



SPRAWOZDANIE
ZARZĄDU Z
DZIAŁALNOŚCI
SPÓŁKI W OKRESIE
2022.07 – 2023.06

DATA OPRACOWANIA: PAŹDZIERNIK 2023



SPIS TREŚCI

1. Podstawowe informacje o Spółce	3
2. Sytuacja finansowa Spółki	4
3. Podsumowanie osiągnięć w roku obrotowym	12
Awans do Fortuna 1 Ligi	12
Inwestycje w sprzęt sportowy	12
Uruchomienie programów Kumple z trybuny i Otwarty Stadion.....	13
Podpisanie porozumienia z grupą Ultras Enigma	14
Wzrost sprzedaży gadżetów	15
Odnotowanie po raz pierwszy zysku z działalności gastronomicznej	15
4. Polonia Warszawa – mocne i słabe strony	16
5. Dane dotyczące sprzedaży karnetów i średniej frekwencji.....	20
6. Połączenie Akademii Polonii Warszawa Sp. z o.o. i MKS.....	20
7. Nasze plany dot. stadionu	22
8. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju.....	25
9. Informacje dotyczące nabycia akcji własnych	25
10. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń.....	25
11. Załącznik – Misja, cele i wartości Polonii Warszawa	27
12. Załącznik – Struktura udziałowców	30



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 2022 roku do 30 czerwca 2023 roku.

W okresie obrachunkowym Spółka kontynuowała działalność zgodnie z obowiązującym prawem oraz uchwałami Zgromadzenia Wspólników. Głównym przedmiotem działalności Spółki jest prowadzenie i utrzymywanie Klubu Polonia Warszawa.

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

- Suma przychodów w okresie obrachunkowym wyniosła: 4 674 951 PLN
- Suma bilansowa: 1 780 510 PLN
- Rachunek zysków i strat wykazuje stratę netto w wysokości: 2 956 557 PLN
- Zestawienie zmian w kapitale (funduszu) własnym wykazuje zwiększenie kapitału własnego o kwotę: 140 243 PLN
- Rachunek przepływów pieniężnych wykazuje zmniejszenie środków pieniężnych o kwotę: 74 555 PLN
- Przeciętna liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełny etat (umowy o pracę): 1

Władze Spółki

Zarząd Spółki jest dwuosobowy. W skład Zarządu Spółki wchodzi:

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

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

2. SYTUACJA FINANSOWA SPÓŁKI

Ocena sytuacji finansowej

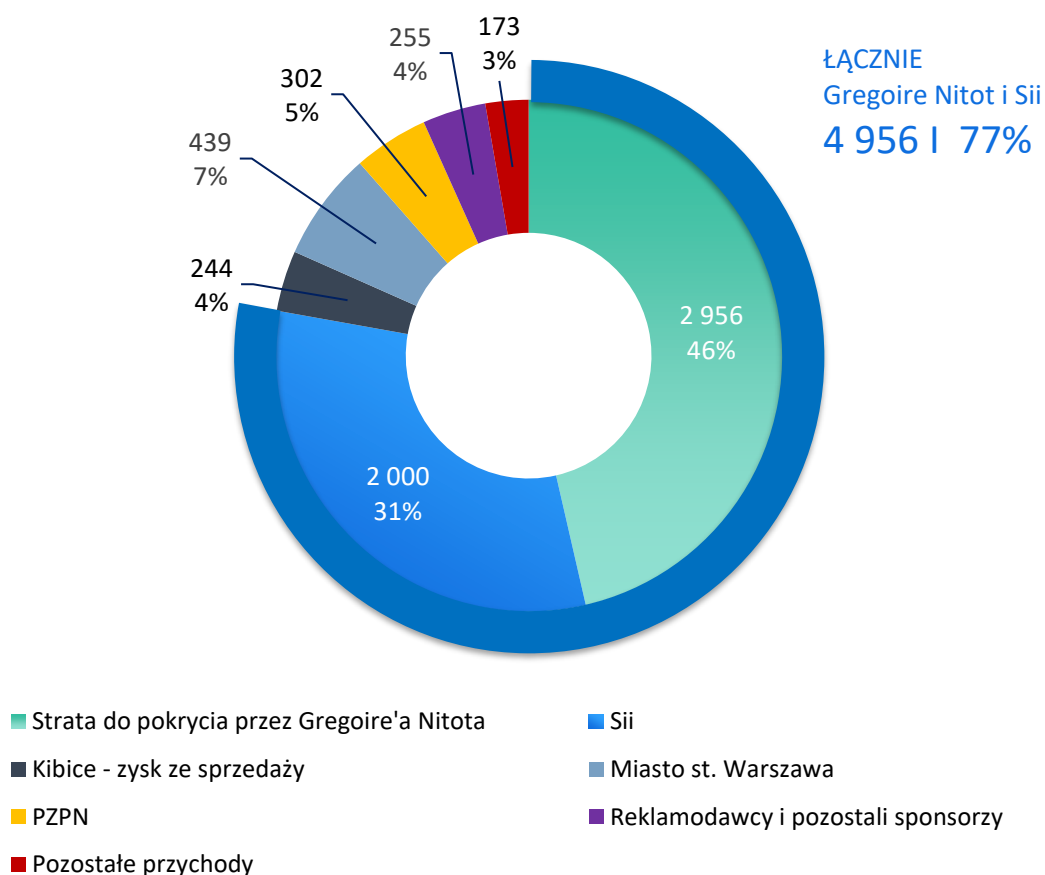
Utrzymanie stabilnej sytuacji finansowej Spółki było możliwe dzięki podjęciu w dniu 26 listopada 2020 przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy uchwały o podwyższeniu kapitału zakładowego Spółki, na mocy której główny akcjonariusz objął akcje serii K o wartości 4 000 000 PLN.

Z kolei zachowanie płynności finansowej Spółki w roku obrotowym 2022/2023 jest wynikiem wpłaty przez głównego udziałowca Spółki 3 096 800 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 11 817 300 PLN.

Wpłacony przez głównego udziałowca 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 2022 do 30 czerwca 2023 finansowanie kosztów bieżącej działalności wyglądało następująco (w tys. PLN):





Głównym źródłem finansowania kosztów jest kapitał wpłacony przez głównego udziałowca Spółki oraz wpływy od Sponsora Strategicznego, firmy Sii Sp. z o.o., które stanowią 77% niezbędnych środków finansowych do pokrycia bieżących kosztów funkcjonowania Spółki.

Poniżej przedstawiono rentowność poszczególnych Działów.

Wykonanie 2022 - 2023	Przychody	Koszty	Wynik
Dział sportowy	72 tys.	5,1 mln	- 5,0 mln
Transfery, ekwiwalenty + pozostałe przychody	72 tys.		
Wynagrodzenia i kontrakty zawodników i sztabu		3,2 mln	
Pozostałe koszty Działu Sport		1,1 mln	
Bonusy za mecze i awans		820 tys.	
Kibice	1,5 mln	1,3 mln	244 tys.
Stadion / dni meczowe	759 tys.	630 tys.	129 tys.
Gastronomia	547 tys.	494 tys.	53 tys.
Sprzedaż produktów / gadżetów	200 tys.	138 tys.	62 tys.
Sprzedaż, PR, komunikacja i marketing	3,0 mln	149 tys.	2,9 mln
Sii Sp. z o.o.	2,0 mln		
Miasto st. Warszawy	439 tys.		
PZPN	302 tys.		
Reklamodawcy + pozostali Sponsorzy	255 tys.	149 tys.	
Akademia i zespół rezerw Polonia II	39 tys.	800 tys.	- 761 tys.
Finanse i administracja, dział prawny		245 tys.	- 245 tys.
Pozostałe	62 tys.	91 tys.	- 29 tys.
Łącznie	4,6 mln	7,6 mln	- 3,0 mln

Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Wynagrodzenia i kontrakty zawodników i sztabu:

- Koszty wynagrodzeń zawodników i sztabu będących na umowach cywilnoprawnych (Wynagrodzenia) oraz na działalnościach gospodarczych (Usługi obce)

Pozostałe koszty Działu Sport:

- Koszt zakupu sprzętu treningowego, odżywek, wody i wyposażenia dla pierwszego zespołu: 264 000 PLN
- Koszty transportu na mecze, zakwaterowania w hotelach i wyżywienia: 215 000 PLN
- Koszty najmu boisk treningowych i pomieszczeń: 169 000 PLN
- Koszty ekwiwalentów, transferów i opłat związkowych: 149 000 PLN
- Koszty ubezpieczeń: 88 000 PLN
- Koszty obozów przygotowawczych: 78 000 PLN
- Inne

Koszty w pozycji Reklamodawcy + pozostali sponsorzy:

- Wynagrodzenia pracowników Działu Sprzedaży, Marketingu i Komunikacji: 124 000 PLN,



- Inne

Pozostałe koszty:

- Rezerwa na koszty spotkania integracyjnego związanego ze świętowaniem awansu do Fortuna 1 Ligi
- Odpisy aktualizujące za poprzedni rok obrotowy 2021/2022

Pozostałe przychody:

- Odpisy aktualizujące za poprzedni rok obrotowy 2021/2022

Zidentyfikowane obszary generujące straty w roku obrotowym 2022/2023:

- Koszty utrzymania Drużyny Rezerw w kwocie 316 000 PLN oraz pozostałych drużyn młodzieżowych Akademii zgłoszonych pod Spółkę, w tym wynagrodzeń trenerów, najmu boisk treningowych, autokarów, ubezpieczeń, opłat związkowych etc.

