

Legia Warszawa S.A.

**Sprawozdanie z działalności Spółki
za okres 12 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 r.**

Wprowadzenie

Legia Warszawa S.A. (zwana dalej „Spółka”, „Legia”) to najbardziej utytułowany klub piłkarski w Polsce, a pod względem generowanych przychodów i medialności także największy podmiot w branży sportowej i rekreacyjnej w kraju. Według raportu „Polski rynek sportu” Polskiego Instytutu Ekonomicznego z sierpnia 2019 r. branża sportowa wygenerowała w ubiegłym roku niemal 10 miliardów złotych wartości dodanej, a związane z nią inwestycje budżetowe sięgają blisko 1,8 miliarda złotych.

Od czasów założenia w 1916 roku Legia zdobyła łącznie 14 tytułów Mistrza Polski oraz 19 Pucharów Polski, z czego w okresie ostatnich 6 sezonów (tj. od sezonu 2013/14) zdobyła 4 tytuły mistrzowskie, 3 Puchary Polski, trzykrotnie grała w fazie grupowej Ligi Europy UEFA, a w sezonie 2016/17 zakwalifikowała się do fazy grupowej Ligi Mistrzów UEFA. Wyniki te jednoznacznie wskazują, że pod względem sportowym ostatnie 6 lat należy do najlepszych okresów w historii Klubu.

Legia jest też najwyżej notowaną polską drużyną w Europie - w przeciągu kilku ostatnich lat awansowała w rankingu europejskich klubów, z pozycji 124. w sezonie 2013/14, nawet na pozycję 59. w sezonie 2018/19. Aktualnie klub jest na 82 miejscu rankingu klubowego UEFA. Ambitnym celem klubu jest ustabilizowanie się w przyszłości w gronie najlepszych europejskich klubów europejskich. Realizacji tego celu służy między innymi flagowa inwestycja Klubu, czyli stworzenie najlepszego centrum treningowego w tej części Europy – Legia Training Center powinno zostać oddane do użytku w lecie 2020 r.

Legia jest jednocześnie najbardziej popularną marką sportową w kraju. Na podstawie przeprowadzonych przez renomowaną pracownię badawczą Kantar Millward Brown badań, w skali całego kraju z Klubem identyfikuje się ponad 6 mln kibiców, z czego 38% mieszka w województwie mazowieckim, a pozostałe 62% kibiców pochodzi z innych obszarów Polski. Na podstawie tych samych badań, markę Legii rozpoznaje 91% respondentów, co czyni ją jedną z absolutnie najbardziej znanych marek nie tylko w świecie sportu, ale biorąc pod uwagę wszystkie branże w polskiej gospodarce.

Siedzibą Spółki jest wielofunkcyjny Stadion Miejski im. Marszałka Józefa Piłsudskiego przy ul. Łazienkowskiej 3 (dalej jako „Stadion Legii”) będący nowoczesnym obiektem na skalę europejską. Klub wykorzystuje go na podstawie długoterminowej umowy z Miastem Stołecznym Warszawa.

W okresie sprawozdawczym Zarząd Spółki działał w składzie:

Dariusz Mioduski	Prezes Zarządu
Jarosław Jurczak	Wiceprezes Zarządu (od dnia 1 lipca 2019)
Jarosław Jankowski	Członek Zarządu
Łukasz Sekuła	Członek Zarządu (do dnia 1 lipca 2019)
Szymon Milczanowski	Członek Zarządu (od dnia 1 lipca 2019)
Tomasz Zahorski	Członek Zarządu (od dnia 1 lipca 2019)

W dniu 16.10.2019 r. Pan Szymon Milczanowski złożył rezygnację z Zarządu Spółki, ze skutkiem od dnia 21.10.2019 r.

Niniejsze sprawozdanie obejmuje okres 12 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019.

