
Nowe stadiony na EURO 2012 Źródło zysków czy kosztów?

Krzysztof Sachs

1 grudnia 2010 r.

Stadion Miejski we Wrocławiu



Źródło: Wrocław 2012 Sp. z o.o.

Klasa stadionu (wg UEFA): 4 (d. Elite)
Koszt budowy: 730 mln zł netto
Termin oddania: wrzesień 2011

Liczba miejsc: 43.000
Miejsca biznes: 2.130
Loże VIP: 30
Catering dla kibiców: 26 kiosków (208 kas)

Powierzchnia komercyjna:
Bar kibica: 1
Centrum konferencyjne: 1.500 m²
Usługi: 9.000 m²

Parking: 3.000 miejsc

Stadion Miejski we Wrocławiu

Potencjał komercyjny (szacunki)

Założenia (wg E&Y, chyba, że zaznaczono inaczej):

Średnia cena biletu (wg. Wrocław 2012)

25 zł

Frekwencja (wg. Wrocław 2012)

15.000

Karnet VIP:

7.000 zł/sezon

Loża VIP:

200.000 zł/sezon

Szacowane wpływy z „dnia meczu”:

1. Bilety:	7.500.000 zł
2. Karnety VIP: (80% sprzedaży)	11.928.000 zł
3. Loże VIP: (100% sprzedaży)	6.000.000 zł
Razem:	25.428.000 zł

Dodatkowe źródła przychodów:

1. Catering w czasie meczów
2. Imprezy masowe
3. Centrum konferencyjne
4. Wynajem powierzchni komercyjnej
5. Prawo do nazwy

Model operatorski:

- Docelowy właściciel stadionu: Wrocław 2012 (100% spółka Miasta Wrocław)
- Do zarządzania i komercjalizacji stadionem wybrano firmę SMG. SMG pobiera stałe roczne wynagrodzenie plus prowizję od obrotu
- Zakłada się grę na stadionie piłkarskiej drużyny Śląska Wrocław
- Śląsk otrzyma część wpływów z tzw. „dnia meczu” (głównie część przychodów z biletów i karnetów)
- Zasadnicze przychody z komercjalizacji stadionu stanowiąc będą wpływy spółki Wrocław 2012 i zostaną przeznaczone m.in. na spłatę rat kredytu

Stadion Wojska Polskiego w Warszawie



Źródło: legia.com

Klasa stadionu (wg UEFA): 4 (d. Elite)
Koszt przebudowy: 380 mln zł netto
Termin oddania: marzec 2011

Liczba miejsc: 31.000
Miejsca biznes: 1.700
Loże VIP: 40
Catering dla kibiców: 10 kiosków (80 kas)

Powierzchnia komercyjna:

Restauracje: 1 (Pub Łazienkowska 3)
Biura: brak (z wyjątkiem biur KP Legia)
Usługi: Centrum Rehabilitacji (2.000 m²)
Handel: Sklep Kibica

Parking: 750 miejsc

Stadion Wojska Polskiego w Warszawie

Potencjał komercyjny (szacunki)

Założenia (wg E&Y, chyba, że zaznaczono inaczej):

Średnia cena biletu

40 zł

Frekwencja

20.000

Karnet VIP (wg oferty KP Legia):

10.000 zł/sezon

Loża VIP (wg oferty KP Legia) :

288.000 zł/sezon

Szacowane wpływy z „dnia meczu”:

1. Bilety:

16.000.000 zł

2. Karnety VIP: (80% sprzedaży)

13.600.000 zł

3. Loże VIP: (39 łóż sprzedanych)

11.232.000 zł

Razem:

40.832.000 zł

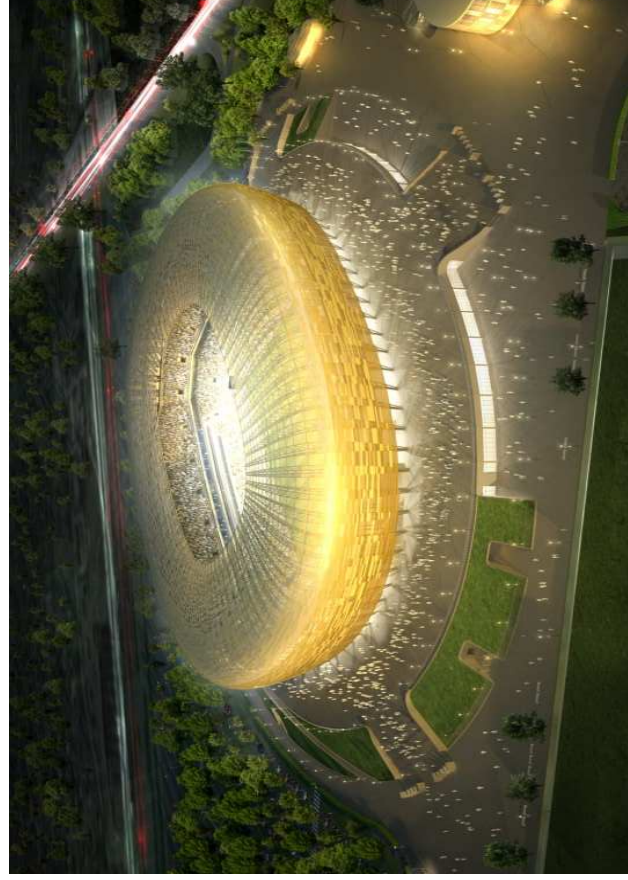
Model operatorski:

- Właściciel stadionu: Miasto Warszawa
- Na podstawie wieloletniej umowy dzierżawy stadionem zarządza KP Legia Warszawa SSA
- Miasto Warszawa ma prawo do organizacji sześciu imprez masowych na stadionie
- Wszystkie przychody z komercjalizacji stadionu (z wyjątkiem wybranych imprez organizowanych przez Miasto) stanowiąc będą wpływy KP Legia

Dodatkowe źródła przychodów:

1. Catering w czasie meczów
2. Imprezy masowe
3. Wynajem powierzchni pod pub i centrum rehabilitacji
4. Sklep kibica
5. Prawo do nazwy

PGE ARENA Gdańsk



Źródło: Biuro Inwestycji Euro Gdańsk 2012 Sp. z o.o.

Klasa stadionu (wg UEFA):	4 (d. Elite)
Koszt budowy:	645 mln zł netto
Termin oddania do użytkowania:	kwiecień 2011
Liczba miejsc:	44.000
Miejsca biznes:	1.350
Loże VIP:	40
Catering dla kibiców:	24 kioski (144 kasy)
Powierzchnia komercyjna:	
Restauracje:	1
Biura:	270 m ²
Usługi:	8.800 m ²
Parking:	2.643 miejsc

PGE ARENA Gdańsk



Potencjał komercyjny (szacunki)

Założenia (wg E&Y, chyba, że zaznaczono inaczej):

Średnia cena biletu	(wg. Lechii)	
30 zł		
Frekwencja	(wg. Wrocław 2012)	20.000
Karnet VIP:		7.000 zł/sezon
Loża VIP	(wg. Lechii):	105.000 zł/sezon

Szacowane wpływy z „dnia meczu”:

1. Bilety:	12.000.000 zł
2. Karnety VIP: (80% sprzedazy)	7.560.000 zł
3. Loże VIP: (32 sprzedanych)	3.360.000 zł
Razem:	22.920.000 zł

Dodatkowe źródła przychodów:

1. Prawo do nazwy (7 mln. zł rocznie)
2. Catering w czasie meczów
3. Imprezy masowe
4. Wynajem powierzchni komercyjnej

Model operatorski:

- Docelowo właściciel stadionu: BIEG2012 (100% spółka Miasta Gdańsk)
- Na podstawie umowy dzierżawy stadionem zarządza spółka Lecha Operator (spółka córka Lechii Gdańsk) wraz z firmami Sportfive i HSG Zander. Wynagrodzenie roczne z tytułu dzierżawy to 2 mln zł plus 5% wpływów.
- Zakłada się grę na stadionie piłkarskiej drużyny Lechii Gdańsk
- Podział wpływów z komercjalizacji stadionu jest przedmiotem odrębnej umowy pomiędzy Lechią Gdańsk i Lechią Operator oraz Sportfive i HSG Zander