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

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

Wybrane dane finansowe w PLN	Za okres od 01.07.2021 do 30.06.2022	Za okres od 01.07.2022 do 30.06.2023	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
Przychody netto ze sprzedaży	2 465 768	4 567 969	2 102 201	85,3%
Koszt działalności operacyjnej	4 653 994	7 577 233	2 923 239	62,8%
Zysk (strata) ze sprzedaży	-2 188 226	-3 009 264	-821 038	37,5%
Pozostałe przychody operacyjne	88 212	106 982	18 770	21,3%
Pozostałe koszty operacyjne	257 482	53 609	-203 873	-79,2%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-2 357 496	-2 955 891	-598 396	25,4%
Zysk (strata) brutto	-2 361 729	-2 956 557	-594 828	25,2%
Zysk (strata) netto	-2 361 729	-2 956 557	-594 828	25,2%
Zobowiązania długoterminowe	0	0	0	0,0%
Zobowiązania krótkoterminowe	1 679 538	2 130 768	451 230	26,9%
Kapitał własny	-647 512	-507 269	140 243	-21,7%
Kapitał podstawowy	8 441 000	4 785 000	-3 656 000	-43,3%



Koszty rodzajowe	Za okres od 01.07.2021 do 30.06.2022	Za okres od 01.07.2022 do 30.06.2023	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
Amortyzacja	9 114	13 979	4 865	53,4%
Zużycie materiałów i energii	431 942	664 536	232 594	53,8%
Usługi obce	2 678 681	5 493 073	2 814 391	105,1%
Podatki i opłaty	22 641	32 557	9 916	43,8%
Wynagrodzenia	1 335 212	1 046 274	-288 938	-21,6%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	48 435	30 543	-17 892	-36,9%
– w tym emerytalne	0	0	0	0,0%
Pozostałe koszty rodzajowe	127 968	296 271	168 303	131,5%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0	0	0	0,0%
Koszty według rodzaju razem	4 653 994	7 577 233	2 923 239	62,8%

Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Zużycie materiałów i energii:

- Koszt sprzedanych towarów, takich jak gadzety i gastronomia: 353 000 PLN
- Koszt paliw, energii elektrycznej, mediów itp.

Usługi obce:

- Koszt kontraktów piłkarskich, sztabu szkoleniowego, administracji, gastronomii, marketingu etc.: 3 629 000 PLN
- Koszt dni meczowych: ochrona, stadion, system biletowy etc.: 515 000 PLN
- Koszt hoteli, transportu, usług medycznych i żywienia: 646 000 PLN
- Koszt najmu boisk treningowych oraz pomieszczeń biurowo-użytkowych: 324 000 PLN
- Inne

Pozostałe koszty rodzajowe:

- Opłaty transferowe i związkowe: 157 000 PLN
- Koszt ubezpieczeń: 93 000 PLN
- Inne



Poz.	Aktywa	Stan na dzień 30.06.2022	Stan na dzień 30.06.2023	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
A	Aktywa trwałe	10 624	35 625	25 001	235,3%
I.	Wartości niematerialne i prawne	0	0	0	0,0%
II.	Rzeczowe aktywa trwałe	10 624	35 625	25 001	235,3%
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	1 124 687	1 744 885	620 198	55,1%
I.	Zapasy	45 479	214 804	169 326	372,3%
II.	Należności krótkoterminowe	474 418	1 042 964	568 546	119,8%
III.	Inwestycje krótkoterminowe	584 742	438 979	-145 763	-24,9%
IV.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	20 048	48 138	28 089	140,1%
	Razem aktywa	1 135 311	1 780 510	645 199	56,8%

Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Zapasy:

- Gadżety: 194 000 PLN
- Gastronomia: 18 000 PLN

Należności krótkoterminowe (bieżące, nieprzeterminowane):

- Miasto stołeczne Warszawa: 300 000 PLN
- Pierwszy Urząd Skarbowy: 207 000 PLN
- PayU: 199 000 PLN
- Kaucje: 45 000 PLN
- Polski Związek Piłki Nożnej: 23 000 PLN
- Inne

Inwestycje krótkoterminowe:

- Środki pieniężne: 439 000 PLN

Poz.	Pasywa	Stan na dzień 30.06.2022	Stan na dzień 30.06.2023	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
A	Kapitał własny	-647 512	-507 269	140 243	-21,7%
I.	Kapitał podstawowy	8 441 000	4 785 000	-3 656 000	-43,3%
II.	Kapitał zapasowy	5 134 730	7 661 042	2 526 312	49,2%
III.	Zysk (strata) z lat ubiegłych	-11 861 513	-9 996 754	1 864 759	-15,7%
IV.	Pozostały kapitał rezerwowy	0	0	0	0,0%



V.	Zysk (strata) netto	-2 361 729	-2 956 557	-594 828	25,2%
B.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	1 782 824	2 287 779	504 955	28,3%
I.	Rezerwy na zobowiązania	103 285	125 098	21 813	21,1%
II.	Zobowiązania długoterminowe	0	0	0	0,0%
III.	Zobowiązania krótkoterminowe	1 679 538	2 130 768	451 230	26,9%
IV.	Rozliczenia międzyokresowe	0	31 913	31 913	0,0%
	Pasywa razem	1 135 311	1 780 510	645 198	56,8%

Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Rezerwy na zobowiązania:

- Rezerwy na bonusy roczne pracowników za realizację wyznaczonych celów
- Inne rezerwy

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 2023
- Inne

Rozliczenia międzyokresowe:

- Koszt przekazanych piłek treningowych w ramach usług marketingowych rozgrywek Fortuna 1 Ligi, stanowiących koszt nowego roku obrotowego 2023/2024

Zdarzenia istotnie 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 2022/2023 były możliwe dzięki:

- Dokapitalizowaniu Klubu przez głównego udziałowca, tj. Pana Gregoire'a Nitota, kwotą 3 096 800 PLN na poczet zaliczki pokrycia wkładu pieniężnego na nowe udziały w Spółce
- Podpisaniu aneksu przedłużającego umowę o wartości 2 000 000 PLN netto pomiędzy Klubem, a firmą Sii Sp. z o.o. na okres sezonu 2022/2023



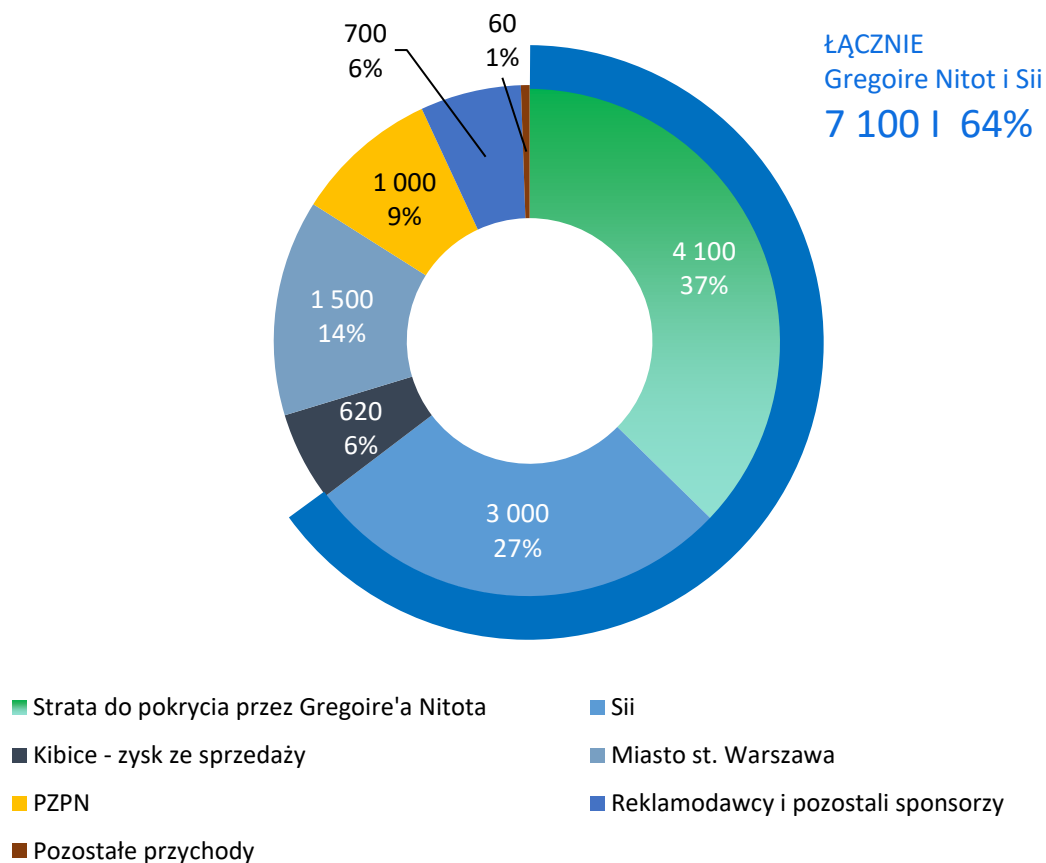
Przewidywana sytuacja finansowa Spółki w okresie od 01 lipca 2023 do 30 czerwca 2024

