



SPRAWOZDANIE
ZARZĄDU Z
DZIAŁALNOŚCI
SPÓŁKI W OKRESIE
2021-07 – 2022-06

DATA OPRACOWANIA: SIERPIEŃ 2022



SPIS TREŚCI

1. Podstawowe informacje o spółce.....	3
Dane podstawowe.....	3
Działalność spółki	3
Władze spółki	3
2. Sytuacja finansowa Spółki	4
Ocena sytuacji finansowej.....	4
Przewidywana sytuacja finansowa Spółki w okresie od 01 lipca 2022 do 30 czerwca 2023	9
3. Zdarzenia istotne wpływające na działalność spółki, które wystąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu	10
4. Podsumowanie osiągnięć w roku obrotowym	11
Awans do drugiej ligi!!!	11
Nowy system do sprzedaży biletów i karnetów.....	12
Nowa oferta w sklepie online.....	13
5. Polonia Warszawa – mocne i słabe strony	14
6. Dane dotyczące sprzedaży karnetów i średniej frekwencji.....	16
7. Nasze plany stadionowe	17
8. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju.....	18
9. Informacje dotyczące nabycia akcji własnych	18
10. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń.....	18
11. Załącznik – Misja, cele i wartości Polonii Warszawa	20
12. Załącznik – Struktura udziałowców	23



1. PODSTAWOWE INFORMACJE O SPÓŁCE

Dane podstawowe

Polonia Warszawa Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie powołana została aktem notarialnym (Rep. A nr 4368/2014) sporządzonym 27 maja 2014 roku.

Polonia Warszawa Sp. z o.o. zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, wpisana została w dniu 16 września 2014 roku pod numerem KRS 0000943946.

- **Nazwa:** POLONIA WARSZAWA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
- **Forma prawna:** spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- **Siedziba:** Warszawa
- **Adres:** ul. Konwiktorska 6/205, 00-206 Warszawa
- **Telefon:** +48 22 746 92 62
- **Adres poczty elektronicznej:** biuro@kspolonia.pl
- **Adres strony internetowej:** www.kspolonia.pl

Działalność spółki

Spółce nadano numer statystyczny REGON: 147440802. Czas trwania Spółki jest nieoznaczony, a niniejsze sprawozdanie obejmuje okres od 01 lipca 2021 roku do 30 czerwca 2022 roku.

W okresie obrotowym Spółka kontynuowała działalność zgodnie z obowiązującym prawem oraz uchwałami Zgromadzenia Wspólników. Głównym przedmiotem działalności Spółki jest prowadzenie i utrzymywanie Klubu Polonia Warszawa, który mimo awansu do 2 ligi i odnoszonych sukcesów na polu sportowym, w chwili obecnej przynosi straty finansowe rzędu ponad 2 milionów złotych.

Pełne dane dotyczące wyników finansowych Spółki w okresie obejmowanym przez sprawozdanie:

- Suma przychodów w okresie obrotowym wyniosła: 2 553 979 PLN
- Suma bilansowa: 1 135 311 PLN
- Rachunek zysków i strat wykazuje stratę netto w wysokości: 2 361 729 PLN
- Zestawienie zmian w kapitale (funduszu) własnym wykazuje zmniejszenie kapitału własnego o kwotę: 2 361 729 PLN
- Rachunek przepływów pieniężnych wykazuje zmniejszenie środków pieniężnych o kwotę: 1 151 940 PLN
- Przeciętna liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełny etat (umowy o pracę): 3

Władze spółki

Zarząd spółki jest dwuosobowy. W skład Zarządu Spółki wchodzi:

- Gregoire Nitot - Prezes Zarządu
- Bartłomiej Dryl – Członek Zarządu

W roku obrotowym Zarząd Spółki nie otrzymywał wynagrodzenia z tytułu pełnionej funkcji.

2. SYTUACJA FINANSOWA SPÓŁKI

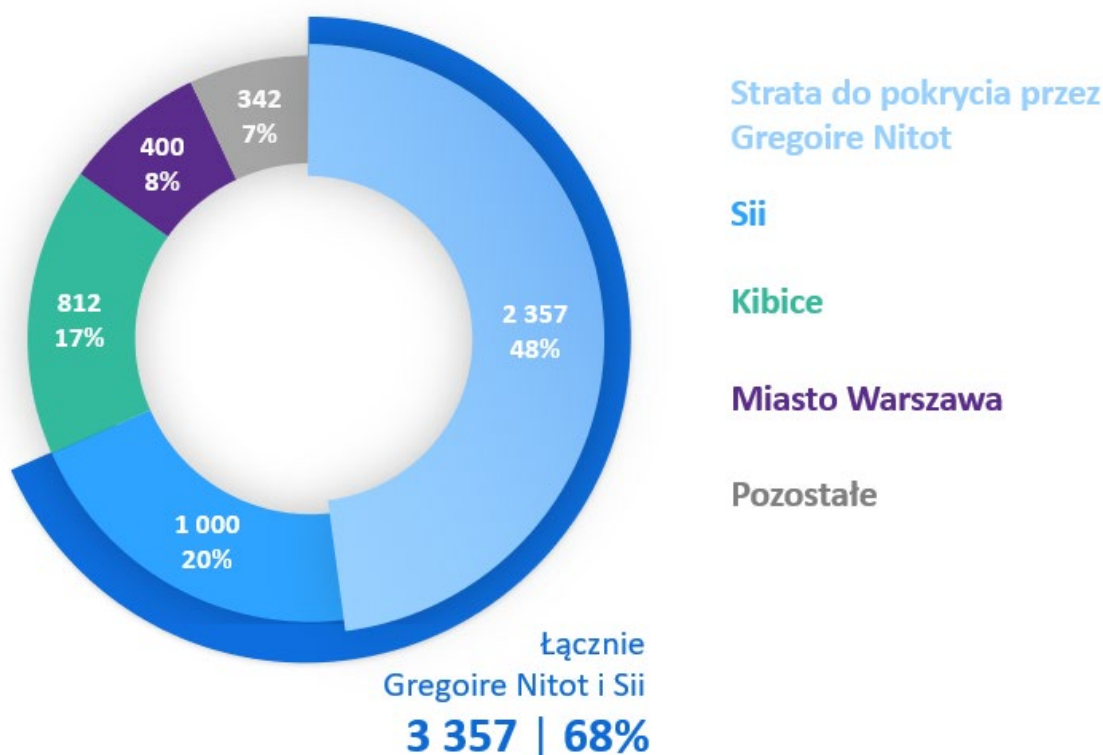
Ocena sytuacji finansowej

Utrzymanie stabilnej sytuacji finansowej Spółki było możliwe dzięki podjęciu w dniu 26 listopada 2020 przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy uchwały o podwyższeniu kapitału zakładowego Spółki, na mocy której główny akcjonariusz objął akcje serii K o wartości 4 000 000 PLN. Z kolei zachowanie płynności finansowej Spółki w roku obrotowym 2021/2022 jest wynikiem wpłaty przez głównego akcjonariusza Spółki 1 000 000 PLN zaliczki na poczet pokrycia wkładu pieniężnego na nowe udziały w Spółce.

Łączna wartość dokapitalizowania przez Pana Gregoire'a Nitota od marca 2020 do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania wyniosła 8 520 500 PLN.

Wpłacony przez głównego akcjonariusza kapitał służy do regulowania bieżących zobowiązań, ponieważ Spółka generuje straty, nie będąc w stanie pokrywać bieżących kosztów przychodami z działalności podstawowej.

