



# KRAKOWSKA ARENA





KONKURS NA SPONSORA TYTULARNEGO  
KRAKOWSKIEJ ARENY







## Zaproszenie

**Agencja Rozwoju Miasta S.A. zaprasza do udziału w konkursie na sponsora tytularnego największej i najnowocześniejszej hali widowiskowo-sportowej w Polsce.**

Naszym celem jest pozyskanie solidnego Partnera wizerunkowego i biznesowego, z którym będziemy mogli współpracować na rzecz utrzymania pozycji lidera w Polsce. Naszą ambicją jest wzmocnienie pozycji areny w Europie i na świecie.

Działania sponsoringowe pokazują biznes w innej roli, niż bywa on postrzegany na co dzień. Poprzez sponsoring tytularny największego obiektu sportowo-widowiskowego w kraju firma ma możliwość dotarcia ze swoją ofertą do bardzo szerokiego i różnorodnego grona odbiorców.

Emocje są kluczem, którym posługują się nowoczesne marki aby wywołać pozytywne skojarzenia u odbiorców i budować w ich oczach wiarygodny obraz firmy. Idealnym miejscem do realizacji takiego celu jest krakowska arena, w której odbywają się koncerty największych światowych gwiazd, imprezy sportowe międzynarodowej rangi i spektakularne widowiska. Wiele z nich odbywa się tylko w Krakowie.

Kibice, fani, rodziny z dziećmi, wszyscy chcą przeżyć niezapomniane emocje, a krakowska arena jest miejscem, w którym jest to możliwe każdego dnia!



# KRAKOWSKA ARENA – NAJLEPSZY WYBÓR!

## NAJWIĘKSZA ARENA W POLSCE!

TAURON Arena Kraków to kulturalna, sportowa i biznesowa wizytówka Krakowa i Małopolski. Ten imponujący obiekt od momentu otwarcia pozostaje miejscem spektakularnych widowisk, koncertów, kongresów i wydarzeń sportowych najwyższej światowej rangi.

Krakowska arena jest największym i najnowocześniejszym tego typu obiektem w Polsce. Zajmuje pozycję lidera wśród halowych obiektów widowiskowo-sportowych w naszym kraju, zarówno jeśli chodzi o możliwości techniczne, jak i o liczbę organizowanych imprez.

Po blisko 5 latach funkcjonowania mamy za sobą ponad 700 wydarzeń, które zgromadziły 3 mln uczestników.

Obiekt mieści 22 tys. osób i zajmuje ponad 96 tys. m<sup>2</sup> powierzchni. Na trybunach areny głównej znajduje się ponad 15 tys. krzesełek, na jej płycie może stanąć 9,3 tys. osób.

Na elewacji areny zamontowano półkilometrowy ekran LED – najdłuższy i jedyny taki w Europie. Jest wykorzystywany m.in. do promocji wydarzeń i oferty obiektu oraz wyświetlania reklam kontrahentów.





## PRZEPIS NA SUKCES? RÓŻNORODNOŚĆ!

O możliwościach TAURON Areny Kraków najlepiej świadczy różnorodność wydarzeń, które do tej pory odbyły się w obiekcie.

Wydarzenia organizowane są w Arenie Głównej, Małej Hali, salach konferencyjnych, strefie VIP, foyer, na terenie parkingów i wokół obiektu.



### Wydarzenia sportowe

Największą z dotychczasowych imprez sportowych były Mistrzostwa Europy w Piłce Ręcznej Mężczyzn EHF EURO 2016. Podczas 9 dni rozegrano 19 meczów, które obejrzało 213 tys. kibiców. W styczniu 2016 r. w prasie i internecie pojawiło się ponad 2,2 tys. publikacji, w których była mowa o arenie.

Dyscypliną, która króluje w obiekcie jest siatkówka. Odbyły się w nim Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn 2014, CEV Mistrzostw Europy w Piłce Siatkowej Mężczyzn LOTTO EUROVOLLEY POLAND 2017, Liga Narodów, FIVB Klubowe Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn oraz czterokrotnie Memoriał Huberta Jerzego Wagnera.

Niezwykle popularne są sporty motorowe. W arenie kilkakrotnie były realizowane Mistrzostwa Świata SuperEnduro oraz Mistrzostwa Świata we Freestyle Motocrossie Diverse Night of the Jumps.

Na liście dyscyplin sportowych, które gościły w arenie są także: hokej (Mistrzostwa Świata Dywizji 1A, Hokejowa Liga Mistrzów), sporty walki (gale KSW, boksu, Mistrzostwa Świata w Karate Tradycyjnym), tenis (Fed Cup), koszykówka (Gortat Camp), zapasy (Memoriał im. Władysława Bajorka) i imprezy biegowe (PZU Cracovia Półmaraton Królewski).



