



POLONIA



SPRAWOZDANIE
ZARZĄDU Z
DZIAŁALNOŚCI
SPÓŁKI W OKRESIE
2023.07 – 2024.06

DATA OPRACOWANIA: SIERPIEŃ 2024



SPIS TREŚCI

1. Podstawowe informacje o Spółce	3
2. Sytuacja finansowa Spółki	4
3. Podsumowanie osiągnięć w roku obrotowym	12
Utrzymanie w Fortuna 1 Ligi.....	12
Inwestycje w sprzęt sportowy oraz remonty	12
Wzrost sprzedaży gadżetów	13
Odnotowanie wzrostu zysków z działalności gastronomicznej.....	13
4. Polonia Warszawa – mocne i słabe strony	15
5. Dane dotyczące sprzedaży karnetów, BILETÓW i średniej frekwencji	19
6. Nasze plany dot. stadionu	21
7. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju.....	23
8. Informacje dotyczące nabycia akcji własnych	23
9. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń.....	23
10. Załącznik – Misja, cele i wartości Polonii Warszawa	24
11. Załącznik – Struktura udziałowców	28



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 2023 roku do 30 czerwca 2024 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: 8 312 204 PLN,
- Suma bilansowa: 2 573 421 PLN,
- Rachunek zysków i strat wykazuje stratę netto w wysokości: 3 229 327 PLN,
- Zestawienie zmian w kapitale (funduszu) własnym wykazuje zmniejszenie kapitału własnego o kwotę: 1 229 327 PLN,
- Rachunek przepływów pieniężnych wykazuje zwiększenie środków pieniężnych o kwotę: 346 830 PLN,
- Przeciętna liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełny etat (umowy o pracę): 2.

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

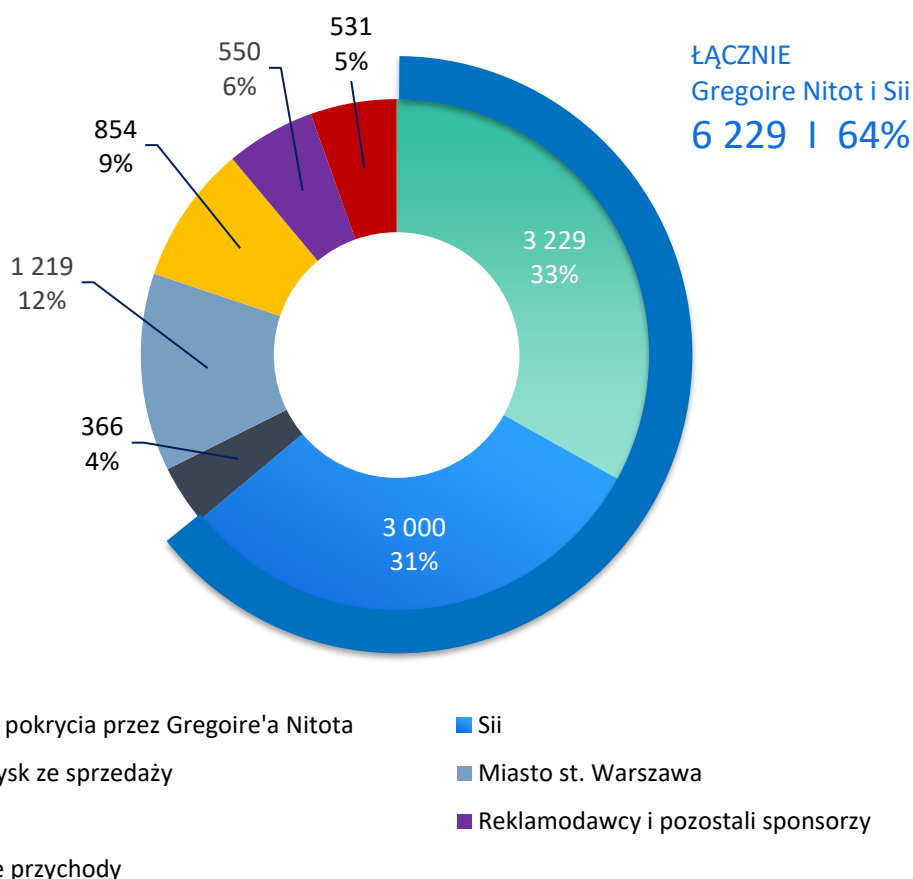
Ocena sytuacji finansowej

Zachowanie płynności finansowej Spółki w roku obrotowym 2023/2024 jest wynikiem wpłaty przez głównego udziałowca Spółki 3 950 000 PLN zaliczki na poczet pokrycia wkładu pieniężnego na nowe udziały w Spółce.

Łączna wartość dokapitalizowania przez Pana Gregoire'a Nitota od marca 2020 roku do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania wyniosła 21 267 300 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 2023 do 30 czerwca 2024 roku 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 64% niezbędnych środków finansowych do pokrycia bieżących kosztów funkcjonowania Spółki.

Poniżej przedstawiono rentowność poszczególnych Działów.

Wykonanie 2023 - 2024	Przychody	Koszty	Wynik
Dział sportowy	450 tys.	7,7 mln	- 7,3 mln
Transfery, ekwiwalenty, PJS + pozostałe	450 tys.		
Wynagrodzenia i kontrakty zawodników i sztabu		5,4 mln	
Pozostałe koszty Działu Sport		2,0 mln	
Bonusy za mecze i awans		368 tys.	
Kibice	2,2 mln	1,8 mln	366 tys.
Stadion / dni meczowe	984 tys.	794 tys.	190 tys.
Gastronomia	691 tys.	591 tys.	100 tys.
Sprzedaż produktów / gadżetów	483 tys.	407 tys.	76 tys.
Sponsorzy i reklamodawcy	5,6 mln	447 tys.	5,2 mln
Sii Sp. z o.o.	3,0 mln		
Miasto st. Warszawy	1,2 mln		
PZPN	854 tys.		
Reklamodawcy + pozostali Sponsorzy	550 tys.	447 tys.	
Akademia i zespół rezerw Polonia II	72 tys.	600 tys.	- 528 tys.
Sprzedaż, PR, komunikacja i marketing		455 tys.	- 455 tys.
Finanse i administracja, dział prawny	7 tys.	351 tys.	- 344 tys.
Zarząd + Pozostałe	2 tys.	175 tys.	- 173 tys.
Łącznie	8,3 mln	11,5 mln	- 3,2 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:

- Koszty transportu na mecze, zakwaterowania w hotelach i wyżywienia: 498 000 PLN,
- Koszty ekwiwalentów, transferów i opłat związkowych: 377 000 PLN,
- Koszt remontu szatni, przychodni oraz inwestycje w sprzęt: 274 000 PLN,
- Koszty obozów przygotowawczych: 246 000 PLN,
- Koszty najmu boisk treningowych i pomieszczeń: 196 000 PLN,
- Inne.