W roku obrotowym od 01 lipca 2023 do 30 czerwca 2024 Spółka planuje odnotować koszty działalności operacyjnej w kwocie ok. **12 600 000 PLN.**

Przyjęto następujące założenia budżetowe:

Budżet 2023 - 2024	Przychody	Koszty	Wynik
Dział sportowy	0,0 tys.	9,0 mln	- 9,0 mln
Transfery, ekwiwalenty + pozostałe przychody	0,0 tys.		
Wynagrodzenia i kontrakty zawodników i sztabu		5,5 mln	
Pozostałe koszty Działu Sport		2,0 mln	
Bonusy za mecze i awans		1,5 mln	
Kibice	2,2 mln	1,6 mln	620 tys.
Stadion / dni meczowe	1,2 mln	760 tys.	440 tys.
Gastronomia	660 tys.	560 tys.	100 tys.
Sprzedaż produktów / gadżetów	400 tys.	320 tys.	80 tys.
Sprzedaż, PR, komunikacja i marketing	6,2 mln	580 tys.	5,6 mln
Sii Sp. z o.o.	3,0 mln		
Miasto st. Warszawy	1,5 mln		
PZPN	1,0 mln		
Reklamodawcy + pozostali Sponsorzy	0,7 mln	580 tys.	
Akademia i zespół rezerw Polonia II	60 tys.	840 tys.	- 780 tys.
Finanse i administracja, dział prawny		360 tys.	- 360 tys.
Pozostałe		200 tys.	- 200 tys.
Łącznie	8,5 mln	12,6 mln	- 4,1 mln

W budżecie za rok obrotowy 2023/2024 zaplanowano następujące finansowanie kosztów bieżącej działalności (w tys. PLN):



Kluczowe w aspekcie finansowania kosztów bieżącej działalności jest sukcesywne zwiększanie zysków z gastronomii oraz ze sprzedaży gadżetów, generowanych przez kibiców w dni meczowe. W budżecie na rok 2023/2024 zaplanowano prawie trzykrotny wzrost zysku względem roku poprzedniego w tym obszarze:

Rentowność – Zysk / Strata	2020/21	2021/22	2022/23	Budżet 2023/24
Kibice	-210 tys.	10 tys.	244 tys.	620 tys.
Dni meczowe (bez gastronomii i gadżetów)	-150 tys.	55 tys.	129 tys.	440 tys.
Gastronomia	-60 tys.	-80 tys.	53 tys.	100 tys.
Sprzedaż produktów / gadżetów	0 tys.	35 tys.	62 tys.	80 tys.

3. PODSUMOWANIE OSIĄGNIĘĆ W ROKU OBROTOWYM

Awans do Fortuna 1 Ligi

Podniesienie jakości sportowej Klubu w sezonie 22/23 przyniosło Polonii Warszawa serię zwycięstw i awans do wyższej ligi.

POZ.	DRUŻYNA		POZ.	DRUŻYNA	
↑↑	1. Polonia Warszawa		10.	GKS Jastrzębie (Jastrzębie Zdrój)	
↑↑	2. Znicz Pruszków		11.	Lech II Poznań	
	3. Kotwica Kołobrzeg		12.	Hutnik Kraków	
	4. Stomil Olsztyn		13.	Radunia Stężyca	
	5. Wisła Puławy		14.	Zagłębie II Lublin	
↑↑	6. Motor Lublin		15.	Górnik Polkowice	↓↓
	7. KKS 1925 Kalisz		16.	Siarka Tarnobrzeg	↓↓
	8. Pogoń Siedlce		17.	Garbarnia Kraków	↓↓
	9. Olimpia Elbląg		18.	Śląsk II Wrocław	↓↓

Inwestycje w sprzęt sportowy

Podniesienie jakości szkolenia poprzez inwestycje w nowy, profesjonalny sprzęt sportowy, IT oraz podnoszenie standardów zaplecza szkoleniowego:

- Nowe drony
- Nowy sprzęt dla sztabu (laptop, system video, streaming live)
- System monitorowania zawodników GPEXE
- Remont przychodni, siłowni i szatni
- Zakup sprzętu do regeneracji Normatec
- Zakup sprzętu treningowego
- Zakup medycznego analizatora składu ciała

Uruchomienie programów Kumple z trybuny i Otwarty Stadion

Uruchomienie dwóch ważnych programów w kontekście przyciągnięcia na mecze domowe Polonii Warszawa nowych kibiców, do tej pory niezwiązanych z Klubem:

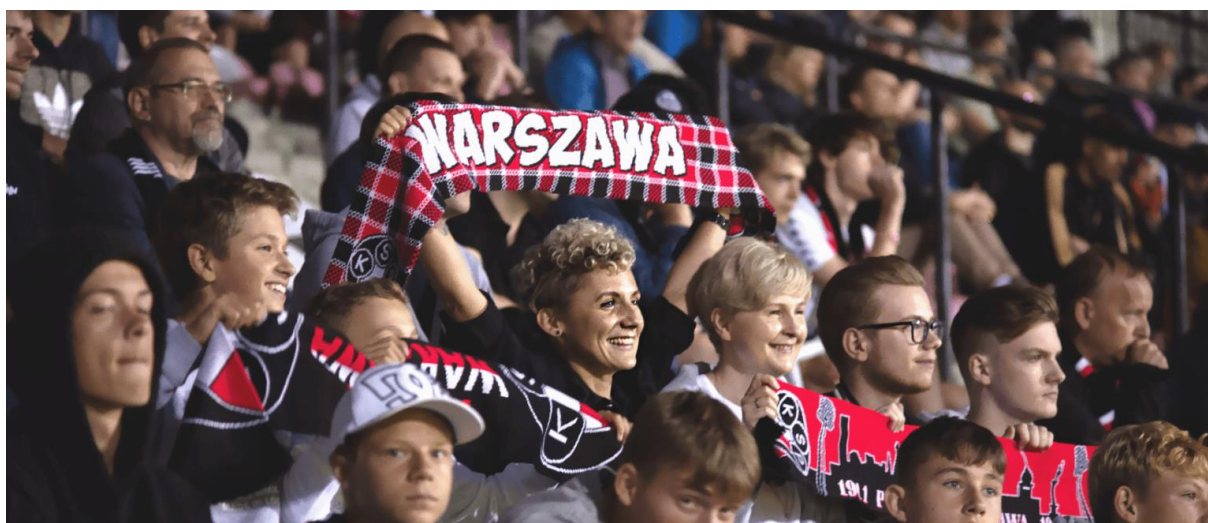
- **Kumple z trybuny** – program lojalnościowy dla karnetowiczów, którzy dostali możliwość zaproszenia i przyrowadzenia na stadion Polonii swoich znajomych
- **Otwarty Stadion** – możliwość wygenerowania pierwszego darmowego biletu na mecz dla osób, które po raz pierwszy zawitały na stadion Polonii

	Kumple z trybuny	Otwarty Stadion
Liczba nowych fanów	694	1 305
Liczba karnetowiczów walczących o nagrody	129 (12%)	–
Procent powracających kibiców (kupili bilet na kolejny mecz)	37%	21%

Wprowadzenie nowej misji Klubu

Jesteśmy Czarni Kulturalni! Naszą misją jest budowa najbardziej otwartego, przyjaznego, uśmiechniętego i pozytywnego klubu w Polsce. Zbudujmy go razem!