### Koncerty i festiwale

Największą publiczność, sięgającą 20 tys. osób zgromadziły koncerty Paula McCartneya oraz zespołów Metallica i Aerosmith.

W arenie gościli również: Roger Waters, Elton John, Rod Stewart, Ennio Morricone, Sting, Hans Zimmer, Justin Bieber, Bruno Mars, Enrique Iglesias, Mariah Carey, Robbie Williams, Bryan Adams, Lenny Kravitz, Zaz oraz zespoły: Black Sabbath, Iron Maiden, Depeche Mode, Pearl Jam, Deep Purple, System Of A Down, Linkin Park, Queen z Adamem Lambertem, Green Day, Nightwish, Maroon 5 i wiele innych.

W kalendarzu są także cyklicznie organizowane festiwale – Festiwal Muzyki Filmowej oraz Impact Festival.

Wśród koncertów polskich artystów rekordowy był występ Dawida Podsiadło, który zgromadził ponad 17 tys. fanów. W arenie grali także: Hey, Dżem, Krzysztof Zalewski, Beata i Bajm, Budka Suflera, Perfect, Taconafide, Sylwia Grzeszczak i Golec uOrkiestra.



### Wydarzenia religijne

Największym wydarzeniem religijnym w arenie były Światowe Dni Młodzieży w 2016 roku, których zwieńczeniem było spotkanie Papieża Franciszka z wolontariuszami.

Podczas sześciu dni ŚDM w arenie działało Mercy Centre dla anglojęzycznych pielgrzymów, przygotowane przez Rycerzy Kolumba. Arenę w tym czasie odwiedziło ponad 75 tys. osób.

W mediach pojawiło się wówczas blisko 2 tys. materiałów, zawierających informacje o arenie, których ekwiwalent wyniósł 4,9 mln zł. Strona [www.tauronarenakrakow.pl](http://www.tauronarenakrakow.pl) w trakcie funkcjonowania Mercy Centre miała ponad 27 tys. odsłon, a przez cały lipiec blisko 168 tys.

Od czasu ŚDM w kalendarzu regularnie pojawiają się koncerty religijne, rekolekcje dla młodzieży, kongresy religijne oraz spotkania z autorami książek religijnych.





## Konferencje, kongresy, targi

Tuż po uruchomieniu areny, w czerwcu 2014 roku odbył się w niej międzynarodowy kongres Grupy Muszkieterów (InterMarche), w którym wzięło udział ponad 2700 niezależnych handlowców. Największym dotychczas wydarzeniem korporacyjnym był Lyconet Elite Seminar, w którym wzięło udział 40 tys. osób. Kilkanaście tysięcy uczestników zgromadził kongres „Życie bez ograniczeń 2” z udziałem znanego mówcy Nicka Vujicica.

W arenie eventy zorganizowały firmy: Shell, Motorola, Coca Cola, Diagnostyka, Rossmann, Alior Bank i BMW i wiele innych. W hali regularnie odbywają się konferencje, targi branżowe oraz liczne szkolenia, wykłady i spotkania autorskie.



## Widowiska, projekcje, show na lodzie

Ogromną popularnością cieszą się występy Cirque du Soleil oraz Disney on Ice, które goszczą w arenie co roku. Na liście imprez są także pokazy tańca, musicale, projekcje filmów z muzyką na żywo i kabaretony.



## Rozgrywki e-sportowe

E-sport stał się poważną konkurencją dla tradycyjnych dyscyplin sportu. Świadczą o tym wydarzenia takie jak PGL CS:GO Major Kraków 2017. Podczas trzech dni na trybunach areny usiadły 32 tys. osób, a ponad 740 tys. śledziło rozgrywki online. Pula nagród wyniosła milion dolarów.

W arenie gościli też zawodnicy League of Legends podczas EU LCS Summer Split Finals 2016 oraz uczestnicy Mistrzostw Polski Szkół i Pucharu Polski w e-sporcie – Super Game.



## Imprezy plenerowe

Doskonałym miejscem do organizacji imprez jest teren wokół areny, przekonali się o tym m.in. uczestnicy Verva Street Racing, które obejrzało 25 tys. osób. Przy hali organizowane są także: Wiosenne Pikniki Podróżników, plenerowe pokazy filmowe, cykliczne spotkania miłośników klasycznej motoryzacji oraz Urodziny TAURON Areny Kraków.

