

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

KS CRACOVIA S.A.

**Z DZIAŁALNOŚCI ZA OKRES
01.01.2024 roku - 31.12.2024 roku**

Kraków, 31 marca 2025 roku

SPIS TREŚCI:

1.	Wstęp.....	3
2.	Przedstawienie Spółki.....	4
2.1.	Dane podstawowe.....	4
2.2.	Przedmiot działalności według KRS.....	4
2.3.	Władze Spółki.....	6
	Walne Zgromadzenie.....	6
	Rada Nadzorcza.....	7
	Zarząd.....	7
3.	Najważniejsze wydarzenia w okresie styczeń 2024 roku – grudzień 2024 roku.....	8
3.1.	Działalność sportowa.....	8
3.2.	Szkoła Mistrzostwa Sportowego w Krakowie.....	10
3.3.	Działalność organizacyjno – finansowa.....	10
3.4.	Współpraca z Ekstraklasą S.A., PZPN i PZHL.....	15
3.5.	Działalność inwestycyjna.....	15
4.	Działalność Spółki celowej „Bonus Management Spółka z o.o.” Cracovia Park Spółka komandytowo-akcyjna.....	16
5.	Działalność Fundacji Cracovia Młodych.....	17
6.	Marketing, produkty i rynki działalności Spółki.....	17
6.1.	Działalność marketingowa w roku 2024.....	17
6.2.	Projekty.....	27
6.3.	Inne akcje marketingowe Cracovii.....	32
6.4.	Akcje dla dzieci i młodzieży.....	34
6.5.	Założenia na rok 2025 oraz lata następne.....	35
7.	Ocena sytuacji ekonomicznej KS Cracovia S.A. w okresie styczeń 2024 roku – grudzień 2024 roku.....	36
7.1.	Porównawcze zestawienie syntetycznych bilansów sporządzonych na 31.12.2024 roku i 31.12.2023 roku (w złotych).....	36
7.2.	Porównawcze zestawienie syntetycznych rachunków zysków i strat sporządzonych na 31.12.2024 roku oraz 31.12.2023 roku (w złotych).....	37
7.3.	Zatrudnienie.....	39
7.4.	Charakterystyka wewnętrznych i zewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju Spółki.....	39
8.	Kredyty, pożyczki, poręczenia, gwarancje.....	40
8.1.	Gwarancje bankowe.....	40
8.2.	Kredyty.....	40
8.3.	Pożyczki.....	40
9.	Wynagrodzenia osób zarządzających i nadzorujących oraz udzielone im pożyczki.....	40

1. Wstęp.

Cracovia to nie tylko najstarszy klub sportowy w Polsce, Cracovia to również bogata historia, rzesze kibiców oraz sukcesy sportowe. Cracovia to klub, który swoją markę i renomę tworzy nieprzerwanie od 1906 roku. Z uwagi na to, że bardzo ważne dla klubu jest kultywowanie wieloletnich tradycji, rok 2024 dał nam znowu możliwość organizacji Treningu Noworocznego oraz święcenia pokarmów w Wielką Sobotę.

Sukcesy w piłce młodzieżowej i ciągły rozwój szkolenia począwszy od najmłodszych adeptów piłki nożnej w Cracovii jest wyjątkowy, gdyż zaczyna się już w wieku 3 lat. Projekt Cracovia Kids świętował już dziewiąty rok swojej działalności, poszerzając swoje zasięgi o coraz to nowe lokalizacje. Akademia piłkarska została wyróżniona przez Polski Związek Piłki Nożnej oficjalną certyfikacją. Dodatkowo Centrum Treningowe w Rącznej nieustannie poszerza możliwości treningowe dla grup młodzieżowych. Co więcej, ścisła współpraca ze Szkołą Mistrzostwa Sportowego pozwala na kompleksowe objęcie wszechstronnym kształceniem dzieci i młodzieży.

W 2024 roku kontynuowana była dotychczasowa strategia marketingowa. Spółka kładła duży nacisk na promocję wydarzeń sportowych w celu przyciągnięcia jak największej liczby osób na stadion oraz lodowisko. Kontynuowano również rozwój profili społecznościowych w oparciu o *real-time marketing*, co spowodowało dalszy przyrost nowych odbiorców. Dobrze rozwijała się działalność oficjalnego sklepu Cracovii. W 2024 roku na stadionie Cracovii swoje mecze rozgrywała także drużyna Puszczy Niepołomice, co przyczyniło się do zwiększenia stopnia wykorzystania obiektu oraz zwiększenia przychodów ze sprzedaży.

Pomimo tego, iż wynik finansowy spółki w roku 2024 wykazał wysoką stratę, warto podkreślić ogólny wzrost przychodów w stosunku do roku 2023 wynoszący ok. 4,1 mln złotych (zwiększenie o ponad 10%). Bardzo ważnym i równie pozytywnym aspektem był znaczący wzrost udziału przychodów związanych z zarządzanymi obiektami w przychodach ogółem. Udział ten w roku 2024 wyniósł ponad 26% z kwotą wynoszącą prawie 12,5 mln złotych, co było o prawie 16% więcej w porównaniu do roku 2023. Powyższe dane świadczą o stabilizacji przychodów Spółki, ciągłym jej rozwoju oraz wykorzystywaniu obiektów Klubu do ich zwiększania. Wskazać jednak należy, iż ciągły wzrost kosztów utrzymania infrastruktury sportowej Spółki (zwłaszcza wzrost cen nośników energii, usług obcych, wynagrodzeń), jak również wzmocnienie drużyny piłkarskiej i hokejowej, wymusiły na przestrzeni ostatnich lat, a w szczególności w latach 2021-2024, wzrost łącznych kosztów jej działalności. Dodatkowo w roku 2024 wpływ na wzrost kosztów działalności Spółki miały koszty finansowe związane ze spłatą pożyczek oraz koszty związane z wdrożeniem nowego Regulaminu Organizacyjnego Spółki.

2. Przedstawienie Spółki.

W dniu 8 kwietnia 1998 roku w Kancelarii Notarialnej w Krakowie przed notariuszem Elżbietą Stelmach została zawiązana aktem notarialnym Repertorium A nr 4369/98 spółka akcyjna pod nazwą Miejski Klub Sportowy Cracovia Sportowa Spółka Akcyjna.

Spółka została wpisana do Rejestru Handlowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieście Wydz. VI Gospodarczy Rejonowy w dniu 26.11.1998 roku pod pozycją HB 8255, a do Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 03.10.2001 roku pod numerem KRS 0000048937.

W dniu 3 czerwca 2024 roku Walne Zgromadzenie Miejskiego Klubu Sportowego Cracovia Sportowa Spółka Akcyjna podjęło Uchwałę w sprawie zmiany Statutu Spółki, gdzie między innymi dokonano zmiany nazwy Spółki z Miejski Klub Sportowy Cracovia Sportowa Spółka Akcyjna na Klub Sportowy Cracovia Spółka Akcyjna (KS Cracovia S.A.). Zmiana została zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 5 lipca 2024 roku.

Podczas Walnego Zgromadzenia Spółki w dniu 3 czerwca 2024 roku podjęto również Uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z kwoty 21.840.100,00 zł do kwoty 31.840.100,00 zł poprzez emisję 100.000 akcji serii H o wartości nominalnej 100,00 zł każda i cenie emisyjnej każdej z akcji wynoszącej 300,00 zł. Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki nastąpiło w formie subskrypcji prywatnej, co oznacza, iż Spółka zawarła umowę objęcia Akcji serii H w kapitale zakładowym z Comarch S.A.. Wszystkie akcje nowej emisji zostały zaoferowane Comarch S.A., który w dniu 4 czerwca 2024 roku dokonał wymaganej wpłaty w wysokości 30.000.000,00 zł na rzecz KS Cracovia S.A. Rejestracja podwyższenia kapitału zakładowego Spółki nastąpiła z dniem 5 lipca 2024 roku.

W dniu 19 grudnia 2024 roku odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie KS Cracovia S.A., które podjęło Uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z kwoty 31.840.100,00 zł do kwoty 65.301.600,00 zł poprzez emisję 334.615 akcji serii I o wartości nominalnej 100,00 zł każda i cenie emisyjnej każdej z akcji wynoszącej 260,00 zł każda. Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki nastąpiło w formie subskrypcji prywatnej, co oznacza, iż Spółka zawarła umowę objęcia Akcji serii I w kapitale zakładowym z Comarch S.A.. Wszystkie akcje nowej emisji zostały zaoferowane Comarch S.A., który w dniu 19 grudnia 2024 roku dokonał wymaganej wpłaty w wysokości 86.999.900,00 zł na rzecz KS Cracovia S.A. Rejestracja podwyższenia kapitału zakładowego Spółki nastąpiła z dniem 12 lutego 2025 roku.

2.1. Dane podstawowe.

Nazwa:	Klub Sportowy Cracovia Spółka Akcyjna
Adres:	30-111 Kraków ul. Kałuży 1
Telefon:	(12) 292-91-00
Fax:	(12) 655-18-82
Numer REGON:	351553230
Numer NIP:	677-20-79-476
KRS:	0000048937
Kapitał zakładowy:	65.301.600,00 złotych

2.2. Przedmiot działalności według KRS.

Zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia z dnia 16 grudnia 2011 roku przedmiotem działalności Spółki jest:

- Prowadzenie działalności związanej ze sportem - PKD 93.1, w tym:
 - z uczestnictwem w profesjonalnych lub amatorskich zawodach i imprezach przy wykorzystaniu odrębnie sporządzających bilans zakładów /sekcji/ w następujących dyscyplinach sportowych: piłka nożna, hokej na lodzie oraz innych dyscyplinach

- i dziedzinach sportu, przy czym powoływanie nowych sekcji nie wymaga zmiany niniejszego statutu. Prowadzenie działalności sportowej jest obligatoryjne i nie może być zaniechane przez Spółkę;
- działalność obiektów sportowych - PKD 93.11.Z;
 - działalność klubów sportowych - PKD 93.12.Z, w szczególności nabór, szkolenie i selekcja zawodników, ich publiczna promocja oraz pośrednictwo w transferach zawodników własnych i cudzych;
 - działalność obiektów służących poprawie kondycji fizycznej – PKD 93.13.Z;
 - pozostała działalność związana ze sportem - PKD 93.19.Z, w szczególności upowszechnianie kultury fizycznej i sportu, a także promocja sportu, kultury fizycznej i turystyki oraz działanie na rzecz ich rozwoju i ekspansji nowych form;
 - działalność wesołych miasteczek i parków rozrywki - PKD 93.21.Z.
- Działalność twórcza związana z kulturą i rozrywką - PKD 90.0, w tym działalność obiektów kulturalnych - PKD 90.04.Z.
 - Pozostała działalność w zakresie opieki zdrowotnej, gdzie indziej niesklasyfikowana - PKD 86.90.E.
 - Działalność edukacyjna, w tym:
 - gimnazja i szkoły ponadgimnazjalne, z wyłączeniem szkół policealnych - PKD 85.3;
 - szkoły policealne oraz wyższe - PKD 85.4;
 - pozaszkolne formy edukacji sportowej oraz zajęć sportowych i rekreacyjnych - PKD 85.51.Z;
 - działalność wspomagająca edukację - PKD 85.60.Z.
 - Pozostała działalność wspomagająca prowadzenie działalności gospodarczej, gdzie indziej niesklasyfikowana - PKD 82.99.Z, w tym obsługa kongresów, sympozjów, konferencji, imprez artystycznych i wystaw.
 - Działalność usługowa związana z zagospodarowaniem terenów zieleni - PKD 81.30.Z.
 - Działalność ochroniarska w zakresie usług ochrony osób i mienia, w tym:
 - działalność ochroniarska, z wyłączeniem obsługi systemów bezpieczeństwa - PKD 80.10.Z;
 - działalność ochroniarska w zakresie obsługi systemów bezpieczeństwa - PKD 80.20.Z.
 - Organizacja i obsługa przedsięwzięć sportowych, turystycznych i artystycznych, w tym:
 - działalność organizatorów turystyki - PKD 79.12.Z;
 - pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji, gdzie indziej niesklasyfikowana - PKD 79.90.C;
 - pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna - PKD 93.29.Z.
 - Działalność reklamowa - PKD 73.1, w tym usługi promocji sprzętu sportowego, turystycznego i wypoczynkowego (działalność agencji reklamowych) - PKD 73.11.Z.
 - Dzierżawa własności intelektualnej i podobnych produktów, z wyłączeniem prac chronionych prawem autorskim - PKD 77.40.Z.
 - Wypożyczenie i dzierżawa sprzętu rekreacyjnego i sportowego - PKD 77.21.Z.
 - Działalność fotograficzna - PKD 74.20.Z.
 - Doradztwo związane z zarządzaniem (w sporcie i turystyce), w tym:
 - doradztwo w dziedzinie organizacji i zarządzania w sporcie i turystyce (pozostałe doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania) - PKD 70.22.Z.
 - Pozostała działalność wspomagająca usługi finansowe, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych - PKD 66.19.Z.
 - Działalność wspomagająca ubezpieczenia, w tym:
 - działalność związana z oceną ryzyka i szacowaniem poniesionych strat - PKD 66.21.Z;
 - działalność agentów i brokerów ubezpieczeniowych - PKD 66.22.Z;
 - pozostała działalność wspomagająca ubezpieczenia - PKD 66.29.Z.
 - Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność; działalność portali internetowych – PKD 63.1.
 - Działalność związana z filmami, nagraniami wideo i programami telewizyjnymi - PKD 59.1.
 - Działalność w zakresie nagrań dźwiękowych i muzycznych – PKD 59.2.
 - Działalność wydawnicza - PKD 58.
 - Działalność usługowa związana z żywnością - PKD 56, w tym:
 - restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne - PKD 56.10.A;

