C

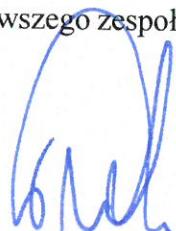
4. U15 (r. 2008) / II Liga Wojewódzka – 2 miejsce; 9 zwycięstw, 1 remis, 4 porażki
5. U14 (r. 2009) / I Liga Wojewódzka – 10 miejsce; 3 zwycięstwa, 1 remis, 14 porażek

Blok D

6. U13 (r. 2010) / III Liga Wojewódzka – 5 miejsce; 5 zwycięstw, 0 remisów, 9 porażek
7. U13 II (r. 2010) / IV Liga Okręgowa – 6 miejsce; 5 zwycięstw, 0 remisów, 9 porażek
8. U12 (r. 2011) / II Liga Wojewódzka – 5 miejsce; 7 zwycięstw, 1 remis, 6 porażek
9. U12 II (r. 2011) / IV Liga Okręgowa – 1 miejsce; 12 zwycięstw, 1 remis, 1 porażka

Ważniejsze osiągnięcia:

1. Drugie miejsce na koniec sezonu zespołu rezerw – walka o awans do III Ligi (poziom centralny) do ostatniej kolejki;
2. Awans do pierwszej ligi wojewódzkiej w kategorii U14;
3. Zawodnicy Akademii włączeni na stałe do kadry pierwszego zespołu – Jakub Niedbała, Piotr Liszewski;
4. Zawodnicy Akademii powoływani na treningi pierwszego zespołu – Toya Nakajima, Jan Ziółkowski, Konrad Stisz, Bruno Śledziński, Damian Skowronek, Dawid Rychta
5. Utrzymanie się zawodników Akademii w szerokiej kadrze pierwszego zespołu – Bartłomiej Jelonek, Bartosz Łuczak;



6. Zawodnik Akademii regularnie powoływany do młodzieżowej kadry Polski (Akademie Młodych Orłów) – Iwo Ulatowski;
7. Zawodnicy Akademii regularnie powoływani do kadr województwa śląskiego: Kajetan Fal, Milan Marciniak, Iwo Ulatowski;
8. Podniesienie kwalifikacji sztabu trenerskiego Akademii – zdobycie licencji UEFA A Elite Youth przez trenera Jarosława Niedźwiedzia.

V. Marketing

Głównymi obszarami marketingu w okresie od lipca 2022 do 30 czerwca 2023 roku, na których skupił się klub były: promocje meczów, kampania karnetowa, sektor rodzinny, oferta skierowana do szkół i przedszkoli, Social Media oraz rozwijanie aplikacji klubowej. Zorganizowano szereg akcji i promocji zachęcających kibiców do wzięcia udziału w spotkaniach przy Okrzei 20.

• Promocja meczów

W minionym sezonie przed każdym domowym meczem klub dystrybuował ulotki, zapowiadające mecze Piasta Gliwice. Ulotki, przed każdym domowym spotkaniem trafiały do wszystkich szkół i przedszkoli (ok. 10 tysięcy sztuk na każdy mecz), zawierały klubowe zniżki na mecze oraz do Oficjalnego Sklepu Piasta Gliwice, a także zniżki na produkty Partnerów Klubu. Część gliwickich placówek przy tej okazji została odwiedzona i zaproszona bezpośrednio przez zawodników I drużyny (1 szkoła/przedszkole przed każdym meczem domowym). Klub przekazał także ponad 1000 klubowych kalendarzy do każdej Sali i klasy w gliwickich placówkach.

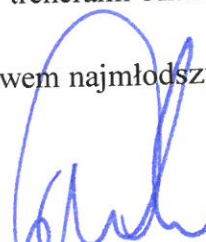
Klub kontynuował także akcję „Wywieś baner, wspieraj Piasta!”, umożliwiając kibicom Piasta Gliwice wywieszenie banerów z zaproszeniem na mecze na swoich posesjach. W akcji wzięli udział sympatycy Klubu nie tylko z Gliwic, ale też innych miejscowości ościennych.