## 2019 – rok powrotów i nowości

Rok 2019 jest kolejnym, w którym krakowską arenę odwiedzą gwiazdy światowej sceny muzycznej. Po raz pierwszy w Polsce wystąpią długo wyczekiwane gwiazdy: Shawn Mendes i Ariana Grande. Usłyszemy także Dianę Krall oraz zespoły: Kiss, Jamiroquai, Muse, Tool, Alice in Chains oraz Slipknot i Within Temptation, które wraz z 26 innymi zespołami wystąpią podczas dwudniowego Mystic Festivalu.

W arenie po raz kolejny pojawią się: Elton John, Enrique Iglesias, Rod Stewart, Mark Knopfler, André Rieu, Michael Bublé, David Garrett, Maroon 5 i Sabaton. Odbędzie się także Festiwal Muzyki Filmowej oraz Cirque du Soleil i Wędrówki z dinozaurami.

Wśród imprez sportowych na liście są: Memoriał Huberta Jerzego Wagnera - PZU Cracovia Półmaraton Królewski oraz, po raz pierwszy w historii hali, impreza jeździecka Cavaliada Tour, jedyny w Polsce cykl jeździeckich zawodów halowych autoryzowany przez Międzynarodową Federację Jeździecką (FEI).

## NAJLEPSI W POLSCE

Porównując krakowską arenę z podobnymi obiektami w kraju (Ergo Areną, Atlas Areną, Spodkiem czy Areną Gliwice) możemy poszczycić się największą liczbą wydarzeń. W 2018 roku w TAURON Arenie Kraków odbyło się 165 imprez, w Gdańsku i Katowicach nieco ponad 100, w Łodzi blisko 100, a w Gliwicach około 60.

Liczba organizowanych w obiekcie imprez przekłada się na liczbę publikacji zawierających nazwę obiektu w mediach. Według Instytutu Monitoringu Mediów w 2018 roku (w prasie, internecie, radiu i telewizji) pojawiło się ponad 21 tys. publikacji (średnio ok 60 dziennie). Wysokość ich ekwiwalentu reklamowego to ponad 64 mln zł.





## WYJĄTKOWY OBIEKT W WYJĄTKOWYM MIEŚCIE

TAURON Arenę Kraków wyróżnia nie tylko wielkość i możliwości techniczne, ale także lokalizacja.

Hala została wybudowana w najbardziej rozpoznawalnym na świecie polskim mieście - Krakowie. Dawna stolica kraju i siedziba królów polskich zachwyca swoim historycznym i kulturowym dorobkiem. Docenił to Komitet Światowego Dziedzictwa UNESCO wpisując Stare Miasto, Wawel oraz Kazimierz i Stradom na pierwszą listę światowego dziedzictwa.

Miasto przez wieki słynęło z otwartości i wielokulturowości. To tu tworzyli: Stanisław Wyspiański, Jan Matejko i Jacek Malczewski. Z tym miastem związany był św. Jan Paweł II, nobliści: Wisława Szymborska i Czesław Miłosz oraz wybitni twórcy filmowi jak Andrzej Wajda i Roman Polański.

Kraków to także kolebka polskiego sportu – tu powstał Polski Komitet Olimpijski i pierwsze polskie kluby sportowe.

Kraków jest jednym z najpopularniejszych celów podróży turystów z całego świata. Stolica Małopolski przyciąga miliony gości rocznie – w 2018 roku było ich 13,5 mln. Miasto jest prężnie działającym ośrodkiem akademickim i centrum biznesowym.

Liczne zabytki, instytucje kultury, obiekty sportowe, rozbudowana baza noclegowa i gastronomiczna oraz możliwość łatwego i szybkiego dotarcia do Krakowa samochodem, koleją czy samolotem sprawiają, że goście chętnie przyjeżdżają do miasta.

Celem budowy areny było wzmocnienie konkurencyjności i pozycji Krakowa jako centrum wielkich krajowych i międzynarodowych wydarzeń i to udało się zrealizować. Potencjał i możliwości miasta rozwinęły się. Kraków to idealne miejsce na organizację wszelkiego rodzaju imprez kulturalnych, sportowych, konferencji i kongresów.

Dziś trudno sobie wyobrazić miasto bez TAURON Areny Kraków, tak samo jak trudno byłoby osiągnąć sukces, w tak krótkim czasie, w jakimkolwiek innym mieście.

Stale rosnąca liczba imprez w arenie i osób biorących w nich udział ma ogromny wpływ na wzrost dochodów firm i instytucji prowadzących swoją działalność w Krakowie, w szczególności firm z branży hotelowej i gastronomicznej. Świadczą o tym wyniki badań przeprowadzonych przez BBS Obserwator. Według nich wpływ ekonomiczny areny na gospodarkę Krakowa, od momentu jej powstania, wyniósł 292 mln zł.