Działalność sportowa

W okresie sprawozdawczym Klub prowadził działalność sportowo-szkoleniową, która polegała w szczególności na szkoleniu zawodników profesjonalnych, uczestniczeniu klubowych drużyn rozgrywkach krajowych i międzynarodowych, w tym organizowaniu meczów na Stadionie Legii.

I drużyna

I drużyna Legii Warszawa (dalej także jako „L1”) rozegrała łącznie 48 meczów w oficjalnych rozgrywkach odnosząc 25 zwycięstw, 11 razy remisując remisów i notując 13 porażek. Legia strzeliła w tych spotkaniach 71 bramek, tracąc przy tym 50 goli.

Ekstraklasa	2 miejsce
Puchar Polski	Ćwierćfinał
LM	Odpadnięcie w II rundzie eliminacyjnej
LE	Odpadnięcie w III rundzie eliminacji
Superpuchar Polski	Srebrny medalista

Ekstraklasa - 37 meczów: 20–8–9 (55-38) - zakończenie rozgrywek na drugim miejscu

Puchar Polski - 4 mecze: 2-1-1: (6-3) – zakończenie rozgrywek na etapie ćwierćfinału

Superpuchar - 1 mecz: 0-1-1 (2-3) – srebrny medal Superpucharu Polski

Eliminacje Ligi Mistrzów UEFA 4 mecze: 3-0-1 (5-2) – zakończenie rozgrywek w II rundzie eliminacyjnej

Eliminacje Ligi Europy UEFA : 2 mecze: 0-1-1 (3-4) – zakończenie rozgrywek w w III rundzie eliminacyjnej

Trenerami L1 w sezonie 2018/19 byli:

Aleksandar Vuković 10 meczów: 5 zwycięstw – 2 remisy – 3 porażki. Gole: 15-9.

Średnia punktów na mecz: 1,70

Średnia goli strzelonych na mecz: 1,5

Średnia goli straconych na mecz: 0,9

Ricardo Sa Pinto: 28 meczów – 16 zwycięstw – 6 remisów – 6 porażek. Gole: 46-31.

Średnia punktów na mecz: 1,93

Średnia goli strzelonych na mecz: 1,64

Średnia goli straconych na mecz: 1,1

Aleksandar Vuković (jako trener tymczasowy): 3 mecze: 1 zwycięstwo – 1 remis – 1 porażka. Gole: 4-3.

Średnia punktów na mecz: 1,33

Średnia goli strzelonych na mecz: 1,11

Średnia goli straconych na mecz: 1,0

Dean Klafurić: 7 meczów – 4 zwycięstwa – 0 remisów – 3 porażki. Gole: 10-9

Średnia punktów na mecz: 1,71

Średnia goli strzelonych na mecz: 1,42

Średnia goli straconych na mecz: 1,28

Zawodnicy L1

34 zawodników wystąpiło w barwach Legii Warszawa w sezonie 2018-19 we wszystkich rozgrywkach (33 z nich zagrało w Ekstraklasie). 15 z nich to Polacy, 19 to obcokrajowcy. W 15-osobowej grupie Polaków znalazło się także 7 wychowanków Akademii Piłkarskiej Legii Warszawa.

42 mecze - Sebastian Szymański

35 – Mateusz Wieteska

17 – Radosław Majecki

5 – Mateusz Hołownia

4 – Mateusz Żyro

1 – Mateusz Praszelik, Konrad Michalak

3 wychowanków Akademii Legii zadebiutowało w raportowanym okresie w drużynie L1 w rozgrywkach Ekstraklasy: Radosław Majecki, Mateusz Żyro i Mateusz Hołownia. Dodatkowo debiut w Legii, ale w rozgrywkach Pucharu Polski, zanotował Mateusz Praszelik.

11 zawodników przeszło na zasadzie transferu do L1 w sezonie 2017-18, w tym 5 polskich zawodników. Dodatkowo do kadry dołączyli zawodnicy z Akademii: Radosław Majecki (po wypożyczeniu), Mateusz Praszelik (ponownie włączony) i Michał Karbownik.