Piłkarze Piasta Gliwice promowali mecze i sprzedaż biletów oraz karnetów na gliwickim Rynku, w sklepie firmowym 4F w CH Forum, czy podczas zawodów i festynów. Zawodnicy rozdawali wtedy najmłodszym kibicom klubowe prezenty oraz zapraszali na mecze rozgrywane w Gliwicach. Zawodnicy także prowadzili sprzedaż i spotykali się ze swoimi fanami w sklepie klubowym przy ul. Okrzei 20.

Informacje o nadchodzących meczach można było również znaleźć na miejskich autobusach, plakatach u sponsorów oraz partnerów, a także w placówkach szkolno-przedszkolnych.

W sezonie 2022/2023 Klub pojawiał się także na eventach organizowanych przez miasto Gliwice, placówki szkolno- przedszkolne oraz kluby partnerskie, tj. na Dniach Sportu, festynach czy obchodach Dnia Dziecka. Podczas wydarzeń wystawiany zostawał namiot promocyjny, w którym prowadzona była sprzedaż biletów, karnetów oraz gadżetów klubowych. Na mobilnym boisku organizowane były treningi z trenerami Akademii, liczne konkursy oraz zawody.

Promocja meczów i klubu odbywała się też za pośrednictwem najmłodszych kibiców,



którzy razem ze swoimi przedszkolami i szkołami mieli okazję zwiedzić stadion i spotkać się z piłkarzami podczas wycieczek, na które zbierał ich m. in. klubowy autokar.

- **Kampania karnetowa**

Klub przeprowadził kampanie karnetową pod hasłem #JestemPiastem. Hasło przewodnie kampanii nawiązywało do tego, że tak naprawdę Piastem jest każdy z nas. Bez względu na płeć, wiek i miejsce zamieszkania. Kampanijne hasło „Piast” to bohater dnia codziennego. To osoba, która codziennie podejmuje wyzwania i jest gotowa poświęcić się dla drugiego człowieka. To osoba, która dba o swoich bliskich. Hasło #JestemPiastem odnosi się nie tylko do mieszkańców Gliwic, ale również wszystkich ludzi, którzy są bohaterami dnia codziennego i każdego dnia walczą o siebie oraz o swoje sukcesy. Taka myśl przewodnia towarzyszyła kampaniom karnetowym prowadzonym w poprzednim sezonie, bo przecież, „Jeśli jesteś Piastem, to Twoje miejsce jest na Piaście”.

W ramach akcji nie tylko nakręcono spoty czy promowano sprzedaż karnetów w Social Mediach, ale także zorganizowano dużą kampanię banerowo- billboardową w mieście. Wspólnie z naszymi partnerami zamieściliśmy kampanię na 20 billboardach w Gliwicach oraz ponad 50 banerów na ogrodzeniu gliwickich szkół i przedszkoli.

- **Strefa kibica i sektor rodzinny**

Przed każdym weekendowym meczem rozgrywanym w okresie letnim na Stadionie Miejskim im. Piotra Wieczorka w Gliwicach, Klub organizował Strefę Kibica, która została otwierana na dwie godziny przed pierwszym gwizdkiem sędziego. Kibice odwiedzający strefę mogli skorzystać ze punktów gastronomicznych oraz atrakcji przygotowanych przez Klub i Partnerów. Na najmłodszych czekały dmuchańce, malowanie twarzy, plectenie warkoczyków i inne atrakcje pod okiem wykwalifikowanych animatorów. Każdorazowa Strefa Kibica miała inny motyw przewodni, np. Wojsko, Policja, Straż Pożarna lub Straż Miejska. Dzięki temu wszyscy kibice, a w szczególności ci najmłodsi mogli np. wsiąść do wozu strażackiego czy pojazdu wojskowego. Dzięki aktywnościom około meczowym Klub zachęcał kibiców do pojawienia się na stadionie wcześniej i liczniej.

Klub zintensyfikował również aktywność na „Sektorze rodzinnym”, gdzie między innymi zorganizowano dla najmłodszych naukę kulturalnego dopingu. Młodzi kibice mogli też wspólnie malować „oprawę”. Podczas meczów zorganizowano kartoniadę, baloniadę oraz wyeksponowano flagę z hasłem sektora rodzinnego „Od najmłodszych lat, Niebiesko-Czerwony świat”. Młodym kibicom wręczano również drobne upominki.