Koszty w pozycji Reklamodawcy + pozostali sponsorzy:

- Koszty barterów: 420 000 PLN,
- Inne.

Zarząd + Pozostałe koszty:

- Koszty wynagrodzenia Dyrektora Finansowego,
- Inne.



Zidentyfikowane obszary generujące straty w roku obrotowym 2023/2024:

- Koszty utrzymania Drużyny Rezerw w kwocie 279 000 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 01.07.2022 do 30.06.2023	Za okres od 01.07.2023 do 30.06.2024	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
Przychody netto ze sprzedaży	4 567 969	8 308 704	3 740 735	81,9%
Koszt działalności operacyjnej	7 577 233	11 537 948	3 960 715	52,3%
Zysk (strata) ze sprzedaży	-3 009 264	-3 229 244	-219 980	7,3%
Pozostałe przychody operacyjne	106 982	3 164	-103 818	-97,0%
Pozostałe koszty operacyjne	53 609	80	-53 529	-99,9%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-2 955 891	-3 226 160	-270 269	9,1%
Zysk (strata) brutto	-2 956 557	-3 229 327	-272 770	9,2%
Zysk (strata) netto	-2 956 557	-3 229 327	-272 770	9,2%
Zobowiązania długoterminowe	0	0	0	0,0%
Zobowiązania krótkoterminowe	2 130 768	4 382 445	2 251 677	105,7%
Kapitał własny	-507 269	-1 736 596	-1 229 327	242,3%
Kapitał podstawowy	4 785 000	6 785 000	2 000 000	41,8%

Koszty rodzajowe	Za okres od 01.07.2022 do 30.06.2023	Za okres od 01.07.2023 do 30.06.2024	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
Amortyzacja	13 979	18 760	4 781	34,2%
Zużycie materiałów i energii	664 536	1 127 780	463 244	69,7%
Usługi obce	5 493 073	8 456 651	2 963 578	54,0%
Podatki i opłaty	32 557	37 037	4 480	13,8%
Wynagrodzenia	1 046 274	1 431 425	385 151	36,8%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	30 543	38 466	7 923	25,9%



- w tym emerytalne	0	0	0	0,0%
Pozostałe koszty rodzajowe	296 271	427 829	131 558	44,4%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0	0	0	0,0%
Koszty według rodzaju razem	7 577 233	11 537 948	3 960 715	52,3%

Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Zużycie materiałów i energii:

- Koszt sprzedanych towarów, takich jak gadzety, gastronomia + inne zużyte materiały i towary: 1 058 000 PLN,
- Koszt paliw, energii elektrycznej, mediów itp.

Usługi obce:

- Koszt kontraktów piłkarskich, sztabu szkoleniowego, administracji, gastronomii, marketingu etc.: 5 377 000 PLN
- Koszt dni meczowych: ochrona, stadion, system biletowy etc.: 709 000 PLN,
- Koszt hoteli, transportu, usług medycznych i wyżywienia: 1 297 000 PLN,
- Koszt najmu boisk treningowych oraz pomieszczeń biurowo-użytkowych: 317 000 PLN,
- Usługi reklamowe i poligraficzne: 291 000 PLN,
- Opłaty licencyjne: 83 000 PLN,
- Inne.

Pozostałe koszty rodzajowe:

- Opłaty transferowe i związkowe: 315 000 PLN,
- Koszt ubezpieczeń: 76 000 PLN,
- Inne.

Poz.	Aktywa	Stan na dzień 30.06.2023	Stan na dzień 30.06.2024	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
A	Aktywa trwałe	35 625	57 112	21 487	60,3%
I.	Wartości niematerialne i prawne	0	0	0	0,0%
II.	Rzeczowe aktywa trwałe	35 625	57 112	21 487	60,3%
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	1 744 885	2 516 309	771 424	44,2%
I.	Zapasy	214 804	217 587	2 783	1,3%
II.	Należności krótkoterminowe	1 042 964	1 381 108	338 144	32,4%
III.	Inwestycje krótkoterminowe	438 979	785 809	346 830	79,0%



IV.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	48 138	131 805	83 667	173,8%
	Razem aktywa	1 780 510	2 573 421	792 911	44,5%

Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Zapasy:

- Gadżety: 202 000 PLN,
- Gastronomia: 15 000 PLN,

Należności krótkoterminowe (bieżące, nieprzeterminowane):

- Miasto stołeczne Warszawa: 466 000 PLN,
- PayU: 309 000 PLN,
- Pierwszy Urząd Skarbowy: 221 000 PLN,
- Kaucje: 55 000 PLN,
- Polski Związek Piłki Nożnej: 43 000 PLN,
- Inne.

Inwestycje krótkoterminowe:

- Środki pieniężne: 786 000 PLN.

Poz.	Pasywa	Stan na dzień 30.06.2023	Stan na dzień 30.06.2024	Zmiana wartościowa	Zmiana w %
A	Kapitał własny	-507 269	-1 736 596	-1 229 327	242,3%
I.	Kapitał podstawowy	4 785 000	6 785 000	2 000 000	41,8%
II.	Kapitał zapasowy	7 661 042	4 704 485	-2 956 557	-38,6%
III.	Zysk (strata) z lat ubiegłych	-9 996 754	-9 996 754	0	0,0%
IV.	Pozostały kapitał rezerwowy	0	0	0	0,0%
V.	Zysk (strata) netto	-2 956 557	-3 229 327	-272 770	9,2%
B.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	2 287 779	4 310 017	2 022 238	88,4%
I.	Rezerwy na zobowiązania	125 098	117 500	-7 598	-6,1%
II.	Zobowiązania długoterminowe	0	0	0	0,0%
III.	Zobowiązania krótkoterminowe	2 130 768	4 010 782	1 880 014	88,2%
IV.	Rozliczenia międzyokresowe	31 913	181 735	149 822	469,5%
	Pasywa razem	1 780 510	2 573 421	792 911	44,5%



Wyjaśnienia do poszczególnych pozycji:

Zobowiązania krótkoterminowe:

- Wpłaty głównego Inwestora na poczet objęcia udziałów w kwocie 2 950 000 PLN, które po objęciu udziałów zwiększą kapitał własny Spółki,
- Bieżące wynagrodzenie zawodników i pracowników za miesiąc czerwiec 2024,
- Inne bieżące nieprzeterminowane zobowiązania.

Rozliczenia międzyokresowe:

- Koszty poniesione w 2023/2024 roku stanowiące koszty nowego roku obrotowego 2024/2025

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 2023/2024 były możliwe dzięki:

- Dokapitalizowaniu Klubu przez głównego udziałowca, tj. Pana Gregoire'a Nitota, kwotą 3 950 000 PLN na poczet zaliczki pokrycia wkładu pieniężnego na nowe udziały w Spółce,
- Kontynuacja umowy o wartości 3 000 000 PLN netto pomiędzy Klubem, a firmą Sii Sp. z o.o. na okres sezonu 2023/2024.