18,2% ogólnego czasu gry Legii w rozgrywkach Lotto Ekstraklasy 2018-19 spędzili na boisku absolwenci Akademii Legii (Szymański – 1999; Wieteska – 1997; Majecki – 1999; Hołownia – 1998; Żyro – 1998; Michalak - 1997)

17,3% ogólnego czasu gry we wszystkich oficjalnych rozgrywkach (ESA, PP, SP, europejskich pucharach) w sezonie 2018-19 spędzili absolwenci Akademii (Szymański – 1999; Wieteska – 1997; Majecki – 1999; Hołownia – 1998; Żyro – 1998; Michalak – 1997; Praszelik -- 2000)

II drużyna

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem, drugi zespół Legii uczestniczył w:

- rozgrywkach III ligi w sezonie 2018/2019,
- rozgrywkach o Puchar Polski w sezonie 2018/2019 na szczeblu wojewódzkim,

osiągając następujące wyniki:

III liga	8 miejsce
Puchar Polski	Zdobywca Pucharu Polski szczebla regionalnego, grupa Mazowiecka ZPN

Zawodnicy L2

45 zawodników zagrało w Legii II w trakcie sezonu 2018-19 w rozgrywkach 3 ligi (9 z nich było zawodnikami, którzy chociaż raz zegrali w oficjalnym meczu w Legii I).

Najmłodszy: Cielmęcki i Mosór (2003), Tobiasz, Kobylak, Niski, Gościński (2002)

20,9 – wynosi średnia wieku zawodników Legii II w sezonie 2018-19 (wiek zawodników liczony na koniec sezonu)

16 lat i 3 m-ce – najmłodszy debiutant Legii II

Akademia Piłkarska Legii Warszawa

W sezonie 2018/2019 zespoły Akademii uczestniczyły w rozgrywkach Mazowieckiego Związku Piłki Nożnej lub organizowanych przez PZPN.

osiągając następujące wyniki:

Drużyna U-19	6 miejsce w Centralnej Ligi Juniorów
Drużyna U-17	Mistrzostwo Polski
Drużyna U-15	Mistrzostwo Polski

58 zawodników trafiło do Akademii w trakcie sezonu 2018-19 (w tym 14 do nowoutworzonego zespołu U10) - 55 w trakcie letniego okna transferowego i 3 w trakcie zimowego.

29 zawodników odeszło definitywnie z Akademii i Legii II w trakcie sezonu 2018-19 (z różnych powodów – sportowych i dyscyplinarnych). 23 zawodników odeszło latem 2018 r., a 6 zimą. Poza tym, **20** zostało wypożyczonych (11 latem, 9 zimą).

Sezon wcześniej (2017-18), do Akademii przyszło 28 zawodników, a 42 odeszło definitywnie.

15 – zagranicznych wyjazdów miały zespoły U10 - Legia 2

Sezon wcześniej (2017-18), takich wyjazdów było 44, a w ich trakcie rozegrano ponad 200 meczów z rywalami zagranicznymi.

35 zawodników Akademii, którzy wciąż są związani kontraktem/deklaracją amatora z Legią, zostało powołanych do reprezentacji narodowych Polski U15-U21 w trakcie sezonu 2018-19. Stanowi to o 4 zawodników więcej niż w sezonie poprzedni.

Działalność komercyjna

W zakresie komercyjnym Spółka mocno dywersyfikuje swoją działalność opierając się na różnych sposobach generowania przychodów, co ma z czasem zneutralizować wpływ wyników sportowych na przychody w tym obszarze.