Ponad 90% uczestników imprez w arenie, będących gośćmi spoza Krakowa, ocenia pobyt w obiekcie oraz pobyt w mieście bardzo dobrze i dobrze. Oznacza to, że taką opinię prześlą swoim bliskim i przyjaciółom. 1/3 gości zostaje w Krakowie na dłużej niż jeden dzień i korzysta w tym czasie z hotelowej, gastronomicznej i kulturalnej oferty miasta.



## ARM S.A. - STABLINY I PEWNY PARTNER

Realizacja celów jakie stawia przed sobą sponsor tytularny największej hali widowiskowo-sportowej w Polsce jest możliwa wyłącznie dzięki współpracy z wiarygodnym i gwarantującym rozwój partnerem. Agencja Rozwoju Miasta S.A. jest własnością Gminy Miejskiej Kraków, co gwarantuje jej stabilność.

Spółka zarządza TAURON Areną Kraków od 2014 roku, wcześniej była odpowiedzialna za budowę hali. W swoim portfolio ARM S.A. ma takie inwestycje jak przebudowa Ronda Mogilskiego i Ronda Grzegórzeckiego oraz budowa tunelu linii Krakowskiego Szybkiego Tramwaju.

Współpraca z ARM S.A. oznacza współpracę z doświadczonym zespołem ludzi, którzy specjalizują się w zarządzaniu najnowocześniejszym obiektem sportowo-widowiskowym oraz pozyskiwaniu największych imprez i eventów w kraju.

Od 2015 roku ARM S.A. pokrywa koszty eksploatacji obiektu uzyskiwanymi przychodami, wykazując zysk operacyjny oraz dodatnią EBITDA.

## WSPÓŁPRACA Z NAJLEPSZYMI

ARM S.A. współpracuje z blisko 80 światowymi i polskimi organizatorami wydarzeń. Wśród nich są: Live Nation, Alter Art, Prestige MJM, Knock Out Productions, Metal Mind Productions, Barracuda Music, DM Agency, SportUp, federacje, związki sportowe m.in. Polski Związek Piłki Siatkowej, Związek Piłki Ręcznej w Polsce oraz organizacje kościelne.

Dla największych na świecie i w Polsce promotorów wydarzeń krakowska arena jest pierwszym wyborem wśród hal widowiskowo-sportowych.

ARM S.A. stale współpracuje z miejskimi i regionalnymi instytucjami oraz jednostkami i spółkami przy organizacji wydarzeń skierowanych do społeczności lokalnej. Dzięki zaangażowaniu Gminy Miejskiej Kraków we współpracę z federacjami i związkami sportowymi to nasze miasto

i arena są gospodarzami największych imprez sportowych, których organizacja została powierzona Polsce. Mowa tu m.in. o mistrzostwach w siatkówce, piłce ręcznej czy hokeju.

W 2018 r. Zarząd ARM S.A. podpisał deklarację woli współpracy obejmującą trzy krakowskie obiekty działające w przemyśle spotkań: TAURON Arena Kraków, Centrum Kongresowe ICE Kraków i Międzynarodowe Centrum Targowo-Kongresowe EXPO Kraków. Dzięki niej organizatorzy dużych wydarzeń biznesowych, kulturalnych oraz sportowych mogą skorzystać z komplementarnej oferty Miasta w zakresie profesjonalnej organizacji imprez.

TAURON Arena Kraków jako jedyny obiekt w Polsce jest członkiem European Arenas Association, którego celem jest propagowanie najwyższych standardów obsługi klientów korzystających z aren – zarówno organizatorów wydarzeń jak i ich uczestników. Obecnie EAA zrzesza 36 aren z 22 krajów.



”

Po blisko 5 latach i prawie 30 wspólnie zrealizowanych produkcjach, na których bawiło się kilkaset tysięcy ludzi możemy z całą pewnością powiedzieć, że TAURON Arena Kraków to doskonale zarządzany i znajdujący się na bardzo wysokim, europejskim poziomie polski obiekt koncertowy, chętnie wybierany zarówno przez artystów jak i promotorów. Obiekt, który będzie bardzo trudno zdetrонizować jakiegokolwiek nowej arenie”.

### Live Nation Polska

„Mamy już za sobą kilka eventów w TAURON Arenie Kraków. Podczas CEV ME w Piłce Siatkowej Mężczyzn to właśnie krakowska arena zgromadziła najwięcej kibiców. Organizacja tych mistrzostw została bardzo wysoko oceniona przez kibiców, co świadczy o wysoki poziomie współpracy z TAURON Areną Kraków”.