W okresie od 01 lipca 2021 do 30 czerwca 2022 źródła pokrycia kosztów bieżącej działalności wyglądały następująco (w tys. PLN):



Głównym źródłem pokrywania kosztów jest kapitał wpłacony przez głównego akcjonariusza Spółki oraz wpływy od Sponsora Strategicznego, firmy Sii Sp. z o.o., które stanowią 68% niezbędnych środków finansowych do pokrycia bieżących kosztów funkcjonowania Spółki.

Poniżej przedstawiono rentowność poszczególnych Działów

Wykonanie 2021 – 2022	Przychody	Koszty	Wynik
łącznie	2,6 mln	4,9 mln	- 2,4 mln
Dział sportowy		3,0 mln	- 3,0 mln
Wynagrodzenia zawodników i sztabu		1.950 tys.	
Pozostałe koszty Działu Sportowy		630 tys.	
Bonusy za mecze i awans		450 tys.	
Kibice	812 tys.	801 tys.	11 tys.
Stadion / dni meczowe	391 tys.	370 tys.	21 tys.
Gastronomia	258 tys.	336 tys.	- 78 tys.
Sprzedaż produktów / gadżetów	110 tys.	75 tys.	35 tys.
Transmisje meczów	53 tys.	20 tys.	33 tys.
Sprzedaż, PR, komunikacja i marketing	1,4 mln	70 tys.	1,3 mln
Sponsor Sii Sp. z o.o.	1 mln		
Sponsor Miasto st. Warszawa	400 tys.		
Pozostałe	20 tys.	70 tys.	
Akademia i zespół rezerw Polonii	12 tys.	436 tys.	- 424 tys.
Finanse i administracja, dział prawny		306 tys.	- 306 tys.
Pozostałe	310 tys.	258 tys.	52 tys.

Zidentyfikowane obszary generujące straty w roku obrotowym 2021/2022:

- niskie obroty działalności gastronomicznej, które nie były w stanie pokryć kosztów stałych i wygenerowały stratę na poziomie 78 tys. PLN
- trudności w sprzedaży odzieży klubowej i gadżetów w związku z konkurencyjną działalnością grupy Ultras Enigma

W pozycji „Pozostałe” znajdują się przychody związane z:

- transferami i ekwiwalentami za Zawodników pierwszego Zespołu,
- darowizną firmy Transcolor przeznaczoną na bonusy dla Zawodników za awans do II Ligi
- korekty odpisów aktualizujących za poprzedni rok obrotowy 2020/21

W pozycji „Pozostałe” znajdują się pozostałe koszty operacyjne, w tym:

- korekty odpisów aktualizujących za poprzedni rok obrotowy 2020/21
- odpisy aktualizujące związane z brakiem dokumentów księgowych od kontrahentów



Celem długoterminowym i docelowym jest pokrycie co najmniej 25% bieżących kosztów funkcjonowania Klubu poprzez zwiększenie przychodów w pozycji „Kibice”.

Planowany awans do wyższych lig (Fortuna 1 liga, Ekstraklasa) umożliwi pozyskiwanie nowych środków finansowych z dodatkowych obszarów:

- Przychody z praw do transmisji meczów
- Dodatkowi Sponsorzy inni niż Sii

W poniższych tabelach zaprezentowane zostały wybrane dane finansowe obrazujące sytuację majątkową oraz finansową Spółki

Wybrane dane finansowe w PLN	Za okres od 01.07.2020 do 30.06.2021	Za okres od 01.07.2021 do 30.06.2022	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
Przychody netto ze sprzedaży	1 736 877	2 465 767	728 890	42,0%
Koszt działalności operacyjnej	3 289 353	4 653 994	1 364 640	41,5%
Zysk (strata) ze sprzedaży	-1 552 476	-2 188 226	-635 749	41,0%
Pozostałe przychody operacyjne	86 227	88 211	1 984	2,3%
Pozostałe koszty operacyjne	108 695	257 481	148 786	136,9%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-1 574 944	-2 357 495	-782 551	49,7%
Zysk (strata) brutto	-1 579 667	-2 361 729	-782 061	49,5%
Zysk (strata) netto	-1 579 667	-2 361 729	-782 061	49,5%
Zobowiązania długoterminowe	0	0	0	0,0%
Zobowiązania krótkoterminowe	142 127	1 679 538	1 537 411	1081,7%
Kapitał własny	1 714 217	-647 512	-2 361 729	-137,8%
Kapitał podstawowy	8 441 000	8 441 000	0	0,0%

Koszty rodzajowe	Za okres od 01.07.2020 do 30.06.2021	Za okres od 01.07.2021 do 30.06.2022	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
Amortyzacja	9 114	9 114	0	0,0%
Zużycie materiałów i energii	219 145	431 942	212 797	97,1%
Usługi obce	1 852 074	2 678 681	826 606	44,6%
Podatki i opłaty	35 512	22 640	-12 871	-36,2%
Wynagrodzenia	965 212	1 335 212	369 999	38,3%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	97 784	48 435	-49 349	-50,5%
- w tym emerytalne	0	0	0	0,0%
Pozostałe koszty rodzajowe	110 510	127 968	17 457	15,8%



Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0	0	0	0,0%
Koszty według rodzaju razem	3 289 353	4 653 994	1 364 640	41,5%

Poz.	Aktywa	Stan na dzień 30.06.2021	Stan na dzień 30.06.2022	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
A	Aktywa trwałe	19 738	10 624	-9 114	-46,2%
I.	Wartości niematerialne i prawne	0	0	0	0,0%
II.	Rzeczowe aktywa trwałe	19 738	10 624	-9 114	-46,2%
III.	Należności długoterminowe	0	0	0	0,0%
IV.	Inwestycje długoterminowe	0	0	0	0,0%
V.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	0	0	0	0,0%
B.	Aktywa obrotowe	1 879 784	1 124 687	-755 096	-40,2%
I.	Zapasy	17 046	45 478	28 431	166,8%
II.	Należności krótkoterminowe	122 154	474 418	352 263	288,4%
III.	Inwestycje krótkoterminowe	1 736 682	584 742	-1 151 940	-66,3%
IV.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	3 900	20 048	16 148	414,0%
	Razem aktywa	1 899 522	1 135 311	-764 210	-40,2%

Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Należności krótkoterminowe (bieżące, nieprzeterminowane)

- Miasto Stołeczne Warszawa: 200 tys. PLN
- PayU: 87 tys. PLN
- Inne

Inwestycje krótkoterminowe

- Środki pieniężne: 518 tys. PLN
- Pożyczka Akademia Polonii Warszawa: 66 tys. PLN

Poz.	Pasywa	Stan na dzień 30.06.2021	Stan na dzień 30.06.2022	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
A	Kapitał własny	1 714 217	-647 512	-2 361 729	-137,8%
I.	Kapitał podstawowy	8 441 000	8 441 000	0	0,0%
II.	Kapitał zapasowy	5 134 730	5 134 730	0	0,0%
III.	Zysk (strata) z lat ubiegłych	-10 281 845	-11 861 512	-1 579 667	15,4%
IV.	Pozostały kapitał rezerwowy	0	0	0	0,0%
V.	Zysk (strata) netto	-1 579 667	-2 361 729	-782 061	49,5%
B.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	185 305	1 782 823	1 597 518	862,1%
I.	Rezerwy na zobowiązania	43 178	103 285	60 107	139,2%
II.	Zobowiązania długoterminowe	0	0	0	0,0%