- ruchome placówki gastronomiczne - PKD 56.10.B;
- przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych (catering) - PKD 56.21.Z;
- pozostała usługowa działalność gastronomiczna - PKD 56.29.Z;
- przygotowywanie i podawanie napojów - PKD 56.30.Z.
- Roboty budowlane związane ze wznoszeniem budynków - PKD 41.
- Działalność związana z zakwaterowaniem - PKD 55.
- Prowadzenie i obsługa parkingów samochodowych (działalność usługowa wspomagająca transport lądowy) - PKD 52.21.Z.
- Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami - PKD 47.99.Z.
- Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych - PKD 47.11.Z.
- Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet - PKD 47.91.Z.
- Działalność agentów zajmujących się sprzedażą wyrobów tekstylnych, odzieży, wyrobów futrzarskich, obuwia i artykułów skórzanych - PKD 46.16.Z.
- Działalność agentów zajmujących się sprzedażą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych - PKD 46.17.Z.
- Działalność agentów specjalizujących się w sprzedaży pozostałych określonych towarów - PKD 46.18.Z.
- Działalność agentów zajmujących się sprzedażą towarów różnego rodzaju - PKD 46.19.Z.
- Sprzedaż hurtowa napojów bezalkoholowych - PKD 46.34.B.
- Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana żywności, napojów i wyrobów tytoniowych - PKD 46.39.Z.
- Sprzedaż hurtowa odzieży i obuwia - PKD 46.42.Z.
- Produkcja, handel hurtowy i detaliczny sprzętem sportowym, turystycznym i pamiątkami, w tym:
 - produkcja sprzętu sportowego - PKD 32.30.Z;
 - produkcja pozostałych wyrobów, gdzie indziej niesklasyfikowana - PKD 32.99.Z;
 - sprzedaż detaliczna sprzętu sportowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach - PKD 47.64.Z;
 - sprzedaż detaliczna pozostałych nowych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach - PKD 47.78.Z;
 - sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana - PKD 46.90.Z.
- Drukowanie i działalność usługowa związana z poligrafia - PKD 18.1, a także reprodukcja zapisanych nośników informacji - PKD 18.20.Z.

2.3. Władze Spółki.

Walne Zgromadzenie.

Strukturę akcjonariuszy oraz głosów na Walnym Zgromadzeniu obrazuje poniższa tabela.

Tab. Struktura akcjonariatu KS Cracovia S.A. na dzień 31.12.2024.

Wyszczególnienie	Ilość akcji	Wartość nominalna	Struktura
COMARCH S.A.	317.861	31.786.100,00	99,83%
POZOSTALI	540	54.000,00	0,17%
RAZEM	318.401	31.840.100,00	100,00%

Źródło: Opracowanie własne.

Z uwagi na podwyższenie kapitału zakładowego Spółki z kwoty 31.840.100,00 zł do kwoty 65.301.600,00 zł poprzez emisję akcji serii I, które zostały zaoferowane Comarch SA., z dniem rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, tj. z dniem 12 lutego 2025 roku Comarch S.A. posiada 652.476 akcji zwykłych imiennych o wartości nominalnej 65.247.600,00 zł stanowiących 99,92% w kapitale zakładowym KS Cracovia S.A..

Tab. Struktura akcjonariatu KS Cracovia S.A. na dzień 12.02.2025.

Wyszczególnienie	Ilość akcji	Wartość nominalna	Struktura
COMARCH S.A.	652.476	65.247.600,00	99,92%
POZOSTALI	540	54.000,00	0,08%
RAZEM	653.016	65.301.600,00	100,00%

Źródło: Opracowanie własne.

Rada Nadzorcza.

W skład Rady Nadzorczej w okresie od dnia 1 stycznia 2024 roku do dnia 31 grudnia 2024 roku wchodził:

- Elżbieta Filipiak pełniąca funkcję Przewodniczącej Rady Nadzorczej
- Klemens Budzowski
- Wojciech Kucharzyk
- Wojciech Musialik
- Marcin Romanowski (od dnia 1 stycznia 2024 roku do dnia 28 maja 2024 roku)
- Andrzej Matyja (od dnia 29 maja 2024 roku do dnia 31 grudnia 2024 roku)

Elżbieta Filipiak w okresie od dnia 1 stycznia 2024 roku do dnia 21 stycznia 2024 roku była członkiem Rady Nadzorczej delegowanym do czasowego wykonywania czynności Prezesa Zarządu.

W dniu 28 maja 2024 roku Marcin Romanowski złożył rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej.

Zarząd.

W skład Zarządu w okresie od dnia 1 stycznia 2024 roku do dnia 21 stycznia 2024 roku wchodził:

- Elżbieta Filipiak - członek Rady Nadzorczej delegowany do czasowego wykonywania czynności Prezesa Zarządu na okres od dnia 1 stycznia 2024 roku do dnia 21 stycznia 2024 roku
- Stefan Majewski – Wiceprezes Zarządu
- Krzysztof Woźniak – Wiceprezes Zarządu

Z dniem 21 stycznia 2024 roku Elżbieta Filipiak złożyła rezygnację z delegowania do czasowego wykonywania czynności Prezesa Zarządu, natomiast w dniu 22 stycznia 2024 roku na stanowisko Prezesa Zarządu został powołany Mateusz Dróżdź.

Tym samym w skład Zarządu w okresie od dnia 22 stycznia do dnia 6 lutego 2024 wchodził:

- Mateusz Dróżdź – Prezes Zarządu
- Stefan Majewski – Wiceprezes Zarządu
- Krzysztof Woźniak – Wiceprezes Zarządu

Z dniem 6 lutego 2024 roku Stefan Majewski złożył rezygnację z pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu, w związku z czym w skład Zarządu w okresie od 7 lutego 2024 roku do dnia 2 czerwca 2024 roku wchodził:

- Mateusz Dróżdź – Prezes Zarządu
- Krzysztof Woźniak – Wiceprezes Zarządu

W dniu 29 maja 2024 roku Rada Nadzorcza podjęła Uchwały w sprawie powołania Marcina

Romanowskiego oraz Łukasza Orłowskiego do Zarządu Spółki. Uchwały weszły w życie z dniem podjęcia, jednakże wywołały skutek prawny od dnia 3 czerwca 2024 roku, tj. od dnia wygaśnięcia mandatów dotychczasowych członków Zarządu poprzedniej kadencji.

Tym samym w skład Zarządu w okresie od dnia 3 czerwca 2024 roku do dnia 31 grudnia 2024 roku wchodził:

- Mateusz Drózd – Prezes Zarządu
- Marcin Romanowski – Wiceprezes Zarządu
- Łukasz Orłowski – Wiceprezes Zarządu

Dodatkowo w Spółce byli następujący prokurenci:

- Iwona Szeliga – Prokurent
- Łukasz Orłowski – Prokurent (od dnia 1 stycznia 2024 roku do dnia 28 maja 2024 roku)
- Konrad Tarański – Prokurent

Łukasz Orłowski z dniem 28 maja 2024 roku złożył rezygnację z pełnienia funkcji Prokurenta.

3. Najważniejsze wydarzenia w okresie styczeń 2024 roku – grudzień 2024 roku.

3.1. Działalność sportowa.

W okresie objętym sprawozdaniem Spółka, podobnie jak w latach ubiegłych, prowadziła działalność w ramach sekcji piłkarskiej oraz sekcji hokeja na lodzie.

3.1.1. Rozgrywki piłki nożnej.

Drużyna seniorów piłki nożnej w okresie od lipca 2023 roku do czerwca 2024 roku uczestniczyła w rozgrywkach piłkarskiej Ekstraklasy. Sezon 2023/2024 zakończyła zajmując 13 miejsce w tabeli. Rundę jesienną Ekstraklasy sezonu 2024/2025 zespół Cracovii zakończył na 5 miejscu w tabeli.

Oprócz pierwszej drużyny w rozgrywkach centralnych biorą udział następujące zespoły:

- II Drużyna w rozgrywkach IV Ligi,
- Juniorzy starsi w rozgrywkach Centralnej Ligi Juniorów U19,
- Juniorzy młodszy w rozgrywkach Centralnej Ligi Juniorów Młodszych U17,
- Trampkarze starsi w rozgrywkach Centralnej Ligi Trampkarzy Starszych U15.

Dodatkowo Akademia Cracovii szkoli zawodników we wszystkich kategoriach młodzieżowych począwszy od najmłodszego rocznika U7, w tym również grupę dziewczynek w kategorii wiekowej U9-U8.

Podobnie jak w latach ubiegłych zawodnicy z kadry pierwszej drużyny jak i zawodnicy młodzieżowi Cracovii byli powoływani na mecze i konsultacje reprezentacji narodowych w tym m.in. Jani Atanasov (Reprezentacja Narodowa Macedonii Północnej), Henrich Ravas (Reprezentacja Narodowa Słowacji), Attu Hoskonen (Reprezentacja Narodowa Finlandii), Benjamin Kallman (Reprezentacja Narodowa Finlandii), Otar Kakabadze (Reprezentacja Narodowa Gruzji), Virgil Ghita (Reprezentacja Narodowa Rumunii), Amir Al-Ammari (Reprezentacja Narodowa Iraku), Wojciech Szuber, Igor Szwajdych (Reprezentacja Polski U15), Kacper Cecuła, Kajetan Feliks (Reprezentacja Polski U16), Oliwier Kukliński (Reprezentacja Polski U17), Fabian Bzdyl (Reprezentacja Polski U18) oraz Filip Rózga (Reprezentacja Polski U19), Kacper Śmiglewski (Reprezentacja Polski U20), Michał Rakoczy (Reprezentacja Polski U21).

Łącznie na dzień 31.12.2024 roku w spółce podpisanych było 75 umów o profesjonalne uprawianie piłki nożnej.