**Ewa Grzegorzczak**, Dyrektor Administracyjny CEV Mistrzostw Europy w Piłce Siatkowej Mężczyzn Polska 2017

„Nasze eventy są kierowane w dużej mierze do ludzi młodych, energicznych, otwartych na różnego rodzaju nowinki technologiczne oraz social media. TAURON Arena Kraków to najnowocześniejsza hala w Polsce i do tego największa więc MeetUp w tym miejscu to świetne połączenie. Na 100% wrócimy tam z kolejną edycją MeetUp”.

**Paweł Kowalczyk**, Wiceprezes Zarządu Gethero Sp z o.o.

”



# NA CO MOŻE LICZYĆ SPONSOR?



## 1. MATERIALNE PRAWA TYTULARNE

Krakowska arena niesie ze sobą bardzo rozbudowane możliwości wizerunkowej ekspozycji marki. Nazwa sponsora jest prezentowana jednocześnie tysiącom osób na różnych etapach realizacji każdego wydarzenia. Prawa materialne sponsora tytularnego to prawa do ekspozycji nazwy sponsora, wewnątrz i na zewnątrz obiektu.

Poza połączeniem nazwy firmy z nazwą obiektu, sponsor otrzymuje prawo do współtworzenia logotypu z uwzględnieniem własnej marki. Nowa marka ma wpływ na pozostałe elementy Corporate Identity (CI), czyli identyfikacji wizualnej obiektu. W efekcie tych działań powstaje nowa wspólna marka obiektu oraz sponsora.





## Ekspozycja zewnętrzna

### Nazwa nad wejściami do budynku

Jest to jedna z najważniejszych i najbardziej prestiżowych powierzchni dla sponsora. Oznakowanie umieszczone na elewacji zewnętrznej zapewnia widoczność z maksymalnej odległości!



### Elektroniczna powierzchnia reklamowa na zewnątrz obiektu

Poza oznakowaniem stałym, stanowiącym nieodłączną całość identyfikacji obiektu, sponsor uzyskuje prawo do emisji materiałów na ponad półkilometrowym ekranie LED, znajdującym się dookoła elewacji budynku. Docierając w okolice krakowskiej areny nie można przeoczyć największego ekranu LED w Europie!



### Oznakowanie wjazdów na parking

Sponsor tytularny może uzyskać prawo do oznakowania i nazwania stref lub poziomów parkingów, a także poszczególnych wjazdów do obiektu. To sprawia, że osoby przyjeżdżające do budynku samochodami od razu widzą nazwę sponsora.



### Oznaczenie przystanków komunikacji miejskiej nazwą obiektu

Poza efektem promocyjnym dla sponsora i samego obiektu, jest to udogodnienie dla przyjezdnych fanów i kibiców. Korzystają oni z przystanków noszących nazwę areny, widniejącą na wiatkach przystankowych, rozkładach jazdy i wyczytywaną w pojazdach komunikacji miejskiej. Marka sponsora trwale wrasta w świadomość setek tysięcy mieszkańców miasta!



### Tablice informacyjne

Krakowska arena daje możliwość zainstalowania tzw. witaczy, czyli tablic informujących gości, że wchodzą do obiektu sponsorowanego przez daną firmę.



### Kierunkowe tablice drogowe

Proces identyfikacji marki z areną rozpoczyna się już na drogach dojazdowych do obiektu! Goście kierowani są do celu przez system sześćdziesięciu drogowskazów oraz tablic rozmieszczonych na terenie całego miasta, a każda z nich jest nośnikiem marki sponsora tytularnego. Tablice umieszczone są na znakach drogowych przy wjazdach i głównych skrzyżowaniach – nie tylko w Krakowie, ale też przy drogach dojazdowych do miasta.

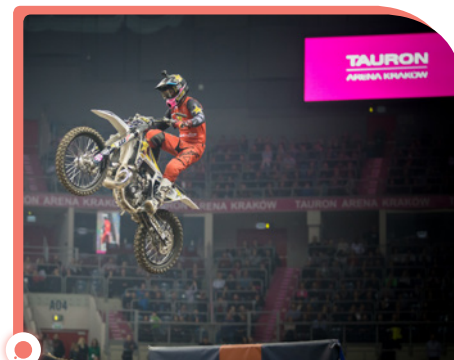




## Ekspozycja wewnętrzna

### Stałe i elektroniczne powierzchnie w strefie telewizyjnej

Powierzchnie, które widoczne są w strefie zasięgu kamer telewizyjnych oraz aparatów fotografów, zapewniają obecność nazw sponsorów w mediach zasięgu lokalnym, ogólnopolskim oraz światowym (w przypadku wydarzeń o randze międzynarodowej).



### Tablice wyników

Stanowią idealne miejsce do ekspozycji wszelkiego rodzaju materiałów z nazwą obiektu – również podczas napełniania i opróżniania hali.