Mamy nadzieję, że cała społeczność Polonii Warszawa: kibice, pracownicy Klubu, sponsorzy i sympatycy Czarnych Koszul będą wspólnie walczyć o jej realizację.



Podpisanie porozumienia z grupą Ultras Enigma

Klub oraz Ultras Enigma osiągnęły porozumienie dotyczące wspólnych celów, jakie chcemy osiągnąć w drodze do budowy najsilniejszego klubu w Polsce.

Naszym wspólnym celem jest zadbanie o stabilność finansową Klubu oraz zagwarantowanie kibicom i zawodnikom niesamowitego dopingu w niepowtarzalnej atmosferze.



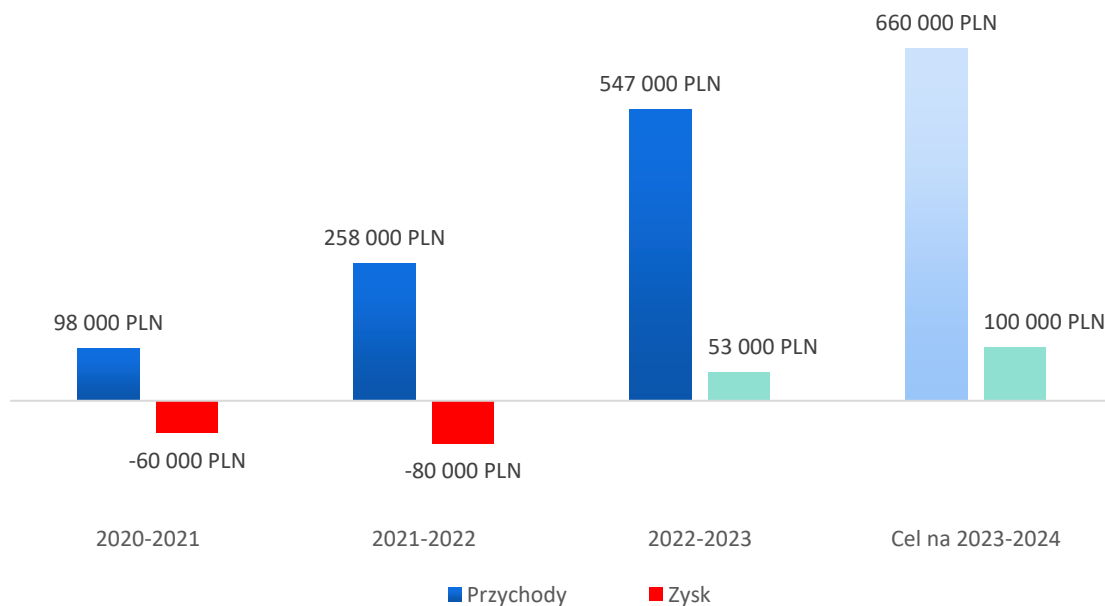
Wzrost sprzedaży gadżetów

Klub sukcesywnie notuje wzrost sprzedaży gadżetów i produktów. Celem na nowy rok obrotowy 2023/2024 jest osiągnięcie przychodów na poziomie 400 000 PLN i zysku w kwocie 130 000 PLN.



Odnotowanie po raz pierwszy zysku z działalności gastronomicznej

Klub po dwóch latach prowadzenia działalności gastronomicznej, która przynosiła straty, odnotował zysk w roku obrotowym 2022/2023. Celem na nowy rok obrotowy 2023/2024 jest osiągnięcie przychodów na poziomie 660 000 PLN i zysku w kwocie 100 000 PLN.





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 11 M PLN w ciągu ostatnich 3 lat)
 - b. Zapewnienie Sii Polska jako Sponsora Strategicznego. Sii przekazuje Klubowi środki finansowe w ramach sponsoringu (3 M PLN w sezonie 2023/2024)
 - c. Doświadczenie biznesowe pozwalające zbudować w Klubie efektywny i dobrze zorganizowany:
 - i. Dział Administracji, Organizacji, Finansów, IT i Prawny (prowadzony przez Bartłomieja Dryla)
 - ii. Dział Sprzedaży, Marketingu i Komunikacji (prowadzony przez Grzegorza Leśniewskiego)
 - iii. Dział Sportowy (prowadzony przez Piotra Kosiorowskiego, Rafała Smalca i jego sztab)
3. Wielu oddanych i pomocnych kibiców, uczestniczących w promocji dni meczowych oraz zakupie biletów sezonowych na trybuny Główną oraz Kamienną.
4. Potencjał Warszawy, jako największego i najbogatszego miasta i stolicy Polski:
 - a. Przewaga pod względem liczby potencjalnych 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 i wieloma środkami komunikacji miejskiej (metro, autobus, tramwaj).

SŁABE STRONY

1. Comiesięczne straty finansowe, brak stabilności i możliwości samodzielnego funkcjonowania bez finansowania przez Właściciela, Gregoire'a Nitota:
 - a. Zbyt mały udział zysków w pokryciu kosztów funkcjonowania Klubu generowany przez kibiców (jedynie 4%, gdzie docelowo koszty te powinny być pokrywane w minimum 25%)
 - b. Bardzo niska wartość wsparcia finansowego od władz miasta st. Warszawy w porównaniu z naszymi rywalami z 1 ligi, uzyskującymi większe dotacje
 - c. Wysokie koszty najmu boisk pod treningi pierwszego zespołu (rywale Klubu z 1 ligi często nie ponoszą tego typu kosztów, dzięki wsparciu lokalnych władz miejskich, np. brak opłat za korzystanie z boisk treningowych)
 - 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
2. Stadion:
 - a. Klub nie posiada ekskluzywnych łóż biznesowych. Utrudnia to pozyskanie nowych sponsorów i zwiększenie budżetu klubu
 - b. Brak odpowiedniej przestrzeni dla pracowników. W dyspozycji Klubu znajduje się niereprezentacyjne pomieszczenie biurowe. Najlepsze pomieszczenia, zlokalizowane na parterze stadionu, są użytkowane przez Aktywną Warszawę i fundację Honorowego Prezesa, a nie przez Klub.
 - c. Zły stan techniczny szatni pierwszej drużyny, który wymaga natychmiastowego remontu i powiększenia:
 - i. Zbyt mała powierzchnia szatni, która wymaga poszerzenia o przylegające do niej pomieszczenie
 - ii. Zły stan techniczny pomieszczeń sanitarnych (grzyb na sufitach, stare okaflowanie pryszniców oraz pomieszczeń sanitarnych, stara stolarka drzwiowa). Prowadzimy rozmowy z miastem i stowarzyszeniem Aktywna Warszawa o potrzebie renowacji, ale wszystko przedłuża się przez nadmiar biurokracji i brak zrozumienia naszych potrzeb.
 - d. Stadion jest przestarzały technologicznie i architektonicznie oraz posiada zbyt małą pojemność jak na warunki Ekstraklasy
 - e. Niski standard dla kibiców podczas dni meczowych, np. brak normalnych toalet spełniających odpowiednie standardy (obecnie do dyspozycji odwiedzających dostępne są jedynie TOI TOI)
 - f. Stadion K6 nie jest zarządzany przez Klub, tylko przez niezależną od Klubu spółkę miejską (Aktywna Warszawa), co utrudnia skorzystanie z programów dotacyjnych takich jak np. „Program rozwoju infrastruktury piłkarskiej”
3. Baza treningowa:
 - a. Polonia nie posiada własnych boisk treningowych, do których miałaby pełną decyzyjność, kiedy i w jakich warunkach atmosferycznych będzie prowadziła treningi:



- i. Obecnie pierwsza drużyna Polonii trenuje na boiskach OSiR Żoliborz, który potrafi odwoływać nasze treningi w ostatniej chwili ze względu na złe warunki atmosferyczne, gdzie w naszej ocenie warunki te pozwalały na odbycie treningów
 - ii. Odwoływanie treningów „w ostatniej chwili” powoduje duże problemy z realizacją ustalonych harmonogramów treningów i zmusza nas np. do ich prowadzenia na boiskach ze sztuczną murawą co powoduje, że Polonia ma gorsze warunki do rozwoju niż nasi ligowi rywale. Żaden z naszych rywali nie ma tak dużych problemów z bazą treningową jak Polonia Warszawa. Często do ostatniej chwili nie wiemy czy w sytuacji chłodniejszych lub deszczowych dni będziemy mogli przeprowadzać treningi i czy nie zostaniemy poinformowani chwilę przed jego rozpoczęciem, że jednak boiska są dla nas niedostępne.
 - b. Brak siłowni, sali konferencyjnej z ekranami, gabinetów do masażu etc. Nie ma wystarczającej liczby boisk treningowych (zarówno dla zespołów seniorskich, jak i Akademii):
 - i. Gregoire Nitot jest gotowy zainwestować środki w budowę nowej bazy treningowej.
 - ii. Aby do tego doszło Klub potrzebuje wydzierżawić od Miasta odpowiedni teren pod budowę.
 4. Kibice:
 - a. Mała wartość zysków generowanych dzięki kibicom. Mimo awansu, po pierwszych 6-ciu meczach w rundzie jesiennej 2023/2024 Fortuna 1 Ligi odnotowujemy spadek frekwencji o aż 20% (ze średniej frekwencji 2.660 w sezonie 2022/2023 do 2 141 w rundzie jesiennej sezonu 2023/2024. Z kolei Motor Lublin prawie potroił frekwencję pomiędzy 2. i 1. Ligą, średnio z 3.000 do 8.000 kibiców per mecz!
 - b. Incydenty podczas meczów stojące w sprzeczności z misją Klubu, która brzmi „*Jesteśmy Czarni Kulturalni! Naszą misją jest budowa najbardziej otwartego, przyjaznego, uśmiechniętego i pozytywnego klubu w Polsce. Zbudujmy go razem!*”. Flagi i przyśpiewki skierowane przeciwko Legii Warszawa (zachowania te zniechęcają wiele osób do przychodzenia na mecze Polonii, mogą demotywować oraz zniechęcać potencjalnych sponsorów do wspierania Klubu)
 - c. Większe zaangażowanie kibiców w codzienną działalność Klubu. Dobre kibicowskie praktyki pomagające w komunikacji i działaniach marketingowych tj. polubienie, podawanie i komentowanie postów w social-mediach, zaangażowanie w inicjatywy i działania pozaspportowe, jak wyjścia do szkół, czy szpitali. Wszystkie oddolne propozycje kibice mogą zgłaszać na adres mailowy: marketing@kspolonia.pl lub poprzez ankiety publikowane na stronie www.kspolonia.pl
 5. Brak połączenia Polonia Warszawa z akademią piłkarską MKS powoduje szereg problemów dla Polonii:
 - a. Finanse: – brak wpływów do Klubu z Pro Junior System:
 - i. 800 000 PLN to kwota jaką otrzymalibyśmy z PJS, gdyby MKS byłby zarządzany przez Klub, a jego zawodnicy w sezonie 2022/2023 mieli status „wychowanków Polonii”.
 - ii. W I. Lidze kwota mogłaby wynosić 1 800 000 PLN jeżeli zawodnicy MKS byłiby traktowani jako wychowankowie klubu.
 - b. Klub musi każdorazowo płacić ekwiwalenty do MKS za przejścia zawodników do Polonii Warszawa
 - c. Przepływ zawodników pomiędzy CLJ, Pierwszą i Drugą Drużyną:



- i. MKS i Polonia Warszawa są dwoma odrębnymi klubami. Zawodnicy nie mogą grać np. w jeden weekend w CLJ, a następny weekend w Pierwszej lub Drugiej Drużynie
 - ii. Najbardziej utalentowani zawodnicy CLJ U19 i U17 powinni regularnie występować w Drużynie Rezerw (podobnie jak w innych klubach) i pomagać drużynie w awansie do wyższych lig
 - iii. Różna struktura szkolenia i systemu gry. Brak podobnego systemu taktycznego pomiędzy różnymi drużynami – Pierwsza Drużyna, Drużyna Rezerw, CLJ co ułatwiłoby przejście z drużyn juniorskich do seniorskich.
 - d. Słaba współpraca pomiędzy trenerami drużyn juniorskich i seniorskich:
 - i. Odrzucanie przez trenera rocznika U19 zaproszeń skierowanych ze sztabu pierwszej drużyny i dyrektora sportowego Polonii do treningów dla najbardziej utalentowanych zawodników drużyny U19
 - ii. Zawodnicy Ci są chętniej transferowani do Klubów zewnętrznych niż do pierwszej drużyny Polonii (Piotr Urbański: Piast Gliwice, Kacper Śmiglewski: Cracovia Kraków)
 - e. Odrębne działania marketingowe, nieskoordynowane pomiędzy MKS i Klubem. Różne logotypy, strony www, media społecznościowe, narzędzia do komunikacji
 - f. Bałagan informacyjny dla rodziców (brak jasnej różnicy między Akademią Polonii Warszawa, a MKS).
 - g. Trudności związane ze stadionem i współpracą z Miastem i Aktywną Warszawą:
 - i. Dwa oddzielne podmioty wynajmują boiska treningowe
 - ii. Konkurencja między nimi i problem dla Aktywnej Warszawy i Miasta, który podmiot ma być bardziej preferowany przy dzieleniu godzin treningowych na "Saharze"
 - iii. Dwa podmioty Polonii Warszawa składające wnioski o dotacje.
 - iv. Słabsza pozycja negocjacyjna przy rozmowach z potencjalnymi sponsorami i partnerami technicznymi.
 - h. Trudności związane z IT, administracją i obsługą klienta:
 - i. Brak wspólnych narzędzi IT (CRM, finanse, raporty, kontakt do rodziców, etc.). Brak wspólnego narzędzia do prowadzenia księgowości, list płac, budżetowania i kontrolingu
 - ii. Brak raportów zarządczych dla całej organizacji, co utrudnia zdolność do szybkiej reakcji w przypadku problemów finansowych, organizacyjnych etc.
 - iii. Brak danych zawodników i opiekunów MKS w bazie CRM Klubu (utrudnione możliwości dotarcia z informacjami do wszystkich naszych członków)
 - iv. Dwa odrębne i niezależne profile w aplikacji ProTrainUp, co utrudnia relacje i komunikację ze wszystkimi rodzicami, zawodnikami i trenerami w całym Klubie.
6. Silny rywal w mieście w postaci Legii Warszawa. Niektórzy kibice tego klubu są negatywnie nastawieni do fanów Polonii, co potrafi przerodzić się w agresywne incydenty. Niektórzy fani Polonii w efekcie tych zachowań mogą obawiać się nosić swoje barwy klubowe w miejscach publicznych.



W celu zniwelowania słabych stron Klubu należy podjąć następujące działania:

- a) Zapewnienie stabilności finansowej poprzez:
 - a. Wzrost wsparcia finansowego przez Miasto st. Warszawa
 - b. Pozyskanie nowych sponsorów
 - c. Aktywność kibiców Polonii Warszawa:
 - i. Sukcesywne zwiększanie frekwencji dzięki regularnemu uczestniczeniu w meczach i wspieraniu drużyny
 - ii. Zapraszanie nowych kibiców i znajomych na mecze. Klub cały czas prowadzi akcje Otwarty Stadion oraz Kumple z trybuny, w ramach których możecie zapraszać znajomych na nasze mecze całkowicie za darmo
 - iii. Niedopuszczanie do incydentów stojących w sprzeczności z misją klubu i zniechęcających nowych kibiców do przychodzenia na mecze oraz nowych sponsorów do wspierania Klubu. Przypominamy o misji Czarni Kulturalni! Wyróżnijmy się na polskiej scenie kibicowskiej kulturalnym dopingiem z poszanowaniem rywala. Niech potencjalni nowi kibice znajdą przy Konwiktorskiej to czego próżno szukać na innych stadionach w Polsce – atmosferę wzajemnego szacunku na trybunach połączonej ze sportową rywalizacją na boisku.
- b) Stadion:
 - a. Wydanie zgody przez Aktywną Warszawę na powiększenie szatni pierwszego zespołu oraz jej generalny remont
 - b. Budowa nowego obiektu w jednym z modeli zaproponowanych przez Klub
- c) Baza treningowa:
 - a. Budowa własnej bazy treningowej zarządzanej w 100% przez Klub
- d) Akademia MKS:
 - a. Wyrażenie zgody przez Zarząd MKS na połączenie sekcji piłkarskiej akademii z Klubem

5. POŁĄCZENIE AKADEMII POLONII WARSZAWA SP. Z O.O. I MKS

Wszystkie czołowe i zdrowe finansowo kluby piłkarskie zagraniczne, Ekstraklasy i 1 Ligi mają swoje silne akademie. Silna акадеmia to podstawa profesjonalnego klubu sportowego.

W tym celu Klub złożył MKS ofertę na połączenie sekcji piłkarskiej MKS ze strukturami Polonii Warszawa. Niestety Zarząd MKS odrzucił propozycję Klubu. Aktualnie trwają negocjacje nad wypracowaniem wspólnego stanowiska w tej sprawie.