Zmiana taka może nastąpić jedynie poprzez zmianę strategii wizerunkowej Legii i rozbudowę marki Legii w oparciu o większą paletę atrybutów. Budowa marki Legii Warszawa musi być budowana w oparciu o brand piłkarski, ale w dużo większym stopniu korzystać także z historii innych dyscyplin sportu, w których Legia jest lub była mocna i których sekcje wciąż prowadzi, z samej historii Legii jako marki warszawskiej, z historii jej sportowców i kibiców, ale także sięgać do atrybutów, z których korzystają inne marki sportowe, a więc emocji związanych ze sportem i aktywnym trybem życia.

Praca nad taką wizją rozwoju marki rozpoczęła się od dużych badań segmentacyjnych (ilościowych i jakościowych), które klub przeprowadził na początku 2018 roku. Badania te stały się podstawą do pracy nad nową strategią marki i strategią marketingową klubu oraz nową ofertą produktową i komercyjną Legii.

Legia Warszawa uzyskuje dziś najważniejsze przychody z następujących źródeł:

- Sponsoring
- Prawa telewizyjne
- Hospitality (w tym zarówno sprzedaż i organizacja konferencji na Stadionie jak i sprzedaż łóż biznesowych)
- Ticketing (sprzedaż zarówno do klientów B2C jak i B2B)
- Merchandising

Rozwój marki Legii zaowocować ma większymi przychodami z następujących źródeł:

- Licencje
- Monetyzacja contentu medialnego
- Rozwój sekcji i formatów komercyjnych opartych o markę Legii

Bardzo ważnym elementem realizacji tej strategii przychodowej jest praca nad zmianą usług i produktów w obszarze cyfrowym.

Do najważniejszych działań i wydarzeń w obszarze komercyjnym w okresie sprawozdawczym należy zaliczyć:

- W grudniu 2018 doszło do przedłużenia współpracy z głównym sponsorem Spółki, Zakładami Bukmacherskimi Fortuna. Nowa umowa jest wartościowo o ok. 20% wyższa od poprzedniej i została przedłużona do 2022 roku. Dla Legii nowa umowa oznacza umocnienie współpracy z kluczowym partnerem biznesowym, z którym związana jest od 2014 roku.
- Także w grudniu 2018 doszło do podpisania umowy pomiędzy Ekstraklasa S.A. a Canal+ oraz TVP w zakresie transmisji rozgrywek w sezonach 2019/20 oraz 2020/21. Umowa przewiduje transmisję 37 meczów w telewizji otwartej TVP, co niewątpliwie przyczyni się do istotnego zwiększenia widowni oraz wpływów reklamowych. Oczekuje się, że wzrost wartości wpływów z transmisji może wynieść 60% w stosunku do poprzedniego sezonu, co przełoży się na znaczący wzrost wpływów do Spółki oraz innych klubów Ekstraklasy. Natomiast spodziewany wzrost oglądalności meczów ESA przełoży się na wartość ekwiwalentów reklamowych, co powinno również znaleźć odzwierciedlenie we współpracy ze sponsorami tak Ekstraklasy jak i poszczególnych jej klubów.