Przewidywana sytuacja finansowa Spółki w okresie od 01 lipca 2024 do 30 czerwca 2025

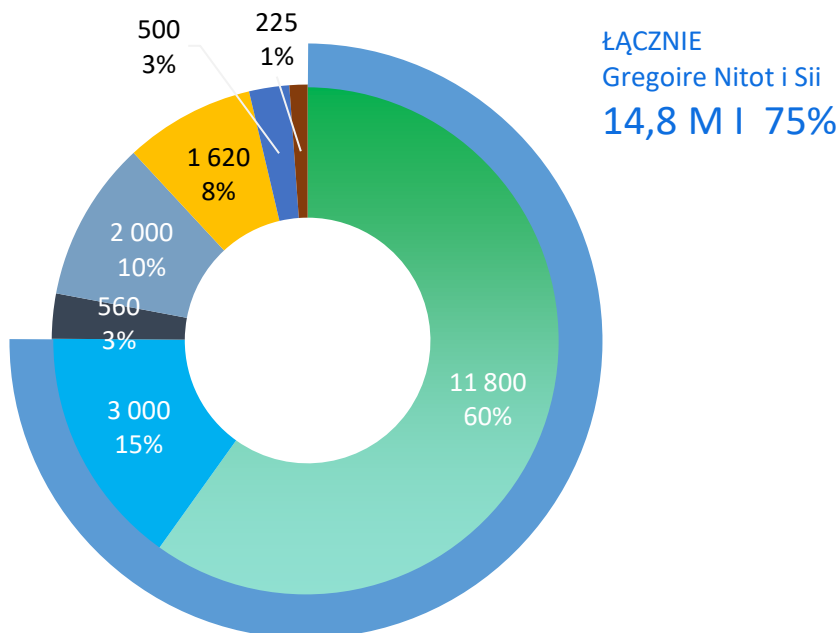
W roku obrotowym od 01 lipca 2024 do 30 czerwca 2025 Spółka planuje odnotować koszty działalności operacyjnej w kwocie ok. **22 000 000 PLN**.



Przyjęto następujące założenia budżetowe:

Budżet 2024 - 2025	Przychody	Koszty	Wynik
Dział sportowy	150,0 tys.	17,5 mln	- 17,4 mln
Transfery, ekwiwalenty + pozostałe przychody	150,0 tys.		
Wynagrodzenia i kontakty zawodników i sztabu		12,0 mln	
Pozostałe koszty Działu Sport		3,5 mln	
Bonusy za mecze i awans		2,0 mln	
Kibice	2,8 mln	2,2 mln	560 tys.
Stadion / dni meczowe	1,2 mln	820 tys.	300 tys.
Gastronomia	850 tys.	690 tys.	160 tys.
Sprzedaż produktów / gadżetów	800 tys.	700 tys.	100 tys.
Sprzedaż, PR, komunikacja i marketing	7,1 mln	410 tys.	6,7 mln
Sii Sp. z o.o.	3,0 mln		
Miasto st. Warszawy	2,0 mln		
PZPN	1,6 mln		
Reklamodawcy + pozostali Sponsorzy	0,5 mln	410 tys.	
Akademia i zespół rezerw Polonia II	75 tys.	620 tys.	- 545 tys.
Sprzedaż, PR, komunikacja i marketing		550 tys.	- 550 tys.
Finanse i administracja, dział prawny		420 tys.	- 420 tys.
Pozostałe		250 tys.	- 250 tys.
Łącznie	10,1 mln	21,9 mln	- 11,8 mln

W budżecie za rok obrotowy 2024/2025 zaplanowano następujące finansowanie kosztów bieżącej działalności (w tys. PLN):



- Strata do pokrycia przez Gregoire'a Nitota
- Sii
- Kibice
- Miasto st. Warszawa
- PZPN
- Pozostałe przychody
- Reklamodawcy i pozostali sponsorzy

Kluczowe w aspekcie finansowania kosztów bieżącej działalności jest sukcesywne zwiększanie zysków z dni meczowych, gastronomii i sprzedaży gadżetów, generowanych przez kibiców w dni meczowe. W budżecie na rok 2024/2025 zaplanowano wzrost zysku o 53% względem roku poprzedniego w tym obszarze.

Rentowność – Zysk / Strata	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	Budżet 2024/25
Kibice	-210 tys.	10 tys.	220 tys.	366 tys.	560 tys.
Dni meczowe (bez gastronomii i gadżetów)	-150 tys.	55 tys.	125 tys.	190 tys.	300 tys.
Gastronomia	-60 tys.	-80 tys.	40 tys.	100 tys.	160 tys.
Sprzedaż produktów / gadżetów	0 tys.	35 tys.	55 tys.	76 tys.	100 tys.

3. PODSUMOWANIE OSIĄGNIĘĆ W ROKU OBROTOWYM

Utrzymanie w Fortuna 1 Ligi

POZ.	DRUŻYNA	POZ.	DRUŻYNA
1.	Lechia Gdańsk	10.	Wisła Kraków
2.	GKS Katowice	11.	Stal Rzeszów
3.	Arka Gdynia	12.	Chrobry Głogów
4.	Motor Lublin	13.	Znicz Pruszków
5.	Górnik Łęczna	14.	Bruk-Bet Termalica Nieciecza
6.	Odra Opole	15.	Polonia Warszawa
7.	Wisła Płock	16.	Resovia Rzeszów
8.	Miedź Legnica	17.	Podbeskidzie Bielsko-Biała
9.	GKS Tychy	18.	Zagłębie Sosnowiec

