

150 milionów złotych korzyści dla miasta



Z raportu wynika, że ponad 80 proc. gliwiczian ma pozytywną opinię na temat Areny.

Raport „Arena Gliwice – pozytywne rezultaty dla miasta i jego mieszkańców”.

- To był kluczowy dokument, przygotowany w tym roku we współpracy z zespołem Areny Gliwice. Nie może go zabraknąć w podsumowaniu minionych 12 miesięcy.

- Raport „Arena Gliwice – pozytywne rezultaty dla miasta i jego mieszkańców” został przygotowany po prawie 3 latach funkcjonowania obiektu, podsumowując wszystkie aspekty jego działalności.

- Raport przygotował zespół renomowanej firmy doradczej PwC wraz z profesorem Witoldem Orłowskim, głównym doradcą ekonomicznym PwC, przy współpracy z zespołem Areny.

- Jak wynika z raportu, dzięki umiejętnemu wykorzy-

staniu potencjału Areny Gliwice, miasto zyskało już 150 mln zł zarówno realnych przychodów, jak i wymiernych korzyści ze wzrostu rozpoznawalności swojej marki.

- Niezwykle ważne są także opinie mieszkańców Gliwic, którzy swój głos wyrazili w badaniach, wykonywanych podczas przygotowywania raportu. Trzy z nich są kluczowe:

- 87% mieszkańców Gliwic ma pozytywną opinię na temat Areny

- 74,1% mieszkańców od zawsze oceniało ją pozytywnie

- 73% badanych uważa, że Arena Gliwice przyczynia się do rozwoju miasta.

Pełen raport jest dostępny na stronie arenagliwice.com. Zachęcamy do zapoznania się z jego treścią.

ARENA GLIWICE BUDUJE ROZPOZNAWALNOŚĆ.

Praca z myślą o Gliwiczach

To nie będzie zwyczajne, kończące rok podsumowanie pracy Areny Gliwice. Jej zespół nie tylko przygotowuje się do dużych wydarzeń w najbliższych miesiącach, ale planuje już kalendarz na rok 2023. Tak, tak – przy pracy w największych obiektach widowiskowo-sportowych taki czas jest kluczowy dla sukcesu przedsięwzięcia. I nie – wcale nie jest zbyt wcześnie.

Nawet dwa lata przed imprezą w Arenie Gliwice rozpoczyna się praca nad jej przygotowaniem. Największe wydarzenia kontraktowane są z dużym wyprzedzeniem, a nad ich organizacją pracuje dedykowany sztab ludzi, który dba, by wszystkie szczegóły zostały dopięte na ostatni guzik.

- Ze względu na złożoność tego procesu, w tym sprzedaży i pełnej organizacji, obiekt rezerwuje się na sześć miesięcy, a czasami nawet na dwa lata przed planowanym wydarzeniem. Przykładowo, pierwsze rezerwacje na rok 2022 robiliśmy już w 2019 roku, natomiast najbardziej intensywny okres rezerwacji przypadał na początek 2021 roku – mówi Konrad Kozioł, dyrektor ds. sprzedaży w Arenie Gliwice.

Dobre relacje

Ale czas to nie wszystko. Kluczowe jest przekonanie organizatora, że właśnie to miejsce powinien wybrać.

- Na wybór danego obiektu przez organizatora wydarzenia składa się wiele czynników - pojemność, zaangażowanie ze strony miasta gospodarza, lokalizacja, dobre zaplecze

techniczne, ale też współpraca z zarządzającymi i sprawność zespołu, dzięki czemu produkcja nie przysparza tyłu



Duże imprezy koncertowe trzeba kontraktować nawet z dwuletnim wyprzedzeniem (na zdjęciu występ Borisa Breljch w Arenie Gliwice).

wyższą. Z organizatorem trzeba nawiązać dobre relacje, a później sprostać jego oczekiwaniom – dodaje Kozioł.

Wydaje się, że 206 imprez, jakie w tym roku zorganizowane zostały w Arenie Gliwice pokazuje, że nawet krótki staż pozwala być mocnym punktem na rynku dużych obiektów w Polsce. Szczególnie, gdy weźmiemy pod uwagę, że obostrzenia pandemiczne uniemożliwiały organizowanie imprez właściwie do końca maja. Gliwice są już w sektorze dużych imprez nieźle rozpoznawalną marką, dobrze ocenianą przez branżę.

- Praca Zespołu Areny Gliwice pozwoliła osiągnąć dobrą rozpoznawalność obiektu wśród rodzimych organizatorów, a wciąż pracujemy nad rozpoznawalnością marki na arenie międzynarodowej. Z sukcesami, bo w 2021 roku Arena Gliwice została przyjęta do grona EAA zrzeszającej największe areny Europy – ocenia Kozioł.