### Cube

LEDowy kosz centralny, zawieszony bezpośrednio nad polem gry lub będący w centrum uwagi publiczności oczekującej na koncert, jest nośnikiem informacyjnym oraz reklamowym, zapewniającym dotarcie materiału do wielotysięcznego grona osób.



### Arena Główna

Miejszem przeznaczonym na stałe tylko dla sponsora tytularnego jest znajdujący się nad lożami VIP ring wokół Areny Głównej. Sponsor ma też prawo do pomalowania kolorem korespondującym z logotypem ponad 2000 podstopnic w części pionowej schodów oraz do zmiany kolorystyki ponad 2500 źródeł światła na trybunach.

Wnętrze Areny Głównej wypełnionej po brzegi publicznością stwarza niepowtarzalną szansę przekazu sponsorskiego!

## Powierzchnie dostępne w strefie publiczności

### Dostosowanie wykończenia i aranżacji wnętrza do wymagań sponsora

Sponsor areny uzyskuje prawo do oznakowania stałych i elektronicznych powierzchni reklamowych. Na 3 poziomach foyer znajduje się 105 słupów, które sponsor tytularny może wykorzystać jako nośniki swojej marki. Jesteśmy otwarci na propozycje niestandardowych rozwiązań brandingowych, mieszczących się w ramach możliwości technicznych obiektu oraz wymagań organizatorów.



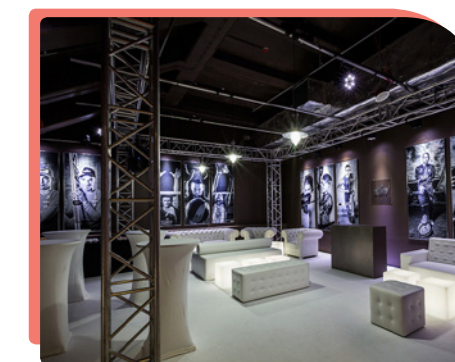
### Znaki kierunkowe

W dotarciu do odpowiedniego krzesetka na widowni pomagają oznaczenia kierunkowe, których elementem składowym jest ekspozycja nazwy.



### Monitory DS (Digital Signage)

Po przekroczeniu bram obiektu, na publiczność czekają korytarze wyposażone w nośniki elektroniczne pełniące funkcje promocyjne oraz informacyjne. Arena jest wyposażona w 69 monitorów rozmieszczonych na 3 poziomach foyer.



### Foyer areny

Foyer na poziomie VIP umożliwia dowolną aranżację miejsca spotkań biznesowych, które wykracza poza standardową ofertę wynajmu łóż VIP.

### Treści audio na obiekcie

Specjalnym prawem Sponsora jest możliwość powitania i pożegnania uczestników wydarzenia w formie ogłoszenia audio.



# Materiały promocyjne/autopromocja

**Kampanie promocyjne i reklamowe obiektu.** Stale realizowana promocja w mediach branżowych (MICE Poland, Think Mice, Event Management Polska, Audience, Showcase, Pollstar).



## Oznakowanie materiałów promocyjnych

Nazwa sponsora, która jest integralną częścią nazwy krakowskiej areny, pojawia się na jej wszelkich materiałach promocyjnych, gadżetach reklamowych, biletach i kartach wstępu, a także na: identyfikatorach, wizytówkach i strojach pracowników.



**Inicjatywy wzmacniające identyfikację miejsca z pozytywnymi emocjami kulturalnymi i sportowymi, aktywnością i zdrowym stylem życia.** Co roku organizowane są urodziny areny - wydarzenie promujące ruch, sport oraz dobrą zabawę. W roku 2018 zapoczątkowana została Wielka lekcja ekologii – cykliczna impreza o profilu ekologiczno-educacyjnym. Organizowane jest także zwiedzanie obiektu.



Przy współpracy z instytucjami miejskimi i samorządowymi Krakowa i Małopolski w arenie organizowane są masowe imprezy sportowe (półmaratony) i treningi sportowe. Realizowane są też miejskie programy skierowane dla dzieci (np.: Akademia Przedszkolaka, Akademia Młodego Krakowianina).

Kampania promocyjna podsumowująca cztery lata funkcjonowania obiektu. Spoty były emitowane w lokalnej i ogólnopolskiej telewizji, w Internecie (w najpopularniejszym portalu informacyjnym w Polsce) oraz w pojazdach komunikacji miejskiej w Krakowie.