Inwestycje w sprzęt sportowy oraz remonty

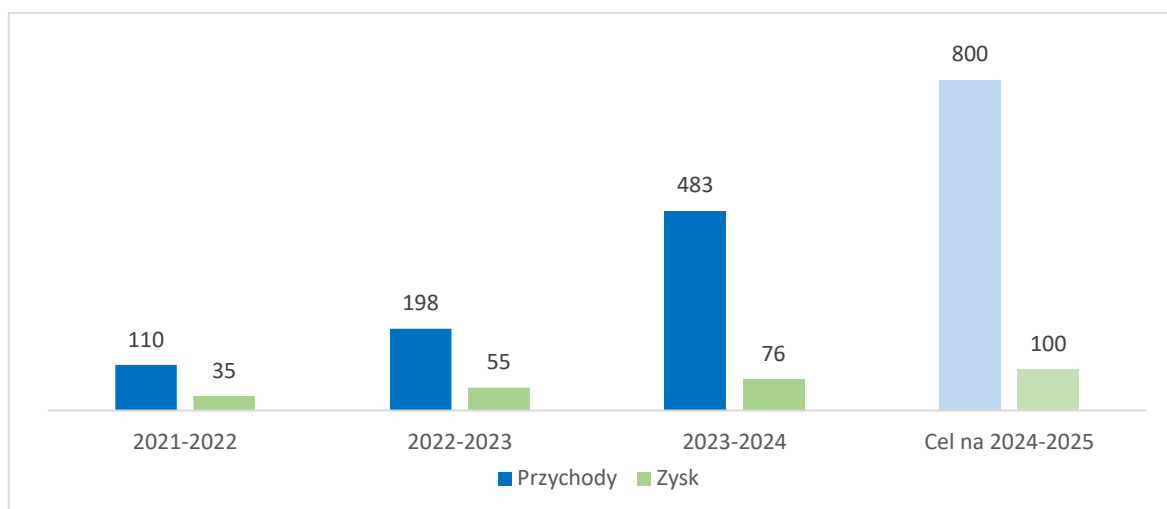
Koszty inwestycji w sezonie 2023/2024 w sprzęt sportowy oraz remonty szatni i tzw. „przychodni” wyniósł łącznie ok. 150 tys. zł., w tym zrealizowane zostały następujące prace i zakupy:

- Generalny remont szatni pierwszego zespołu Polonii Warszawa,
- Remont szatni trenerów pierwszego zespołu Polonii Warszawa,
- Remont pomieszczenia do analiz, poprawiającego komfort pracy trenerów,
- Remont przychodni (m.in. sauna, pokój do rekreacji, telewizor, PlayStation, ekspres do kawy, dystrybutor do wody etc.),
- Zakup aparatu do krioterapii,
- Zakup nowoczesnego sprzętu dla fizjoterapeutów (pistolety do masażu, aparat do elektrolizy przezskórnej),
- Zakup kostkarki do lodu na potrzeby odnowy biologicznej, ułatwiającej regenerację zawodników po meczach i treningach,
- Zakup sprzętu do rehabilitacji (m.in. rower airbike, piłki lekarskie, mata poślizgowa etc.).

Wzrost sprzedaży gadżetów

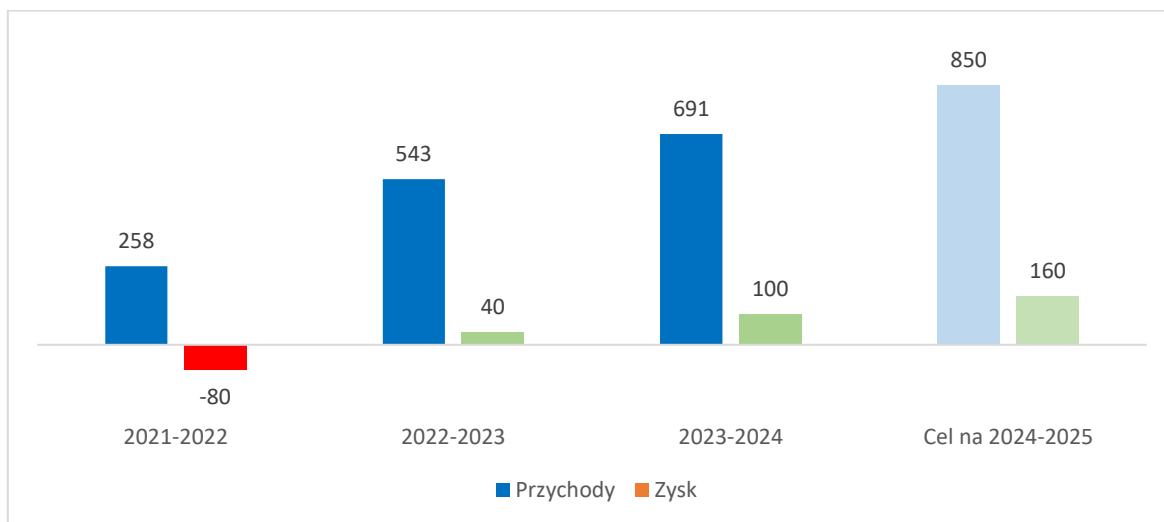
Klub sukcesywnie notuje wzrost sprzedaży gadżetów i produktów. Celem na nowy rok obrotowy 2024/2025 jest osiągnięcie przychodów na poziomie 800 000 PLN i zysku w kwocie 100 000 PLN. Dodatkowo w roku obrotowym 2023/2024 Klub:

- wprowadził nowy system do sprzedaży stacjonarnej oraz zarządzania magazynem,
- rozpoczął sprzedaż poprzez platformę Allegro.



Odnotowanie wzrostu zysków z działalności gastronomicznej

Klub po dwóch latach prowadzenia działalności gastronomicznej, która przynosiła straty, odnotował drugi rok z rzędu zysk, którego wartość względem poprzedniego roku obrotowego wzrosła 2,5 krotnie i osiągnął wartość 100 000 PLN. Celem na nowy rok obrotowy 2024/2025 jest osiągnięcie przychodów na poziomie 850 000 PLN i zysku w kwocie 160 000 PLN.





