



**Sprawozdanie**  
**z działalności Zarządu**  
**Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” SA**  
za okres  
od 1 lipca 2021 roku do 30 czerwca 2022 roku

## **SPIS TREŚCI**

<b>I.</b>	<b>Stan prawny i struktura organizacyjna</b>	<b>3</b>
<b>II.</b>	<b>Uchwały Zarządu i Zarządzenia Zarządu</b>	<b>3</b>
<b>III.</b>	<b>Infrastruktura</b>	<b>4</b>
<b>IV.</b>	<b>Osiągnięcia sportowe</b>	<b>5</b>
<b>V.</b>	<b>Marketing</b>	<b>6</b>
<b>VI.</b>	<b>Piast Biznes</b>	<b>9</b>
<b>VII.</b>	<b>Frekwencja na Stadionie Miejskim</b>	<b>10</b>
<b>VIII.</b>	<b>Finanse</b>	<b>13</b>
<b>IX.</b>	<b>Strategia Spółki, założenia i plany</b>	<b>15</b>

## **I. Stan prawny i struktura organizacyjna.**

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

W okresie sprawozdawczym skład Zarządu oraz Rady Nadzorczej Gliwickiego Klubu Sportowego „PIAST” SA uległ zmianom i przedstawia się następująco:

**Grzegorz Bednarski** – Prezes Zarządu

**Grzegorz Jaworski** – Przewodniczący Rady Nadzorczej

**Krzystian Tomala** – Członek Rady Nadzorczej

**Zbigniew Kałuża** – Członek Rady Nadzorczej

## **II. Uchwały Zarządu oraz Zarządzenia Zarządu.**

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

1. Uchwała nr 1/07/2021 z dnia 20.07.2021 r. w sprawie zmiany uchwały Zarządu nr 1/06/2021 z dnia 2 czerwca 2021 roku w sprawie wyboru delegatów oraz zastępców delegatów na Walne Zgromadzenie Delegatów PZPN.
2. Uchwała nr 1/08/2021 z dnia 05.08.2021 r. w sprawie przyznania nagród uznaniowych dla współpracowników Gliwickiego Klubu Sportowego „Piast” SA.

3. Uchwała nr 1/03/2022 z dnia 17.03.2022 r. w sprawie przyznania środków finansowych w celu zakupu produktów żywnościowych oraz innych materiałów potrzebującym z objętej wojną Ukrainy.
4. Uchwała nr 2/03/2022 z dnia 24.03.2022 r. w sprawie przyznania nagrody uznaniowej dla pracownika Gliwickiego Klubu Sportowego „Piast” SA.
5. Uchwała nr 1/04/2022 z dnia 14.04.2022 r. w sprawie przyznania nagrody uznaniowej dla współpracowników Gliwickiego Klubu Sportowego „Piast” SA.
6. Uchwała nr 2/04/2022 z dnia 20.04.2022 r. w sprawie wyboru delegata na Nadzwyczajne Walne Zebranie Delegatów Śląskiego Związku Piłki Nożnej zaplanowanego na dzień 20 maja 2022 r..

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

1. Zarządzenie nr 1/11/2021 z dnia 29.11.2021 r. w sprawie przyznania nagrody uznaniowej za zaangażowanie w sezonie 2020/2021 dla pracowników i współpracowników Gliwickiego Klubu Sportowego „Piast” SA.
2. Zarządzenie nr 1/12/2021 z dnia 02.12.2021 r. w sprawie udzielenia dodatkowego dnia wolnego od pracy w miesiącu: grudzień 2021 roku.
3. Zarządzenie nr 2/12/2021 z dnia 21.12.2021 r. w sprawie udzielenia dodatkowego dnia wolnego od pracy w miesiącu: styczeń 2022 roku.
4. Zarządzenie nr 3/12/2021 z dnia 22.12.2021 r. w sprawie przyznania jednorazowej nagrody sportowej za awans do IV Ligi w sezonie 2020/2021 dla zawodników i współpracowników Akademii Piłkarskiej Gliwickiego Klubu Sportowego „Piast” SA.
5. Zarządzenie nr 1/01/2022 z dnia 12.01.2022 r. w sprawie wdrożenia i realizacji „Strategii komunikacji social media dla Gliwickiego Klubu Sportowego „Piast” SA”.
6. Zarządzenie nr 1/05/2022 z dnia 17.05.2022 r. w sprawie korzystania z infrastruktury treningowej zawodników I i II drużyny GKS “Piast” SA.
7. Zarządzenie nr 2/05/2022 z dnia 27.05.2022 r. w sprawie przeprowadzenia inwentaryzacji.