3.1.2. Akademia Cracovii.

Akademia Cracovii podzielona jest na dwa główne działy, tj. dział organizacji odpowiedzialny za efektywną logistykę i organizację oraz dział sztabu trenerskiego podzielony na wyspecjalizowane sekcje odpowiedzialne za rozwój sportowy zawodników. Stworzone zostały zespoły specjalistów, którzy dbają o indywidualizację treningu, jak również powołany został dział skautingu młodzieżowego, który odpowiada za poszukiwanie, obserwowanie i rekrutowanie utalentowanych zawodników do Akademii. Akademia Cracovii skupia się na rozwoju utalentowanych jednostek, czyniąc proces treningowy jak najbardziej indywidualnym. Celem pracy jest Wychowanek. W aspekcie sportowym zawodnik, który będzie przygotowany do gry na najwyższym poziomie współzawodnictwa, a w aspekcie społecznym człowiek, który będzie umiał poradzić sobie w życiu codziennym.

Akademia Cracovii to również działalność komercyjna, a w tym trzy główne projekty, tj. Cracovia Kids, Kluby Partnerskie oraz „Pasiaste Motyle”.

Akademia Cracovii współpracuje ze Szkołą Mistrzostwa Sportowego w Krakowie oraz z Fundacją Cracovia Młodych.

3.1.3. Cracovia Kids – piłkarskie przedszkola.

Piłkarskie przedszkola „Cracovia Kids” to projekt rozwoju sportowego najmłodszych adeptów piłki nożnej. Zajęcia w których uczestniczy ok. 110 dzieci w wieku 3 – 6 lat prowadzone są w formie zabawy sportowej z elementami piłki nożnej. Cracovia jest jedną z niewielu szkółek, która w wolnym czasie od zajęć edukacyjnych organizuje zajęcia sportowe dla najmłodszych dzieci.

W 2024 roku funkcjonował formularz zapisów dla dzieci i rodziców z Cracovia Kids na mecze domowe piłkarskie i hokejowe. Jest to świetne rozwiązanie dla dzieci, aby od pierwszych lat życia miały możliwość uczestniczenia w takich wydarzeniach. Buduje to w dzieciach umiejętności zdrowej rywalizacji, zasad fair play oraz zakorzenia miłość do sportu i samego klubu.

Ze względu na bardzo pozytywny odbiór projektu klub w dalszym ciągu będzie pracował nad jego rozwojem, zachęcając najmłodsze dzieci do rozpoczęcia przygody ze sportem, jakim w tym przypadku jest piłka nożna.

3.1.4. Kluby Partnerskie.

Kluby Partnerskie to program partnerski, który koncentruje się na rozwoju w obszarach sportu, organizacji, marketingu oraz edukacji. KS Cracovia S.A. współpracuje z 21 klubami, tj. AP Jasło, Chemik Pustków, Czarni Jasło, Ekoball Sanok, Hetman Zamość, Junior Racibórz, Jutrzenka Giebułtów, Lakeshore United FC Academy, Lechia Sędziszów Małopolski, LKS Niwa Nowa Wieś, Lublinianka Lublin, Lublinianka Lublin Junior, Pogoń Miechów, Proszowianka Proszowice, LKS Sparta Osobnica, Szik Słocina Rzeszów, Tarnovia Tarnów, Team Przecław, Wilczki Lesko, Lotnik Kryspinów, Akademia Sportu Żarnowiec.

Głównym celem projektu jest podniesienie jakości szkolenia w klubach partnerskich, tak, aby w przyszłości najbardziej wyróżniający się zawodnicy mogli zasilić szeregi Akademii Cracovii. Istotnym elementem jest również zdobycie potencjalnych kibiców Cracovii oraz partnerów do rozwoju działalności sportowej klubów zrzeszonych w projekcie.

3.1.5. Pasiaste Motyle.

Pasiaste Motyle to projekt mający na celu integrację i wyrównywanie szans społecznych, w ramach którego tworzony jest zespół dla dzieci z niepełnosprawnościami intelektualnymi w Akademii Cracovii, które chcą grać i spełniać swoje marzenia. Mali zawodnicy Pasiastych Motyli uczestniczą w regularnych treningach na obiektach sportowych Cracovii, które są przeprowadzane przez odpowiednio wykwalifikowaną kadrę trenerską. W zespole Pasiastych Motyli szkolonych jest 10 dzieci.

3.1.6. Rozgrywki hokeja na lodzie.

W sezonie 2023/2024 drużyna Comarch Cracovii w sezonie zasadniczym zajęła 6 miejsce, w ostatecznych rozgrywkach fazy play-off zajęła 6 miejsce.

Podobnie jak w latach wcześniejszych zawodnicy Cracovii byli powoływani do kadry seniorskiej i młodzieżowej. W Reprezentacji narodowej znaleźli się zawodnicy: Kamil Mętel, Sebastian Brynkus, Krystian Mocarski, Mateusz Bezwiński.

Dodatkowo do rozgrywek zostały zgłoszone wszystkie wymagane grupy młodzieżowe tj. młodzicy, żaki starsze, żaki młodsze, mini hokej oraz drużyna Młodzieżowej Hokej Ligi.

Łącznie na dzień 31.12.2024 roku w spółce podpisanych było 28 (umów o profesjonalne uprawianie hokeja na lodzie.

3.2. Szkoła Mistrzostwa Sportowego w Krakowie.

Od września 2021 roku siedziba Społecznego Liceum Ogólnokształcącego Mistrzostwa Sportowego mieści się przy ul. Wielickiej 101. Szkoła otrzymała pełne zaplecze do zajęć opiekuńczo-wychowawczych i dydaktycznych (11 sal lekcyjnych, świetlicę) oraz wspaniałe zaplecze sportowe (dwa boiska ze sztuczną nawierzchnią (jedno kryte balonem w sezonie zimowym) i dwa boiska z nawierzchnią trawiastą. Do dyspozycji uczniów oddano pięć wyremontowanych szatni oraz internat posiadający 24 miejsca noclegowe. Szkoła zyskała nową bazę, w której może realizować zarówno program edukacyjny jak i sportowy w sposób nowoczesny i komfortowy. W szkole realizowana jest podstawa programowa wychowania fizycznego, jak również funkcjonuje program integrujący proces kształcenia, wychowania oraz szkolenia sportowego. Szkoła tworzy dla swoich uczniów optymalne warunki do nauki i treningów. Celem Szkoły Mistrzostwa Sportowego jest zapewnienie kompleksowego wsparcia dla uczniów - zawodników w odkryciu własnego potencjału i maksymalne jego wykorzystanie tak, aby mogli osiągnąć wyznaczony cel - udział w profesjonalnych rozgrywkach piłkarskich na szczeblu zawodowym. Proces szkolenia w SMS Kraków przebiega w sposób zaplanowany i kompleksowy a przy współpracy z klubem ma umożliwić rozwój sportowy oraz pozasportowy jak największej liczbie uczniów, których obecnie jest ok 147.

3.3. Działalność organizacyjno – finansowa.

3.3.1. Działalność korporacyjna

W dniu 3 czerwca 2024 roku odbyło się Walne Zgromadzenie KS Cracovia S.A., które podjęło następujące uchwały w sprawie:

- wyboru Przewodniczącego Zgromadzenia,
- porządku obrad,
- zatwierdzenia sprawozdania finansowego za rok obrotowy 01.01.2023-31.12.2023,
- zatwierdzenia sprawozdania Zarządu z działalności Spółki za rok obrotowy 01.01.2023-31.12.2023,
- zatwierdzenia sprawozdania Rady Nadzorczej Spółki z działalności w roku obrotowym 01.01.2023-31.12.2023 oraz sprawozdania Rady Nadzorczej Spółki z badania sprawozdania finansowego i sprawozdania Zarządu z działalności Spółki za rok obrotowy 01.01.2023-31.12.2023,
- pokrycia straty netto Spółki za rok obrotowy 01.01.2023-31.12.2023,
- udzielenia Członkom Zarządu Spółki absolutorium z wykonania przez nich obowiązków w roku obrotowym 01.01.2023-31.12.2023,
- udzielenia Członkom Rady Nadzorczej absolutorium z wykonania przez nich obowiązków w roku obrotowym 01.01.2023-31.12.2023,
- odstąpienia od podejmowania uchwały w sprawie zmian w składzie Rady Nadzorczej Spółki,
- dalszego istnienia Spółki,
- pozbawienia akcjonariuszy w całości prawa poboru akcji serii H, podwyższenia kapitału zakładowego poprzez emisję akcji serii H oraz zmiany Statutu Spółki,
- zmiany Statutu Spółki.

W dniu 19 grudnia 2024 roku odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie KS Cracovia S.A., które podjęło następujące uchwały w sprawie:

- pozbawienia akcjonariuszy w całości prawa poboru akcji serii I, podwyższenia kapitału zakładowego poprzez emisję akcji serii I oraz zmiany Statutu Spółki,
- zmiany dotychczasowego Statutu Spółki i przyjęcia tekstu jednolitego Statutu Spółki.

Zarząd KS Cracovia S.A. w okresie od 1 stycznia 2024 roku do 31 grudnia 2024 roku podjął następujące uchwały dotyczące:

- Polityki Bezpieczeństwa Dzieci oraz powołania Koordynatora ds. bezpieczeństwa dzieci w KS Cracovia S.A.,
- projektu Regulaminu Zarządu,
- aktualizacji Polityki Bezpieczeństwa Dzieci w KS Cracovia S.A. oraz wdrożenia Standardów Ochrony Małoletnich,
- powołania delegatów oraz zastępców delegatów na Walne Zgromadzenie Delegatów PZPN,
- zmiany uchwały w sprawie powołania delegatów oraz zastępców delegatów na Walne Zgromadzenie Delegatów PZPN,
- Regulaminu obiektu – stadionu KS Cracovia S.A. przy ul. Kałuży 1 w Krakowie,
- Regulaminu imprezy masowej meczu piłki nożnej,
- Regulaminu przekazywania rzeczy ruchomych do depozytu podczas imprez organizowanych przez KS Cracovia S.A.,
- Procedury medycznej – I Drużyny Piłki Nożnej KS Cracovia S.A.,
- Regulaminu Drużyny KS Cracovia S.A.,
- Regulaminu sprzedaży biletów i karnetów na mecze rozgrywane przez KS Cracovia S.A. w sezonie piłkarskim 2024/2025,
- Regulaminu dotyczącego użytkowania SKYBOX przez najemców na terenie stadionu KS Cracovia S.A.,
- Regulaminu przyznawania nagród za osiągnięte wyniki sportowe przez Zawodników Pierwszej Drużyny Seniorów Sekcji Piłki Nożnej KS Cracovia S.A. obowiązujący w sezonie rozgrywkowym 2024/2025,
- Regulaminu przyznawania nagród za osiągnięte wyniki sportowe przez Sztab Szkoleniowy Pierwszej Drużyny Seniorów Sekcji Piłki Nożnej KS Cracovia S.A. obowiązujący w sezonie rozgrywkowym 2024/2025,
- Regulaminu I Drużyny Hokeja na Lodzie KS Cracovia S.A. (Comarch Cracovia),
- Procedury medycznej w I Drużynie Hokeja na Lodzie KS Cracovia S.A. (Comarch Cracovia),
- Regulaminu medialnego I Zespołu Hokeja na Lodzie KS Cracovia S.A.,
- Regulaminu Premiowania Zawodników I Zespołu Hokeja na Lodzie KS Cracovia S.A. (Comarch Cracovia) w sezonie 2024/2025,
- Procedury okresowej oceny pracowników KS Cracovia S.A.,
- Polityki antymobbingowej w KS Cracovia S.A.,
- Procedury postępowania w przypadku zagrożenia atakiem terrorystycznym lub biologicznym, chemicznym lub radiologicznym oraz użycia bezzałogowych statków powietrznych,
- Procedury i harmonogramu meczów domowych w sezonie 2024/2025 THL – Siedleckiego 7 w KS Cracovia S.A.,
- Regulaminu monitoringu i postępowania z nagraniami w trakcie imprez masowych organizowanych przez KS Cracovia S.A.,
- Tabeli projektowej w KS Cracovia S.A.,
- Procedury budżetowania w KS Cracovia S.A.,
- Regulaminu korzystania z samochodu służbowego w KS Cracovia S.A.,
- Instrukcji zarządzania systemem informatycznym przetwarzającym dane osobowe w KS Cracovia S.A.,
- wydanych pełnomocnictw do reprezentowania, podejmowania działań oraz występowania w imieniu KS Cracovia S.A.,
- Regulaminu Organizacyjnego w KS Cracovia S.A.,
- Zasad Bezpieczeństwa w KS Cracovia S.A.,

