



foto. AZS Białystok



Zwycięskiego składu się nie zmienia

Sport to ważny składnik zdrowego stylu życia, ale również istotna część naszej kultury. Wyśitek fizyczny jest dla wielu ludzi wspaniałym relaksem lub przeciwnie – wyzwalczem energii. Dla kibiców stanowi źródło inspiracji życiowej lub namiastkę spełnienia marzeń o zdobywaniu kolejnych rekordów. Jedno jest pewne: sport to dziedzina ciała, ale wyzwala w psychice ogromne pokłady pozytywnych emocji

Chleba i igrzysk

W obecnych czasach, kiedy życie wielkich miast przenosi się do galerii handlowych, tłumy mieszkańców przemierzają pasaż wielkich centrów i - wzorem starożytnych Rzymian – żądają chleba i igrzysk. Oczekują, że oprócz możliwości dokonania rutynowych, cotygodniowych zakupów i upolowania okazji na wyprzedażach, spotka ich tutaj coś jeszcze – słowem: pragną rozrywki. Zauważają to zarządcy galerii handlowych, którzy wyszli naprzeciw tym potrzebom, a zwłaszcza grupie klientów zorientowanych na sport. - Każda akcja czy event, jest dla nas pozytywnym zaskoczeniem pod względem zainteresowania i frekwencji. Jesteśmy zadowoleni z popularności naszych akcji, ale nie spoczywamy na laurach i szukamy coraz to nowszych i atrakcyjniejszych form ich przeprowadzania. Klienci lubią, gdy pomysł na daną akcję jest wyjątkowy i oryginalny – podkreśla Kinga Witek, dyrektor ds. marke-

tingu i PR w Gemini Park Tarnów. Walory organizowania eventów sportowych doceniają także sami sportowcy, trenerzy oraz ich otoczenie. - Wybór galerii, jako miejsca prezentacji drużyny przynosi praktycznie same korzyści: gwarantuje publiczność, pozwala dotrzeć nie tylko do sympatyków sportu – siatkówki, ale do każdego, kto w niedzielne popołudnie zwyczajnie robi zakupy. Dzięki takim akcjom zyskujemy nowych kibiców i promujemy aktywnie sport – twierdzi Łukasz Rybołowicz, manager ds. administracyjno-technicznych AZS Białystok, drużyny siatkarskiej, która gościła w białostockiej Galerii Atrium Białą.

Show edukacyjne

Rozległe przestrzenie i rozwiązania architektoniczne w galeriach handlowych sprzyjają eventom o widowiskowym charakterze, które przyciągają wzrok odwiedzających. Te atuty wykorzystała Galeria Sanowa z Prze-

myśla organizując zapierające dech w piersiach pokazy mistrzów akrobatyki i sztuki cyrkowej. Dla klientów galerii wystąpił Elite Talent Club składający się z medalistów mistrzostw świata i Europy w akrobatyce oraz fitness. Popisy pełne artystycznego wdzięku były zarazem afirmacją sprawności ludzkiego ciała. Podobnym tropem poszła Agora Bytom, która pośród sportowych atrakcji przygotowała między innymi występy hip-hopowców oraz pokazy cheerleaderek. - Dbamy również o wizualną oprawę wydarzeń – ciekawe koncepcje sceny, ekrany LED, bandy. Jednym słowem - stawiamy na show! – zapewnia Hanna Petters-Kaczmarek, marketing manager w Agorze Bytom. Z kolei Galeria Suwałki

W Gemini Park Tarnów odbyła się prezentacja drużyny, która uczestniczyła w Rajdzie Dakar



fol. Gemini Park Tarnów



Jagiellonia Białystok na stałe wpisała w swoją strategię współpracę z galeriami handlowymi, a akcje z zawodnikami zespołu będą powtarzać się w przyszłości

fol. Jagiellonia Białystok



Plaza wybrała pokaz mody sportowej oraz atrakcyjne dla oka dyscypliny jak armwrestling i pokazy walk wschodu.

