

Punkt 6: Wpływ dużych miejskich imprez sportowych na lokalną gospodarkę i promocję miasta.

„Tour de Pologne UCI WORLD TOUR” (4-10 sierpnia 2025 r.)

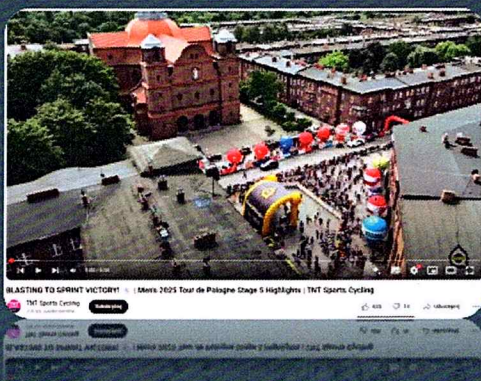
1. Wartość mediową podczas wydarzenia oszacowano na 8,1 mln zł (ekspozycja zagraniczna 4,3 mln zł a ekspozycja polska 3,8 mln zł) w stosunku do wkładu Miasta Katowice, który wyniósł 250 tys. zł.
2. Ekspozycja infrastruktury, terenów Miasta Katowice podczas relacji live z lotu ptaka zarówno polskiej jak i zagranicznej, mającej na celu wzmocnienie marki miasta, ukazanie go jako atrakcyjnego turystycznie, życiowo oraz inwestycyjnie.

TOUR DE POLOGNE - WARTOŚĆ MEDIOWA MARKI KATOWICE

Przykłady ekspozycji – zdjęcia z relacji live (w tym „z lotu ptaka”) (transmisje zagraniczne)



MARKA	WARTOŚĆ EKSPOZYCJI
KATOWICE - ZDJĘCIA Z RELACJI LIVE (W TYM „Z LOTU PTAKA”) (TRANSMISJE ZAGRANICZNE)	4 061 012 zł



3. Promocja nie tylko głównego centrum Miasta Katowice, ale również poszczególnych dzielnic i małych lokalnych społeczności; start etapu na Nikiszowcu, występ muzyczny lokalnej orkiestry w strojach górniczych (prezentacja lokalnych tradycji, aspektów dumy).

FOTO

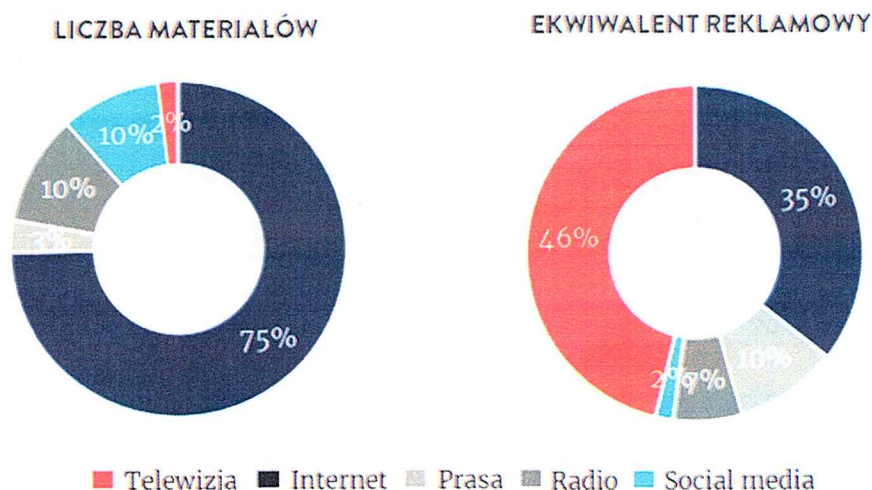


Mistrzostwa Europy w Koszykówce Mężczyzn – EUROBASKET 2025 (18 sierpnia do 10 września 2025 r.)

1. Podczas wydarzenia zwiększony popyt na lokalne usługi spowodowany przyjazdem ogromnej liczby kibiców, zawodników, sztabów szkoleniowych kadr narodowych, zwiększone obłożenie hoteli i miejsc noclegowych, wzrost obrotu miejscowych lokali gastronomicznych.
2. Generowanie tymczasowych miejsc pracy: obsługa wydarzenia, wolontariusze, zlecenia dla lokalnych firm na czas trwania wydarzenia.
3. Ekwiwalent reklamowy wyniósł ponad 25 mln zł w stosunku do wkładu Miasta Katowice, który wyniósł 6 mln zł (umowa od października 2023 roku do listopada 2025 roku).

ZESTAWIENIE ZBIORCZE

ŹRÓDŁO	LICZBA MATERIAŁÓW	EKWIWALENT REKLAMOWY
Telewizja	203	11 668 703 zł
Internet	7 865	8 985 194 zł
Prasa	323	2 497 416 zł
Radio	1 117	1 677 020 zł
Social media	1 015	427 192 zł
SUMA	10 523	25 255 525 zł



Mistrzostwa Świata Mężczyzn U21 w piłce ręcznej 2025 (18-29.06.2025 r.)

1. Promocja Miasta Katowice oraz lokalnych społeczności poprzez emisję spotu promocyjnego, dostarczonego przez Miasto podczas przerw w transmisji meczów MŚ na żywo w internecie, zwiększenie rozpoznawalności Miasta, ukazanie najciekawszych i najbardziej charakterystycznych miejsc w Mieście, dotarcie do konkretnego targetu odbiorców (kibice, osoby zainteresowane meczami transmitowanymi w internecie).