- Własne produkcje

Co ważne, Arena Gliwice nie tylko współpracuje z organizatorami zewnętrznymi, ale też tworzy produkcje własne. To zresztą krajowy ewenement

w tym biznesie – niewiele aren w Polsce bierze na siebie ryzyko organizacji imprezy, przy której pracować trzeba więcej. Dobrze ją przygotować, wypromować, zadbać o bezpieczeństwo i infrastrukturę komfortową dla artysty czy zespołu sportowego. Takich wydarzeń w Gliwiczach nie brakuje, a najlepszymi przykładami są hitowy mecz koszykówki Polska-Izrael z rekordową frekwencją czy spotkanie ZAKSY Kędzierzy-Koźle (kolejne już 12 stycznia!) organizowane dzięki doskonałej współpracy z klubem.

Wreszcie Summer Arena – letni cykl był autorskim pomysłem zespołu Areny, który we współpracy z partnerami sam wszystko zorganizował. Podobnie ma być także w roku 2022, bo plan na kolejne lato właśnie jest dopinany.

- Sezon 2022 w ogóle zapowiada się bardzo ciekawie – oprócz kontynuacji Summer Areny, mamy już potwierdzonych ponad 40 wydarzeń, w tym koncerty Andre Rieu, T.Love, Bring me The Horizon, Sanah, wydarzenia rodzinne jak chociażby Hot Wheels – ale wiele wydarzeń jeszcze czeka na ogłoszenie – zapowiada Kozioł.

W pierwszej lidze europejskich obiektów



Członkostwo w EAA to docenienie pracy zespołu Areny Gliwice, a także duży prestiż dla miasta.

European Arenas Association to najważniejsze europejskie stowarzyszenie aren widowiskowych. Gliwicki obiekt także jest wśród nich.

- Kolejna ważna informacja tego roku – Arena Gliwice i sposób zarządzania tym obiektem zostały docenione przez potentatów na europejskim rynku dużych widowisk.

- Gliwicki obiekt zarządzany przez spółkę Arena Operator dołączył do prestiżowej organizacji European Arenas Association.

- Arena Gliwice dołączyła do EAA razem z brytyjskim gigantem – Manchester Arena.

- W EAA zrzeszone są m.in. The O2 w Londynie czy Mercedes Benz Arena w Berlinie.

- Arena Gliwice jest drugim obiektem z Polski, który dołączył do tego elitarnego grona.

- W ramach EAA prowadzone są rozmowy i podejmowane decyzje dotyczące trendów, w oparciu o które funkcjonują najnowocześniejsze areny świata. Obecnie to m.in. wytyczne

dotyczące wprowadzania w arenach rozwiązań ekologicznych, najwyższych standardów bezpieczeństwa, czy powrotu do wydarzeń największej skali po trudnym okresie pandemii COVID-19.

- Dzięki temu jak skutecznie wykorzystywany jest potencjał Areny, Gliwice stale zyskują a marka jest coraz lepiej rozpoznawalna na międzynarodowym rynku wydarzeń.

Czym jest European Arenas Association:

- Utworzona w 1991 roku – zrzesza liderów rynku dużych aren w Europie.

- Ma siedzibę w Rotterdamie.

- Zrzesza aktualnie 37 członków z 22 państw (m.in. Wielkiej Brytanii, Niemiec, Włoch, Austrii, Czech Polski czy Francji).

- W EAA może znaleźć się maksymalnie trzech członków z jednego kraju.

- Dwa razy do roku przedstawiciele EAA spotykają się, by ustalić schematy i kluczowe elementy działania dużych obiektów na najbliższe miesiące.

WYDARZENIA OD KUCHNI.

Sto procent zaangażowania

Gala sportów walki w Dużej Arenie i jednocześnie koncert świąteczny w Małej Arenie. W sumie ponad 15 tysięcy gości. A nazajutrz duża akcja charytatywna. Taki był weekend 17-18 grudnia w Arenie Gliwice. Dzięki zaangażowaniu całego zespołu, wszystkie te wydarzenia odbyły się bez żadnych zakłóceń. A było to jedynie zwieńczenie tegorocznej pracy zespołu Areny – świetnie pokazujące, jak ważne jest zaangażowanie pracowników, by każdy z gości doskonale czuł się w Gliwiczach. Dlatego warto trochę opowiedzieć o organizacyjnej kuchni – to ona tworzy jakość miejsca.

- Złożoność i mnogość zakreślow, o których trzeba pamiętać, zaplanować i zrealizować, żeby wydarzenie mogło się odbyć wydaje mi się najtrudniejsze w całym procesie organizacji imprezy – mówi Aleksandra Rajchel, event manager Areny Gliwice.

I trudno się z tą opinią nie zgodzić, bo prace nad przygotowaniem wydarzenia – takie konkretne, robocze – trwają w zasadzie od momentu jego kontraktowania.