4. POLONIA WARSZAWA – MOCNE I SŁABE STRONY

MOCNE STRONY

1. Znana i rozpoznawalna marka Polonii Warszawa – Klubu z imponującą historią i tradycją.
2. Gregoire Nitot jako Właściciel i Prezes Klubu:
 - a. Zapewnia stabilność finansową (prywatna inwestycja ponad 21 M PLN od marca 2020 roku + ponad 11 M PLN planowany na ten season),
 - 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 Dryła),
 - ii. Dział Sportowy (prowadzony przez Piotra Kosiorowskiego).
 - iii. Dział Sprzedaży, Marketingu i Komunikacji,
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 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. Brak sponsorów poza Sii Polska,
 - d. Brak możliwości pozyskiwania wyższych środków z PJS (Pro Junior System) w związku ze współistnieniem dwóch podmiotów MKS i Polonia Warszawa.
2. Kibice:
 - a. Zbyt mała frekwencja na naszych domowych meczach. Mimo awansu do 1. Ligi średnia frekwencja na meczach przy Konwiktorskiej 6 wyniosła tylko 2.269 osób. Jest to jedna z najmniejszych frekwencji wśród klubów 1. Ligi, (niższa niż znacznie mniejsze miasta takie jak Lublin, Gdynia, Opole, Rzeszów, Sosnowiec, Tychy, Płock, Bielsko-Biała, Legnica, Katowice, Gdańsk, Kraków).
 - b. Mała wartość zysków generowanych przez kibiców, tylko 4% budżetu rocznego Klubu (nasi rywale, jak Wisła Kraków, Ruch Chorzów, Arka Gdynia czy ŁKS Łódź, otrzymują od swoich kibiców znacznie więcej pieniędzy na finansowanie wydatków klubowych).
 - c. Decyzja o przeniesieniu doping na Trybunę Główną sektor C z Trybuny Kamiennej. Zmiana ta wpłynęła negatywnie na sprzedaż karnetów (powstał bałagan komunikacyjny. Kibice nie rozumieli, czy mają kupić karnet na Trybunę Główną sektor C, czy Trybunę Kamienną + brak mobilizacji kibiców w sprawie sprzedaży karnetów przed startem sezonu). Trybuna Kamienna wygląda pusto przed kamerami, co w konsekwencji tworzy błędny obraz na zewnątrz, że Polonia ma garstkę kibiców. Nie motywuje to nowych ludzi do przychodzenia na stadion. Ponadto niektórzy potencjalni sponsorzy nie są zainteresowani zakupem reklam LED, ponieważ Trybuna Kamienna wygląda pusto i nieatrakcyjnie. Mielibyśmy więcej kibiców na naszym stadionie, gdyby doping był zapewniony na Trybunie Kamiennej, a nie na Trybunie Główniej.
 - d. Przyśpiewki skierowane przeciwko Legii na każdym domowym meczu. Zdecydowana większość warszawiaków nie jest przeciwna Legii (naszym celem jest przyciągnąć tych ludzi na stadion). Przyśpiewki skierowane przeciwko Legii nie pomagają nam w pozyskiwaniu nowych kibiców i sponsorów.
 - e. Incydenty, takie jak baner skierowany przeciwko osobom LGBT, zniechęca wiele osób do przychodzenia na mecze Polonii. Takie zachowania demotywują oraz zniechęcają potencjalnych sponsorów do wspierania naszego Klubu. Każdy z kibiców powinien wspierać nas w promowaniu naszej misji, która brzmi *„Jesteśmy Czarni Kulturalni! Naszą misją jest budowa najbardziej otwartego, przyjaznego, uśmiechniętego i pozytywnego klubu w Polsce. Zbudujmy go razem!”*.



3. 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. Niski standard dla kibiców podczas dni meczowych, np. brak toalet spełniających odpowiednie standardy (obecnie do dyspozycji odwiedzających dostępne są jedynie TOI TOI),
- d. Stadion przy Konwiktorskiej 6 nie jest zarządzany przez Klub, tylko przez niezależną od Klubu spółkę miejską (Aktywna Warszawa), co utrudnia korzystanie z programów dotacyjnych takich jak np. „Program rozwoju infrastruktury piłkarskiej”.

4. 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 nawierzchnią, co powoduje, że Polonia ma gorsze warunki do rozwoju niż nasi ligowi rywale. 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,
 - iii. Często mamy problem z tym, że boisko A nie jest odpowiednio przygotowane pod przeprowadzenie treningów (brak możliwości podlewania nawierzchni oraz koszenie na niewłaściwą wysokość)
- 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.

5. Brak połączenia Polonii Warszawa z akademią piłkarską MKS powoduje szereg problemów dla Polonii:

- a. Finanse – brak wpływów do Klubu z Pro Junior System:
 - i. 1 700 000 PLN to kwota jaką otrzymalibyśmy z PJS, gdyby MKS był zarządzany przez Klub, a jego zawodnicy w sezonie 2023/2024 mieli status „wychowanków Polonii”.
Finalnie Klub uzyskał kwotę 290 000 PLN.
- b. Klub musi każdorazowo płacić ekwiwalenty do MKS za przejścia zawodników do Polonii Warszawa,
- c. Przepływ zawodników pomiędzy Centralną Ligą Juniorów, pierwszą i drugą drużyną Polonii Warszawa:

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! Wyróżniamy się na polskiej scenie kibicowskiej kulturalnym dopingiem z poszanowaniem wobec innych osób i naszych rywali. Niech potencjalni nowi kibice znajdą przy Konwiktorskiej, to czego próżno szukać na innych stadionach w Polsce – atmosferę wzajemnego szacunku na trybunach połączonych ze sportową rywalizacją na boisku.

b) Stadion:

- Budowa nowego obiektu w jednym z modeli zaproponowanych przez Klub.

c) Baza treningowa:

- Budowa własnej bazy treningowej zarządzanej w 100% przez Klub.

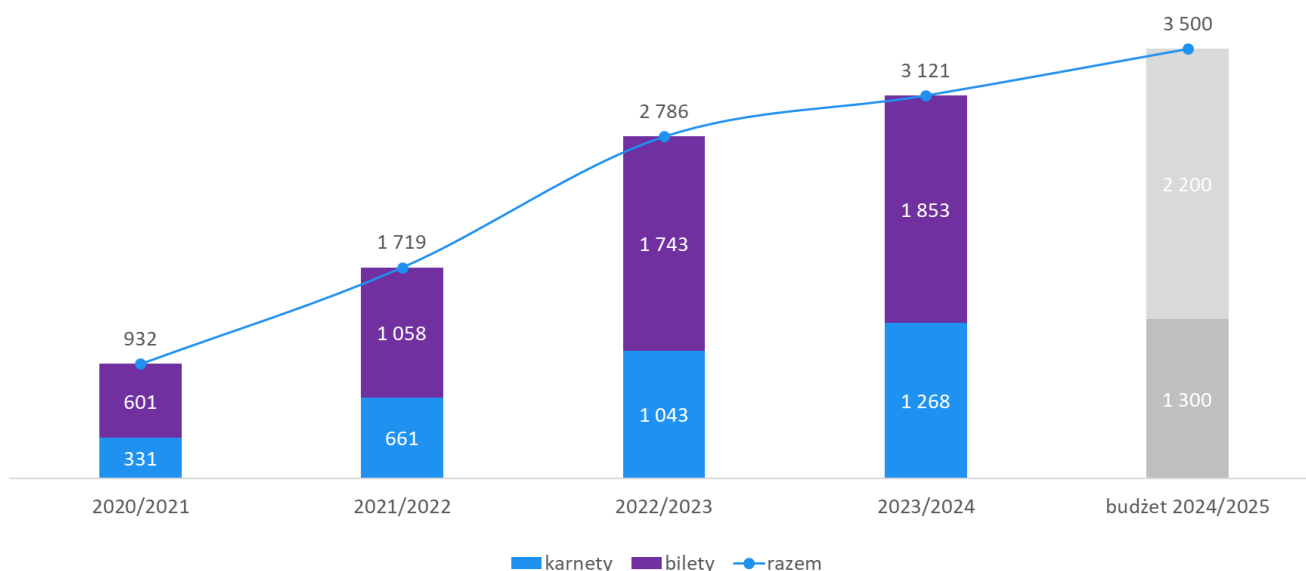
d) Akademia MKS:

- Połączenie sekcji piłkarskiej akademii MKS z Klubem.