- Do grona sponsorów Legii dołączyła m.in. spółka Foodcare. W tym przypadku Legia po raz pierwszy w historii skorzystała z możliwości sprzedaży powierzchni reklamowej na spodenkach piłkarzy.
- Po raz pierwszy na dużą skalę wprowadzono sprzedaż piwa na stadionie. To efekt dobrych relacji z kluczowym sponsorem Legii – piwem Królewskie (Grupa Żywiec). Uzyskano produkt dedykowany wyłącznie dla Legii i dostępny tylko podczas meczów piłkarskich Legii.
- Zakończył się remont Biznes Klubu Legii Warszawa.
- Na powierzchniach eventowych Legii Warszawa zorganizowano duże wydarzenia pozasportowe, np.: imprezę piknikową na ok. 3.000 osób (piknik ING), największą w historii imprezę konferencyjną dla firmy Linux na ok. 1300 osób, Festiwal Piwa, Forum Rozwoju Mazowsza czy Konwencję Tatoo.
- Prowadzona przez klub Liga Biznesu osiągnęła rekordową frekwencję uczestników.
- Dobre relacje ze środowiskiem biznesowym zaowocowały przedłużeniem umów bądź pozyskaniem nowych klientów w łóżach biznesowych. Do nowych partnerów dołączyły takie międzynarodowe firmy jak np. Panattoni, Diageo, czy Lode Polska.
- Dzięki sprawnej realizacji świadczeń sponsorskich i dobrym relacjom z partnerami biznesowymi udało się przedłużyć lub rozwinąć współpracę m.in. z takimi partnerami jak Belvedere (Gourmet Group), Benefit Systems czy Toyota Motor Poland.
- Legia Warszawa skupiła się też na rozwoju narzędzi i usług cyfrowych. W tym celu podpisała umowę z partnerem technologicznym, której celem jest zbudowanie platform dystrybucji treści, takich jak strony internetowe, aplikacje mobilne oraz systemy do monetyzacji i zarządzania mediami kierowanymi do sympatyków.
- Legia Warszawa rozpoczęła również inwestycje w budowanie własnej bazy danych kibiców i użytkowników serwisów internetowych. Celem tych działań jest centralizacja informacji o sympatykach oraz budowanie wiedzy do bardziej efektywnego podejmowania decyzji biznesowych oraz do działań direct marketing.
- Legia Warszawa uruchomiła również własny program afiliacyjny, którego celem jest zwiększenie sprzedaży towarów z oficjalnego sklepu internetowego Legii.

Sytuacja ekonomiczno-finansowa

Bilans

Na dzień 30 czerwca 2019 aktywa Spółki wyniosły łącznie 151,2 mln zł. Aktywa trwałe wzrosły z poziomu 91,9 mln zł na dzień 30 czerwca 2018 do poziomu 113,9 mln zł na dzień 30 czerwca 2019. Kapitał własny Spółki na dzień 30 czerwca 2019 był dodatni i wynosił 19,6 mln zł w porównaniu z kapitałem wynoszącym 28,8 mln zł na dzień 30 czerwca 2018. Pogorszenie wielkości kapitału własnego nastąpiło w związku z osiągniętą stratą netto w wysokości 29,8 mln zł.

Rachunek zysków i strat

Spółka zakończyła omawiany okres przychodami ze sprzedaży 92,6 mln zł oraz stratą netto w wysokości 29,8 mln zł w porównaniu do straty 44,1 mln zł w okresie porównawczym.

Strata z działalności operacyjnej Spółki wyniosła 24,7 mln zł wobec straty wynoszącej 41,4 mln zł w okresie porównawczym.

Przepływy pieniężne

Saldo gotówki na dzień 30 czerwca 2018 wyniosło 2,1 mln zł i wzrosło w ciągu kolejnych 12 miesięcy do kwoty 16,2 mln zł (stan na dzień 30 czerwca 2019). Ujemne przepływy netto z działalności operacyjnej zostały skompensowane dodatnimi przepływami netto z działalności finansowej oraz inwestycyjnej.

Przewidywana sytuacja finansowa

Zarząd na bieżąco monitoruje wszelkie ryzyka dotyczące sytuacji finansowej Spółki w szczególności ryzyko płynności, kredytowe i kursowe. Plany finansowe Spółki zapewniają płynność finansową w dającej się określić przyszłości. Zarząd nie stosuje instrumentów finansowych w zakresie zabezpieczenia ryzyka kursowego ze względu na umiarkowaną ekspozycję wyniku operacyjnego netto na zmiany kursu PLN/EUR oraz ze względu na fakt, że koszt takich zabezpieczeń w ocenie Zarządu przewyższyłby korzyści z tego płynące.

Dariusz Mioduski
Prezes Zarządu

Jarosław Jankowski
Członek Zarządu

Jarosław Jurczak
Wiceprezes Zarządu

Tomasz Zahorski
Członek Zarządu

Warszawa, dnia 31 października 2019