### **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 MOSiRem 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” 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 2021 roku do 30 czerwca 2022 roku drużyna rozegrała 34. kolejki rozgrywek Ekstraklasy zajmując w tabeli piąte miejsce z bilansem: 15 zwycięstw, 9 remisów i 10 porażek (54 punkty) do miejsca premiowanego awansem do pucharów europejskich UEFA zabrakło jedynie 3 punktów (1 wygranego meczu). Ponadto, w tym czasie I zespół doszedł do fazy 1/8 rozgrywek o Puchar Polski, pokonując Włocławię Włocławek (2:0 – 1/32 finału) oraz Zagłębie Sosnowiec (1:0 – 1/16 finału) i przegrywając z Górnikiem Zabrze (0:0: k. 2:4 – 1/8 finału).

Podczas rozgrywek do kadr narodowych swoich krajów w odpowiednich kategoriach wiekowych powoływani byli: Frantisek Plach, Jakub Holubek, Tomas Huk (kadra Słowacji), Kristopher Vida (kadra Węgier), Rauno Sappinen (kadra Estonii) oraz 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 gr. 2. Na koniec sezonu 2021/2022 drużyna zdobyła 52 punkty z bilansem:

- 15 zwycięstw,
- 7 remis,
- 8 porażek.

Rezerwy Piasta Gliwice S.A. zrealizowały postawiony cel przed sezonem, czyli zajęły miejsce w górnej części tabeli. Ostatecznie zespół zajął piąte miejsce w lidze.

#### • **Drużyny młodzieżowe**

Do Akademii Piasta Gliwice w sezonie rozgrywkowym 2021/2022 należało około 200 zawodników występujących w rozgrywkach Śląskiego Związku Piłki Nożnej i Polskiego Związku Piłki Nożnej.

Zespół U19 występujący w rozgrywkach I Ligi Wojewódzkiej Juniorów zajął w rundzie jesiennej drugie miejsce, co spowodowało promocją do gry w Lidze Makroregionalnej gr. „C” w rundzie wiosennej. Drużyna zajęła w niej 2 miejsce i ostatecznie nie awansowała do Centralnej Ligi Juniorów.

Pozostałe roczniki osiągnęły następujące rezultaty w rozgrywkach, w których brały udział:

##### 1. U-17 (r. 2005-2006)

I zespół: I Liga Wojewódzka B1 Juniorów Młodszych – 3 miejsce

II zespół: II Liga Wojewódzka B1 Juniorów Młodszych – 7 miejsce

##### 2. U-15 (r. 2007)

I Liga Wojewódzka C1 Trampkarzy – 8 miejsce

##### 3. U-14 (r. 2008)

II Liga Wojewódzka C2 Trampkarzy – 6 miejsce

##### 4. U-13 (r. 2009)

II Liga Wojewódzka D1 Młodzików Grupa Płn. – 5 miejsce

##### 5. U-12 (r. 2010)

I Zespół - III Liga Wojewódzka D2 Młodzików Grupa Zabrze-Bytom – 1 miejsce – awans do II Ligi Wojewódzkiej

II Zespół – IV Liga Okręgowa Grupa Zabrze – 3 miejsce

#### **V. Marketing.**

Głównymi obszarami marketingu w okresie od lipca 2021 do czerwca 2022 roku, na których skupił się klub były: promocje meczów, kampania karnetowa, strefa kibica i sektor rodzinny, Social Media oraz wdrożenie aplikacji klubowej. Zorganizowano szereg akcji i promocji zachęcających kibiców do wzięcia udziału w spotkaniach przy Okrzei 20.