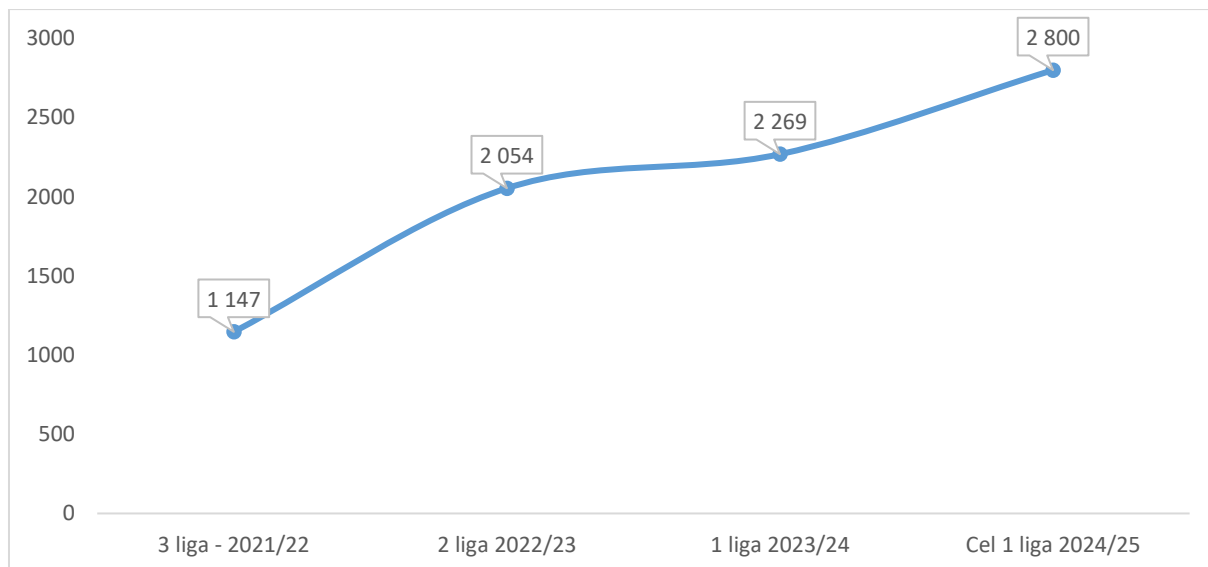
5. DANE DOTYCZĄCE SPRZEDAŻY KARNETÓW, BILETÓW I ŚREDNIEJ FREKWENCJI

Klub odnotował wzrost liczby sprzedanych karnetów i biletów w perspektywie ostatnich czterech sezonów niemniej jednak tempo tego wzrostu wyhamowało w okresie ostatniego sezonu 2023/2024.

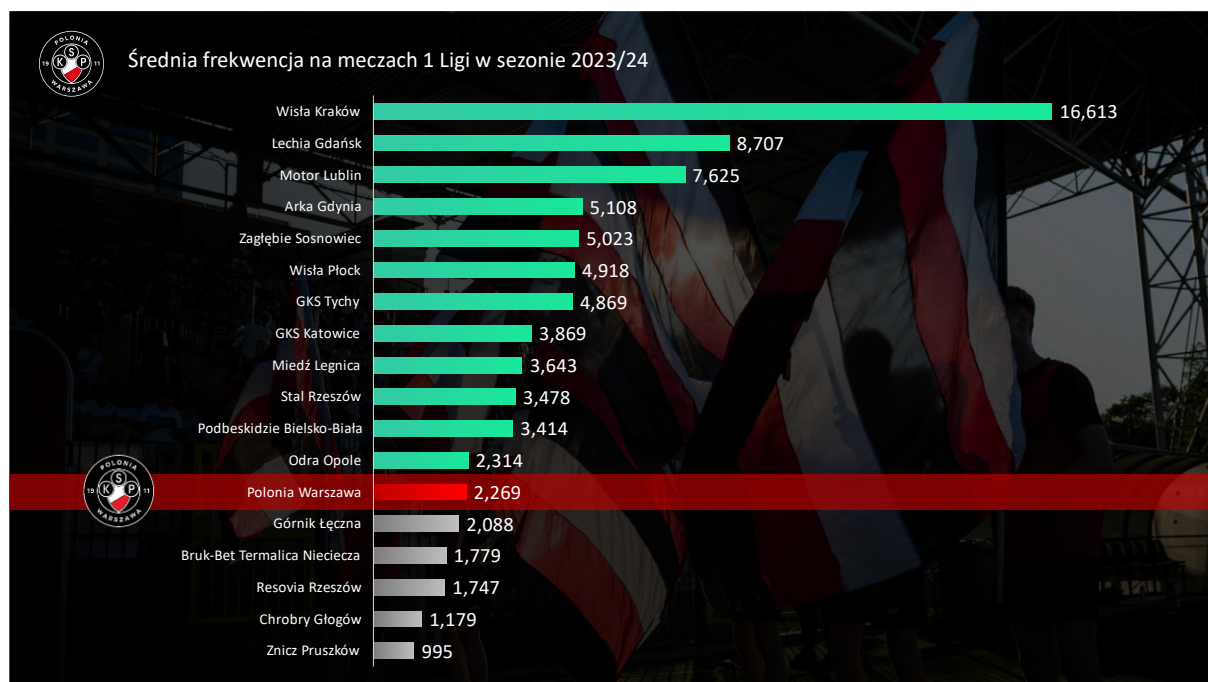
(Na dzień przygotowania sprawozdania liczba sprzedanych karnetów w sezonie 2024/2025 wynosi tylko 779, co stanowi tylko 60% realizacji rocznego celu).



W przypadku średniej frekwencji w poszczególnych sezonach wygląda następująco:



Mimo awansu do 1 ligi Klub odnotował wzrost frekwencji o jedyne 10% względem poprzedniego sezonu. Frekwencja na poziomie 2.269 uplasowała Klub na 13-tym miejscu względem innych klubów 1. Ligi w sezonie 2023/2024.