Stadion Miejski im. H. Reymana w Krakowie



Źródło: Biuro ds. EURO 2012 UM Krakowa

Klasa stadionu (wg UEFA): 4 (d. Elite)
Koszt przebudowy: 510 mln zł netto
Termin oddania: marzec 2011

Liczba miejsc: 33.000
Miejsca biznes: 1.600
Loże VIP: 35
Catering dla kibiców: 38 kiosków

Powierzchnia komercyjna: 1
Restauracje: 1.500 m²
Biura: 1.000 m²
Usługi:

Parking: brak danych

Stadion Miejski im. H. Reymana w Krakowie

Potencjał komercyjny (szacunki)

Założenia (wg E&Y, chyba, że zaznaczono inaczej):

Średnia cena biletu	
30 zł	
Frekwencja	20.000
Karnet VIP:	7.000 zł/sezon
Loża VIP:	150.000 zł/sezon

Model operatorski:

- Stadion stanowi własność miasta Kraków
- Toczą się negocjacje w sprawie zasad dzierżawy stadionu przez Wisłę Kraków

Szacowane wpływy z „dnia meczu”:

1. Bilety:	12.000.000 zł
2. Karnety VIP: (80% sprzedaży)	8.960.000 zł
3. Loże VIP: (80% sprzedanych)	4.200.000 zł
Razem:	25.160.000 zł

Dodatkowe źródła przychodów:

1. Catering w czasie meczów
2. Imprezy masowe
3. Centrum konferencyjne
4. Wynajem powierzchni komercyjnej
5. Prawo o nazwy

Stadion Miejski w Poznaniu



Źródło: EURO Poznań 2012 sp. z o.o.

Klasa stadionu (wg UEFA): 4 (d. Elite)
Koszt budowy: 700 mln zł netto
Termin oddania: wrzesień 2010

Liczba miejsc: 43.000
Miejsca biznes: 1.100 (780)
Loże VIP: 45
Catering dla kibiców: brak danych

Powierzchnia komercyjna: 1
Restauracje: brak (z wyj. biur Lecha)
Biura: 15.000 m²
Usługi: 2.000 miejsc

Parking: 2.000 miejsc

Stadion Miejski w Poznaniu

Potencjał komercyjny (szacunki)

Założenia (wg E&Y, chyba, że zaznaczono inaczej):

Średnia cena biletu
30zł

Frekwencja	25.000
Karnet VIP:	7.000 zł/sezon
Loża VIP	150.000 zł/sezon

Szacowane wpływy z „dnia meczu”:

1. Bilety:	15.000.000 zł
2. Karnety VIP: (100% sprzedaży)	5.460.000 zł
3. Loże VIP: (80% sprzedanych)	5.400.000 zł
Razem:	25.860.000 zł

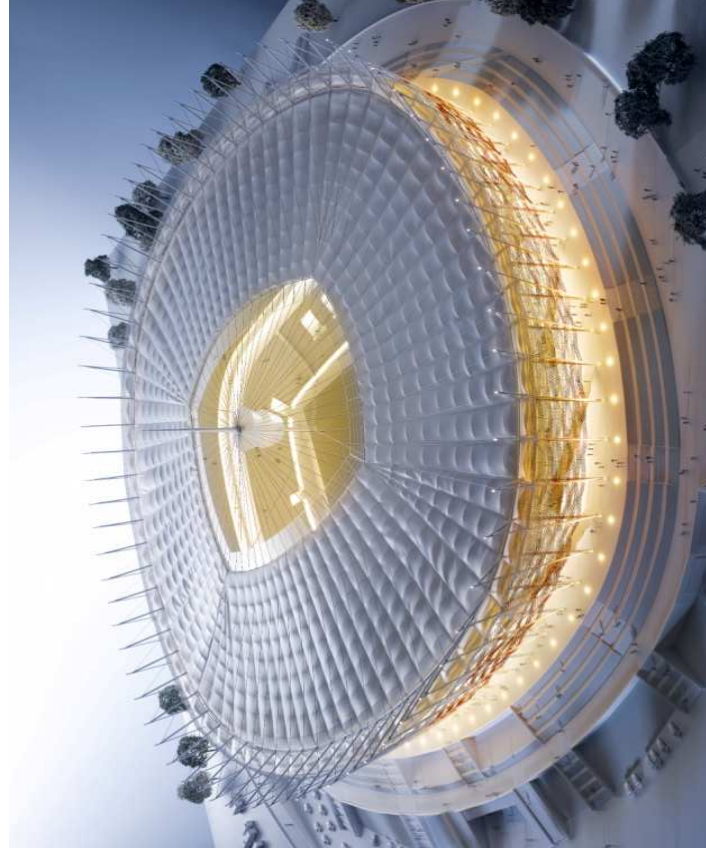
Dodatkowe źródła przychodów:

1. Catering w czasie meczów
2. Imprezy masowe
3. Wynajem powierzchni komercyjnej
4. Prawo do nazwy

Model operatorski:

- Właścicielem stadionu jest miasto Poznań, przy czym stadion oddany jest w trwałą zarząd POSIR Poznań (zakład budżetowy Miasta)
- Rozpisany został przetarg na dzierżawcę (operatora stadionu). Jednym z oferentów będzie prawdopodobnie Lech Poznań.
- Zakłada się, że na stadionie będzie grała drużyna Lecha Poznań, ale w praktyce może to zależeć od wyboru operatora i warunków ekonomicznych
- Wpływy z komercjalizacji stadionu będą przychodem zwycięzcy przetargu na dzierżawę. Zwycięzca przetargu będzie musiał prawdopodobnie zainwestować w wykończenie powierzchni komercyjnej stadionu

Stadion Narodowy w Warszawie



Źródło: Narodowe Centrum Sportu

Klasa stadionu (wg UEFA):	4 (d. Elite)
Koszt budowy:	1.570 mln zł netto
Termin oddania:	lipiec 2011
Liczba miejsc:	55.000
Miejsca biznes:	4.600
Loże VIP:	69
Powierzchnia komercyjna:	4
Restauracje	8.000 m ²
Biura	16.000 m ²
Centrum Konferencyjne	2.500 m ²
Fitness Klub	
Parking:	1.765 miejsc

Stadion Narodowy w Warszawie

Potencjał komercyjny

Wpływy z „dnia meczu”:

- na Stadionie Narodowym prawdopodobnie nie będą rozgrywane mecze klubowe (wyjątkiem mogą być np. ewentualne mecze pucharowe Polonii Warszawa), stąd brak podstaw do szacowania stałych wpływów z „dnia meczu”

- najprawdopodobniej Stadion Narodowy nie będzie miejscem rozgrywania wszystkich meczów reprezentacji Polski. Można zakładać, że na Stadionie Narodowym będą się odbywać 1-2 mecze reprezentacji rocznie i, być może, finał Pucharu Polski

Dodatkowe źródła przychodów:

1. Imprezy masowe
2. Wynajem powierzchni komercyjnej
3. Prawo do nazwy

Model operatorski:

- Stadion Narodowy po wniesieniu aportem stanie się własnością Narodowego Centrum Sportu (spółka Skarbu Państwa), które będzie również prawdopodobnie operatorem stadionu

Podsumowanie

- ▶ W trzech lub czterech miastach operatorami stadionów będą kluby (Legia Warszawa, Lechia Gdańsk oraz prawdopodobnie Wisła Kraków i Lech Poznań).
- ▶ W dwóch miastach do komercjalizacji stadionów zaangażowano profesjonalne firmy: SMG (Wrocław) i Sportfive (Gdańsk). Możliwe jest przyjęcie takiego rozwiązania w Poznaniu.
- ▶ Wątpliwości budzą zasady współpracy właścicieli stadionów ze Śląskiem Wrocław, Lechem Poznań (ze względu na model operatorski) oraz Wisłą Kraków (ze względu na jakość stadionu i warunki jego udostępnienia).
- ▶ Budowane obecnie stadiony mają w większości wypadków funkcjonalność pozwalającą na ich szerokie komercyjne wykorzystanie. W przypadku stadionów „klubowych” stadiony mają mocne podstawy do pokrywania kosztów eksploatacji, a nawet generowania nadwyżki finansowej.
- ▶ Poważne obawy budzi możliwość efektywnego komercyjnego wykorzystania Stadionu Narodowego w Warszawie i (szczególnie) Stadionu Śląskiego w Chorzowie.