Wkład merytoryczny Wydziału Promocji dot. pkt 6 obrad Komisji Sportu tj.: „Wpływ dużych miejskich imprez sportowych na lokalną gospodarkę i promocję miasta – np. Tour de Pologne i inne”:

Analizując wpływ wydarzeń na lokalną gospodarkę należy przytoczyć raport z „Rynku Turystyki Biznesowej w Katowicach” z 2024 roku.

Uczestnicy korzystający z noclegu wydają średnio 642,32zł na dzień. Uczestnicy, którzy nie skorzystali z noclegu średnio 219,14zł na dzień.

W 2024 r. całkowita kwota wydatków uczestników wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych wyniosła 284,5 mln zł.

Kwota jest o ponad 20% większa niż w roku 2023 r. (236 mln zł)

Na taki wzrost łącznych wydatków w 2024 roku wpłynęło kilka czynników równocześnie: w Katowicach odnotowano nieco większą liczbę uczestników, natomiast nastąpił znaczący wzrost ich indywidualnych wydatków, a także większy odsetek osób skłonnych było do jakichkolwiek zakupów usług w Katowicach oraz odnotowano nieco dłuższe pobyty gości w mieście. Duży wpływ na ten trend ma kontynuacja polityki miasta Katowice w zakresie aktywnego wspierania popytu na rynku turystyki i aktywnej promocji poprzez realizowane tu wydarzenia biznesowe, a także promocji atrakcji czasu wolnego w mieście. Kreowanie nowych produktów turystycznych, zwiększanie dostępności informacyjnej istniejących atrakcji (np. aplikacja City Break Katowice), przyczynia się do dalszego budowania pozytywnego wizerunku miasta Katowice i wydłużania pobytów, a nawet powrotów gości na pobyty weekendowe. Takie działanie opiera się na traktowaniu gości biznesowych, festiwalowych, gości wydarzeń sportowych itp. jako przyszłych turystów.

Z badania przeprowadzonego przez dr. Krzysztofa Cieślikowskiego nt. Turystyki czasu wolnego w Katowicach latem ubiegłego roku, w opinii respondentów, Katowice są atrakcyjną destynacją turystyczną do której 82,10% turystów z dużym i bardzo dużym prawdopodobieństwem wróci ponownie.

Miasto Katowice w 2024 r. odwiedziło 438 344 turystów - na tle innych miast wojewódzkich (stolic województw) jest to 8. wynik pod względem liczby turystów. Blisko 28% z tej liczby stanowią turyści z zagranicy. Średnia długość pobytu turysty w Katowicach wyniosła w 2024 r. około 1,77 - w tym turysta z Polski – 1,66; a turyści z zagranicy 2,06. Katowice przez większą część w roku są najczęściej odwiedzane przez osoby podróżujące w celach służbowych. Jednak obserwacja ich zachowań pozwala stwierdzić, że zgłaszają oni także potrzebę spędzania czasu wolnego po czasie pracy i konferencji. Z uwzględnieniem tych potrzeb, rozwijana jest oferta miasta w zakresie atrakcji czasu wolnego - oferta turystyczna miasta zachęcająca turystów do przyjazdów na tzw. city break.

YouTube Szukaj



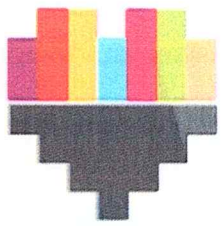
Katowice to Miasto Kreatywne UNESCO w dziedzinie muzyki

FRANCJA - HISZPANIA I MISTRZOSTWA ŚWIATA U-21 W PIŁCE RĘCZNEJ MĘŻCZYZN 2025

Polsat Sport 150 tys. subskrybentów Subskrybuj 4 Udostępnij Klip Zapisz

W tej chwili ogląda 91 osób Transmisja zaczęła się 70 minut temu #POLSATSPORT #SPORT #MSU21 MISTRZOSTWA ŚWIATA U-21 W PIŁCE RĘCZNEJ MĘŻCZYZN 2025

YouTube Szukaj



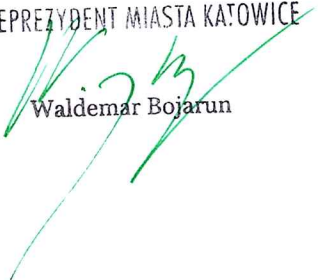
KATOWICE
dla odmiany

NIEMCY - SZWECJA I MISTRZOSTWA ŚWIATA U-21 W PIŁCE RĘCZNEJ MĘŻCZYZN 2025

Polsat Sport 150 tys. subskrybentów Subskrybuj 8 Udostępnij Pobierz Klip Zapisz

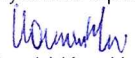
Wydarzenia (zarówno biznesowe, sportowe, jak i kulturalne) generują duże zainteresowanie miastem Katowice, a oferta czasu wolnego w mieście i okolicy może wydłużyć pobyty takich turystów.

WICEPREZYDENT MIASTA KATOWICE



Waldemar Bojarun

NACZELNIK
Wydziału Sportu



Dawid Kamiński