III.	Zobowiązania krótkoterminowe	142 127	1 679 538	1 537 411	1081,7%
IV.	Rozliczenia międzyokresowe	0	0	0	0,0%
	Pasywa razem	1 899 522	1 135 311	-764 210	-40,2%

Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Rezerwy na zobowiązania

- Rezerwy na bonusy roczne pracowników za realizację wyznaczonych celów

Zobowiązania krótkoterminowe

- Wpłaty głównego Inwestora na poczet objęcia udziałów w kwocie 1.000.000 PLN, które po objęciu udziałów zwiększą Kapitał własny Spółki
- Bieżące wynagrodzenie zawodników i pracowników za miesiąc czerwiec 2022

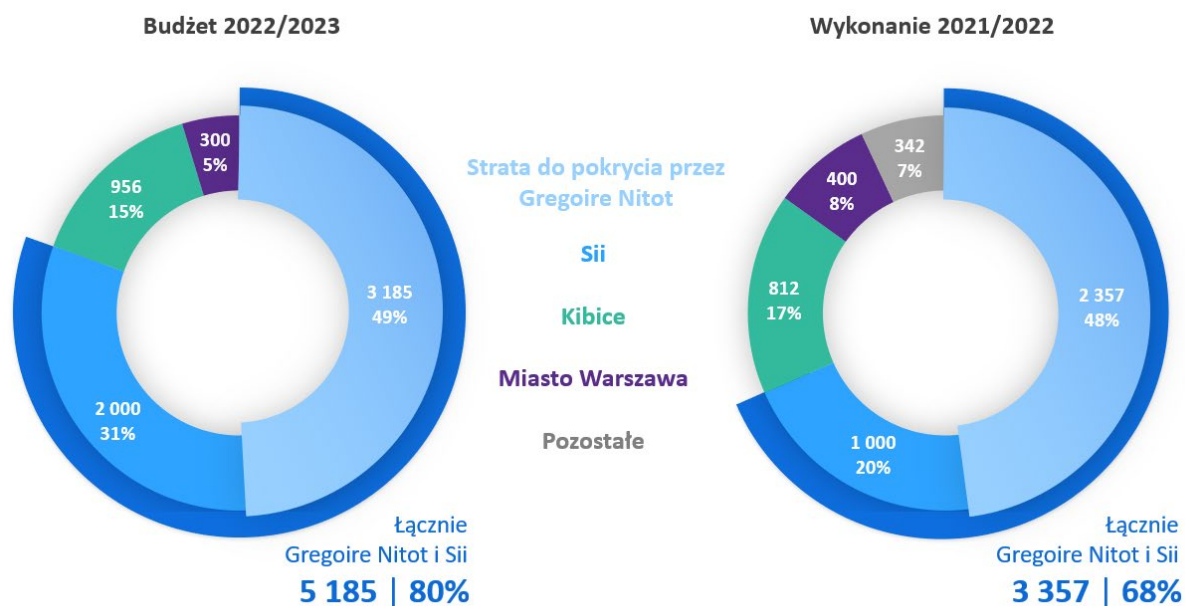


Przewidywana sytuacja finansowa Spółki w okresie od 01 lipca 2022 do 30 czerwca 2023

W roku obrotowym od 01 lipca 2022 do 30 czerwca 2023 Spółka planuje odnotować koszty działalności operacyjnej w kwocie ok. **6,4 mln. PLN.**

Przyjęto następujące założenia budżetowe:

Budżet 2022 - 2023	Przychody	Koszty	Wynik
łącznie	3,2 mln	6,4 mln	- 3,2 mln
Dział sportowy		4,8 mln	- 4,8 mln
Wynagrodzenia zawodników i sztabu		3.300 tys.	
Pozostałe koszty Działu Sportowego		950 tys.	
Bonusy za mecze i awans		550 tys.	
Kibice	956 tys.	826 tys.	130 tys.
Stadion / dni meczowe	430 tys.	360 tys.	70 tys.
Gastronomia	400 tys.	390 tys.	10 tys.
Sprzedaż produktów / gadżetów	120 tys.	72 tys.	48 tys.
Transmisje meczów	6 tys.	4 tys.	2 tys.
Sprzedaż, PR, komunikacja i marketing	2,3 mln	64 tys.	2,2 mln
Sponsor Sii Sp. z o.o.	2 mln		
Sponsor Miasto st. Warszawa	300 tys.		
Pozostałe		64 tys.	
Akademia i zespół rezerw Polonii	0 tys.	521 tys.	- 521 tys.
Finanse i administracja, dział prawny		230 tys.	- 230 tys.
Pozostałe	0 tys.	0 tys.	0 tys.



W budżecie za rok obrotowy 2022/2023 zaplanowano następujące źródła pokrycia kosztów bieżącej działalności (w tys. PLN) w porównaniu z wykonaniem roku obrotowego 2021/2022:

Zdarzenia istotne wpływające na działalność spółki, które wystąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu

Kontynuacja nieprzerwanej działalności Spółki oraz regulowanie bieżących zobowiązań w roku obrotowym 2021/2022 były możliwe dzięki:

- Dokapitalizowaniu Klubu przez głównego akcjonariusza, tj. Pana Gregoire'a Nitota, kwotą 1 000 000 PLN na poczet zaliczki pokrycia wkładu pieniężnego na nowe udziały w Spółce
- Podpisaniu aneksu przedłużającego umowę o wartości 1 000 000 PLN netto pomiędzy Klubem a Sii Sp. z o.o. na okres sezonu 2021/2022



3. PODSUMOWANIE OSIĄGNIĘĆ W ROKU OBROTOWYM

Awans do drugiej ligi!!!

Podniesienie jakości sportowej Klubu w sezonie 21/22 przyniosło Polonii Warszawa serię zwycięstw i awans do wyższej ligi po starciu z ówczesnym liderem tabeli Legionovią Legionowo.

Poz.	Drużyna	Pkt.	Bramki
1.	Polonia Warszawa	81	80-27
2.	Legionovia Legionowo	80	76-39
3.	Świt Nowy Dwór Mazowiecki	59	58-46
4.	Legia II Warszawa	58	77-55
5.	Błonianka Błonie	57	61-62
6.	Lechia Tomaszów Mazowiecki	56	63-48
7.	ŁKS II Łódź	54	63-52
8.	Ursus Warszawa	53	53-63
9.	Jagiellonia II Białystok	52	66-58
11.	Unia Skierniewice	49	60-58
12.	Pelikan Łowicz	46	57-46
13.	Pilica Białobrzegi	45	57-72
14.	KS Kutno	43	49-64
15.	Mamry Giżycko	42	43-68
16.	GKS Wiekielec	42	42-53
17.	Znicz Biała Piska	42	55-69
18.	Sokół Aleksandrów Łódzki	25	36-64
19.	Wissa Szczuczyn	21	28-73