#### • **Promocja meczów**

W minionym sezonie wystartowano z dystrybucją ulotek, zapowiadających domowe mecze Piasta Gliwice. Ulotki, które trafiły do mieszkańców Gliwic (ponad 100 000 sztuk) zawierały klubowe zniżki na mecze oraz do Oficjalnego Sklepu Piasta Gliwice, a także zniżki na produkty Partnerów Klubu.

Klub rozpoczął 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. Zawodnicy rozdawali najmłodszym kibicom klubowe prezenty oraz zapraszali na mecze rozgrywane w Gliwicach. Informacje o nadchodzących meczach można było również znaleźć na miejskich autobusach, plakatach u sponsorów oraz partnerów, a także w placówkach szkolno- przedszkolnych.

W sezonie 2021/2022 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 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 kampanii, zorganizowanej przed rundą wiosenną sezonu 2021/22 wyprodukowano trzy krótkie oraz jeden dłuższy spot z udziałem kibiców Piasta Gliwice. W przestrzeni miejskiej wyeksponowano plakaty informacyjne, a na CH Forum umieszczono wielkoformatową reklamę związaną z kampanią.

- **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.

- **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.

- **Social Media**

Klubowe kanały w mediach społecznościowych stale się rozwijają i notują wzrosty obserwujących. Oprócz dotychczasowych kanałów, klub otworzył konto w serwisie TikTok, który od 24 sierpnia 2021 r. do czerwca 2022 r. uzyskał ponad osiem tysięcy obserwujących. Ponadto, największy wzrost zanotował klubowy kanał na Twitterze. Poniżej przedstawiamy liczbowe zestawienie wszystkich kont Piasta Gliwice w serwisach społecznościowych:

#### Facebook

1 lipca 2021 r. - 41 476 obserwujących  
30 czerwca 2022 r. - 43 695 obserwujących  
**Nowych obserwujących: 2 219**

#### Twitter

1 lipca 2021 r. - 21 150 obserwujących  
30 czerwca 2022 r. - 25 520 obserwujących  
**Nowych obserwujących: 4 370**

#### YouTube

1 lipca 2021 r. - 8350 subskrybentów  
30 czerwca 2022 r. - 9750 subskrybentów  
**Nowych obserwujących: 1 400**

#### Instagram

1 lipca 2021 r. - 18 461 obserwujących  
30 czerwca 2022 r. - 20 474 obserwujących  
**Nowych obserwujących: 2 013**

#### Linkedin

1 lipca 2021 r. - 106 obserwujących  
30 czerwca 2022 r. - 455 obserwujących  
**Nowych obserwujących: 349**



## TikTok

24 sierpnia 2021 r. - start konta

30 czerwca 2022 r. - 8 318 obserwujących

**Nowych obserwujących: 8 318**

### • **Sprzedaż gadżetów i pamiątek**

Spółka przez cały okres objęty sprawozdaniem prowadziła sprzedaż upominków klubowych, osiągając przychód w wysokości 323 440,78 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 sieć dystrybucji o nowe miejsca: stoisko-wyspa w CH Forum w Gliwicach.

W sezonie 2021/2022 kibice mogli zakupić poszerzony asortyment, m.in.: artykuły szkolne, poduszki, magnesy, breloki, ręczniki, czapki, kubki, smycze, szaliki, proporczyki oraz wiele artykułów odzieżowych, w tym koszulki meczowe Piasta i wiele innych. Według stanu na 30.06.2022 roku w magazynie sprzedażowym znajdował się asortyment o łącznej wartości 127.086,17 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 blisko 50 podmiotów zakontraktowanych umowami biznesowymi, sponsorskimi lub reklamowymi.