Od planu do sceny

W pierwszej fazie tworzony jest plan całej produkcji. Dzielone są obowiązki i role tak, by każdy wiedział co ma do wykonania. Kluczowe jest oczywiście bezpieczeństwo, co wiąże się z przygotowaniem odpowiedniej dokumentacji, na podstawie której wydawane są zezwolenia na organizację wydarzeń. Trzeba zaplanować odpowiednią liczbę pracowników ochrony, zabezpieczenia medycznego i poaż. Rozpoczyna się także etap promocji i sprzedaży biletów.

- Na dwa miesiące przed wydarzeniem praca nad planowaniem zaczyna nabierać tempa, a 4-6 tygodni przed imprezą to najbardziej gorący okres – dodaje Rajchel.

Wtedy jest czas na przygotowanie infrastruktury obiektu. Bo przecież podczas imprezy musi być czysto (serwis sprząający), ktoś musi obsługiwać parkingi i szatnie, trzeba przygotować scenę, technikę, oświetlenie czy systemy audiowizualne. Obsługa gastronomiczna organizuje zaopatrzenie, a osoby odpowiedzialne za wolontariuszy planują ich pracę tak, by w jak najlepszym stopniu opiekowali się wszystkimi, którzy pojawią się w Arenie. Oczywiście przy części wydarzeń ekipa Areny pracuje ręka w rękę z organizatorem – ale to nie zawsze się zdarza. Poza tym samo przygotowanie obiektu i sprawdzenie wszystkich elementów, by działały na sto procent, to już wyłączny obowiązek zespołu z Gliwic.

Razy dwieście

I na koniec, jeśli pomyśleliście, że to wszystko jest łatwe do ogarnięcia, to przeliczcie liczbę tych



Ponad 200 wydarzeń w roku - ich organizacja wymagała od zespołu Areny ogromnego nakładu pracy.

- Na dwa miesiące przed wydarzeniem praca nad planowaniem zaczyna nabierać tempa, a 4-6 tygodni przed imprezą to najbardziej gorący okres – dodaje Rajchel.

Wtedy jest czas na przygotowanie infrastruktury obiektu. Bo przecież podczas imprezy musi być czysto (serwis sprząający), ktoś musi obsługiwać parkingi i szatnie, trzeba przygotować scenę, technikę, oświetlenie czy systemy audiowizualne. Obsługa gastronomiczna organizuje zaopatrzenie, a osoby odpowiedzialne za wolontariuszy planują ich pracę tak, by w jak najlepszym stopniu opiekowali się wszystkimi, którzy pojawią się w Arenie. Oczywiście przy części wydarzeń ekipa Areny pracuje ręka w rękę z organizatorem – ale to nie zawsze się zdarza. Poza tym samo przygotowanie obiektu i sprawdzenie wszystkich elementów, by działały na sto procent, to już wyłączny obowiązek zespołu z Gliwic.

Razy dwieście

I na koniec, jeśli pomyśleliście, że to wszystko jest łatwe do ogarnięcia, to przeliczcie liczbę tych

wydarzeń (i pracy) razy dwieście. Tyle imprez było w Arenie Gliwice w mijającym roku, a część odbywała się jednocześnie – jak podczas wspomnianego na początku, grudniowego weekendu.

- Myślę, że to nie organizacja pojedynczej imprezy jest najtrudniejsza. Kluczowe jest spięcie w całość wszystkich wydarzeń, które się u nas odbywają. Zaplanowanie płynnych przejść z jednego w drugie. Szczególnie, że na każde wydarzenie obiekt musi być przygotowany inaczej, a pomiędzy imprezami trzeba go doprowadzić do porządku. Ważne jest również zaplanowanie pracy ludzi, serwisów i obsługi. To nie jest jednorazowy schemat na jedną imprezę, a raczej wielotygodniowy harmonogram, który trzeba przygotować i na bieżąco aktualizować, bo przecież zdarzało się, że niektóre wydarzenia były przekładane, ale dochodziły kolejne. To rzeczywiście jest ogromne wyzwanie i praca właściwie przez cały czas – ocenia Rajchel.

Areny Gliwice

Ponad
158 500 000 zł

- łączna, szacowana kwota korzyści dla miasta pozyskana dzięki działaniom operatora Areny Gliwice

457 zł

- przeciętne wydatki jednoosobowe w Gliwiczach podczas pobytu gości spoza Śląska w Arenie Gliwice (dane z raportu na podstawie wyliczeń Convention Biuro i Śląskiej Organizacji Turystycznej)

Ponad
86 000 000

złotych wniósł ekwiwalent reklamowy dla Gliwic, dzięki wydarzeniom organizowanym w Arenie

Najważniejsze liczby

3,5

roku działalności

731 278

gości na wydarzeniach

500-700

pracowników zatrudnionych w Arenie podczas dużych wydarzeń

579

zrealizowanych wydarzeń

40 osób

- stały zespół Areny Gliwice