Nowy system do sprzedaży biletów i karnetów

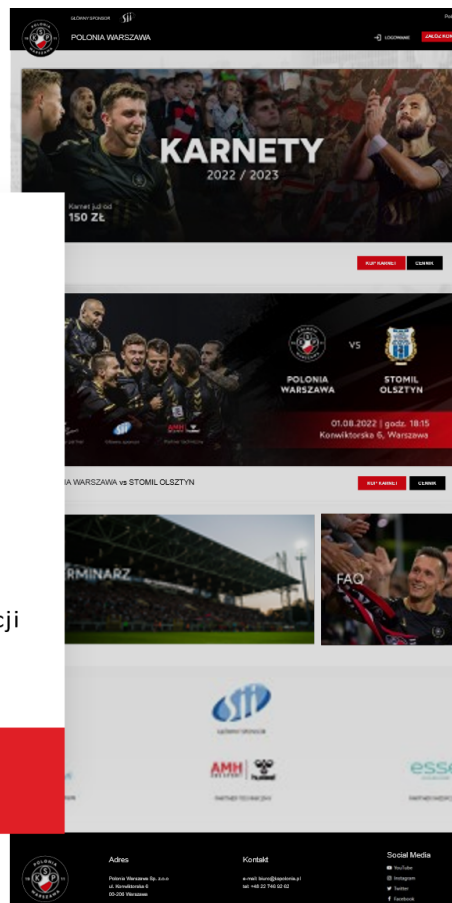
Wdrożenie nowego systemu zapewniło nie tylko optymalizację sprzedaży biletów i karnetów, ale oferuje również wprowadzenie dodatkowych rozwiązań, które podnoszą jakość obsługi i user experience kibiców.



Nowy System Biletowy – dodatkowe korzyści dla kibiców!

- Szybki i wygodny zakup biletów również przez telefon
- Możliwość wyboru i zmiany miejsca na stadionie
- Dostęp do wszystkich zakupionych biletów/karnetów w historii konta
- Wejście na stadion za okazaniem wersji cyfrowej biletu/karnetu na telefonie
- Możliwość otrzymania biletu na wiadomość SMS
- Szybsza finalizacja zakupu dzięki możliwości integracji z GooglePay/Wallet

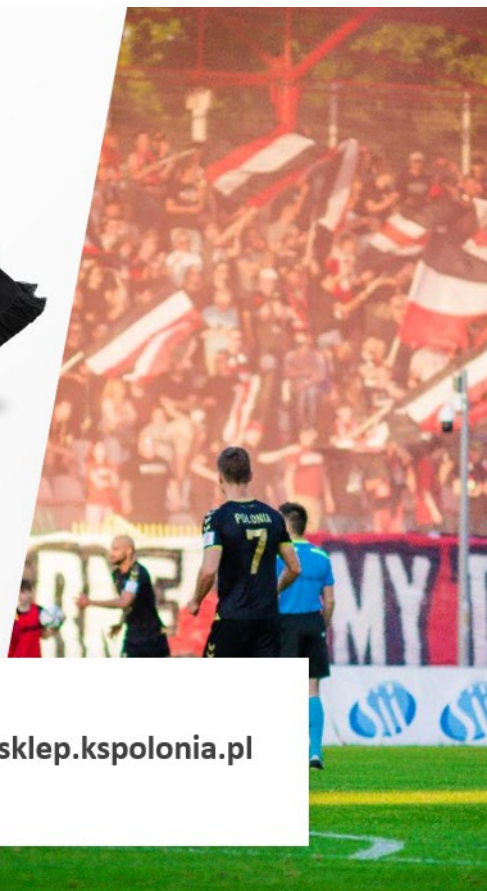
Załącz konto biletowe i korzystaj z udogodnień!



Celem w obecnym sezonie rozgrywkowym jest sprzedaż minimum **1 000** karnetów oraz osiągnięcie frekwencji na meczach powyżej **1 800** kibiców.

Nowa oferta w sklepie online

Nowe artykuły promocyjne
i gadżety na nowy sezon



Poznaj naszą ofertę na sklep.kspolonia.pl



Klub sukcesywnie poszerza swoją merchandisingową ofertę dla kibiców w sklepie online, wprowadzając do sprzedaży nowe gadżety i odzież klubową.

4. POLONIA WARSZAWA – MOCNE I SŁABE STRONY

MOCNE STRONY

1. Znana i rozpoznawalna marka Polonii Warszawa – Klubu z imponującą historią.
2. Gregoire Nitot jako Właściciel i Prezes Klubu:
 - a. Zapewnia stabilność finansową (prywatna inwestycja ponad 8 mln złotych w przeciągu ostatnich 3 lat)
 - b. Doświadczenie biznesowe pozwalające zbudować efektywny i dobrze zorganizowany w Klubie:
 - i. Dział Administracji, Organizacji i Finansów (prowadzony przez Bartłomieja Dryła)
 - ii. Dział Sportowy (prowadzony przez Piotra Kosiorowskiego, Rafała Smalca i jego sztab)
 - iii. Dział Prawny, Marketingu, Sprzedaży, Komunikacji i IT
 - c. Pozyskanie Sii Polska jako sponsora strategicznego:
 - i. Sii przekazuje Klubowi środki finansowe w ramach sponsoringu
 - ii. Część pracowników Sii jest zaangażowana w odbudowę Klubu (specjaliści ds. marketingu, prawa, finansów, IT)
3. Oddani i pomocni kibice, którzy uczestniczą w promocji dni meczowych oraz zakupie biletów sezonowych na trybuny A, B i C.
4. Potencjał Warszawy jako największego i najbogatszego miasta i stolicy Polski:
 - a. Przewaga pod względem liczby kibiców i potencjalnych sponsorów w porównaniu z klubami zlokalizowanymi w mniejszych miastach
 - b. Duża przestrzeń dla silnych sportowych marek (każda stolica europejska, oprócz Paryża, ma co najmniej 2 kluby w najwyższej lidze piłkarskiej, Warszawa nie powinna odbiegać od tych standardów)
5. Świetna lokalizacja stadionu w centrum Warszawy, z łatwym dojazdem dla kibiców wieloma środkami komunikacji miejskiej (metro, autobus, tramwaj).
6. Akademia MKS, która ma 3 drużyny w CLJ i wielu utalentowanych graczy.