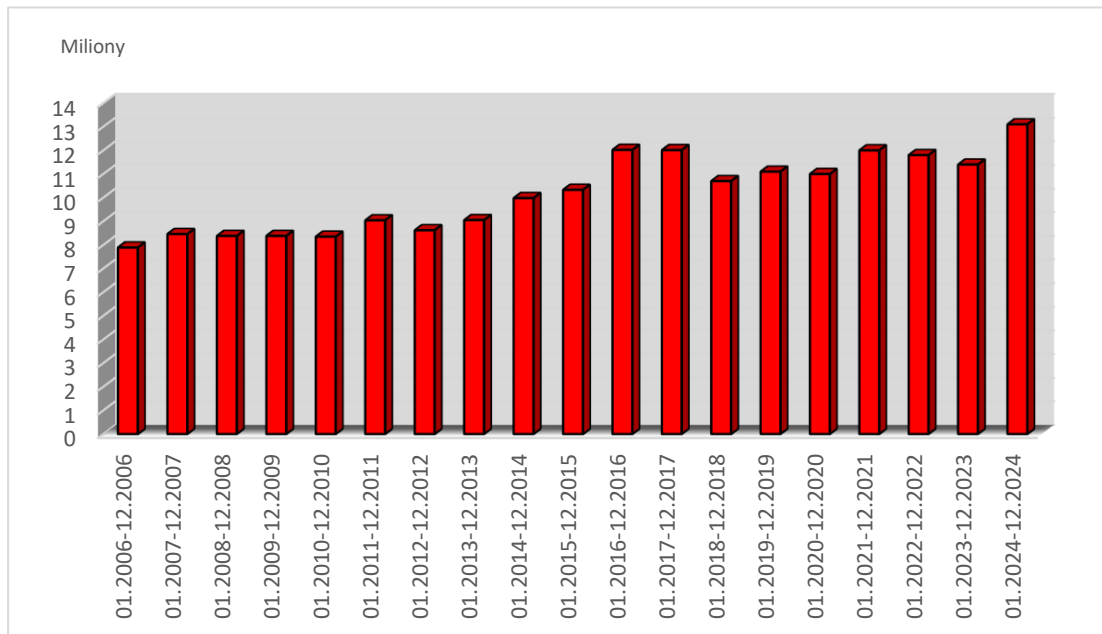
- Procedury przeciwdziałania zagrożeniom korupcyjnym w KS Cracovia S.A.,
- Regulaminu funkcjonowania oficjalnego sklepu KS Cracovia S.A.,
- Cennika biletów i karnetów uprawniających do wstępu na mecze piłkarskie w ramach rozgrywek PKO BP Ekstraklasy w rundzie wiosennej sezonu rozgrywkowego 2024/2025,
- Zasad (Polityki) Rachunkowości w KS Cracovia S.A.,
- nadania trybunie stadionu piłkarskiego przy ul. Kałuży 1 w Krakowie, na której znajdują się łoża VIP, łoża Skybox oraz sektor E, G, H, F, imienia Profesora Janusza Filipiaka,
- Procedury przeprowadzania transferów oraz zawierania kontraktów o profesjonalne uprawianie piłki nożnej w Akademii KS Cracovia S.A.,
- Procedury przeprowadzania transferów oraz zawierania kontraktów o profesjonalne uprawianie piłki nożnej w KS Cracovia S.A. (I Zespół Piłki Nożnej),
- Budżetu KS Cracovia S.A. na rok 2025.

3.3.2. Przychody ze sponsoringu i działalności marketingowej.

Rok 2024 to kolejny rok w kilkunastoletniej historii Spółki, w którym to odnotowuje ona wysoką wartość przychodów ze sprzedaży reklam. W roku 2018 wartość ta ponownie osiągnęła prawie 11 mln złotych, w roku 2019 było to już ponad 11 mln złotych. Natomiast w roku 2020 pomimo pandemii było to ponownie 11 mln złotych. Rok 2022 pomimo dużej straty finansowej akurat w tym obszarze był udanym okresem dla Spółki gdyż przychody ze sprzedaży reklam wyniosły prawie 12 mln złotych co było porównywalne z rokiem 2021. W roku 2023 odnotowano przychody ze sprzedaży reklam na poziomie prawie 11,4 mln złotych, natomiast w roku 2024 wartość przychodów ze sprzedaży reklam wzrosła do poziomu prawie 13,1 mln złotych.

Szczegółowe dane dotyczące przychodów ze sprzedaży powierzchni reklam i umów sponsorskich za lata 2006 – 2024 przedstawia poniższy wykres.

Tab. Przychody z reklam Spółki w latach 2006 - 2024.



Źródło: Opracowanie własne.

Stabilizacja przychodów w zakresie sponsoringu i sprzedaży reklam jest dla Spółki bardzo ważna, gdyż są jednym z głównych źródeł przychodów, pozwalającym na finansowanie działalności sportowej.

3.3.3. Dywersyfikacja przychodów Spółki.

Zgodnie z przyjętą strategią ważnym czynnikiem zarządzania Spółką, której głównym zadaniem jest działalność sportowa, jest dywersyfikacja przychodów. Z meczami na wysokim poziomie związane są transmisje telewizyjne i reklamodawcy. Właśnie te pozycje stanowią główne źródło przychodów Klubu

które stanowią odpowiednio 26,96% oraz 27,61%.

Poniżej szczegółowo przedstawiono strukturę przychodów na 31.12.2024 roku oraz wykresy za lata 2024 i 2023.

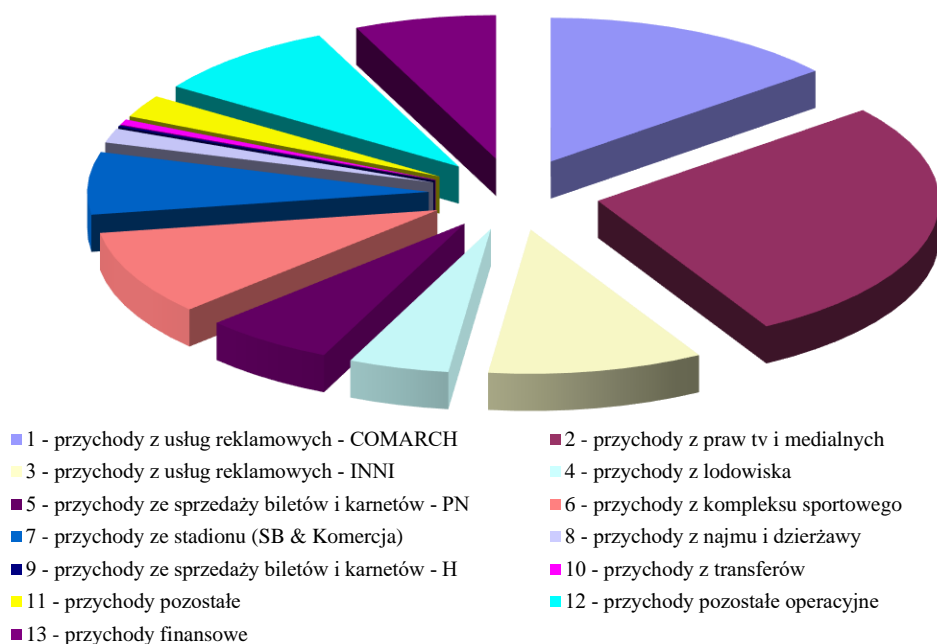
Tab. Procentowy udział poszczególnych pozycji w strukturze przychodów w roku 2024.

Struktura przychodów (w %) – 01.01.2024-31.12.2024			Łączny przychód (PLN)
1	13,94	przychody z usług reklamowych – COMARCH	47,3 mln
2	26,96	przychody z praw tv i praw medialnych	
3	13,67	przychody z usług reklamowych bez COMARCH	
4	5,38	przychody z lodowiska	
5	7,07	przychody ze sprzedaży biletów i karnetów plus udział w rozgrywkach	
6	10,95	przychody z kompleksu sportowego	
7	7,63	przychody ze stadionu (SB & Komercja)	
8	2,15	przychody z najmu i dzierżawy	
9	0,56	przychody ze sprzedaży biletów i karnetów – H	
10	0,27	przychody z transferów	
11	3,27	przychody pozostałe	
12	6,61	przychody pozostałe operacyjne	
13	1,54	przychody finansowe	

Źródło: Opracowanie własne.

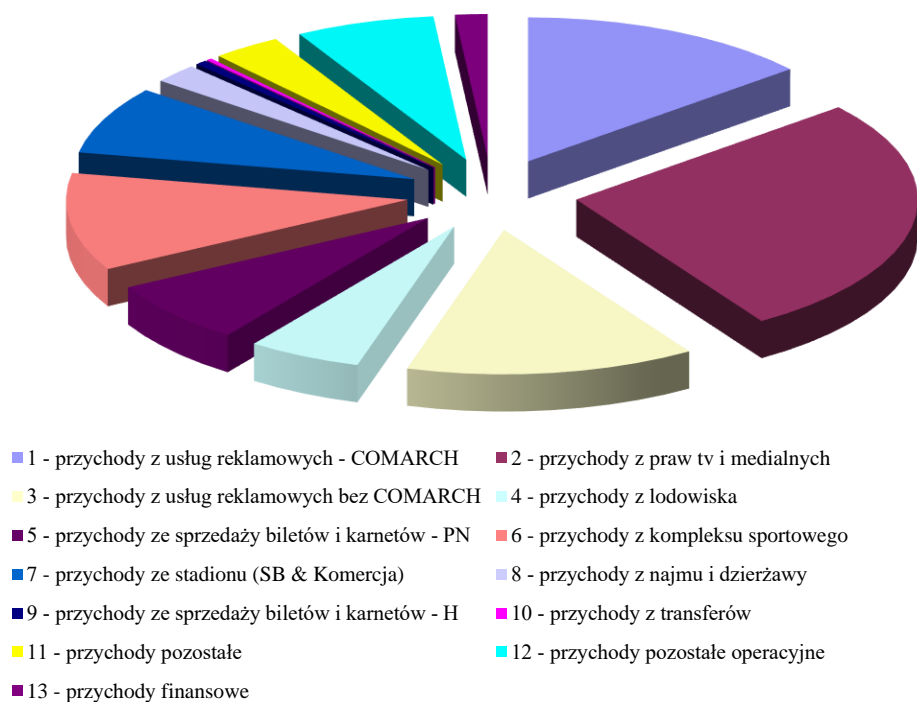
Oprócz już wymienionych przychodów z praw telewizyjnych, praw medialnych oraz usług reklamowych Spółka osiągnęła znaczące dla całej struktury a co ważne wyższe niż w roku poprzednim, przychody związane z zarządzanymi obiektami, tj. stadionem, lodowiskiem, basenem oraz centrum treningowym. W roku 2018 łączne przychody w tym obszarze wyniosły ponad 7 mln złotych i stanowiły ponad 14% wszystkich przychodów Spółki. W roku 2019 było to już prawie 7,5 mln, co już stanowiło ponad 15% przychodów Spółki. Niestety rok 2020, w którym w związku z pandemią wprowadzane zostały obostrzenia związane dostępem do stadionów, boisk, lodowisk czy basenów, nie był pod tym względem udany. Przychody w tym zakresie wyniosły 5,8 mln złotych co stanowiło 11,5% przychodów Spółki. Podobnie było w roku 2021 gdzie przychody te wyniosły łącznie 6,12 mln złotych co stanowiło 17,67% przychodów Spółki. W roku 2022 przychody wyniosły 9,78 mln złotych i ponad 25% udział w łącznych przychodach. W roku 2023 odnotowano zwiększoną wartość przychodów wynoszącą 10,70 mln złotych i prawie 23% udział w łącznych przychodach, natomiast rok 2024 to już historyczna wartość dla Spółki wynosząca prawie 12,37 mln złotych i ponad 26% udziału w łącznych przychodach.