Dla najwierniejszych młodych kibiców klub zorganizował akcję kolekcjonowania naklejek za frekwencję w specjalnie przygotowanych do tego indeksach. Na każdym meczu naklejki dystrybuowane były przez wolontariuszy i wklejane do dzienniczków młodego kibica. Dla tych, którzy odwiedzali stadion najczęściej przyznano nagrody takie jak: dziecięca eskorta, spotkanie z zawodnikami, koszulki i gadzety klubowe.

Klub zorganizował także event z okazji Mikołaja, na którym chętne dzieci mogły wziąć udział w zawodach sportowych, spotkać się ze swoimi ulubionymi zawodnikami oraz otrzymać drobne klubowe upominki oraz bilety na mecze.

- **Aplikacja**

W grudniu 2021 klub uruchomił aplikację na smartfony, w której oprócz newsów, pojawiają się zaproszenia na mecz, informacje o kadrze i terminarzu. Dzięki aplikacji każdy kibic, który pojawi się na meczu rozgrywanym na Stadionie Miejskim im. Piotra Wieczorka w Gliwicach może skorzystać z oferty gastronomicznej i zamówić na swoje miejsce, odbierając zamówienie bez konieczności opuszczania zajmowanego krzeselka na trybunach. W sezonie 2022/2023 klub rozwijał aplikację dodając jej nowe funkcjonalności i usprawniając jej działanie. Tym samym w ubiegłym sezonie klub osiągnął liczbę 3000 tysięcy pobrań.

- **Social Media**

Klubowe kanały w mediach społecznościowych stale się rozwijają i notują wzrosty obserwujących. Największy wzrost zanotował klubowy kanał na TikToku. Poniżej przedstawiamy liczbowe zestawienie wszystkich kont Piasta Gliwice w serwisach społecznościowych oraz ich przyrosty na przestrzeni ostatniego sezonu:

Facebook:

01.07.2022: 42 936 obserwuje to (41 888 lubi to)

30.06.2023: 45 856 obserwuje to (43 071 lubi to)

Różnica: + 2 920 (+ 1 183)

Twitter:

01.07.2022: 25 331 obserwujących

30.06.2023: 27 545 obserwujących

Różnica: + 2 214

YouTube:

01.07.2022: 9 685 subskrybentów

30.06.2023: 10 660 subskrybentów

Różnica: + 975

Instagram:

01.07.2022: 20 411 obserwujących

30.06.2023: 21 986 obserwujących

Różnica: + 1 575

TikTok:

01.07.2022: 7 826 obserwujących

30.06.2023: 15 301 obserwujących

Różnica: + 7 475

LinkedIn:



01.07.2022: 451 obserwujących
30.06.2023: 559 obserwujących
Różnica: + 108

- **Sprzedaż gadżetów i pamiątek**

Spółka przez cały okres objęty sprawozdaniem prowadziła sprzedaż upominków klubowych, osiągając przychód w wysokości 318 679,17 zł. Klubowy punkt sprzedaży: Oficjalny Sklep Kibica znajduje się przy ul. Okrzei 20 w Gliwicach. Sprzedaż upominków odbywała się też na stoiskach zlokalizowanych na Stadionie Miejskim w dni meczowe oraz za pośrednictwem strony internetowej. Klub poszerzył nowe miejsce sprzedaży: Sklep 4F w CH Forum w Gliwicach.

W sezonie 2022/2023 kibice mogli zakupić poszerzony asortyment, m.in.: poduszki, magnesy, breloki, czapki z daszkiem, maskotki, kubki, kalendarze, smycze, szaliki, piłki oraz wiele artykułów odzieżowych, w tym koszulki meczowe Piasta Gliwice. Według stanu na 30.06.2023 roku w magazynie sprzedażowym znajdował się asortyment o łącznej wartości 65.656,51 zł netto.