☹ SŁABE STRONY

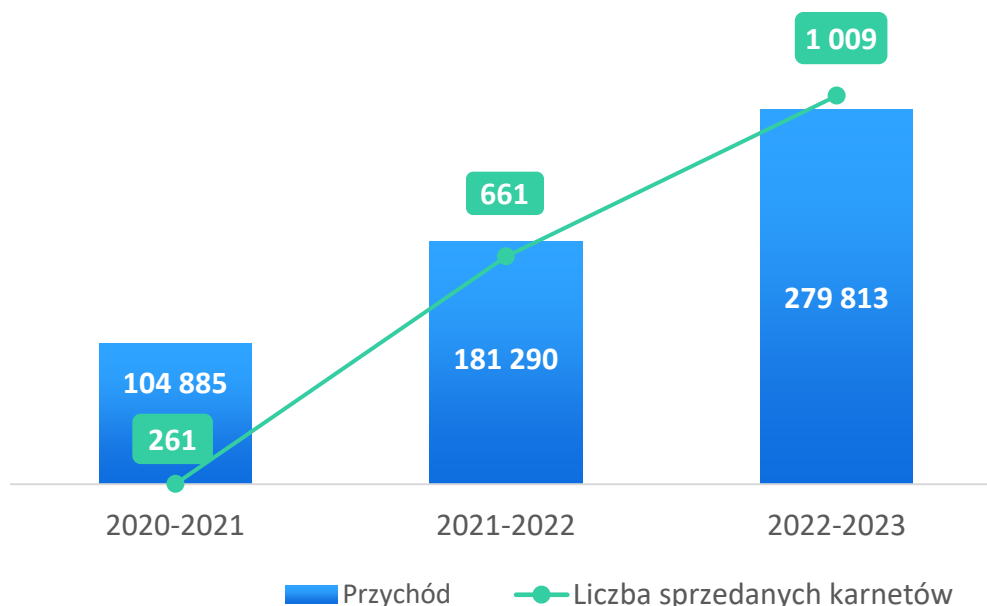
1. Comiesięczne straty finansowe, brak stabilności i możliwości samodzielnego funkcjonowania bez finansowania przez Właściciela, Gregoire'a Nitota:
 - a. Zbyt mały udział w pokryciu kosztów funkcjonowania Klubu generowany przez Kibiców (jedynie 17% gdzie docelowo koszty te powinny być pokrywane w minimum 25%)
 - b. Bardzo niska wartość wsparcia finansowego od władz Miasta st. Warszawa w porównaniu z naszymi rywalami z 2 ligi uzyskującymi większe dotacje.
 - c. Wysokie koszty najmu stadionu podczas dni meczowych oraz wysokie koszty najmu boiska pod treningi pierwszego zespołu (rywale Klubu z 2 ligi często nie ponoszą tego typu kosztów dzięki wsparciu lokalnych władz miejskich np. brak opłat za korzystanie z boisk treningowych oraz organizacji dni meczowych).
 - d. Brak sponsorów poza Sii Polska (Klub stara się rozwiązać ten problem poprzez zatrudnienie nowego Dyrektora ds. Sprzedaży, Marketingu i Komunikacji).
 - e. Brak możliwości pozyskiwania środków z PJS (Pro Junior System) w związku ze współistnieniem dwóch podmiotów MKS i Polonia Warszawa.
 - f. Nasz Bar Czarna Koszuła generujący stratę finansową.
 - g. Wyższe koszty organizacji meczów o statusie „podwyższonego ryzyka” z powodu kilku absurdalnych i głupich incydentów grupy kibiców (wyższe koszty ochrony, brak możliwości sprzedaży alkoholu)
2. Stadion:
 - a. Klub nie posiada ekskluzywnych łóż biznesowych z dobrej jakości gastronomią do zaoferowania sponsorom. Utrudnia to pozyskanie nowych sponsorów, którzy nie mają możliwości np. zapraszania swoich partnerów biznesowych na mecze.
 - b. Brak odpowiedniej przestrzeni dla pracowników. W dyspozycji Klubu znajduje się niereprezentacyjne pomieszczenie biurowe o zbyt małej powierzchni, które nie posiada sali konferencyjnej do spotkań z partnerami biznesowymi i potencjalnymi sponsorami. (Najlepsze pomieszczenia zlokalizowane na parterze stadionu są użytkowane przez Aktywną Warszawę i Honorowego Prezesa, a nie przez Klub).
 - c. Stadion jest przestarzały technologicznie i architektonicznie oraz posiada zbyt małą pojemność jak na warunki pierwszej ligi i Ekstraklasy (nie spełnia wymogów licencyjnych PZPN i UEFA).
 - d. Zły UX (User Experience) dla kibiców podczas dni meczowych, np. brak normalnych toalet spełniających odpowiednie standardy (obecnie do dyspozycji odwiedzających dostępne są jedynie TOI TOI).
 - e. Stadion K6 nie jest zarządzany przez Klub tylko przez niezależną od Klubu spółkę miejską (Aktywna Warszawa).
3. Sport:
 - a. Brak swobodnego przepływu zawodników w weekendy pomiędzy pierwszą drużyną, drużyną rezerw czy drużynami w Centralnej Lidze Juniorów w związku ze współistnieniem dwóch podmiotów: MKS i Polonia Warszawa.

- b. Brak własnej bazy treningowej, szatni dla zawodników, siłowni, sali konferencyjnej z ekranami, gabinetów do masażu etc. Nie ma wystarczającej liczby boisk treningowych (zarówno dla zespołów seniorskich, jak i Akademii).
4. Silny rywal w postaci Legii. Niektórzy potencjalni sponsorzy w obawie przed konsekwencjami ze strony kibiców Legii rezygnują ze wsparcia Polonii, a fani Polonii boją się nosić barwy Klubu na ulicach (kilku agresywnych chuliganów Legii próbuje bić naszych kibiców po meczach. Ale też mała grupa naszych kibiców jest czasami agresywna wobec kibiców innych drużyn, co stwarza problemy dla naszego klubu. Chuligani stanowią ogólnie duży problem w polskiej piłce).
 5. Brak integracji pod względem zarządzania, marketingu i komunikacji, oferty sponsoringowej, CRM czy systemu biletowego różnych społeczności / organizacji / sekcji Polonii Warszawa (MKS, SKK, KKS, UKP, Klub Szachowy).
 6. Trudności ze sprzedażą odzieży klubowej i gadżetów w związku z konkurencyjną działalnością grupy Ultras Enigma.

5. DANE DOTYCZĄCE SPRZEDAŻY KARNETÓW I ŚREDNIEJ FREKWENCJI

Klub odnotowuje sukcesywny wzrost liczby sprzedanych karnetów w perspektywie ostatnich trzech sezonów:

- w sezonie 2021/2022 wzrost o **253%** względem poprzedniego
- w sezonie 2022/2023 wzrost o **53%** względem poprzedniego



Podobnie wygląda to w przypadku średniej frekwencji na poszczególnych meczach:

- w rundzie wiosennej 2021/2022 wzrost o **62%** względem poprzedniej rundy (runda, w której odbył się mecz z Legionovią Legionowo mający decydujący wpływ na awans zespołu do 2 Ligi)

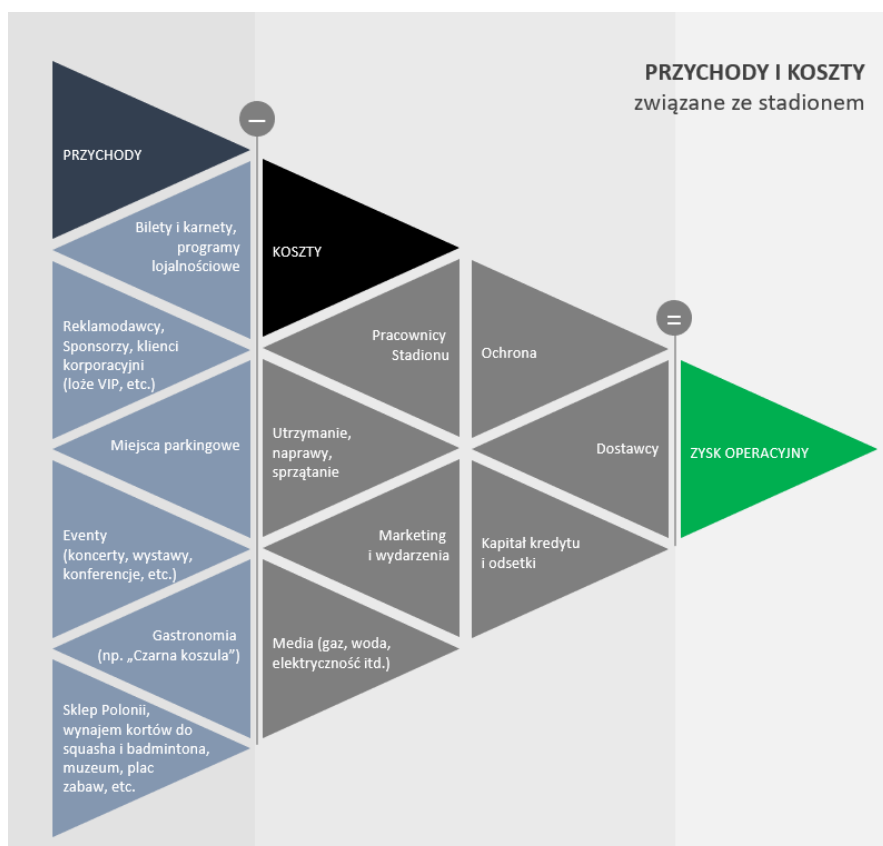
- w rundzie jesiennej 2022/2023 wzrost o **39%** względem poprzedniej rundy (pierwsza runda w 2 Lidze)