Z tytułu umów sponsorskich i biznesowych w sezonie 2021/2022 „Piast Biznes” zanotował wzrost przychodów, w stosunku do poprzedniego sezonu, na kwotę netto 821 890,03 zł, co spowodowało łączny przychód w wysokości 4.394.066,46 złotych netto.

### **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
- Organizacja strefy VIP przed oraz podczas spotkań meczowych w ramach rozgrywek PKO Bank Polski Ekstraklasy oraz Fortuna Pucharu Polski.
- Pomoc przy organizacji eventów klubowych
- Organizacja pobytu członków Piast Biznes na meczach PKO Bank Polski Ekstraklasy oraz Fortuna Pucharu Polski.

- 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 2021/2022 na stadionie w Gliwicach wyniosła 3 756 widzów (w poprzednim sezonie – 2 708 osób), na każdym meczu. Łącznie w meczach wzięły udział 67 613 osoby (w poprzednim sezonie 10 833 kibiców).

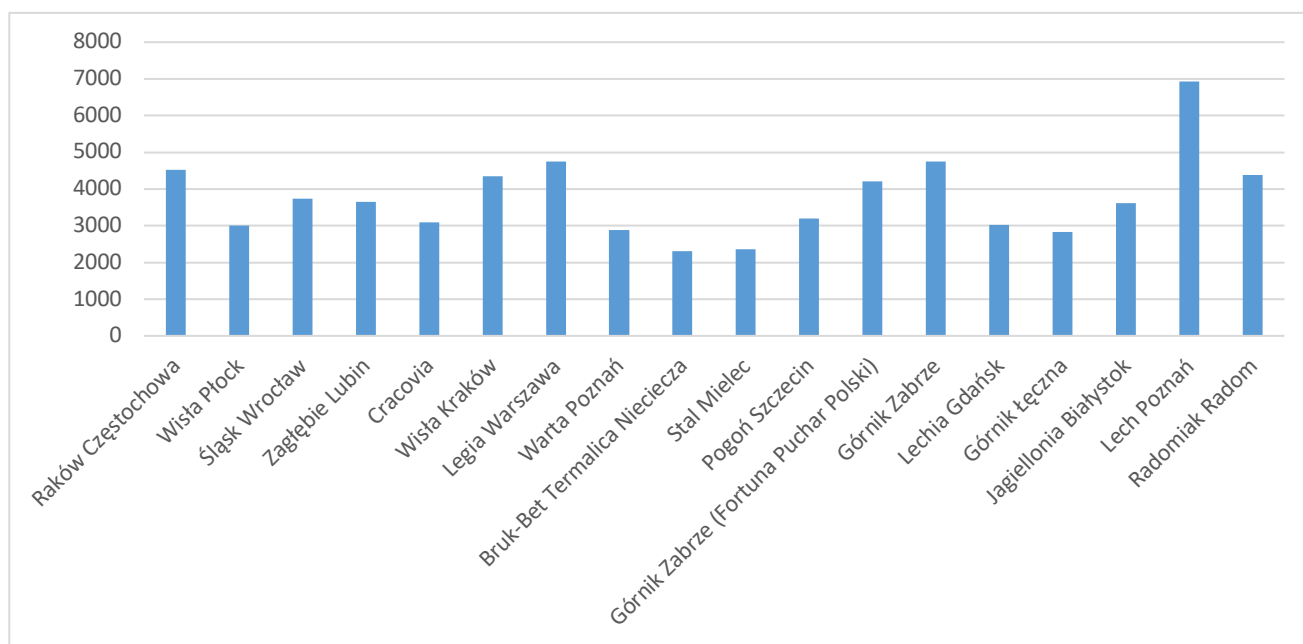
- **Frekwencja Ogólna**

Data	Przeciwnik	Frekwencja
25.07.2021	Raków Częstochowa	4526
14.08.2021	Wisła Płock	3000
22.08.2021	Śląsk Wrocław	3740
12.09.2021	Zagłębie Lubin	3657
27.09.2021	Cracovia	3089
01.10.2021	Wisła Kraków	4352
24.10.2021	Legia Warszawa	4754
06.11.2021	Warta Poznań	2887
26.11.2021	Bruk-Bet Termalica Nieciecza	2312
18.12.2021	Stal Mielec	2365
05.02.2022	Pogoń Szczecin	3198
09.02.2022	Górnik Zabrze (Fortuna Puchar Polski)	4213
26.02.2022	Górnik Zabrze	4746
12.03.2022	Lechia Gdańsk	3016
09.04.2022	Górnik Łęczna	2830
23.04.2022	Jagiellonia Białystok	3607
08.05.2022	Lech Poznań	6937
21.05.2022	Radomiak Radom	4384

- **Frekwencja z podziałem na sektory**

sektory	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	MEDIA	N	NIEP U	NIEP C	O	P	R	S	T	U	VIP A	VIP B	RAZEM	Razem bilety plus karnety
<b>JESIEN 2021</b>																											
<b>KARNET CALY ROK</b>	106	31	77	34	0	0	0	0	46	235	226	224	136	0	5	7	0	36	65	89	43	63	91	0	0	1514	
Raków Częstochowa-bilety	0	86	84	153	170	257	257	259	218	39	44	50	135	0	246	0	0	234	199	119	167	152	1	112	30	3012	4526
Wisła Płock bilety	0	60	70	45	0	49	0	0	213	24	36	36	123	0	248	1	0	57	104	70	81	145	1	81	42	1486	3000
Śląsk Wrocław Bilety	0	82	92	51	195	246	0	0	211	26	35	33	124	0	254	4	10	196	138	93	139	137	0	103	57	2226	3740