# 2. PRAWA NIEMATERIALNE

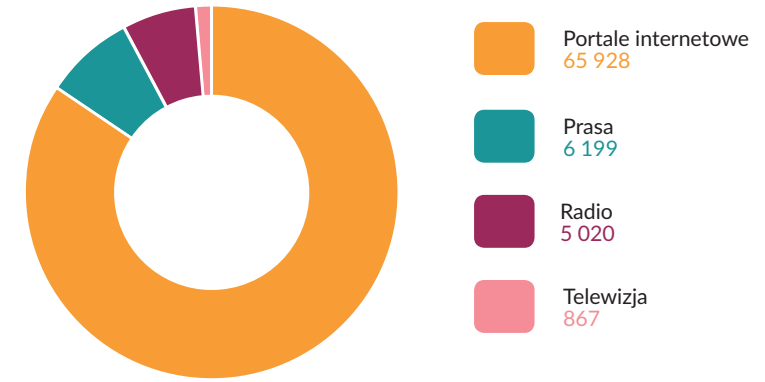
## Obecność w mediach

Według Instytutu Monitoringu Mediów liczba publikacji w prasie, radiu, telewizji i internecie, w latach 2016-2018, wyniosła ponad 78 tys. Szacowany ekwiwalent reklamowy tych materiałów to 250 mln zł.

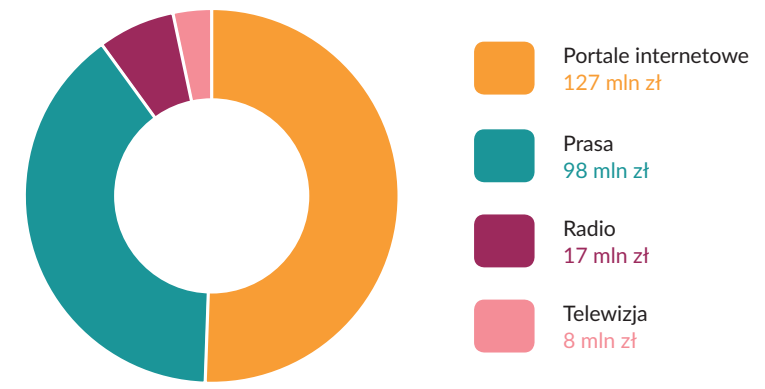
Ponadto, pełna nazwa obiektu pojawia się obligatoryjnie we wszystkich realizowanych przez organizatorów kampaniach outdoorowych imprez i wydarzeń odbywających się w arenie.



Liczba publikacji



Ekwiwalent reklamowy (w mln zł)

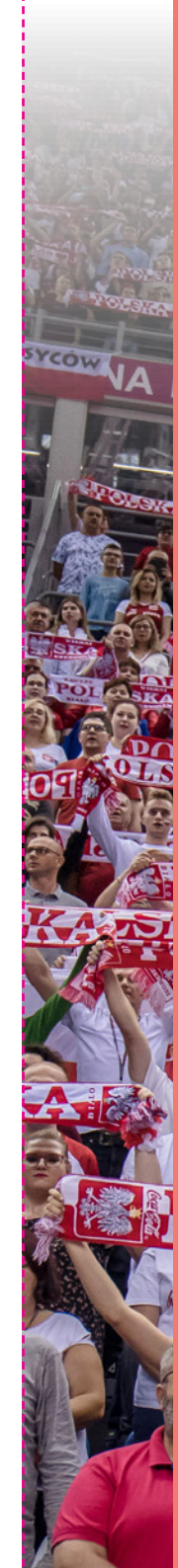


Zdecydowana większość wydarzeń odbywających się w Arenie jest promowana przez organizatorów w kluczowych mediach o zasięgu ogólnopolskim. Nazwa obiektu pojawia się we wszystkich kanałach promocyjnych:

- RTV (TVN, TVP, Polsat, RMF FM, Radio Zet, Polskie Radio, Eska, RMF MAXXX)
- internetowych serwisach informacyjnych (Onet, Interia, WP)
- prasie codziennej (dzienniki spółek Agora, Bauer, Polska Press, Gremi media, ZPR Media, przy częstym wsparciu Polskiej Agencji Prasowej)
- czasopismach lifestylowych (Twój Styl, PANI, Viva, Elle, Hiro, Lounge, Aktivist, Zwierciadło)
- tygodnikach opinii (Wprost, Newsweek, DoRzeczy, Polityka)
- czasopismach i serwisach branżowych (CGM.pl, MTV, Teraz Rock, CD Action, FILMWEB, Demotywatory, FTB.pl)

Wykorzystywane są także media lokalne oraz media miejskie - platforma internetowa Magiczny Kraków, telewizja kraków.pl oraz dystrybuowany wśród mieszkańców miasta bezpłatny magazyn KRAKÓW.PL.


Promocja odbywa się też w kinach, klubach muzycznych, salonach prasowych, bileteriach, serwisach streamingowych i social mediach.