6. NASZE PLANY STADIONOWE

Głównym celem działalności Spółki jest osiągnięcie stabilności finansowej. Żeby było to możliwe konieczna jest możliwość sukcesywnego zwiększania przychodów związanych z eksploatacją stadionu i generowania zysku operacyjnego, niezbędnego dla prawidłowego funkcjonowania Klubu.

Strukturę przychodów i kosztów ilustruje poniższy graf:



Należy zaznaczyć, że bez zysków płynących z zarządzania stadionem (zielony trójkąt), Polonia nie ma szans na utrzymanie stabilności finansowej Klubu.

Klub musi być Zarządcą całego obiektu łącznie ze stadionem, halą, parkingiem, gastronomią, lożami, szatniami, biurem oraz boiskiem treningowym, tzw. "Saharą", w celu zapewnienia Klubowi środków na jego rozwój.

Plany Klubu dotyczące stadionu



Przejęcie zarządzania boiskiem głównym na K6 od Aktywnej Warszawy



Zbudowanie nowego obiektu na K6



7. WAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA W DZIEDZINIE BADAŃ I ROZWOJU

Spółka nie prowadziła prac badawczych i rozwojowych.

8. INFORMACJE DOTYCZĄCE NABYCIA AKCJI WŁASNYCH

Spółka nie nabywała akcji własnych.

9. OPIS ISTOTNYCH CZYNNIKÓW RYZYKA I ZAGROŻEŃ

Poniżej przedstawiono listę czynników ryzyka i zagrożeń mogących mieć wpływ na realizację założeń budżetowych na rok obrotowy w okresie od 01 lipca 2022 do 30 czerwca 2023:

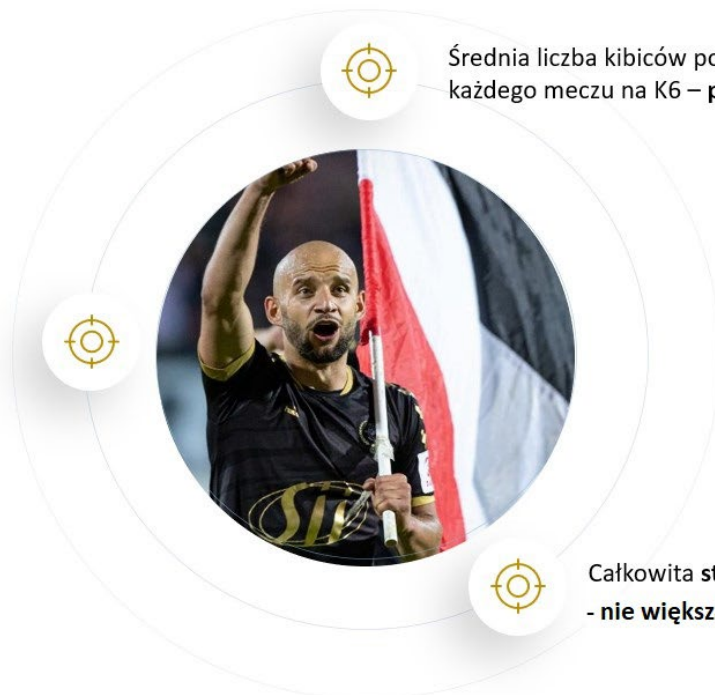
- Największe ryzyko Klubu to wycofanie się głównego udziałowca, Pana Gregoire'a Nitota z finansowania i zarządzania Klubem, które doprowadziłoby do ponownego bankructwa Polonii Warszawa.

W obecnym roku obrotowym Klub stawia sobie 3 cele strategiczne, które prezentujemy poniżej.



Wnioski – główne cele na kolejny rok

Top 6,
minimum baraż



Średnia liczba kibiców podczas
każdego meczu na K6 – **powyżej 1 800**

Całkowita strata finansowa
- **nie większa niż 3,2 MLN**

Warszawa, 31 sierpnia 2022 r., Zarząd w składzie:

Gregoire Nitot

Gregoire Nitot – Prezes Zarządu

Bartłomiej Dryl

Bartłomiej Dryl – Członek Zarządu



10. ZAŁĄCZNIK – MISJA, CELE I WARTOŚCI POLONII WARSZAWA

Prezentujemy naszą misję, 6 strategicznych celów i 10 podstawowych wartości, które są duszą Polonii Warszawa. Obowiązują one nie tylko pracownikom i zawodnikom – chcemy je także zaszczepić u kibiców.

MISJA

Dajemy radość i dostarczamy silnych emocji naszym kibicom, którzy współdzielą z nami wartości, oraz budujemy silną i pozytywną markę Polonia Warszawa nie tylko w Polsce, ale i na całym świecie!

6 CELÓW STRATEGICZNYCH

1. **Stabilność finansowa:** Naszym głównym celem jest utrzymanie stabilności finansowej, gwarantującej rentowność Klubu. Bez niej nie możemy realizować naszej misji, osiągać pozostałych celów strategicznych, rekrutować dobrych zawodników i budować silnej drużyny piłkarskiej. W celu zapewnienia stabilności finansowej Polonii Warszawa absolutnie konieczne jest umożliwienie Klubowi czerpania zysków z działań wspieranych przez kibiców, np. sprzedaży biletów, gadżetów czy cateringu podczas dni meczowych.
2. **Wygrywanie:** Walczymy o to, aby osiągać najlepsze wyniki i wygrywać z rywalami, których darzymy szacunkiem, ponieważ są dla nas inspiracją i motywacją do jeszcze cięższej pracy, a także do doskonalenia się każdego dnia.
3. **Budowanie społeczności kibiców:** Dążymy do tego, aby stale poszerzać grupę fanów i sympatyków Klubu. Chcemy, aby, dzięki wspólnej pasji, Polonia Warszawa zbliżała do siebie ludzi tworzących zintegrowaną społeczność, która czerpie radość ze wspólnego kibicowania i motywującą zawodników.
4. **Promowanie naszych wartości:** Nasze wartości to nasz moralny kompas – pracownicy i zawodnicy kierują się nimi każdego dnia. Podejmujemy wszelkie starania, aby przejęli je także nasi kibice, ponieważ chcemy, aby piłka nożna przynosiła pozytywne emocje, a stadion był miejscem bezpiecznym dla każdego bez wyjątku.
5. **Zaszczepienie pasji do sportu w młodych ludziach:** Stworzymy Akademię Piłkarską Polonii Warszawa, otwartą dla wszystkich dzieci i młodzieży, bez względu na ich umiejętności i status materialny. Nauczymy ich gry w piłkę nożną, prześlemy nasze wartości i wykształcimy postawę sportową.
6. **Budowanie narodowej dumy ze sportu:** Naszym długoterminowym marzeniem jest zbudowanie najlepszej polskiej drużyny piłki nożnej, z której mieszkańcy Warszawy i całego kraju będą dumni. Chcemy, aby Polonia Warszawa była marką znaną na całym świecie, która poprzez świetne wyniki i pozytywne wartości zwiększy rozpoznawalność naszego kraju za granicą.