Posiadanie silnej akademii jest niezbędne, aby Klub mógł:

1. Spełniać wymogi licencyjne PZPN (Kluby 2 Ligi, 1 Ligi i Ekstraklasy muszą posiadać swoje zespoły młodzieżowe)
2. Uzyskać lepsze warunki finansowe:
 - a. Pro Junior System
 - b. składki i dotacje na młodych zawodników
3. brak konieczności finansowania transferów do Drużyny Rezerw i Pierwszej Drużyny (wykorzystanie zawodników młodzieżowych z akademii)

4. Pozyskiwać najlepszych młodzieżowców z roczników U15 - U19 do Pierwszej Drużyny, którzy będą:
 - a. bardziej związani z Klubem
 - b. gotowi pod grę w systemie taktycznym Pierwszej Drużyny
 - c. mniejszym kosztem dla Klubu niż zawodnicy pozyskani z transferów zewnętrznych
 - d. pozwalali wygenerować dla Klubu przychody z ich przyszłych transferów
5. Zwiększać liczbę kibiców oraz wzmacniać ich więzi z Klubem (członkowie akademii jako przyszli fani).

W sezonie 2022/2023 z programu Pro Junior System Klub otrzymał jedynie 95 000 PLN, gdzie w tym samym okresie w przypadku, gdyby młodzieżowcy MKS mieli status „wychowanka”, Klub otrzymałby kwotę 800 000 PLN.

Finanse – Brak wpływów do Klubu z Pro Junior System

2 liga – sezon 2022/2023

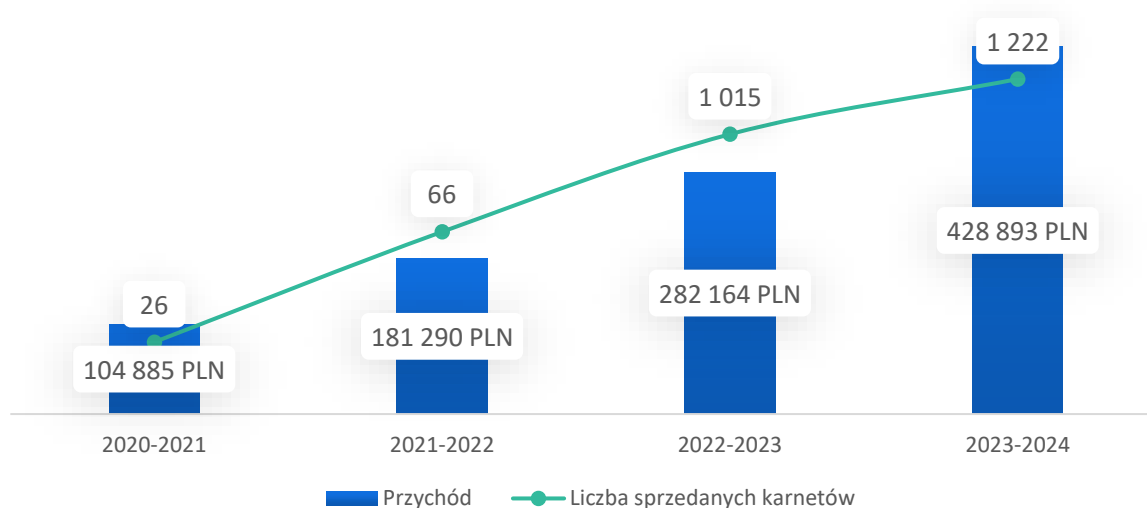
Kwota otrzymana z PJS	Kwota, jaką otrzymalibyśmy z PJS, gdyby zawodnicy MKS mieli status „wychowanka”
95 000 PLN	800 000 PLN

Plan budowy silnej Akademii zakłada:

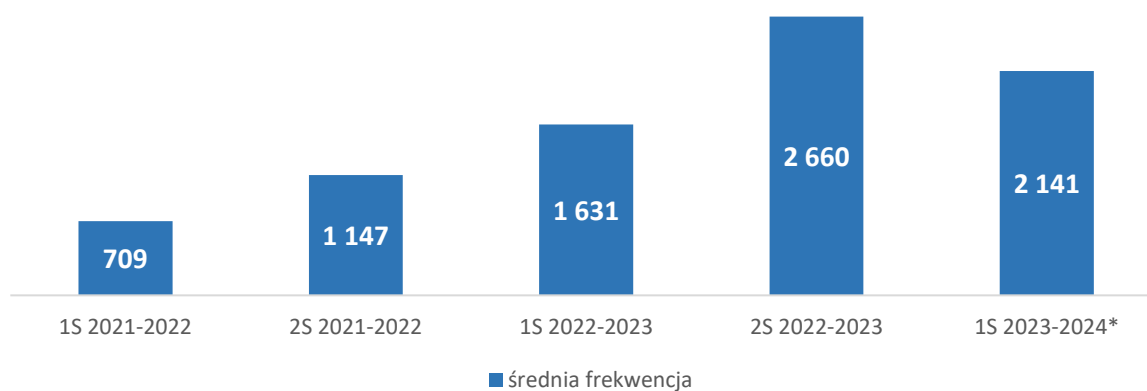
- Budowę jednej z najlepszych Akademii w Polsce, gdzie promowane będzie dobre samopoczucie młodych sportowców przy jednoczesnej poprawie ich umiejętności technicznych, taktycznych, fizycznych i społecznych
- Uzyskiwanie świetnych opinii i wysokiej satysfakcji rodziców i dzieci z zajęć w Akademii
- Budowę efektywnej i wzorcowej organizacji pod kątem finansów, marketingu, IT etc.
- Wyszkolenie wielu utalentowanych zawodników, którzy staną się profesjonalnymi sportowcami i gwiazdami Pierwszej Drużyny Polonii Warszawa. Będą oni wspierać Klub w osiągnięciu wspaniałych wyników sportowych.

6. DANE DOTYCZĄCE SPRZEDAŻY KARNETÓW I ŚREDNIEJ FREKWENCJI

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



W przypadku średniej frekwencji na poszczególnych meczach wygląda to następująco:

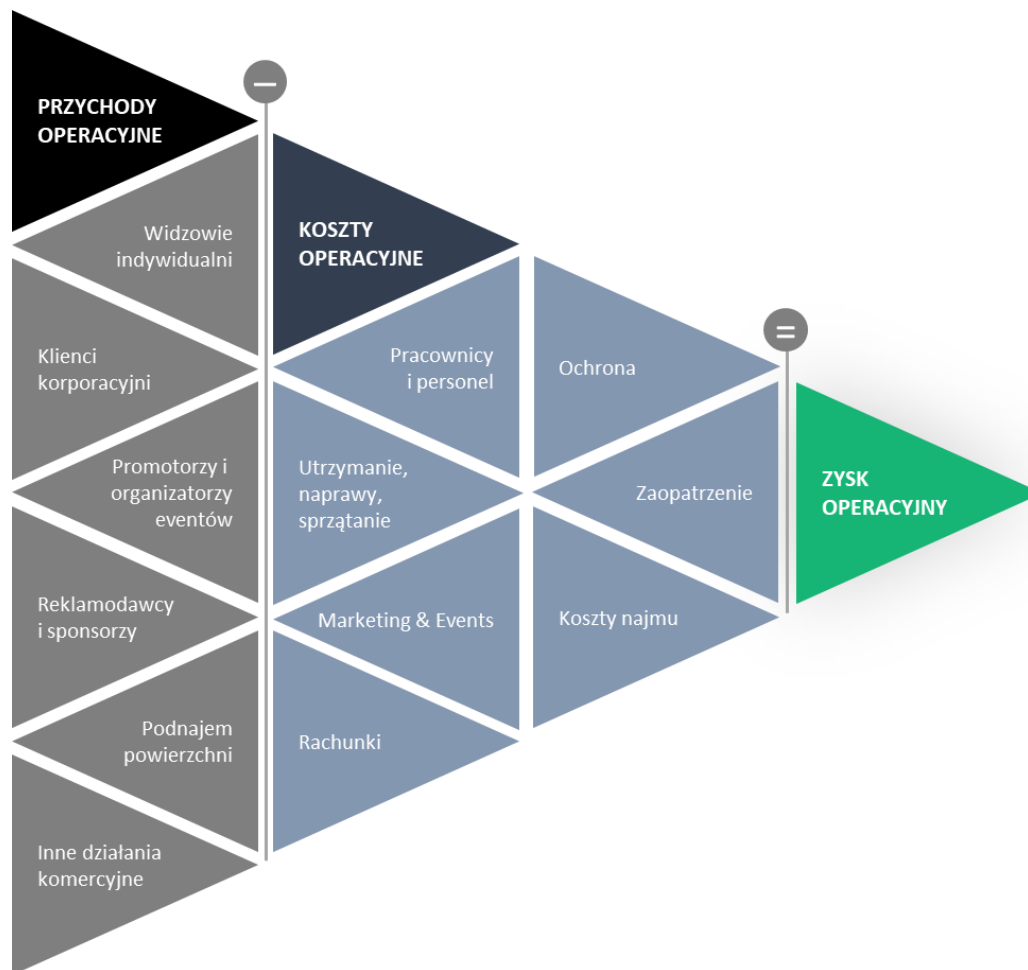


Mimo awansu, po pierwszych 9-ciu meczach w rundzie jesiennej 2023/2024 Fortuna 1 Ligi odnotowujemy spadek frekwencji o aż –20% względem poprzedniej rundy ☹️. Celem na obecny sezon jest osiągnięcie średniej frekwencji na poziomie 3 000 osób uczestniczących w meczach.