Zagłębie Lubin bilety	0	77	83	56	173	257	0	0	211	27	32	34	122	0	280	2	2	163	142	104	100	135	1	117	25	2143	3657
Cracovia bilety	0	52	63	32	2	199	0	0	192	26	32	33	121	0	270	1	0	41	106	79	29	135	1	99	62	1575	3089
Wisła Kraków bilety	0	63	91	42	233	257	259	104	208	24	34	38	123	0	367	1	20	194	199	106	139	135	0	131	70	2838	4352
Legia Warszawa bilety	0	102	118	101	203	222	108	344	208	28	34	38	124	0	398	4	0	262	257	131	179	139	1	163	76	3240	4754
Warta Poznań bilety	0	55	75	38	0	12	0	0	209	25	34	35	122	0	227	3	0	41	123	59	51	109	1	150	4	1373	2887
Termalica Bilety	0	88	37	36	0	19	0	0	61	29	34	30	64	0	83	0	0	15	59	43	23	33	1	138	5	798	2312
Stal mielec bilety	0	57	51	29	0	105	0	0	56	25	31	36	119	0	31	0	0	16	52	43	18	40	1	134	7	851	2365
<b>WIOSNA 2022</b>																											
<b>KARNET WIOSNA</b>	0	0	10	0	0	0	0	0	9	15	7	6	14	0	2	2	0	3	11	10	0	9	1	0	0	99	
Pogoń	0	59	76	26	256	333	0	0	118	10	29	31	110	0	115	0	0	40	106	66	25	51	0	128	6	1585	3198
PUCHAR POLSKI GÓRNIK	0	84	105	70	229	251	0	0	184	49	77	63	128	0	250	2	20	213	249	144	169	137	3	157	16	2600	4213
Górnik bilety	0	94	127	68	233	245	0	0	206	104	239	217	208	0	209	2	20	133	290	206	146	135	10	175	66	3133	4746
Lechia Gdańsk bilety	0	65	93	31	0	121	0	0	86	136	123	105	102	0	72	0	0	32	113	88	39	40	0	142	15	1403	3016
Górnik Łęczna bilety	0	70	129	12	25	0	0	0	73	163	115	123	68	0	42	0	0	28	77	67	26	48	0	144	7	1217	2830
Jagiellonia bilety	0	83	104	12	0	100	0	0	387	251	196	180	87	0	52	0	0	37	116	97	38	99	0	151	4	1994	3607
Lech Poznań bilety	5	156	255	310	450	320	0	191	453	263	286	284	369	0	499	7	0	194	292	195	205	323	0	175	92	5324	6937
Radomiak Radom bilety	10	71	147	9	315	0	0	0	446	269	233	197	170	0	144	2	0	64	159	111	59	155	0	128	82	2771	4384
<b>RAZEM SEKTORY</b>	<b>121</b>	<b>1435</b>	<b>1887</b>	<b>1155</b>	<b>2484</b>	<b>2993</b>	<b>624</b>	<b>898</b>	<b>3795</b>	<b>1768</b>	<b>1877</b>	<b>1793</b>	<b>2569</b>	<b>0</b>	<b>3794</b>	<b>38</b>	<b>72</b>	<b>1999</b>	<b>2857</b>	<b>1920</b>	<b>1676</b>	<b>2220</b>	<b>113</b>	<b>2428</b>	<b>666</b>		
																								<b>Łączna frekwencja</b>		<b>67613</b>	