Galeria Echo w Kielcach rozszerzyła sprawdzoną formułę widowiska o walory edukacyjne i możliwość treningu pod okiem mistrza. Maciej Barański, specjalista ds. marketingu w **Galerii Echo** opowiada o zaletach tak popularnej i lubianej gry, jaką jest bilard: - Okazało się, że trafiliśmy w dziesiątkę! Sukces tej dyscypliny w powiązaniu z galerią handlową wynika z kilku spraw. Po pierwsze, ten sport świetnie się ogląda z góry, z „lotu ptaka”. Mówimy tu zatem o dogodnej architekturze budynku. Kolejny atut stanowią rozgrywki na żywo – nic bardziej nie przyciąga uwagi klientów niż to, że w trakcie zakupów mogą



Sportowcy i drużyny sportowe zawsze przyciągają do galerii handlowej tłumy wiernych kibiców. Nie ma znaczenia czy będzie to prezentacja drużyny, czy też możliwość spotkania z ulubioną gwiazdą sportu

również być świadkami ciekawego wydarzenia. Dziennikarze, kamery, komentarze, to wszystko działa niczym magnes i stanowi swoistą receptę na sukces. Po trzecie, zawsze, przy każdej imprezie z bilardem prowadzone są dla klientów **Galerii Echo** warsztaty – zarówno z Mistrzami Polski, jak również Europy. Można nauczyć się podstawowych zagrań i trików, spróbować sił w świetnej atmosferze.

Kibice chcą dotknąć idola

Jednak nie tylko show jest w stanie przyciągnąć do galerii tłumy entuzjastów sportu. Może to zrobić także okazja do spotkania się na żywo z gwiazdami sportu. Dlatego Gemini Park Bielsko-Biała wiedziała z góry, że ma zapewnione tłumy kibiców, jeśli zorganizuje spotkanie ze sławnym Adamem Małyszem. Ale oprócz popularnego skoczka narciarskiego w minionym roku 2011 zaproszono jeszcze wiele innych sportowych celebrytów, i to zarówno z kraju, jak i z zagra-



W Gemini Park Bielsko-Biała w ubiegłym roku z klientami spotkał się Adam Małysz

fol. Gemini Bielsko-Biała

nicy. - Na terenie Gemini Park Tarnów odbyła się prezentacja żużlowców Tauron Azoty Tarnów, na którą przybyło ponad 2,5 tys. widzów! Gościliśmy kierowców rajdowych, żużlowców jak i mistrza świata we wspinaczce sportowej - Tomasza Oleksego. 2011 rok rozpoczęliśmy „Studiem Dakar”. Relację z Rajdu Dakar uświetnił swoją obecnością Maciej Wisławski, który w parze z Krzysztofem Hołowczyem stworzyli jeden z najbardziej utytułowanych zespołów rajdowych w Polsce. Do niego w studio dołączył Andy Mancini, wykonawca ekstremalnych skoków samochodem – rekordzista Europy, oraz rajdowy wicemistrz USA. W naszym Centrum gościli również dwaj utalentowani tarnowscy motocykliści Piotr Pasek i Patryk Kosiniak. Nie możemy również zapomnieć o Rafale Soniku, właścicielu Gemini Park Tarnów, który jest pięciokrotnym mistrzem Polski startującym na quadach w rajdach terenowych. W 2009 roku zadebiutował jako pierwszy Polak w kategorii quadów w Rajdzie Dakaru zajmując w klasyfikacji końcowej 3 miejsce, najwyższe w historii startów Polaków w Dakarze – wymienia Kinga Witek. Najważniejsze, aby zadbąć o dostępność gwiazdy dla kibiców, którzy pragną porozmawiać ze swoim idolem, wziąć autograf, uścisnąć mu dłoń czy zrobić pamiątkowe zdjęcie. Emocje kibica towarzyszące takiemu spotkaniu mogą dorównać jego radości z powodu wygranej meczu lub zdobycia medalu przez ulubionego sportowca.

Wizytówka miasta

Na czas eventów sportowych galeria handlowa może pełnić zaszczytną funkcję swoistej wizytówki miasta i skupiać uwagę mieszkańców nawet poza murami swojego budynku. Dzieje się tak za sprawą imprez organizowanych w plenerze,



Partnerstwo Polonii Bytom z Agorą Bytom jest na stałe wpisane w profil działalności drużyny i przynosi obu stronom korzyści



foto Polonia Bytom



takich jak rozmaite mecze, wyścigi czy innego rodzaju zawody rozgrywane na żywo np. na terenach parkingowych. W tej konkurencji znowu wygrywa Gemini Park Tarnów, galeria, która na swoim placu zorganizowała całą masę atrakcji: pokazy cyklotrialu i akrobacji rowerowych, Miasteczko Ruchu Drogowego z rowerowym torem przeszkód, rodzinne wyścigi gokartów, specjalny plac zabaw dla dzieci, a nawet ściankę do wspinaczki i symulatory Formuły 1. Ta sama galeria posłużyła także jako start i meta wyścigów kolarskich, których trasa przebiegała w najbliższej okolicy centrum.