7. NASZE PLANY DOT. STADIONU

Głównym celem działalności Spółki jest osiągnięcie stabilności finansowej. Aby było to możliwe do osiągnięcia, konieczne jest sukcesywnie zwiększanie 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.

Obecne założenie Postępowania Publiczno-Prywatnego zakłada, że stadion oraz hala będzie zarządzana po budowie przez Aktywną Warszawę. Partner Prywatny będzie zarządzać Centrum Wsparcia Sportu i parkingiem, jednocześnie mając możliwość generowania zysku z tego tytułu.

W tych warunkach klub nie złoży oferty (podpisaliśmy umowę partnerską ze Strabagiem). Sam koszt budowy i utrzymania obiektu dla miasta oscylować będzie w granicach 1,5 miliarda złotych przez okres kilkunastu lat. Budowa obiektu w jednym z modeli proponowanych przez Polonię będzie o wiele korzystniejsza dla Miasta i Klubu.

Ryzyko dla Klubu:

- Bardzo wysokie koszty najmu obiektu w dni meczowe
 - skutkować to może generowaniem strat dla Klubu, a w skrajnym przypadku koniecznością rozgrywania meczów poza Konwiktorską
- Zarządca obiektu może wynajmować pomieszczenia na zasadzie konkursu ofert na każde jedno pomieszczenie (biura, magazyny, łóża biznesowe) podmiotom zewnętrznym niezwiązanym z Klubem.
 - Przykładowo firmy zewnętrzne mogą wynajmować łóża biznesowe i punkty gastronomiczne podczas dni meczowych z pominięciem Polonii i czerpać zyski z organizacji przez Klub meczów na K6 (koszty organizacji po stronie Klubu, natomiast zyski po stronie firm zewnętrznych)
- Brak możliwości generowania zysków przez Klub z tytułu wynajmu miejsc parkingowych, powierzchni reklamowych czy organizacji wydarzeń z wykorzystaniem w pełni wszystkich przestrzeni na obiekcie

3 inne alternatywy (znacznie tańsze) dla Miasta, dotyczące budowy nowego obiektu:

A

Przeprowadzenie tradycyjnego przetargu

Miasto przeprowadzi standardowy przetarg na budowę obiektu podobnie jak w przypadku obiektu Legii Warszawa.

Korzyść dla Miasta: niższy koszt budowy względem PPP.

Miasto będzie w stanie wydzierżawić cały obiekt Klubowi nie ponosząc przy tym kosztów eksploatacji obiektu.

B

Spółka celowa pomiędzy Miastem i Klubem

Miasto i Klub tworzą wspólnie (wspólni udziałowcy) nową spółkę do budowy i zarządzania obiektem. Spółka celowa bierze kredyt na budowę nowego stadionu, hali, CWS I parkingu.

Niższy koszt dla Miasta (~65 mln PLN jednorazowy – 50% kapitał spółki celowej)

C

Budowa obiektu w 100% przez Klub

Grunty przyznane Klubowi, który w całości finansuje, buduje i obsługuje nowy obiekt.

Korzyść dla Miasta: 0 (zero!) kosztów po stronie Miasta!

(model przyjmowany przez kluby zachodnie)



Naszą wizją i celem jest budowa:

1. Tętniącego życiem, najnowocześniejszego, wielofunkcyjnego obiektu/stadionu/areny/hali/centrum sportu i rozrywki z ponad 20 000 miejsc, w którym rocznie odbywać się będzie ponad 250 prestiżowych wydarzeń rodzinnych i biznesowych.
2. Najlepszego miejsca docelowego do organizacji:
 - a. wydarzeń sportowych, takich jak mecze piłki nożnej, koszykówki, sporty walki: MMA, boks, kickboxing, jeździectwo, sporty motorowe, sporty na lodzie.
 - b. koncertów na światowym poziomie, podczas których wystąpią najwybitniejsi artyści z całego świata. Stadion musi dysponować najlepszymi systemami dźwiękowymi, oświetleniowymi i scenicznymi,
 - c. konwencji i konferencji, seminariów, targów, bankietów, wystaw, imprez firmowych, przyjęć urodzinowych, wesel etc.

Celem tego obiektu jest dostarczenie wspaniałych doznań mieszkańcom Warszawy i turystom przebywającym w stolicy. Stworzenie miejsca niezapomnianych wspomnień i wydarzeń, dzięki którym będziemy w stanie generować zyski niezbędne do finansowania Polonii Warszawa.

8. WAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA W DZIEDZINIE BADAŃ I ROZWOJU

Spółka nie prowadziła prac badawczych i rozwojowych.

9. INFORMACJE DOTYCZĄCE NABYCIA AKCJI WŁASNYCH

Spółka nie nabywała akcji własnych.

10. 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 2023 do 30 czerwca 2024:

- 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 następujące cele strategiczne:



Warszawa, 19 grudnia 2023 r., Zarząd w składzie:

Gregoire Nitot

Gregoire Nitot – Prezes Zarządu

Bartłomiej Dryl

Bartłomiej Dryl – Członek Zarządu



11. ZAŁĄCZNIK – MISJA, CELE I WARTOŚCI POLONII WARSZAWA

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

MISJA

Jesteśmy Czarni Kulturalni! Naszą misją jest budowa najbardziej otwartego, przyjaznego, uśmiechniętego i pozytywnego klubu w Polsce. Zbudujmy go razem!

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, czerpiącą 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, przekażemy 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** – Wszyscy – kibice, zawodnicy, sponsorzy i zarząd – tworzymy jedną drużynę, która wspiera się zawsze, niezależnie od sytuacji. Wygrywając, świętujemy wspólnie, przegrywając, podnosimy się na duchu i motywujemy do dalszej walki. Bez względu na wyniki sportowe pozostajemy lojalni wobec naszego Klubu i stoimy za naszym zespołem murem. 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. Wiemy, że znacznie więcej możemy osiągnąć razem. Pomimo konstruktywnych konfliktów między członkami zespołu, zawsze szukamy kompromisów. Natomiast nie boimy się rozstawać z osobami konfliktowymi, które mają zły wpływ na nasze wyniki i atmosferę na stadionie. Wierzymy, że daje nam to przewagę 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. Fani są odpowiedzialni za kibicowanie drużynie i tworzenie na stadionie, podczas meczów, magicznej atmosfery, która przyciągnie nowych kibiców i sponsorów oraz wspieranie Klubu finansowo poprzez zakup biletów, transmisji, gadżetów i gastronomii.
 - b. Zawodnicy i trenerzy są odpowiedzialni za dobrą grę, walkę na boisku, wygrywanie meczów i awanse do wyższych lig, aby w końcu powrócić do Ekstraklasy oraz za zapewnianie kibicom wspianiałych emocji.
 - c. Sprzedaż, marketing i komunikacja to zespół odpowiedzialny za tworzenie świetnego contentu, który budzi emocje i przekłada się na wzrost liczby fanów, znalezienie nowych sponsorów Klubu, zwiększenie sprzedaży biletów podczas dni meczowych, dostarczanie wysokiej jakości gadżetów oraz najwyższy poziom usług dla kibiców.
 - d. Akademia odpowiada za szkolenie nowych talentów, które będą co roku umacniać główną drużynę.
 - e. Dział sportowy jest odpowiedzialny za optymalizację transferów klubowych – rekrutowanie co roku nowych talentów, które spełnią oczekiwania trenera i umocnią skład głównej drużyny, a jednocześnie uważną kontrolę kosztów i wydatków oraz generowanie przychodu dla Klubu, dzięki przemyślanym transferom.