VI. Piast Biznes

Misją tego obszaru w spółce jest przede wszystkim integracja lokalnego środowiska biznesowego oraz stworzenie platformy partnersko-sponsorskiej, umożliwiającej współpracę z firmami współpracującymi i wspierającymi Piasta Gliwice. Stadion Miejski w Gliwicach jest doskonałym miejscem do realizowania budowania biznesowych relacji, szukania efektów synergii między biznesami, co w konsekwencji przełożyć się może na realizację celów biznesowych poszczególnych partnerów. W ciągu swojej kilkuletniej działalności do projektu „Piast Biznes” przystąpiło wiele firm.

W sprawozdawczym okresie w projekcie „Piast Biznes” zrzeszonych było ponad 60 podmiotów zakontraktowanych umowami biznesowymi, sponsorskimi lub reklamowymi.

Z tytułu umów sponsorskich i biznesowych w sezonie 2022/2023 „Piast Biznes” zanotował wzrost przychodów, w stosunku do poprzedniego sezonu, na kwotę netto 821 890,03 zł, co spowodowało łączny przychód w wysokości 5.283.820,47 złotych netto.

W marcu 2023 strefa VIP przeszła gruntowną modernizację, podczas której powstało 7 Skyboxów, wyposażonych w indywidualnie wygradzoną trybunę. Łącznie strefa Skybox pomieścić może 86 osób, które w komfortowych warunkach mogą oglądać domowe spotkania Piasta Gliwice. W okresie marzec 2023- czerwiec 2023 sprzedane zostały wszystkie Skyboxy, co przyniosło przychód w wysokości 94 580,00zł.

- **Aktywności „Biznes Piast” realizowane w okresie sprawozdawczym:**

- Poszukiwanie nowych sponsorów oraz partnerów i bieżąca opieka nad obecnymi
- Pozyskanie nowego sponsora głównego firmy Flying Atom, która posiada swój logotyp na

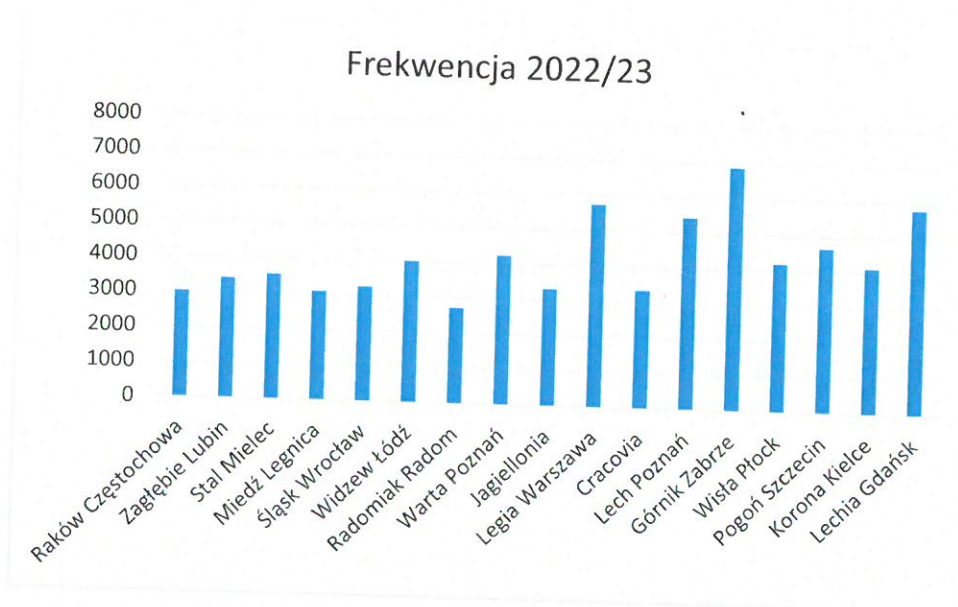
- froncie koszulki, jest sponsorem Akademii oraz telewizji klubowej
- Sprzedaż nowopowstałych Skyboxów
 - Organizacja strefy VIP przed oraz podczas spotkań meczowych w ramach rozgrywek PKO Bank Polski Ekstraklasy oraz Fortuna Pucharu Polski.
 - Pomoc przy organizacji eventów klubowych
 - Integracja społeczności biznesowej Piast Biznes
 - Intensywne promowanie produktów i brandów sponsorów za pośrednictwem klubowych social mediów.