Rys. Struktura przychodów za okres 1 stycznia 2023 roku – 31 grudnia 2023 roku.



Źródło: Opracowanie własne.

Rys. Struktura przychodów za okres 1 stycznia 2024 roku – 31 grudnia 2024 roku.



Źródło: Opracowanie własne.

Zgodnie z tym co wynika z przedstawionych wykresów oraz powyższej tabeli w dalszym ciągu jednym z ważniejszych źródeł przychodów dla KS Cracovia S.A. są przychody pochodzące ze sprzedaży reklamy dla sponsora strategicznego (firmy Comarch S.A.). Jednak równie istotne są kolejne pozycje, w tym w szczególności przychody ze sprzedaży praw telewizyjnych oraz przychody z zarządzanych przez Spółkę obiektów sportowych, tj. przychody związane ze stadionem piłkarskim, sztucznym lodowiskiem oraz przychody związane z kompleksem sportowo-rekreacyjnym oraz nowoczesnym centrum treningowym.

Warto podkreślić fakt, iż dane przedstawione na wykresach bezsprzecznie wskazują na stabilizację przychodów Spółki w różnych dziedzinach działalności. Cztery główne źródła przychodów stanowią prawie 81% wszystkich przychodów Spółki. Pozostałe są dla Spółki równie ważne, gdyż stanowią o stabilności Klubu i jego możliwościach związanych z ich pozyskiwaniem.

Niestety rok 2024 podobnie jak 2023 jednoznacznie wskazują na to jak ważne są dla Spółki wysokie przychody z praw telewizyjnych i mediowych oraz przychody z transferów, które niestety odbiegają od tych z lat poprzednich i możliwości sportowych klubu.

3.4. Współpraca z Ekstraklasą S.A., PZPN i PZHL.

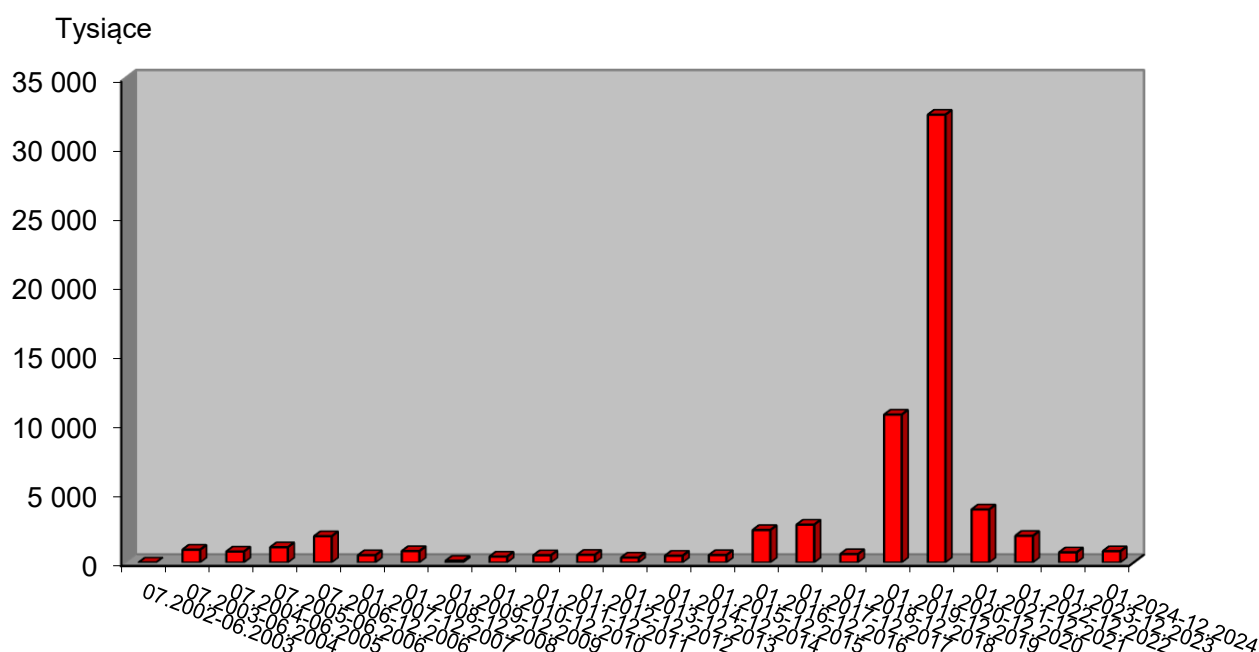
KS Cracovia S.A. jest członkiem Polskiego Związku Piłki Nożnej. Z uwagi na powołanie ligi zawodowej w ramach współzawodnictwa w piłce nożnej, aktywność Spółki w tej dyscyplinie sportu sprowadza się do wykonywania praw związanych z posiadaniem statusu akcjonariusza podmiotu zarządzającego tymi rozgrywkami, tj. spółki Ekstraklasa S.A. Od lipca 2013 roku KS Cracovia S.A. posiada 58.000 (słownie: pięćdziesiąt osiem tysięcy) akcji spółki Ekstraklasa S.A. o wartości nominalnej 58.000 (słownie: pięćdziesiąt osiem tysięcy) złotych. Przedmiotem działalności spółki Ekstraklasa S.A. z siedzibą w Warszawie jest prowadzenie rozgrywek Ekstraklasy, a także sprzedaż praw medialnych i reklamowych do tych rozgrywek.

Z uwagi na prowadzenie działalności sportowej w ramach hokeja na lodzie, KS Cracovia S.A. posiada także status członka Polskiego Związku Hokeja na Lodzie oraz jest posiadaczem 11 (słownie: jedenastu) udziałów w spółce Polska Liga Hokejowa Sp. z o.o. o łącznej wartości nominalnej 5.500,00 (słownie: pięć tysięcy pięćset) złotych.

3.5. Działalność inwestycyjna.

Rok 2024 to rok bez kluczowych inwestycji dla Spółki. W tym miejscu warto jednak podkreślić fakt, iż w okresie od lipca 2003 roku do grudnia 2024 roku, Spółka z własnych środków na niezbędne inwestycje przeznaczyła już kwotę wynoszącą 54,9 mln złotych, oraz dodatkowo pozyskała prawie 10,3 mln złotych środków zewnętrznych.

Tab. Wydatki na inwestycje finansowane ze środków KS Cracovia S.A.



Źródło: Opracowanie własne.

Począwszy od roku 2003, na wszystkie inwestycje związane z działalnością Spółki łącznie przeznaczono kwotę prawie 237,1 mln złotych, z czego prawie 172 mln złotych to środki wydatkowane przez Gminę Miejską Kraków, które zostały zainwestowane na obiektach przy ul. Kałuży (stadion) i przy ul. Siedleckiego (lodowisko). Zarówno stadion przy ul. Kałuży 1 w Krakowie, jak i lodowisko przy ul. Siedleckiego 7 w Krakowie, są własnością Gminy Miejskiej Kraków, ale zostały oddane do użytkowania lub dzierżawy na rzecz KS Cracovia S.A..

3.5.1. Inwestycje finansowane ze środków Gminy Miejskiej Kraków.

W roku 2024 Gmina Miejska Kraków przeznaczyła kwotę ok. 1,48 mln złotych na finansowanie prac inwestycyjnych w zakresie wymiany murawy wraz z warstwą roślinną i tzw. opaski ze sztucznej nawierzchni na stadionie przy ul. Kałuży 1 w Krakowie oraz kwotę ok. 130 tys. złotych na finansowanie prac inwestycyjnych polegających na wymianie istniejącego systemu monitoringu dozoru na lodowisku przy ul. Siedleckiego 7 w Krakowie.

3.5.2. Inwestycje finansowane ze środków własnych Spółki.

W opisywanym okresie KS Cracovia S.A. wykonywała inwestycje odtworzeniowe finansowane ze środków własnych.

W szczególności były to prace modernizacyjno - inwestycyjne oraz związane z zakupem niezbędnego wyposażenia dla stadionu piłkarskiego, lodowiska oraz dla ośrodka treningowego w Rącznej. Łączny koszt ww. inwestycji wyniósł prawie 822 tys. złotych netto.

4. Działalność Spółki celowej „Bonus Management Spółka z o.o.” Cracovia Park Spółka komandytowo-akcyjna.

W 2014 roku MKS Cracovia SSA wraz ze spółką Bonus Management sp. z o.o. SKA zawiązała spółkę celową pod firmą „Bonus Management Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością” Cracovia Park spółka komandytowo-akcyjna, z kapitałem zakładowym w wysokości 800.000 złotych. Spółka celowa została utworzona na potrzeby realizacji inwestycji przy al. 3 Maja i została wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 17 kwietnia 2014 roku pod numerem KRS 505940.

MKS Cracovia SSA oraz Bonus Management sp. z o.o. SKA objęły w nowo utworzonej spółce celowej po 400.000 akcji stanowiących po 50% kapitału zakładowego spółki, przy czym spółka Bonus Management sp. z o.o. SKA oprócz know-how wniosła do spółki celowej kapitały niezbędne do realizacji inwestycji, w tym początkowo kwotę 2.000.000 złotych wynikającą z objęcia akcji spółki celowej z zastosowaniem agio. Zarówno Bonus Management sp. z o.o. SKA, jak też MKS Cracovia SSA, są spółkami należącymi do Grupy Kapitałowej Comarch.

Również w 2014 roku MKS Cracovia SSA oraz „Bonus Management Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością” Cracovia Park Spółka komandytowo – akcyjna zawarły Umowę dzierżawy terenów Spółki znajdujących się w Krakowie przy al. 3 Maja na okres 30 lat. Zgodnie z zapisami Umowy, spółka celowa zobowiązana była do zagospodarowania nieruchomości na cele sportowe i rekreacyjne zgodnie ze sposobem korzystania z gruntu określonym w umowie użytkowania wieczystego i przeniesienia własności zawartej w dniu 18.02.2000 r. (wraz z późniejszymi aneksami) pomiędzy MKS Cracovia SSA i Gminą Miejską Kraków.

Teren został zrewitalizowany i począwszy od 2019 roku Spółka Bonus Management sp. z o.o. Cracovia Park S.K.A. prowadzi tutaj działalność w zakresie aktywności sportowej i rekreacyjnej oraz wynajmu. Na obiekcie znajdują się w szczególności:

- Infrastruktura gastronomiczna w tym „Błonia Bistro” i „Błonia Resto”.
- Pełnowymiarowe odkryte boisko do piłki nożnej ze sztuczną nawierzchnią.
- Szatnie z natryskami, wykończone w wysokim standardzie oraz szatnie dla trenerów.
- Hale łukowe, w tym jedna podwójna, w których znajduje się 7 kortów tenisowych (4 korty

z nawierzchnią z mączki syntetycznej i 3 korty z nawierzchnią twardą) oraz 4 korty do badmintonu

- Parking dla ponad 100 samochodów
- Budynek sportowy w którym znajduje się sala fitness (dzieląca się w razie potrzeby na 2 kameralne sale) oraz sala dla dzieci do ćwiczeń i zabaw.
- Strefa recepcji wyposażona dodatkowo w małą strefę kawiarni.