- f. Zespół finansów i administracji odpowiada za dostarczenie dobrej jakości danych, tworzenie budżetu, efektywne zarządzanie stadionem podczas dni meczowych, prawidłową współpracę z organami typu PZPN i Urząd Skarbowy oraz zapewnienie wsparcia dla wszystkich pracowników i kibiców Klubu.
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 osiągniętych przez nas sukcesów i świetnych wyników, 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. **Szacunek, otwartość i radość** – Niezależnie od wyniku i pomimo ogromnych emocji, jakie towarzyszą sportowej rywalizacji, odnosimy się z szacunkiem do wszystkich. Sędzia, kibic, zawodnik naszej drużyny czy drużyny przeciwnej, trener czy prezes – nie akceptujemy aktów agresji i mowy nienawiści wobec nikogo. Nawet kiedy wywieramy presję, aby Klub osiągał lepsze wyniki, robimy to kulturalnie i z szacunkiem. Akceptujemy wszystkich bez względu na rasę, pochodzenie, wiek, orientację seksualną, wyznanie, status materialny, rolę w Klubie czy drużynę, której kibicuje, ponieważ łączy nas wspólna pasja do sportu. Każdy, kto podziela nasze wartości, jest zawsze mile widziany podczas meczów Polonii w naszym domu na K6, który ma być miejscem bezpiecznym dla każdego bez wyjątku. Przychodzimy na mecze, żeby czerpać radość ze sportowego widowiska i przeżywać niezapomniane chwile ze wszystkimi, którzy są razem z nami na stadionie.
 8. **Transparentność i odwaga** – Wierzymy, że transparentność jest niezbędnym elementem każdej relacji. Otwartość i szczerść zachowujemy wobec wszystkich: kibiców, pracowników, zawodników i partnerów, nawet gdy jest to jest niepoprawne politycznie lub może kogoś zboleć. Nie boimy się wyzwań 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 i nie podważamy ich decyzji, ponieważ są dla nas autorytetami. Ponadto wypłacamy naszym zawodnikom uczciwe wynagrodzenia, które są proporcjonalne do ich wyników i umiejętności.
 10. **Zaufanie i wolność** – Ufamy naszym pracownikom, zawodnikom i kibicom i dajemy im możliwość podejmowania decyzji. Wszyscy ludzie mają prawo krytykować Polonię i wyrażać swoją opinię. Jednak każda krytyka powinna być konstruktywna i przekazana w przyjazny sposób, bez przemocy i nienawiści.



12. 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:

Udziałowiec	Liczba posiadanych udziałów	Liczba głosów	Uprzywilejowane udziały	Procentowy udział w ogólnej liczbie głosów	Wartość udziałów
Gregoire Nitot	45 936	45 942	TAK	95,57%	4 593 600
Krystyna Bnińska - Jędrzejowicz	460	460	NIE	0,96%	46 000
Katarzyna Willman	150	150	NIE	0,31%	15 000
Urszula Engel	150	150	NIE	0,31%	15 000
Ryszard Zieliński	122	132	TAK	0,27%	12 200
Kamila Justyna Zielińska	113	113	NIE	0,24%	11 300
Adam Kuźnicki	106	106	NIE	0,22%	10 600
Rafał Arak	70	70	NIE	0,15%	7 000
Krzysztof Dobosz	63	63	NIE	0,13%	6 300
Józef Kosiorek	50	50	NIE	0,10%	5 000
Robert Medoń	50	50	NIE	0,10%	5 000
Tomasz Skowroński	50	50	NIE	0,10%	5 000
Andrzej Skowroński	47	57	TAK	0,12%	4 700
Tomasz Wielga	45	75	TAK	0,16%	4 500
Robert Szwedyc	40	40	NIE	0,08%	4 000
Dariusz Kopyt	35	35	NIE	0,07%	3 500
Stanisław Speczik	35	45	TAK	0,09%	3 500
Andrzej Bogucki	33	66	TAK	0,14%	3 300
Sławomir Wołoszyn	25	25	NIE	0,05%	2 500
Jerzy Michał Kopyt	20	20	NIE	0,04%	2 000
Mariusz Czaja	19	19	NIE	0,04%	1 900
Tomasz Danik	19	19	NIE	0,04%	1 900
Arkadiusz Bolmowski	15	15	NIE	0,03%	1 500
Joanna Dobrzyńska - Speczik	15	15	NIE	0,03%	1 500
Ireneusz Leśniewski	11	11	NIE	0,02%	1 100
Zakład Montażu Urządzeń Nadawczo-Odbiorczych sp. z o.o.	11	11	NIE	0,02%	1 100
Michał Nivette	10	10	NIE	0,02%	1 000
Władysław Jerzy Engel	10	20	TAK	0,04%	1 000
Wojciech Domińczak	10	20	TAK	0,04%	1 000
Dariusz Góralczyk	7	12	TAK	0,02%	700
Piotr Kubiacyk	7	12	TAK	0,02%	700



Alessandro Moricca	6	11	TAK	0,02%	600
Andrzej Romanowski	5	5	NIE	0,01%	500
Lucjan Siwczyk	5	5	NIE	0,01%	500
Marek Jurek	5	7	TAK	0,01%	500
Marek Zaliwski	5	10	TAK	0,02%	500
Paweł Tyliński	5	10	TAK	0,02%	500
Robert Kuraszkiewicz	5	10	TAK	0,02%	500
Andrzej Hofman	4	8	TAK	0,02%	400
Grzegorz Popielarz	4	8	TAK	0,02%	400
Maciej Stokowski	4	8	TAK	0,02%	400
Andrzej Brusikiewicz	3	3	NIE	0,01%	300
Oskar Zachert	3	6	TAK	0,01%	300
Adam Remiszewski	2	4	TAK	0,01%	200
Jan Jancewicz	2	4	TAK	0,01%	200
Jarosław Stanisław Król	2	2	NIE	0,00%	200
Michał Listkiewicz	2	4	TAK	0,01%	200
Piotr Jamski	2	4	TAK	0,01%	200
Ryszard Anoni Ciesiński	2	2	NIE	0,00%	200
Zygmunt Lenkiewicz	2	4	TAK	0,01%	200
Adam Gucwa	1	2	TAK	0,00%	100
Adam Jacek Kaczyński	1	2	TAK	0,00%	100
Adam Mazurkiewicz	1	2	TAK	0,00%	100
Adam Skwara	1	2	TAK	0,00%	100
Agnieszka Korzeniowska	1	2	TAK	0,00%	100
Andrzej Wróblewski	1	2	TAK	0,00%	100
Artur Kozak	1	2	TAK	0,00%	100
Dariusz Kowalczyk	1	2	TAK	0,00%	100
Dariusz Remiszewski	1	2	TAK	0,00%	100
Dariusz Zawadzki	1	2	TAK	0,00%	100
Irena Gołąb	1	2	TAK	0,00%	100
Jacek Siekaczyński	1	2	TAK	0,00%	100
Janusz Kopeć	1	2	TAK	0,00%	100
Jarosław Ostrowski	1	2	TAK	0,00%	100
Jarosław Popiołek	1	2	TAK	0,00%	100
Jerzy Engel	1	2	TAK	0,00%	100
Jędrzej Ostrowski	1	2	TAK	0,00%	100
Karolina Wojciechowska - Engel	1	2	TAK	0,00%	100
Maciej Gnoiński	1	2	TAK	0,00%	100
Marcin Jastrzębski	1	2	TAK	0,00%	100
Marek Kostyrka	1	2	TAK	0,00%	100
Marek Makuch	1	2	TAK	0,00%	100
Mariusz Iwański	1	2	TAK	0,00%	100
Mariusz Wesserling	1	2	TAK	0,00%	100
Michał Badowski	1	2	TAK	0,00%	100
Michał Kalicki	1	1	NIE	0,00%	100



Michał Tarapata	1	2	TAK	0,00%	100
Michał Żurowski	1	2	TAK	0,00%	100
Mieczysław Olejniczak	1	1	NIE	0,00%	100
Miłosz Sosnowski	1	2	TAK	0,00%	100
Paweł Poncyliusz	1	2	TAK	0,00%	100
Paweł Rodowski	1	2	TAK	0,00%	100
Piotr Borysewicz	1	2	TAK	0,00%	100
Piotr Burzyński	1	2	TAK	0,00%	100
Piotr Wróblewski	1	2	TAK	0,00%	100
Radosław Majdan	1	2	TAK	0,00%	100
Remigiusz Lembowicz	1	2	TAK	0,00%	100
Robert Chmura	1	2	TAK	0,00%	100
Roman Sabaj	1	2	TAK	0,00%	100
Sebastian Zawadzki	1	2	TAK	0,00%	100
Stanisław Jerzy Kander	1	2	TAK	0,00%	100
Stanisław Michrowski	1	2	TAK	0,00%	100
Wacław Piotr Krygiel	1	2	TAK	0,00%	100
Waldemar Józef Marciniak	1	1	NIE	0,00%	100
Wojciech Gęsicki	1	2	TAK	0,00%	100
Wojciech Kozak	1	2	TAK	0,00%	100
Wojciech Mróz	1	2	TAK	0,00%	100
Wojciech Zarębski	1	1	NIE	0,00%	100
	47 850	48 070		100,00%	4 785 000