10 PODSTAWOWYCH WARTOŚCI KLUBU

1. **Ambicja i duch walki** – Jesteśmy głodni zwycięstwa. Naszym celem jest wygrywanie, a ponad wszystko chcemy prześcignąć naszych rywali – dążymy do tego w pełnym skupieniu i z zimną krwią. Rywalizacja to główny powód, dla którego kochamy ten sport! Zawsze stawiamy sobie ambitne cele, do których wytrwale dążymy. Nigdy nie jesteśmy w pełni zadowoleni z naszych wyników i ciągle szukamy sposobów, abyśmy stawali się jeszcze lepsi. Nigdy się nie poddajemy i walczymy do ostatniej kropli potu!
2. **Duch zespołu i solidarność** – Zawodnicy, trenerzy, pracownicy Klubu i kibice to zjednoczona społeczność – działamy wspólnie, aby osiągać nasze cele. Bez względu na wyniki sportowe pozostajemy lojalni wobec naszego Klubu i stoimy za naszym zespołem murem. Możemy na siebie liczyć zarówno w dobrych, jak i w gorszych chwilach – wspólnie cieszymy się, gdy wygrywamy i pocieszamy się nawzajem, kiedy przegrywamy. Kierujemy się empatią, która pozwala nam docenić perspektywę i poglądy innych osób. Nie pozwalamy, aby różnice w opiniach odwracały naszą uwagę od tego, do czego dążymy jako zespół, ponieważ jesteśmy społecznością, którą łączą cele i poczucie wspólnoty. Różnorodność uznajemy za nasz atut, dzięki któremu możemy się rozwijać. Wiemy, że znacznie więcej możemy osiągnąć razem. Pomimo konstruktywnych konfliktów między członkami zespołu, zawsze szukamy kompromisów i stawiamy dobro ogółu ponad dobro jednostki. Natomiast nie boimy się rozstawać z osobami konfliktowymi, które mają zły wpływ na nasze wyniki i atmosferę. Wierzimy, że daje nam to odwagę i jest motorem dalszego rozwoju.
3. **Duma** – Chcemy, aby o Polonii Warszawa mówiono z dumą – aby zawodnicy byli dumni z reprezentowania barw Czarnych Koszul, fani z drużyny, której kibicują, a Miasto Warszawa i partnerzy ze współpracy z Klubem. Mamy nadzieję stworzyć wokół Polonii Warszawa dumną społeczność, rosnącą wraz z coraz lepszymi wynikami sportowymi i coraz bardziej rozpoznawalną marką kojarzoną z pozytywnymi sportowymi emocjami.
4. **Poczucie odpowiedzialności** – Nie winimy innych za swoje porażki. Jesteśmy odpowiedzialni zarówno za swoje wyniki, jak i za błędy, na których się uczymy. Każdy z poniższych obszarów odpowiedzialności jest kluczowy dla sukcesu Klubu:
 - a. Zawodnicy i trenerzy są odpowiedzialni za dobrą grę, walkę na boisku, wygrywanie meczów i awanse do wyższych lig, aby w końcu powrócić do Ekstraklasy.
 - b. Sprzedaż, marketing i komunikacja to zespół odpowiedzialny za wzrost liczby fanów, znalezienie nowych sponsorów Klubu, zwiększenie sprzedaży biletów podczas dni meczowych i zapewnianie fanom wspaniałych doświadczeń.
 - c. Akademia odpowiada za szkolenie nowych talentów, którzy będą co roku umacniać główną drużynę.
 - d. Dział sportowy jest odpowiedzialny za optymalizację transferów klubowych – rekrutowanie co roku nowych talentów, którzy spełnią oczekiwania trenera i umocnią skład głównej drużyny, a jednocześnie kontrolują uważnie koszty i wydatki oraz generują przychód dla Klubu dzięki przemyślanym transferom.
 - e. Zespół finansów i administracji odpowiada za dostarczenie dobrej jakości danych i budżetu oraz zapewnienie wsparcia dla wszystkich pracowników i fanów Klubu.



- f. Fani są odpowiedzialni za kibicowanie drużynie i tworzenie magicznej atmosfery na stadionie podczas meczów, która przyciągnie nowych kibiców i sponsorów, oraz wspieranie Klubu poprzez zakup biletów, transmisji, gadżetów i gastronomii.
5. **Pozytywne nastawienie** – Energia, optymizm i entuzjazm to nasze cechy charakterystyczne. Problemy zdarzają się codziennie. Traktujemy je jako wyzwania i zawsze poszukujemy nowych, nieszablonowych rozwiązań. Sport to dla nas piękne, pozytywne emocje – pasja, radość i poczucie jedności.
 6. **Skromność, pokora** – Jesteśmy ambitni i wierzymy w swoje umiejętności, jednak pomimo sukcesów i świetnych wyników, które osiągamy, pozostajemy skromni i pokorni. Nie boimy się przyznać do błędów i porażek, bo możemy się dzięki nim wiele nauczyć i jesteśmy świadomi tego, że nie zawsze mamy rację. Akceptujemy konstruktywną krytykę i traktujemy ją jako narzędzie rozwoju.
 7. **Tolerancja i szacunek** – W Polonii wszyscy jesteśmy równi. Bez względu na wiek, płeć, wyznanie, kolor skóry, orientację seksualną, różnice kulturowe czy jakiegokolwiek inne czynniki, szanujemy się wzajemnie tworząc różnorodną i otwartą społeczność. Wszyscy są zawsze mile widziani na trybunach podczas meczów Polonii, które mają być miejscem bezpiecznym dla każdego bez wyjątku. Szanujemy także naszych rywali i potrafimy dzielić sportowe emocje z ich kibicami, z którymi łączy nas wspólna pasja. Nienawiść, agresja i ekstremizm są nam obce.
 8. **Transparentność i odwaga** – Wierzymy, że transparentność jest niezbędnym elementem każdej relacji. Otwartość i szczerłość zachowujemy wobec wszystkich: kibiców, pracowników, zawodników i partnerów, nawet gdy jest to jest niepoprawne politycznie lub kogoś zboleć. Nie boimy się wyzwać ani ryzyka i mierzymy się z konsekwencjami naszych wyborów. W każdej sytuacji mamy odwagę wyrażać swoją opinię. Jeśli jest to uzasadnione podejmujemy nawet niepopularne decyzje, np. zabraniając wstępu na stadion kibicom, którzy nie respektują naszych wartości.
 9. **Uczciwość** – Stosujemy zasady fair play i traktujemy sprawiedliwie wszystkich rywali. Nasze osiągnięcia wynikają wyłącznie z tego, jaką formę prezentujemy na boisku i w jaki sposób zarządzamy Klubem. Odnosi się to również do sędziów – akceptujemy ich decyzje, są dla nas autorytetami i nie podważamy ich decyzji.
 10. **Zaufanie i wolność** – Ufamy naszym pracownikom i zawodnikom. Delegujemy decyzyjność na niższe poziomy hierarchii. Wszyscy ludzie mają prawo krytykować Polonię i wyrażać swoją opinię. Jednak każda krytyka powinna być konstruktywna, przekazana w przyjazny sposób, bez przemocy i nienawiści.