VII. Frekwencja na Stadionie Miejskim

Średnia frekwencja w sezonie 2022/2023 na stadionie w Gliwicach wyniosła 4 170 widzów (w poprzednim sezonie – 3 756 osób), na każdym meczu. Łącznie w meczach wzięły udział 70 888 osoby (w poprzednim sezonie 67 613 kibiców).

Sezon 2022/2023	
Raków Częstochowa	3017
Zagłębie Lubin	3412
Stal Mielec	3549
Miedź Legnica	3090
Śląsk Wrocław	3253
Widzew Łódź	4013
Radomiak Radom	2721
Warta Poznań	4235
Jagiellonia	3328
Legia Warszawa	5753
Cracovia	3356
Lech Poznań	5448
Górnik Zabrze	6888
Wisła Płock	4210
Pogoń Szczecin	4665
Korona Kielce	4130
Lechia Gdańsk	5820





- **Karnety**

W sezonie 2022/2023 sprzedanych zostało 1422 karnetów całosezonowych.

- **Przychód ze sprzedaży**

W ciągu całego sezonu 2022/2023 przychód ze sprzedaży biletów, karnetów oraz kart kibica wyniósł 1.162.296,57 zł.

VIII. Finanse

Przychody działalności operacyjnej Klubu za rok sprawozdawczy wyniosły 21.660.761,85 zł i były wyższe o 2.589.083,01 zł w stosunku do roku poprzedniego; przychody netto ze sprzedaży usług były wyższe niż w roku ubiegłym o 2.593.844,62 zł. Wartość sprzedaży gadżetów klubowych wyniosła 318.679,17 zł i była niższa od roku poprzedniego o 4.761,61 zł. Pozostałe przychody operacyjne, do których zalicza się między innymi dotację Urzędu Miasta na wzrost poziomu sportowego w dyscyplinie piłka nożna, wyniosły 7.630.062,43 zł. Za rok obrotowy Klub zanotował stratę netto w wysokości 13.564.601,31 zł.

Wskaźniki płynności :

1. Płynności I

$$\frac{\text{Aktywa obrotowe}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}} = 0,3$$

2. Płynności II

$$\frac{\text{Należności i inwestycje krótkoterminowe}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}} = 0,2$$

3. Płynności III

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

4. Szybkość obrotu należności

$$\frac{\text{Należności z tytułu dostaw x 365}}{\text{Przychody ze sprzedaży}} = 21$$

5. Szybkość spłaty zobowiązań

$$\frac{\text{Zobowiązania z tytułu dostaw x 365}}{\text{Koszty działalności operacyjnej}} = 78$$

Wskaźniki rentowności (zyskowności):

Wskaźniki rentowności wykazują wartość ujemną

Wskaźniki stabilizacji finansowej:

1. Ogólny poziom zadłużenia

$$\frac{\text{Zobowiązania}}{\text{Suma bilansowa}} \times 100 = 124$$

Więcej informacji znajduje się w rocznym sprawozdaniu finansowym.



IX. Strategia Spółki, założenia i plany na okres: 01.07.2023 r. – 30.06.2024 r.

Głównymi celami strategicznymi Spółki są:

- uzyskanie licencji na kolejny sezon rozgrywkowy – 2023/2024;
- zajęcie na koniec sezonu miejsca w pierwszej ósemce na koniec rozgrywek PKO Bank Ekstraklasy;
- nawiązanie współpracy z czołowymi instytucjami gospodarczymi i biznesowymi – pozyskanie kolejnych sponsorów strategicznych i sprzedaż tzw. „Naming rights”;
- dalszy rozwój sieci sprzedaży pamiątek klubowych i wzrost przychodów ze sprzedaży produktów wraz z optymalizacją kosztów oraz jednoczesnym zwiększaniem marżowości;
- sukcesywnie 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;
- zacieśnienie współpracy z władzami Miasta Gliwice, jednostkami organizacyjnymi oraz instytucjami samorządowymi innych miast śląskich oraz organizacjami biznesowymi i ośrodkami naukowym;
- podwyższenie poziomu sportowego drużyny przez dokonywanie właściwych transferów, co powinno się przełożyć na wzrost rywalizacji i efektywności działań sportowych w zespole;
- optymalizacja decyzji biznesowych w obszarze transferów sportowych z wykorzystaniem narzędzi analitycznych w oparciu o dostępne w klubie dane;
- transferowanie zawodników do innych klubów, uzyskanie dodatkowych środków na działalność;
- pozyskanie środków zewnętrznych z Ministerstwa Sportu i Turystyki na realizację II etapu projektu „Akademia Sportowa Piasta Gliwice” poprzez budowę boisk sztucznych, zadaszonych oraz trawiastych na terenie dzielnicy Czechowice oraz przygotowanie koncepcji realizacji dalszych etapów projektu;
- dalszy rozwój scoutingu w spółce zarówno seniorskiego, jak i młodzieżowego wraz z ewaluacją stosowanych narzędzi;
- systematyczna profesjonalizacja systemu szkolenia młodzieży w oparciu o własne struktury oraz rozbudowa struktur młodzieżowych w niższych rocznikach;
- propagowanie zdrowego trybu życia i aktywności sportowej wśród dzieci i młodzieży województwa śląskiego poprzez realizację kampanii o charakterze społeczno – edukacyjnej;
- przygotowanie nowej oferty produktowej dla obszarów sponsoringowo – biznesowych z uwzględnieniem przygotowania oferty dla różnych segmentów rynku;
- dalsza profesjonalizacja kadry w obszarze sprzedaży, marketingu i PR;

Priorytetowym zadaniem w okresie od 01.07.2023 r. do 30.06.2024 r. jest konsekwentna realizacja obniżenia wydatków w oparciu o cztery filary:



1. redukcji kosztów,
2. odzyskiwaniu należności,
3. wzroście przychodów z obszaru reklamy, sponsoringu, klubu biznesu i transferów.
4. Podnoszeniu poziomu sportowego I drużyny przekładającego się na zwiększanie przychodów z tytułu uczestnictwa w rozgrywkach europejskich ze szczególnym uwzględnieniem ścieżki Pucharu Polski oraz zwiększonej partycypacji w strumieniu przychodów z Ekstraklasy.

Redukcja kosztów obejmuje wszystkie obszary funkcjonowania Spółki w tym:

- usługi świadczone przez podmioty i osoby zewnętrzne (usługi prawne, księgowe, koszty wynajmu boisk treningowych przy ulicy Sokoła, ulicy Robotniczej, koszty umów menedżerskich oraz pozostałe);
- zużycie materiałów i energii (obniżenie kosztów utrzymania stadionu przy ul. Okrzei, lub zmiana sposobu rozliczania jego utrzymania- czynszu, transportu, kosztów wyżywienia, zakupu odżywek, zakwaterowania, obozów;
- koszty utrzymania stadionu miejskiego w Gliwicach

Odzyskiwanie należności przeprowadzone zostanie w oparciu o funkcjonujące narzędzia prawne. Działania zarządu koncentrują się także na wzroście przychodów w ramach kontynuacji współpracy z dotychczasowymi partnerami, jak również prowadzone będą negocjacje z nowymi potencjalnymi partnerami.

Zarząd Spółki sporządził sprawozdanie finansowe Spółki za okres od 1 lipca 2022 roku do 30 czerwca 2023 roku przy założeniu kontynuacji działalności.

Spółkę w ostatnich dwóch latach obrotowych osiągnęła stratę netto w łącznej kwocie 19.605.121,52 zł) oraz ujemne kapitały na poziomie minus 7.812.438,20 zł.

Bilans Spółki na dzień 30 czerwca 2023r. wykazuje stratę kwalifikowaną tj. przewyższającą sumę kapitału zapasowego i rezerwowych oraz jedną trzecią kapitału zakładowego.

W roku obrotowym 2022/2023 sytuacja finansowa Spółki uległa znacznemu pogorszeniu.