- **Porównanie frekwencji na poszczególnych meczach**



- **Wypełnienie sektora gości**

<b>Sektory</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>Suma</b>
Raków Częstochowa	170	257	427
Wisła Płock	0	49	49
Śląsk Wrocław	195	246	441
Zagłębie Lubin	173	257	430
Cracovia Kraków	2	199	201
Wisła Kraków	233	257	490
Legia Warszawa	203	222	425
Warta Poznań	0	12	12
Termalica	0	19	19
Stal Mielec	0	105	105
Pogoń Szczecin	256	333	589
PUCHAR POLSKI Górnik Zabrze	229	251	480
Górnik Zabrze	233	245	478
Lechia Gdańsk	0	121	121
Górnik Łęczna	25	0	25
Jagiellonia Białystok	0	100	100
Lech Poznań	450	320	770
Radomiak Radom	315	0	315
<b>RAZEM SEKTORY</b>	<b>2484</b>	<b>2993</b>	<b>5477</b>

- **Bilety VIP**

W sezonie 2021/2022 na meczach pojawiło się 3094 kibiców, którzy zajmowali miejsca na trybunie VIP.

<b>Mecz</b>	<b>VIP A</b>	<b>VIP B</b>
Raków Częstochowa	112	30
Wisła Płock	81	42
Śląsk Wrocław	103	57
Zagłębie Lubin	117	25
Cracovia Kraków	99	62
Wisła Kraków	131	70
Legia Warszawa	163	76
Warta Poznań	150	4
Termalica	138	5
Stal Mielec	134	7
Pogoń Szczecin	128	6

PUCHAR POLSKI Górnik Zabrze	157	16
Górnik Zabrze	175	66
Lechia Gdańsk	142	15
Górnik Łęczna	144	7
Jagiellonia Białystok	151	4
Lech Poznań	175	92
Radomiak Radom	128	82
<b>RAZEM SEKTORY</b>	<b>2428</b>	<b>666</b>

- **Karnety**

W sezonie 2021/2022 sprzedanych zostało 1515 karnetów całosezonowych. Przed rundą wiosenną sprzedało się 99 karnetów. Łączny wynik karnetów w sezonie 2021/2022 to 1614.

- **Sprzedaż internetowa**

W sezonie 2021/2022 podczas 17 meczów Ekstraklasy oraz jednego spotkania Pucharu Polski, rozegranych w Gliwicach, sprzedano łącznie poprzez aplikację internetową 11 813 biletów.

- **Przychód ze sprzedaży**

W ciągu całego sezonu 2021/2022 przychód ze sprzedaży biletów, karnetów oraz kart kibica wyniósł 564 916,73zł.

## VIII. Finanse

Przychody działalności operacyjnej Klubu za rok sprawozdawczy wyniosły 19.071.678,84 zł i były niższe o 3.248.248,62 zł w stosunku do roku poprzedniego; przychody netto ze sprzedaży usług były niższe niż w roku ubiegłym o 3.332.650,48. Wartość sprzedaży gadżetów klubowych wyniosła 323.440,78 zł i była wyższa od roku poprzedniego o 84.401,86 zł.