Podobnie Gemini Bielsko-Biała, starając się osiągnąć tak wysoko postawionej poprzeczki, wybrała dyscyplinę mało znaną, ale za to niezwykle efektowną. Jibbing, bo o nim tu mowa, to odmiana freestyle'owej techniki jazdy na snowboardzie lub na nartach, która polega na jeździe w warunkach miejskich, czyli po poręczach, skrzyniach, ławkach czy murkach. Aby zaprezentować ten sport, na placu przed galerią zbudowano 10-metrowe rusztowanie, na którym zawodnicy popisywali się swoimi umiejętnościami w stromych zjazdach oraz niebezpiecznych skokach i saltach.

Podium bez przegranych

Eventy sportowe w galeriach handlowych to prawdziwy marketing, w którym wszystkie strony wygrywają. Można je doskonale łączyć z wieloma innymi akcjami i pomagać potrzebującym, np. w Galerii Malta w Poznaniu odbył się mecz siatkówki pod hasłem „Gramy dla Amelki”, gdzie sprzedawano „cegielki” na leczenie 2-letniej dziewczynki, chorej na wrodzoną sztywność stawów. Ponadto mecenat galerii handlowych oznacza zarazem skuteczną promocję młodych sportowych talentów, a także silną integrację lokalnej społeczności i promowanie ruchu i zdrowia dla całych rodzin. – Jesteśmy świadomi tego, że biznes to ludzie, jego twórcy i odbiorcy. Realizując nasze strategie, zawsze staramy się wspierać lokalne inicjatywy. Stawiamy przede wszystkim na

młodych i utalentowanych, dlatego zobowiązaliśmy Klub do przeznaczenia całości kwoty na wsparcie i wyposażenie grup młodzieżowych - tłumaczy Michał Tur, manager ds. marketingu Galerii Korona Kielce. Rzecz jasna przy tego typu współpracy zyskują też sami sportowcy. - Taka forma promocji na stałe wpisała się w naszą strategię. Jesteśmy otwarci na współpracę z innymi centrami handlowymi (również spoza Białegostoku). Na pewno akcje w Alfie czy też w Galerii Zielone Wzgórze nie były jednorazowymi i będą powtarzać się w przyszłości – zapewnia Mariusz Jurewski, dyrektor marketingu drużyny Jagiellonia - Białystok.

Dla samych galerii współpraca z lokalną drużyną to same plusy, bowiem mogą się one reklamować na wiele sposobów: np. loga na koszulkach i sprzęcie sportowym, billboardy na trybunach stadionów czy sklepy kibica. Zyskują też najemcy, którzy chętnie korzystają z akcji przyciągających masy klientów. - Klub Unia Leszno jako organizator imprezy zaproponował wszystkim najemcom galerii aby przyłączyli się do udziału w wydarzeniu poprzez przygotowanie rabatów dla klientów, którzy w dniu prezentacji zjawiają się w sklepie z gadżetami Unii Leszno. Część najemców chętnie wzięła udział w akcji, m.in. Asia Express, Ryłko Fashion, Oliveto, kwaciarnia Sweet Secret – wymienia Barbara Sylwia Mocek, Shopping Centre Director Galerii Leszno. Przede wszystkim jednak galerie dzięki akcjom sportowym kreują wizerunek centrum przyjaznego rodzinie, zdrowiu i kulturze fizycznej, co ma istotne znaczenie dla strategii długofalowej, a nie tylko podczas oczekiwania na EURO 2012. Z tego powodu warto wziąć sobie do serca słowa Marka Pieniążka, dyrektora drużyny piłkarskiej Polonia Bytom: - Partnerstwo z Agorą Bytom jest na stałe wpisane w nasz profil działalności i przynosi obu stronom korzyści, a jak mówi legendarny trener Manchesteru United, Alex Ferguson – zwycięskiego składu się nie zmienia.

Marta Mrowińska
Anna Alochno-Janias