## Prawa marketingowe

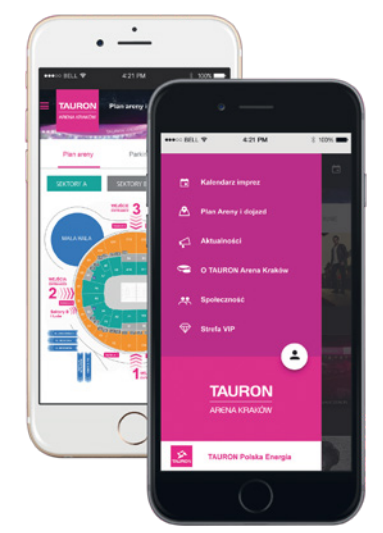
Prawa niematerialne obejmują wszystkie korzyści, jakie odnosi sponsor w formie marketingowych zastosowań, pozycjonowania, rozpoznawalności marki i obecności w mediach.

 Stale aktualizowana strona internetowa obiektu (www.tauronarenakrakow.pl), którą odwiedza blisko 2000 osób dziennie to doskonała wizytówka również dla Sponsora Tytularnego. Strona w zakresie nazwy i elementów graficznych jest dostosowywana do wymagań sponsora.

 Jesteśmy obecni w mediach społecznościowych, które wykorzystujemy także do budowania pozytywnych skojarzeń łączących sponsora z krakowską areną. Aktywny jest profil facebookowy, którego liczba fanów stale rośnie i obecnie wynosi ponad 50 tys. osób i stale rośnie.

 Kanał areny na Instagramie zjednuje sobie coraz większą rzeszę obserwujących.

Większość z wydarzeń sportowych obejmuje organizację konferencji prasowych. Wszelkie oficjalne komunikaty wydawane na piśmie lub podczas konferencji organizowanych przez operatora obiektu zawierają nazwę lub eksponują logotyp obiektu, dając możliwość utrwalenia go na materiałach stworzonych przez zaproszonych przedstawicieli mediów.



W 2017 r. uruchomiona została aplikacja mobilna, będąca elementem identyfikacji marki z miejscem. Jednym z najważniejszych rozwiązań, jakie oferuje gościom jest interaktywny plan obiektu wraz z nawigacją opartą o sieć nadajników „Beacon” rozmieszczonych wokół Areny Głównej.



## Prawa gospodarza

Prestiżową częścią areny jest strefa VIP, obejmująca cały środkowy poziom widowni. Oddzielne korytarze, łoża VIP, wykwintny catering i dedykowana obsługa pozwalają gościom poczuć się wyjątkowo.

Sponsorowi tytularnemu zostaje oddana do pełnej dyspozycji łoża VIP usytuowana w miejscu zapewniającym najlepszą widoczność oraz odbiór akustyczny. Własna aranżacja łoża VIP pozwala na prowadzenie spotkań w otoczeniu nacechowanym elementami identyfikacji wizualnej sponsora. Prawo sponsorskie pozwala na wykorzystanie łoża zarówno w dniu wydarzenia, jak i w dniach powszednich, poza wydarzeniami - dla potrzeb biznesowych.



Specjalnym prawem, zarezerwowanym jedynie dla sponsora tytularnego, jest stały dostęp do wydzielonych miejsc parkingowych znajdujących się na parkingu VIP. Miejsca usytuowane są najbliżej windy prowadzącej bezpośrednio na poziom VIP.



Sponsor tytularny ma możliwość organizowania w arenie ustalonej liczby własnych eventów, np. imprez rodzinnych, sprzedażowych czy firmowych. Przysługują mu także dodatkowe rabaty na wynajem przestrzeni w arenie, m.in. małej hali i sal konferencyjnych.





# ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY!

Ewa Nowakowska  
e-mail: [konkurs@arm.krakow.pl](mailto:konkurs@arm.krakow.pl)  
tel.: 739 455 667







**Agencja Rozwoju Miasta S.A.**

ul. Lema 7

31-571 Kraków

Tel. (+48) 12 349 11 03

E mail: board@arm.krakow.pl

#### **Redakcja**

Agencja Rozwoju Miasta S.A.

#### **Fotografie**

RedRocks Agencja Kreatywna

Agencja Fotograficzna Focus Media

Arena Catering

Funktional sp. z o.o.

Steamline Media Productions

Przemysław Czaja - Urząd Miasta Krakowa

event-factory s.c K. Koper, S. Godula

My World Poland sp. z o.o.

#### **Projekt graficzny i skład**

RedRockS Agencja Kreatywna





Agencja Rozwoju Miasta S.A.

ul. Lema 7  
31-571 Kraków

Tel. (+48) 12 349 11 03

E mail: [board@arm.krakow.pl](mailto:board@arm.krakow.pl)