Aby odzyskać płynność finansową (utraconą z powodu osiągnięcia przez Spółkę w ostatnich dwóch latach obrotowych strat netto w łącznej kwocie 19.605.121,52 zł) Zarząd podejmuje oraz planuje podjąć szereg działań mających na celu poprawę wskaźników płynności finansowej, rentowności i stabilności finansowej Spółki.. Zarząd planuje zintensyfikować działalność marketingową, której celem jest pozyskania nowych sponsorów, poprawienia frekwencji na meczach oraz uzyskania większych wpływów z Ekstraklasy SA – Klub planuje zajęcie miejsca w I ósemce w rozgrywkach w sezonie 2023/2024. Plany i zamierzenia Spółki na przyszły okres sprawozdawczy zostały opisane powyżej z uwzględnieniem przewidywanego rozwoju, które wpłyną w przyszłości na poprawę wyników ekonomicznych oraz wyeliminowanie strat z działalności operacyjnej.

.Pozytywne zakończenie prowadzonych negocjacji z potencjalnymi sponsorami pozwoli na bieżące regulowanie zobowiązań i osiągnięcie zysku netto w przyszłym roku obrotowym. Spółka w dalszym ciągu prowadzi będzie działania pro frekwencyjne mające

zwiększyć ilość kibiców na stadionie. W analizowanym sezonie frekwencja była najwyższa od sezonu, kiedy Klub zdobywał mistrzostwo polski.

W ramach podnoszenia rentowności stadionu zmodernizowana została strefa VIP. W wyniku modernizacji powstało 7 pomieszczeń biznesowych tzw. „skybox-ów”, które zostały z powodzeniem wynajęte firmom na mecze ligowe. W większości to umowy przynajmniej na 1 sezon. Ponadto tzw. „strefa Gold” została całkowicie zmodernizowana, co wpłynęło na zwiększenie sprzedaży karnetów vip w omawianym roku obrachunkowym. W latach kolejnych Spółka planuje zwiększenie dynamiki sprzedaży karnetów.

W ramach przyjętej na rok obrotowy 2023/2024 i kolejne strategii dotyczącej sprzedaży wyróżniających się piłkarzy Zarząd Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” S.A. planuje z najbliższych oknach transferowych (zimowym i letnim) dokonać sprzedaży 2 wartościowych zawodników, co pozwoli na spłatę wszystkich zaległych zobowiązań i realizację celów statutowych i biznesowych na kolejne sezony.

Istnieją jednak ryzyka związane z prowadzoną działalnością Spółki:

1. ryzyko nieosiągnięcia założonego celu sportowego – zajęcie niższego miejsca, w najgorszym przypadku spadek z Ekstraklasy;
2. ryzyko obniżenia miejskiej dotacji;
3. ryzyko obniżenia frekwencji na meczach;
4. ryzyko związane z brakiem sponsorów strategicznych;
5. ryzyko związane z nieudanymi transferami;
6. ryzyko kolejnego lockdown-u i utrata przychodów z tytułu sprzedaży;
7. ryzyko związane z toczącymi się postępowaniami sądowymi z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych;
8. ryzyko związane z wzrostem kosztów utrzymania stadionu miejskiego im. Piotra Wieczorka w Gliwicach;
9. ryzyko związane z konfliktem zbrojnym na Ukrainie powodującym wzrost nośników energii
10. ryzyko wysokiej w dalszym ciągu wysokiej inflacji oraz wahań kursu złotego do euro

Spółka na wiosnę 2024 roku planuje przystąpić do realizacji projektu „Akademii Piłkarskiej Piasta Gliwice” I i II Etapu co pozwoli na optymalizację kosztów prowadzonej działalności w obszarze wynajmowanej infrastruktury treningowej oraz przede wszystkim na zbudowanie w mieście ścieżki sportowo – edukacyjnej dla najbardziej uzdolnionej młodzieży. Projekt da również szansę na zwiększenie objętości projektu Akademii do nawet 1200 adeptów i zbudowanie dodatkowego strumienia przychodów związanych ze sprzedażą najbardziej uzdolnionych wychowanków szkolących się w szkółce Piasta Gliwice.

Zdaniem Zarządu podjęte działania zostaną zakończone powodzeniem.

Gliwicki Klub Sportowy PIAST SA

Grzegorz Bednarski
PREZES ZARZADU