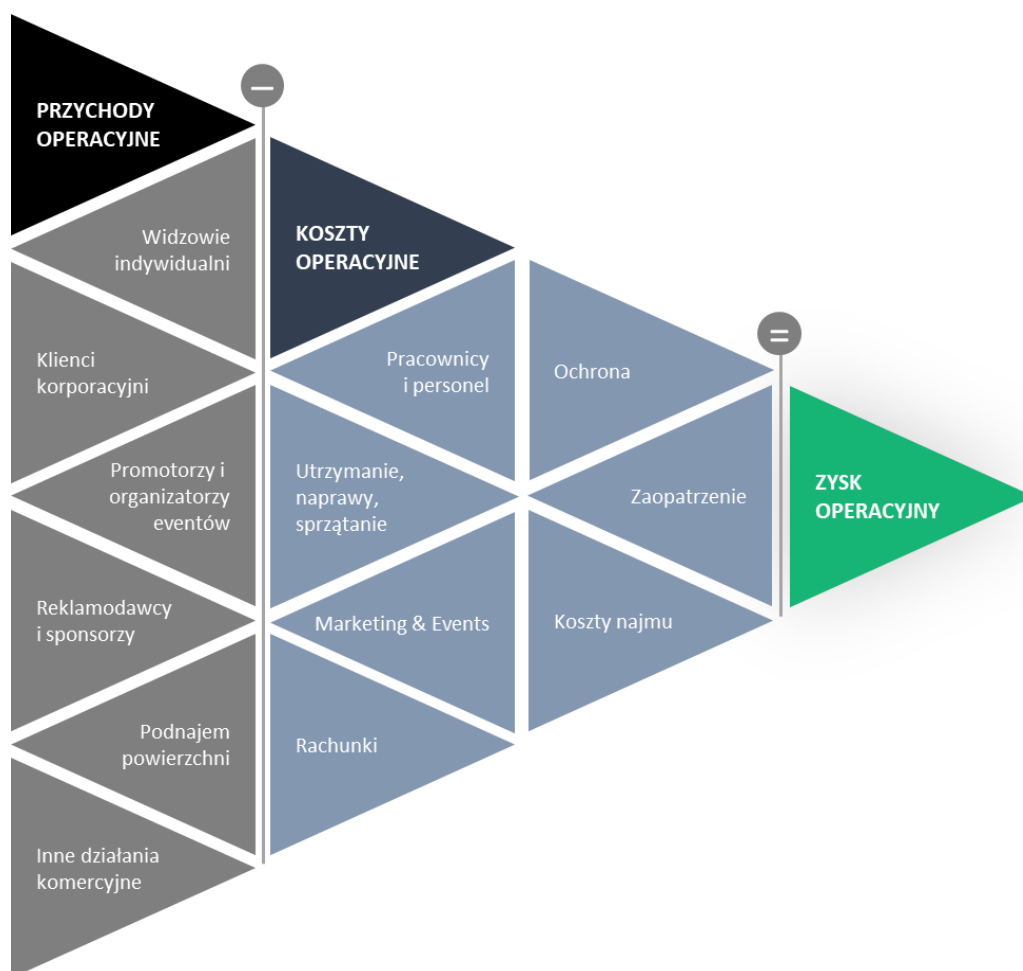


Celem na obecny sezon jest osiągnięcie średniej frekwencji na poziomie 2 800 osób uczestniczących w meczach. Na dzień sporządzenia sprawozdania średnia frekwencja po 4 meczach domowych wynosi **1.781 osób**.

6. NASZE PLANY DOT. STADIONU

Głównym celem działalności Spółki jest osiągnięcie stabilności finansowej. W tym celu konieczne jest sukcesywne 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.

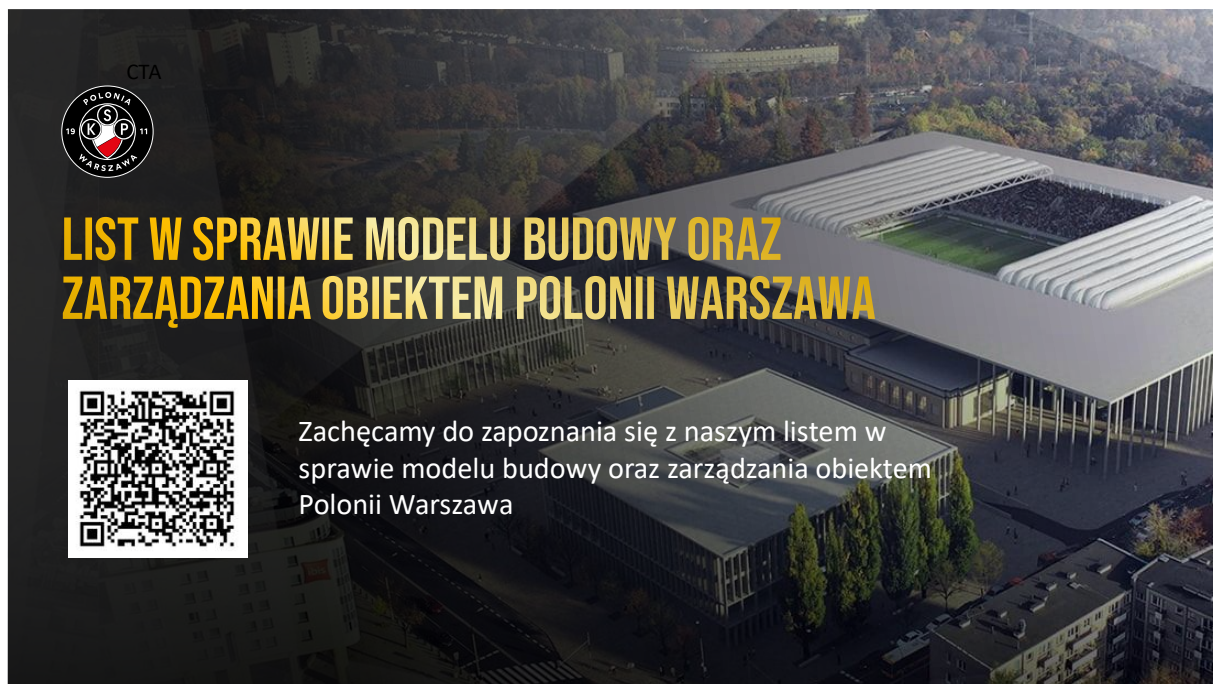
Stan obecny Postępowania Publiczno - Prywatnego

Obecny model PPP zakłada, że partner prywatny będzie zarządzał jedynie parkingiem i Centrum Wsparcia Sportu, a nie całym obiektem, w tym stadionem i halą widowiskowo-sportową. Takie warunki są dla Klubu niekorzystne, ponieważ istotnie ograniczają nasze możliwości biznesowe, w związku z czym nie złożymy oferty w ramach PPP przy takich założeniach.

RYZYO DLA KLUBU:

- 1**
Wysokie koszty inwestycji jakie poniesie Miasto (ok. 100 MLN PLN rocznie przez ok. 15 lat) mogą być przerzucone na najemców co daje duże ryzyko potencjalnych wysokich kosztów dla naszego klubu.
- 2**
Możliwość pojawienia się konkurencyjnych podmiotów, prowadzących takie działalności jak restauracje, strefy gastronomiczne, wynajem łóż biznesowych, biur, sal konferencyjnych, miejsc parkingowych itp., ograniczy zdolność klubu do generowania przychodów z tego rodzaju działalności
- 3**
Obecny projekt stadionu nie jest funkcjonalny (brak możliwości realizacji wydarzeń przez cały rok łącznie z okresami zimowymi)

W tych warunkach Klub nie złożył oferty (podpisaliśmy umowę partnerską ze Strabagem). 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. Więcej szczegółów znajdziecie Państwo w liście ws. modelu budowy oraz zarządzania obiektem skierowanym przez Klub do władz Miasta st. Warszawy oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki.



7. WAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA W DZIEDZINIE BADAŃ I ROZWOJU

Spółka nie prowadziła prac badawczych i rozwojowych.

8. INFORMACJE DOTYCZĄCE NABYCIA AKCJI WŁASNYCH

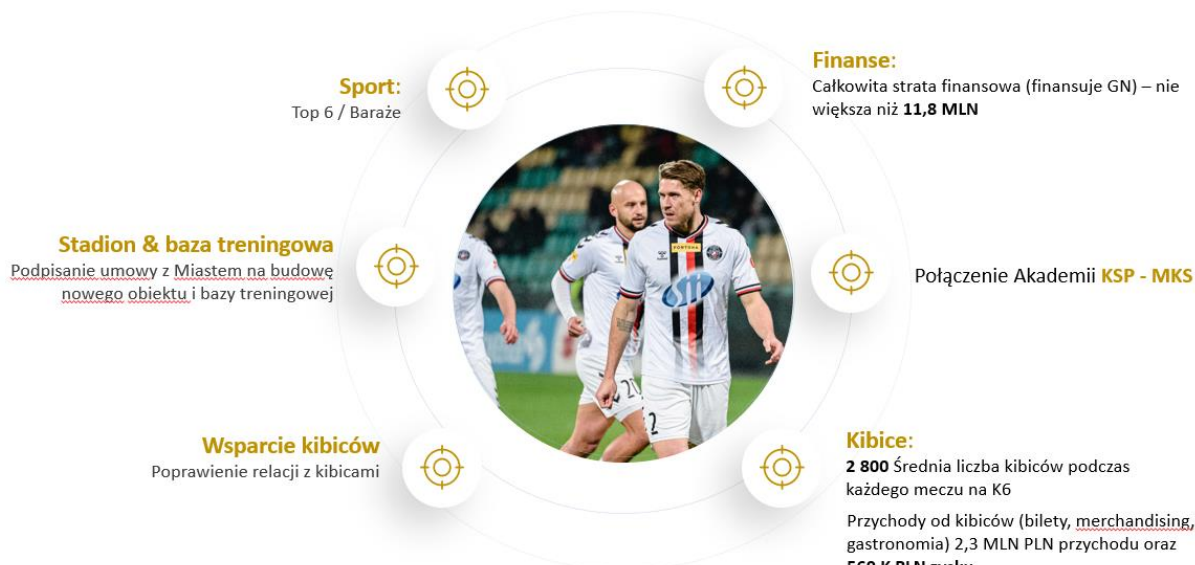
Spółka nie nabywała akcji własnych.

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 2024 do 30 czerwca 2025 roku:

- 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, 30 sierpnia 2024 r., Zarząd w składzie:

 <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p>Gregoire Nitot – Prezes Zarządu</p>	 <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p>Bartłomiej Dryl – Członek Zarządu</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10. 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

- 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. **Poszerzanie i wzmacnianie społeczności Polonii Warszawa:** 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 motywuje zawodników.
4. **Promowanie misji i głównych wartości:** Nasze wartości to nasz moralny kompas – pracownicy i zawodnicy kierują się nimi każdego dnia. Podejmujemy wszelkie starania, aby przyjęli 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, niezależnie od ich umiejętności i statusu materialnego. Nauczymy je gry w piłkę nożną, przełożymy nasze wartości i wykształcimy postawę sportową.
6. **Polonia Warszawa – dumą narodową Polaków:** 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 GŁÓWNYCH 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. Zamiast skupiać się na krytyce, 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. **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 szczerłość zachowujemy wobec wszystkich: kibiców, pracowników, zawodników i partnerów, nawet gdy jest to 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, przekazana w przyjazny sposób, bez przemocy i nienawiści.



11. ZAŁĄCZNIK – STRUKTURA UDZIAŁOWCÓW

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania kapitał zakładowy Polonii Warszawa Sp. z o.o. dzieli się na 67 850 udziałów (wartość nominalna jednego udziału – 100,00 PLN), w tym:

Udziałowiec	Liczba posiadanych udziałów	Liczba głosów	Uprzywilejowane udziały	Procentowy udział w ogólnej liczbie głosów	Wartość udziałów
Gregoire Nitot	65 936	65 942	TAK	96,87%	6 593 600
Krystyna Bnińska - Jędrzejowicz	460	460	NIE	0,68%	46 000
Katarzyna Willman	150	150	NIE	0,22%	15 000
Urszula Engel	150	150	NIE	0,22%	15 000
Ryszard Zieliński	122	132	TAK	0,19%	12 200
Kamila Justyna Zielińska	113	113	NIE	0,17%	11 300
Adam Kuźnicki	106	106	NIE	0,16%	10 600
Rafał Arak	70	70	NIE	0,10%	7 000
Krzysztof Dobosz	63	63	NIE	0,09%	6 300
Józef Kosiorek	50	50	NIE	0,07%	5 000
Robert Medoń	50	50	NIE	0,07%	5 000
Tomasz Skowroński	50	50	NIE	0,07%	5 000
Andrzej Skowroński	47	57	TAK	0,08%	4 700
Tomasz Wielga	45	75	TAK	0,11%	4 500
Robert Szwedyc	40	40	NIE	0,06%	4 000
Dariusz Kopyt	35	35	NIE	0,05%	3 500
Stanisław Speczik	35	45	TAK	0,07%	3 500
Andrzej Bogucki	33	66	TAK	0,10%	3 300
Sławomir Wołoszyn	25	25	NIE	0,04%	2 500
Jerzy Michał Kopyt	20	20	NIE	0,03%	2 000
Mariusz Czaja	19	19	NIE	0,03%	1 900
Tomasz Danik	19	19	NIE	0,03%	1 900
Arkadiusz Bolmowski	15	15	NIE	0,02%	1 500
Joanna Dobrzyńska - Speczik	15	15	NIE	0,02%	1 500
Ireneusz Leśniewski	11	11	NIE	0,02%	1 100
Zakład Montażu Urządzeń Nadawczo-Odbiorczych sp. z	11	11	NIE	0,02%	1 100
Michał Nivette	10	10	NIE	0,01%	1 000
Władysław Jerzy Engel	10	20	TAK	0,03%	1 000
Wojciech Domińczak	10	20	TAK	0,03%	1 000
Dariusz Góralczyk	7	12	TAK	0,02%	700



Piotr Kubiaczyk	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	0,01%	500
Paweł Tyliński	5	10	TAK	0,01%	500
Robert Kuraszkiwicz	5	10	TAK	0,01%	500
Andrzej Hofman	4	8	TAK	0,01%	400
Grzegorz Popielarz	4	8	TAK	0,01%	400
Maciej Stokowski	4	8	TAK	0,01%	400
Andrzej Brusikiewicz	3	3	NIE	0,00%	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
	67 850	68 070		100,00%	6 785 000