Całość terenu dopełniona została zagospodarowaniem w postaci małej architektury, wewnętrznej komunikacji pieszej i drogowej wraz z oświetleniem.

5. Działalność Fundacji Cracovia Młodych

W roku 2024 roku została założona Fundacja Cracovia Młodych, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0001088987 w dniu 26 lutego 2024 roku. Fundacja Cracovia Młodych powstała z inicjatywy Elżbiety Filipiak, a jej fundatorami są KS Cracovia S.A. oraz Bonus Development Sp. z o.o. spółka komandytowo-akcyjna.

Celem Fundacji Cracovia Młodych jest w szczególności działalność na rzecz krzewienia kultury fizycznej wśród dzieci, młodzieży i dorosłych na terenie działania fundacji a także wychowanie dzieci i młodzieży poprzez wspieranie i upowszechnianie kultury fizycznej i sportu oraz organizacja i szkolenie zawodników w dziedzinie piłki nożnej, hokeja i innych dyscyplin sportowych), a także między innymi działalność na rzecz dzieci i młodzieży, w tym organizacja ich wypoczynku, ochrona i promocja zdrowia obejmująca działalność leczniczą, promowanie zdrowego trybu życia poprzez sport oraz działania z zakresu profilaktyki leczniczej.

Fundacja będzie także wspierać organizacje, których celami statutowi jest działalność edukacyjna, dydaktyczna czy kulturalna w zakresie kultury fizycznej i sportu, organizacja szkoleń sportowych, promocji zdrowego odżywiania, dobroczynności, ochrony zdrowia czy pomocy społecznej.

Kolejnym celem Fundacji jest pomaganie uzdolnionym sportowcom oraz wspieranie prawidłowego rozwoju emocjonalnego wraz ze wsparciem dla zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży w trakcie procesu kształcenia, w tym radzenia sobie ze stresem.

Fundacja Cracovia Młodych to nie tylko wspieranie wychowania młodych ludzi poprzez aktywności sportowe, a także organizowanie szkolenia i rozwój zawodników w różnych dyscyplinach sportowych, w tym w piłce nożnej i hokeju na lodzie, ale również działania obejmujące szeroki wachlarz projektów społecznych, które wpisują się w strategię odpowiedzialności społecznej (CSR) Cracovii, mając na celu nie tylko rozwój fizyczny, ale i kształtowanie pozytywnych wartości wśród młodych sportowców.

6. Marketing, produkty i rynki działalności Spółki.

6.1. Działalność marketingowa w roku 2024.

Działania marketingowe Klubu w 2024 roku były w części kontynuacją zeszłorocznych, ale rozbudowane o wiele dodatkowych aspektów, które w poprzednich latach nie były realizowane. Zróżnicowany kontent na różnych platformach w social mediach trafiał do wszystkich grup wiekowych kibiców oraz nowych potencjalnych kibiców. Nasze działania skupiały się między innymi na uatrakcyjnieniu dnia meczowego, zaangażowania kibiców w życie klubu oraz budowaniu społeczności Cracovii. W 2024 roku przeprowadziliśmy rebranding, który obejmował odświeżenie herbu Cracovii oraz wprowadzenie nowej identyfikacji wizualnej Klubu. Zmiany te miały na celu unowocześnienie wizerunku, przy jednoczesnym zachowaniu tradycji i tożsamości Cracovii. Nowa szata graficzna została konsekwentnie wdrażana zarówno w mediach społecznościowych, jak i w przestrzeni stacjonarnej – na stadionie, w oficjalnych materiałach Klubu oraz w punktach sprzedaży. Dzięki temu nasza komunikacja zyskała spójność i nowoczesny charakter, a odświeżony herb stał się symbolem dynamicznego rozwoju

Klubu.

6.1.1. Oficjalne strony internetowe.

Oficjalne witryny internetowe Klubu zachowały swoją dotychczasową funkcjonalność, nadal będąc głównym źródłem informacji dla kibiców Cracovii. Nieustannie rozwijaliśmy strony cracovia.pl oraz cracovia-hokej.pl, które zawierają również informacje o Akademii piłkarskiej. Strony są na bieżąco aktualizowane – zarówno poprzez codzienne publikacje nowych treści, jak i uaktualnienia tabel, składów zespołów czy terminarzy rozgrywek. Regularnie zamieszczane fotogalerie i materiały wideo dostarczają kibicom szerokiego wachlarza informacji. Dodatkowo, przeprowadziliśmy modernizację zarówno głównej strony internetowej Klubu, jak i strony sklepu, poprawiając ich funkcjonalność, przejrzystość oraz komfort użytkownika. Witryna została również uzupełniona o dział CSR oraz strukturę Klubu, co zwiększa transparentność i ułatwia kibicom oraz wszystkim zainteresowanym szybkie znalezienie najważniejszych informacji o Cracovii. Rozbudowaliśmy także stronę dedykowaną partnerom biznesowym, na której można znaleźć kompleksowe informacje dotyczące współpracy z Klubem. Nowa sekcja zawiera szczegółową ofertę sponsorską, prezentującą dostępne pakiety oraz korzyści wynikające z partnerstwa z Cracovią. Dzięki temu potencjalni sponsorzy mają łatwiejszy dostęp do informacji o możliwościach promocji swojej marki i wspólnego budowania wartości biznesowej w ramach współpracy z Klubem.

6.1.2. Social Media.

Media społecznościowe nadal odgrywają kluczową rolę w komunikacji Klubu z kibicami, umacniając jego wizerunek oraz obecność w przestrzeni internetowej. Kontynuowaliśmy strategię otwartości, łącząc sprawdzone metody z nowoczesnymi trendami cyfrowymi, co pozwoliło nam jeszcze skuteczniej docierać do odbiorców. Priorytetem była także sfera informacyjna – relacje na żywo z meczów, oficjalne komunikaty oraz odnośniki do strony cracovia.pl i bilety.cracovia.pl stanowiły nieodłączny element naszych działań online.

Duży nacisk położyliśmy na real-time marketing, dynamicznie reagując na bieżące wydarzenia i angażując kibiców w interakcję. Wykorzystując kreatywne posty i akcje wymagające zaangażowania użytkowników, zwiększyliśmy zasięg naszych profili społecznościowych. Dodatkowo, regularnie wprowadzaliśmy wydarzenia dla fanów, konkursy oraz angażujące treści, które nie tylko wzmacniały więź kibiców z Klubem, ale także budowały społeczność wokół Cracovii.

W ramach strategii komunikacyjnej w mediach społecznościowych wprowadziliśmy zmiany w rodzaju publikowanych treści, dostosowując je do specyfiki każdej platformy. Zróżnicowaliśmy kontent, aby lepiej trafiał do konkretnych grup odbiorców. Dzięki temu nasza komunikacja stała się bardziej precyzyjna i efektywna, a każdy kanał społecznościowy spełnia określoną funkcję w budowaniu relacji z kibicami.

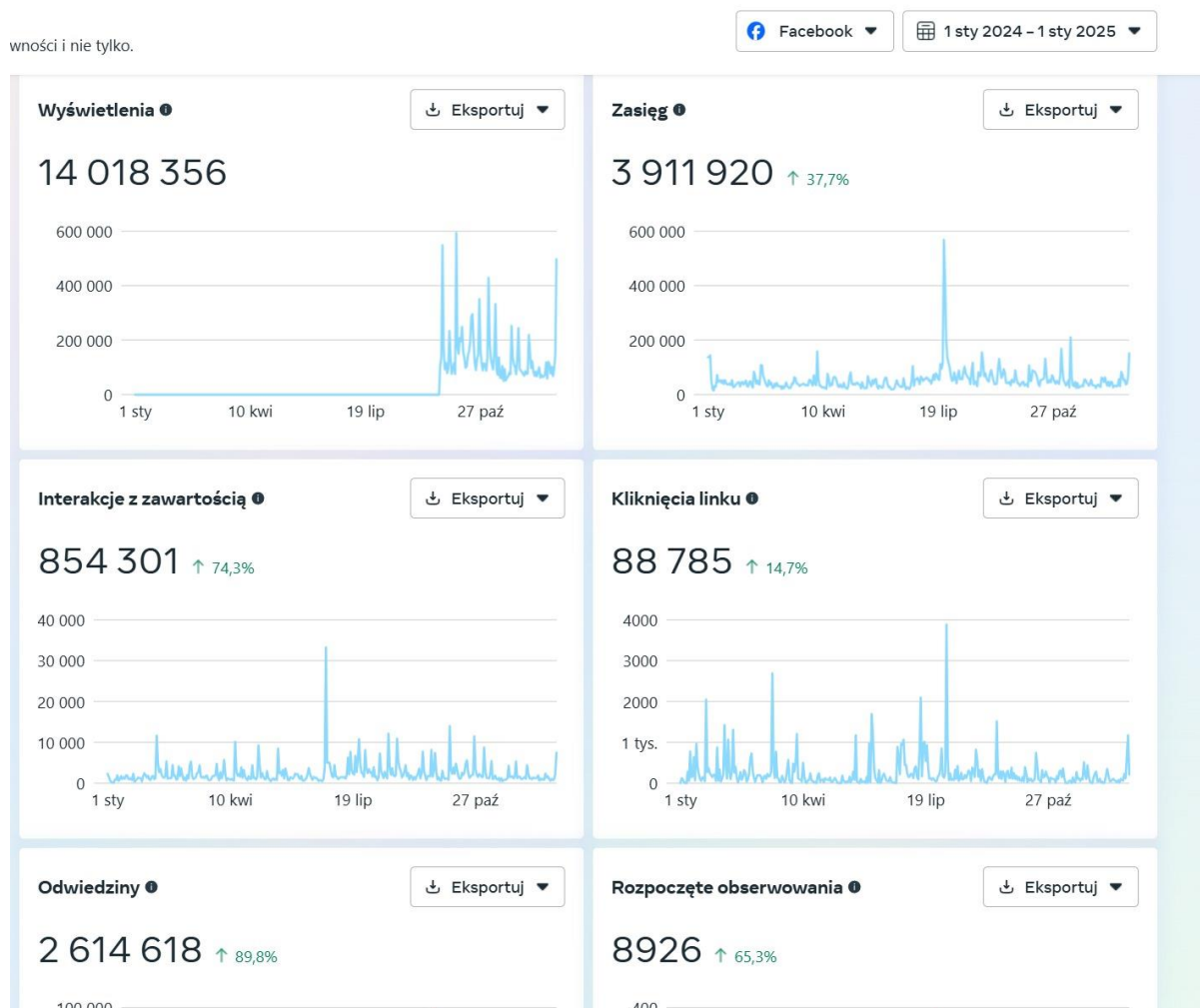
6.1.2.1. Facebook.

Facebookowy profil KS Cracovia S.A. to nadal największa społeczność kibiców Cracovii w mediach społecznościowych. Obecnie liczba osób obserwujących profil wynosi 122 tysiące i wzrosła o ponad 7 tysięcy względem roku poprzedniego. Łącznie uzyskaliśmy zasięg bliski 4 mln użytkowników, co daje wzrost ok. 21% w stosunku do roku 2023. Uzyskaliśmy ponad 854 tysiące interakcji z zawartością. Jeśli chodzi o hokejowe konto Comarch Cracovii, 12-krotnego Mistrza Polski w hokeju na lodzie, liczba obserwujących wzrosła do 15 tysięcy. Na profilu Comarch Cracovii udało się uzyskać zasięg 600 tysięcy. Kanały komunikacyjne Cracovia Training Center czy Akademia Cracovii wciąż są rozwijane i stopniowo zyskują na popularności poprzez regularne publikacje.