Pozostałe przychody operacyjne, do których zalicza się między innymi dotację Urzędu Miasta na wzrost poziomu sportowego w dyscyplinie piłka nożna, wyniosły 19.772.196,67 zł. Za rok obrotowy Klub zanotował stratę netto w wysokości 6.040.520,21 zł.

### Wskaźniki płynności :

#### 1. Płynności I

$$\frac{\text{Aktywa obrotowe}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}} = 0,8$$

2. Płynności II

$$\frac{\text{Należności i inwestycje krótkoterminowe}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}} = 0,7$$

3. Płynności III

$$\frac{\text{Krótkoterminowe aktywa finansowe}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}} = 0,5$$

4. Szybkość obrotu należności

$$\frac{\text{Należności z tytułu dostaw x 365}}{\text{Przychody ze sprzedaży}} = 15$$

5. Szybkość spłaty zobowiązań

$$\frac{\text{Zobowiązania z tytułu dostaw x 365}}{\text{Koszty działalności operacyjnej}} = 54$$

**Wskaźniki rentowności (zyskowności):**

1. Rentowności majątku

$$\frac{\text{Zysk netto}}{\text{Suma bilansowa}} \times 100 = -42$$

2. Rentowność kapitału własnego

$$\frac{\text{Zysk netto}}{\text{Kapitał własny}} \times 100 = -105$$

3. Rentowność sprzedaży netto

$$\frac{\text{Zysk netto}}{\text{Przychody ze sprzedaży}} \times 100 = -32$$

## Wskaźniki stabilizacji finansowej:

### 1. Pokrycie aktywów trwałych kapitałem własnym

$$\frac{\text{Kapitał własny}}{\text{Aktywa trwałe}} = 0,7$$

### 2. Trwałość struktury finansowania

$$\frac{\text{Kapitał własny}}{\text{Suma bilansowa}} = 0,4$$

### 3. Ogólny poziom zadłużenia

$$\frac{\text{Zobowiązania}}{\text{Suma bilansowa}} \times 100 = 50$$

Więcej informacji znajduje się w rocznym sprawozdaniu finansowym.

## IX. Strategia Spółki, założenia i plany na okres: 01.07.2022 r. – 30.06.2023 r.

Głównymi celami strategicznymi Spółki są:

- uzyskanie licencji na kolejny sezon rozgrywkowy – 2022/2023;
- 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;
- 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;

- 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 I 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 01.07.2022 r. do 30.06.2023 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 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 stadionu przy ulicy Sokoła, 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);



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 2022 roku przy założeniu kontynuacji działalności. Aby zapobiec ewentualnej utracie płynności (ze względu na stratę z roku za które wykonywane jest sprawozdanie) Zarząd podejmuje oraz planuje podjąć szereg działań mających na celu zwiększenie płynności finansowej oraz polepszenie ogólnej sytuacji Spółki. W planach jest również zwiększenie intensyfikacji działalności marketingowej, a przede wszystkim sprzedażowej które w konsekwencji będą zmierzać do 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 2022/2023. 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. 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 lawinowym wzrostem kosztów utrzymania stadionu miejskiego im. Piotra Wieczorka w Gliwicach;

Aktualnie sytuacja majątkowa i finansowa Spółki jest stabilna. Pozytywne zakończenie prowadzonych negocjacji z potencjalnymi sponsorami znacznie poprawi poziom płynności finansowej oraz pozwoli na bieżące regulowanie zobowiązań i uzyskanie dodatniego salda w przyszłym roku obrotowym. Realizacja projektu „Akademii Piłkarskiej Piasta Gliwice” I Etapu oraz kolejnych pozwoli Spółce 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 i zbudowanie dodatkowego strumienia przychodów.

Zdaniem Zarządu podjęte działania zostaną zakończone powodzeniem.