11. ZAŁĄCZNIK – STRUKTURA UDZIAŁOWCÓW

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania kapitał zakładowy Polonii Warszawa SA dzieli się na 16 882 akcji (wartość nominalna jednej akcji – 500,00 PLN), w tym:

Akcjonariusz	Liczba posiadanych akcji	Liczba głosów	Uprzywilejowana	Procentowy udział w ogólnej liczbie głosów	Wartość akcji
Gregoire Nitot	14 968	14 974	TAK	87,56%	7 484 000
Krystyna Bnińska - Jędrzejowicz	460	460	NIE	2,69%	230 000
Katarzyna Willman	150	150	NIE	0,88%	75 000
Urszula Engel	150	150	NIE	0,88%	75 000
Ryszard Zieliński	122	132	TAK	0,77%	61 000
Kamila Justyna Zielińska	113	113	NIE	0,66%	56 500
Adam Kuźnicki	106	106	NIE	0,62%	53 000
Tomasz Wielga	45	75	TAK	0,44%	22 500
Rafał Arak	70	70	NIE	0,41%	35 000
Andrzej Bogucki	33	66	TAK	0,39%	16 500
Krzysztof Dobosz	63	63	NIE	0,37%	31 500
Andrzej Skowroński	47	57	TAK	0,33%	23 500
Robert Medoń	50	50	NIE	0,29%	25 000
Józef Kosiorek	50	50	NIE	0,29%	25 000
Tomasz Skowroński	50	50	NIE	0,29%	25 000
Stanisław Speczik	35	45	TAK	0,26%	17 500
Robert Szwedyc	40	40	NIE	0,23%	20 000
Dariusz Kopyt	35	35	NIE	0,20%	17 500
Sławomir Wołoszyn	25	25	NIE	0,15%	12 500
Władysław Jerzy Engel	10	20	TAK	0,12%	5 000
Wojciech Domińczak	10	20	TAK	0,12%	5 000
Jerzy Michał Kopyt	20	20	NIE	0,12%	10 000
Mariusz Czaja	19	19	NIE	0,11%	9 500
Tomasz Danik	19	19	NIE	0,11%	9 500
Arkadiusz Bolmowski	15	15	NIE	0,09%	7 500
Joanna Dobrzyńska - Speczik	15	15	NIE	0,09%	7 500
Dariusz Góralczyk	7	12	TAK	0,07%	3 500
Piotr Kubiaczyk	7	12	TAK	0,07%	3 500
Alessandro Moricca	6	11	TAK	0,06%	3 000
Ireneusz Leśniewski	11	11	NIE	0,06%	5 500
Zakład Montażu Urządzeń Nadawczo-Odbiorczych sp. z	11	11	NIE	0,06%	5 500
Marek Zaliwski	5	10	TAK	0,06%	2 500



Paweł Tyliński	5	10	TAK	0,06%	2 500
Robert Kuraszkiwicz	5	10	TAK	0,06%	2 500
Michał Nivette	10	10	NIE	0,06%	5 000
Andrzej Hofman	4	8	TAK	0,05%	2 000
Grzegorz Popielarz	4	8	TAK	0,05%	2 000
Maciej Stokowski	4	8	TAK	0,05%	2 000
Marek Jurek	5	7	TAK	0,04%	2 500
Oskar Zachert	3	6	TAK	0,04%	1 500
Lucjan Siwczyk	5	5	NIE	0,03%	2 500
Andrzej Romanowski	5	5	NIE	0,03%	2 500
Adam Remiszewski	2	4	TAK	0,02%	1 000
Jan Jancewicz	2	4	TAK	0,02%	1 000
Michał Listkiewicz	2	4	TAK	0,02%	1 000
Piotr Jamski	2	4	TAK	0,02%	1 000
Zygmunt Lenkiewicz	2	4	TAK	0,02%	1 000
Andrzej Brusikiewicz	3	3	NIE	0,02%	1 500
Adam Gucwa	1	2	TAK	0,01%	500
Adam Jacek Kaczyński	1	2	TAK	0,01%	500
Adam Mazurkiewicz	1	2	TAK	0,01%	500
Adam Skwara	1	2	TAK	0,01%	500
Agnieszka Korzeniowska	1	2	TAK	0,01%	500
Andrzej Wróblewski	1	2	TAK	0,01%	500
Artur Kozak	1	2	TAK	0,01%	500
Dariusz Kowalczyk	1	2	TAK	0,01%	500
Dariusz Remiszewski	1	2	TAK	0,01%	500
Dariusz Zawadzki	1	2	TAK	0,01%	500
Irena Gołąb	1	2	TAK	0,01%	500
Jacek Siekaczyński	1	2	TAK	0,01%	500
Janusz Kopeć	1	2	TAK	0,01%	500
Jarosław Ostrowski	1	2	TAK	0,01%	500
Jarosław Popiołek	1	2	TAK	0,01%	500
Jerzy Engel	1	2	TAK	0,01%	500
Jędrzej Ostrowski	1	2	TAK	0,01%	500
Karolina Wojciechowska - Engel	1	2	TAK	0,01%	500
Maciej Gnoiński	1	2	TAK	0,01%	500
Marcin Jastrzębski	1	2	TAK	0,01%	500
Marek Kostyrka	1	2	TAK	0,01%	500
Marek Makuch	1	2	TAK	0,01%	500
Mariusz Iwański	1	2	TAK	0,01%	500
Mariusz Wesserling	1	2	TAK	0,01%	500
Michał Badowski	1	2	TAK	0,01%	500
Michał Tarapata	1	2	TAK	0,01%	500
Michał Żurowski	1	2	TAK	0,01%	500
Miłosz Sosnowski	1	2	TAK	0,01%	500
Paweł Poncyliusz	1	2	TAK	0,01%	500



Paweł Rodowski	1	2	TAK	0,01%	500
Piotr Borysewicz	1	2	TAK	0,01%	500
Piotr Burzyński	1	2	TAK	0,01%	500
Piotr Wróblewski	1	2	TAK	0,01%	500
Radosław Majdan	1	2	TAK	0,01%	500
Remigiusz Lembowicz	1	2	TAK	0,01%	500
Robert Chmura	1	2	TAK	0,01%	500
Roman Sabaj	1	2	TAK	0,01%	500
Sebastian Zawadzki	1	2	TAK	0,01%	500
Stanisław Jerzy Kander	1	2	TAK	0,01%	500
Stanisław Michrowski	1	2	TAK	0,01%	500
Wacław Piotr Krygiel	1	2	TAK	0,01%	500
Wojciech Gęsicki	1	2	TAK	0,01%	500
Wojciech Kozak	1	2	TAK	0,01%	500
Wojciech Mróz	1	2	TAK	0,01%	500
Jarosław Stanisław Król	2	2	NIE	0,01%	1 000
Ryszard Anoni Ciesiński	2	2	NIE	0,01%	1 000
Michał Kalicki	1	1	NIE	0,01%	500
Mieczysław Olejniczak	1	1	NIE	0,01%	500
Waldemar Józef Marciniak	1	1	NIE	0,01%	500
Wojciech Zarębski	1	1	NIE	0,01%	500
SUMA	16 882	17 102		100,00%	8 441 000