Jeżeli chodzi o treści pojawiające się na facebookowych profilach Cracovii, są to głównie posty angażujące odbiorców, takie jak konkursy z nagrodami, fotorelacje, materiały wideo czy grafiki meczowe. Dodatkowo, konta te w dalszym ciągu służą do promowania produktów klubowych, np. Oficjalnego Sklepu Cracovii lub internetowego portalu sprzedaży biletów. Poświęcane są również treściom informacyjnym (terminarz spotkań, raport kartkowy, sędzia najbliższego meczu).

Rys. Screeny postów z dużymi zasięgami lub konkursy.

wności i nie tylko.



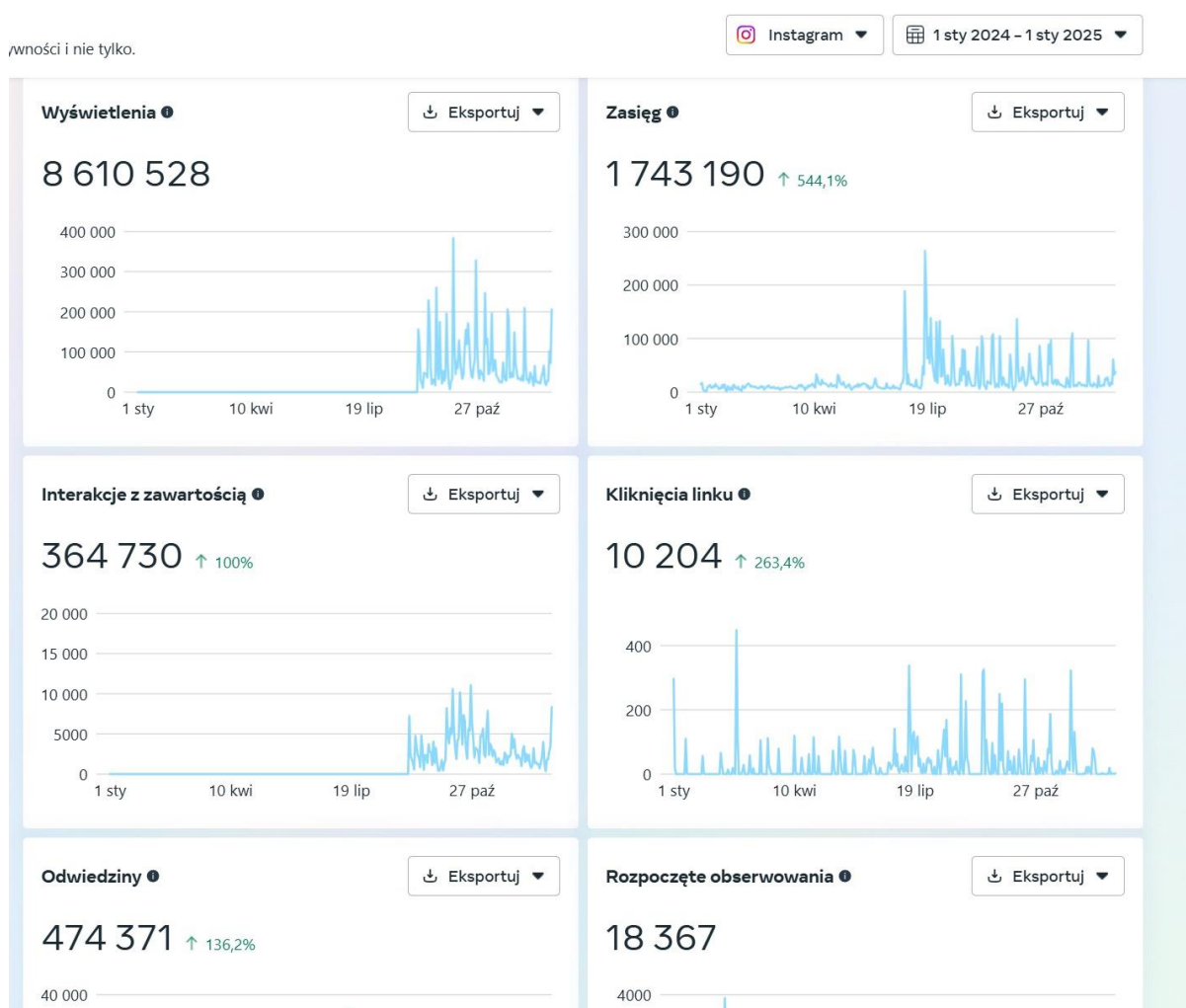
Źródło: Opracowanie własne.

6.1.2.2. Instagram.

Klubowe konto na Instagramie @kscracovia w 2024 roku osiągnęło rekordowy wzrost liczby obserwujących, docierając do 62 tysięcy fanów. W porównaniu z rokiem 2023 oznacza to przyrost o 15 tysięcy nowych odbiorców, co jest znacznym skokiem w stosunku do poprzednich lat. Dla porównania, w 2023 roku konto zyskało 5 tysięcy nowych obserwujących. Tak dynamiczny rozwój w ostatnich 12 miesiącach pokazuje rosnącą popularność Klubu w mediach społecznościowych oraz skuteczność nowej strategii komunikacyjnej.

W 2024 roku podejście do publikacji zostało zmienione, koncentrując się na nowoczesnych formatach treści. Liczba rolek została zwiększona, stając się kluczowym elementem profilu, co pozwoliło na atrakcyjne przedstawienie kulis meczów, treningów i życia drużyny. Jednocześnie zadbano o estetykę feedu, który składa się z wysokiej jakości, spójnych wizualnie zdjęć, wzmacniając profesjonalny wizerunek Klubu. Nie zapomniano również o relacjach, które nadal pełnią ważną rolę w interakcji z kibicami, oferując ekskluzywne materiały zza kulis oraz angażujące formaty, takie jak quizy czy sondy. Dzięki tym zmianom Instagram stał się jeszcze bardziej dynamiczny i angażujący, co bezpośrednio przełożyło się na rekordowy wzrost liczby obserwujących.

Rys. Screeny postów z dużymi zasięgami lub konkursy.

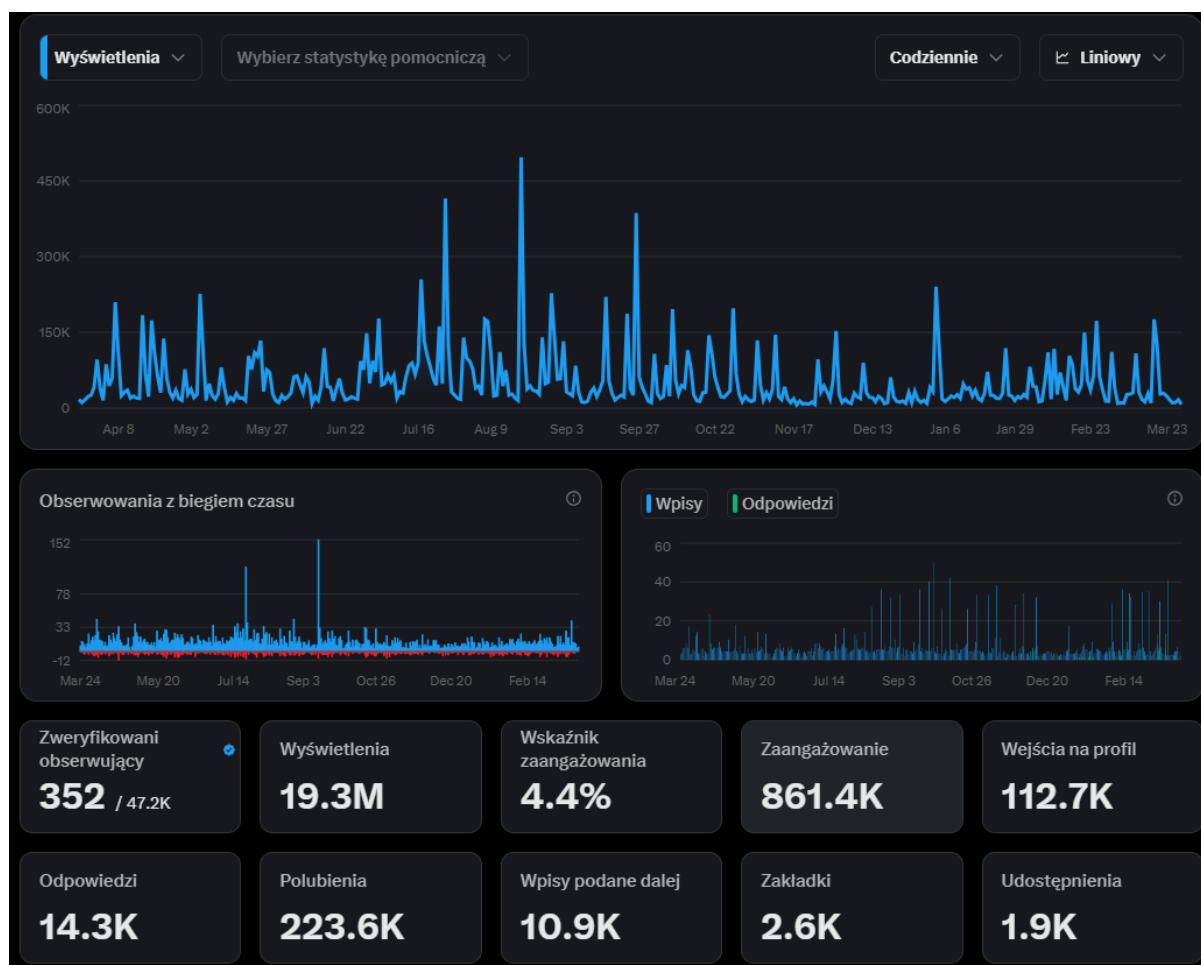


Źródło: opracowanie własne

6.1.2.3. X (dawniej Twitter).

Liczba obserwujących oficjalne konto Klubu @KSCracoviaSA na „X” stale rośnie i obecnie wynosi ponad 47 tysięcy użytkowników – to wzrost o około 3 tysiące względem poprzedniego roku. „X” jest wykorzystywany przez Klub głównie do publikowania bieżących informacji związanych z jego działalnością. Szybki czas reakcji, dystans, humor oraz kreatywność publikowanych treści sprawiają, że klubowy „X” pozostaje istotnym narzędziem w budowaniu pozytywnego wizerunku Klubu w Internecie.

Rys. Screeny postów z dużymi zasięgami lub konkursy.



Źródło: opracowanie własne.

6.1.2.4. YouTube.

Klubowa telewizja Cracovii, @CracoviaTV, kontynuuje dynamiczny rozwój, odnotowując znaczący wzrost popularności w 2024 roku. W 2024 roku filmy opublikowane na kanale uzyskały łącznie ponad 9 822 644 wyświetleń, co stanowi znaczny wzrost w porównaniu z rokiem poprzednim. Łączny czas oglądania wyniósł 75,6 tysiąca godzin (wzrost o 35%), a liczba subskrybentów wzrosła o 3,1 tysiąca (78% więcej niż w 2023 roku). W 2024 roku na kanale opublikowano 232 pełnometrażowe filmy, 117 shortów oraz 115 transmisji na żywo. Pod względem liczby wyświetleń największy udział miały Shorts (42,9%), filmy długie (37,5%) oraz transmisje na żywo (19,5%). Wskaźniki zaangażowania pokazują, że aż 52% odbiorców oglądało głównie dłuższe formaty, 32% korzystało zarówno z filmów, jak i shortów, a 16% skupiało się na transmisjach na żywo.

@CracoviaTV kontynuuje regularne publikacje różnorodnych materiałów wideo, takich jak:

- Wywiady z zawodnikami i trenerami,
- Spoty okolicznościowe,
- Produkcje zakulisowe,
- Transmisje na żywo sparingów, meczów grup młodzieżowych,
- Transmisje na żywo konferencji prasowych trenerów sekcji piłkarskiej i hokejowej,
- Studia live,
- Produkcja “Bliżej Cracovii”,
- Produkcja “Strefa Pasy”.

Dzięki sukcesywnemu podnoszeniu jakości produkcji, analizie trendów wideo oraz bieżącemu

dostosowywaniu strategii komunikacji, publikowane treści cieszą się rosnącym zainteresowaniem wśród widzów.

6.1.2.5. LinkedIn.

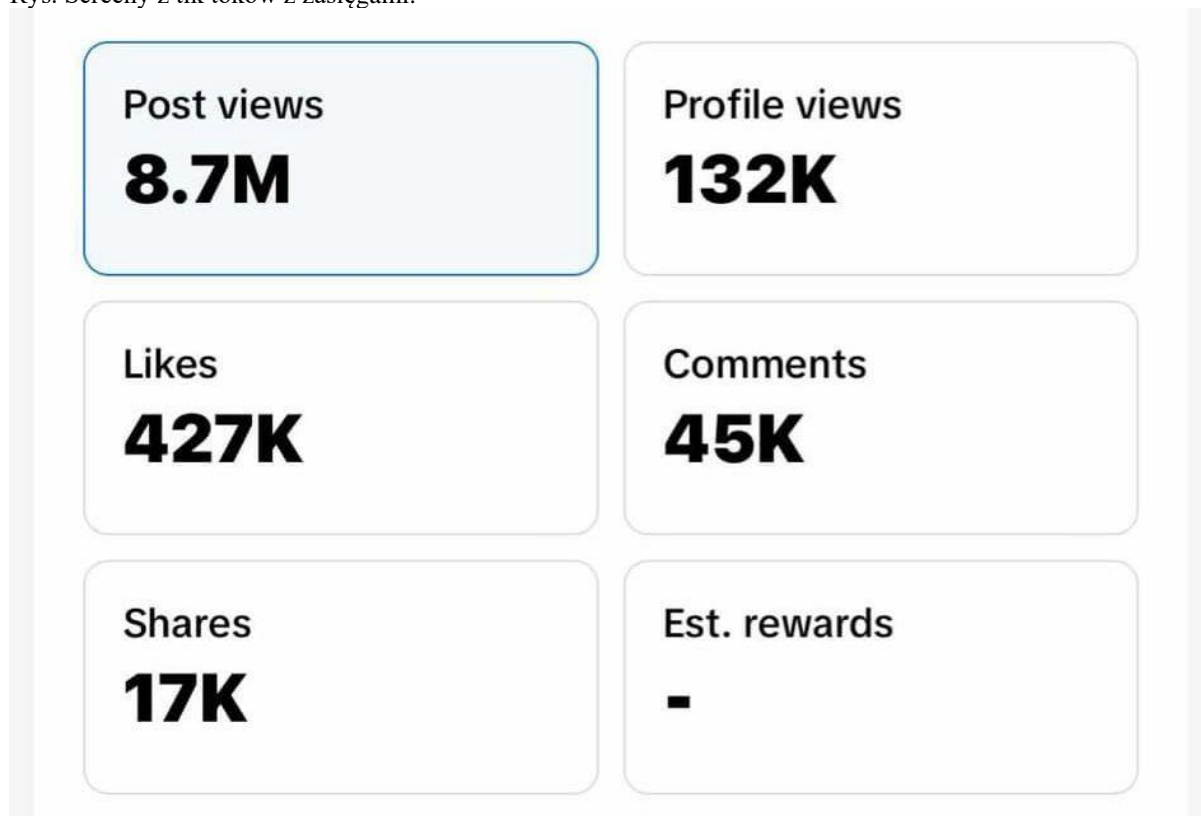
Oficjalny profil Klubu na LinkedIn @KSCracoviaSA jest dynamicznie rozwijającą się platformą, na której prezentowane są informacje o działalności Klubu, jego projektach, partnerstwach oraz inicjatywach biznesowych. Profil jest skierowany zarówno do profesjonalistów z branży sportowej, jak i do potencjalnych sponsorów, partnerów oraz osób zainteresowanych współpracą z Cracovią. Publikowane treści obejmują aktualności dotyczące Klubu, a także informacje o strategii rozwoju i realizowanych projektach CSR. LinkedIn jest wykorzystywany jako narzędzie do budowania relacji biznesowych, promowania wizerunku Klubu jako organizacji profesjonalnej i innowacyjnej, a także do angażowania społeczności biznesowej w wydarzenia oraz inicjatywy sponsorskie. Regularne posty i informacje pozwoliły zgromadzić aż 1899 obserwujących, czyli przyrost około 80% w porównaniu do roku poprzedniego.

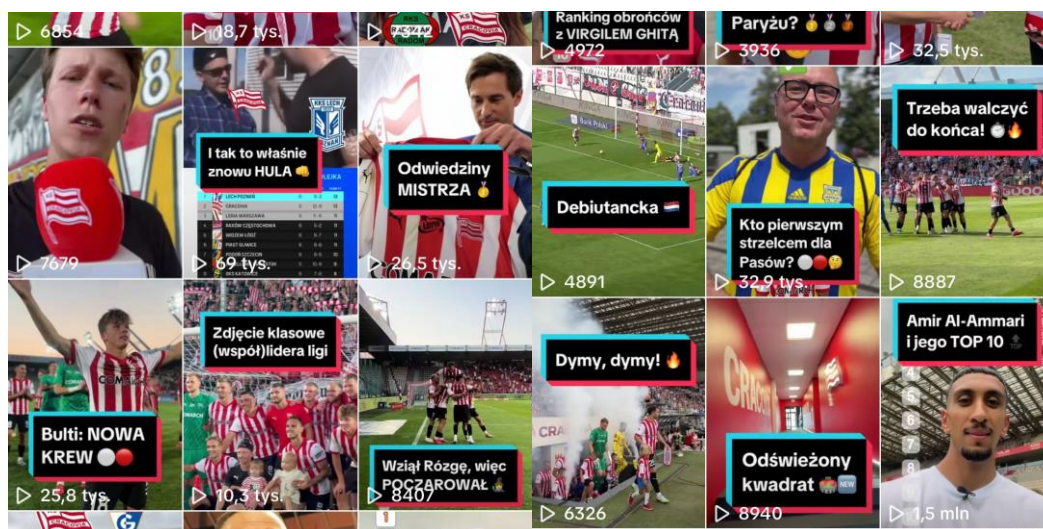
6.1.2.6. TikTok.

Założony w 2021 roku profil Klubu na TikToku w 2024 roku zyskał ogromną popularność, osiągając 30 tysięcy obserwujących. W ciągu minionego roku konto znacząco zwiększyło swoje zasięgi, a wiele filmików osiągnęło wyniki po kilkaset tysięcy wyświetleń, co świadczy o rosnącym zaangażowaniu społeczności. TikTok stał się kluczowym kanałem, na którym regularnie pojawiały się treści związane z Cracovią, w tym zabawne i kreatywne materiały oparte na internetowych trendach.

Klub kontynuował strategię komunikacji opartą na humorze i oryginalności, skutecznie angażując młodsze grupy odbiorców. Dzięki śledzeniu bieżących trendów i dynamicznemu dopasowywaniu treści do preferencji użytkowników, profil Cracovii stał się popularnym miejscem dla wartościowych, a także rozrywkowych treści związanych z Klubem. Regularna analiza statystyk pozwalała na optymalizowanie działań i dalsze poszerzanie zasięgów, co przełożyło się na jeszcze szersze dotarcie do nowych fanów.

Rys. Screeny z tik toków z zasięgami.





Źródło: opracowanie własne.

6.1.3. Kampanie wizerunkowe i sprzedażowe.

Kampania "Cracoviacy i Górale" była największą inicjatywą marketingową klubu KS Cracovia S.A. w 2024 roku. Miała na celu wzmocnienie poczucia przynależności kibiców oraz rozszerzenie zasięgu oddziaływania marki poza granice miasta Krakowa. Akcja połączyła tradycję i wspólnotę kibicowską, aktywizując fanów Cracovii z regionu Podhala i innych miejscowości Małopolski. Celem kampanii było budowanie więzi pomiędzy klubem a kibicami spoza Krakowa, zwłaszcza z Podhala, wzrost frekwencji na meczach Cracovii poprzez zaangażowanie fanów z nowych obszarów, promowanie Cracovii jako klubu inkluzywnego, otwartego na różne środowiska, wzmożona aktywność kibiców w mediach społecznościowych przy użyciu dedykowanych hashtagów oraz pozyskanie sponsorów z regionu Podhala.

Działania w ramach kampanii rozpoczęły się od oficjalnego apelu do fanów Cracovii, w którym podkreślono wartości historyczne klubu i zaproszono do aktywnego wsparcia drużyny. Każdy mecz w rundzie wiosennej miał dedykowane hasło i tematyczną oprawę, która angażowała fancluby. Promowano kibiców z różnych miejscowości poprzez specjalne akcje w mediach społecznościowych z wykorzystaniem hashtagów np. #MłodziCracoviacy, #WidzeWPasy. Organizowano również działania outdoorowe na Podhalu, takie jak "Pasiasta Wizyta" w Kościelisku i Makowie Podhalańskim, które miały na celu promocję Cracovii w regionie. Dodatkowo pozyskano partnerów, w tym dwie firmy z Gminy Kościelisko, które zostały sponsorami meczu Cracovia-Raków Częstochowa.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.





Źródło: Opracowanie własne.

Rezultaty kampanii były widoczne w znacznym wzroście liczby kibiców na stadionie podczas wybranych meczów, takich jak Cracovia-Widzew Łódź (10 111 widzów), Cracovia-ŁKS Łódź (10 019 widzów), Cracovia-Puszcza Niepołomice (11 156 widzów), Cracovia-Górnik Zabrze (12 327 widzów) oraz Cracovia-Raków Częstochowa (13 811 widzów). Podczas meczu z ŁKSem Łódź została również stworzona specjalna oprawa okołomeczowa i góralska eskorta. Kampania przyczyniła się również do aktywizacji kibiców w mediach społecznościowych i uzyskania pozytywnych reakcji, a także do sukcesu w pozyskaniu sponsorów z Podhala.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

Kampania "Cracoviacy i Górale" okazała się skuteczną strategią marketingową, która nie tylko zintegrowała kibiców, ale także otworzyła klub na nowe możliwości promocyjne. Działania podjęte w ramach akcji przyczyniły się do wzrostu frekwencji, angażowały fancluby i umocniły pozytywny wizerunek Cracovii jako klubu z bogatymi tradycjami.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

Do celów promocyjnych wykorzystano ekrany reklamowe typu LED na Dworcu Głównym w Krakowie oraz nośniki reklamowe partnerów medialnych takie jak radio (RMF MAXX), gazety (Polska Press) czy kampanie internetowe (onet.pl). Jeśli chodzi o Internet, to wsparciem dla kampanii były regularne posty we wszystkich mediach społecznościowych.

W 2024 roku kontynuowano intensywną promocję Oficjalnego Sklepu Cracovii, rozwijając dotychczasowe działania i wprowadzając nowe inicjatywy.

1. Profesjonalne sesje zdjęciowe.

Nadal realizowano sesje zdjęciowe z udziałem zawodników pierwszej drużyny oraz ich partnerek, promując nowe kolekcje ubrań i gadżetów. Zdjęcia były wykorzystywane w social-mediach, na stronie internetowej Klubu i sklepu. Rozszerzyliśmy tę formę promocji o krótkie materiały wideo przedstawiające kulisy sesji.

2. Spotkania z zawodnikami w sklepie.

W 2024 roku zwiększono liczbę spotkań kibiców z piłkarzami w stacjonarnym sklepie Cracovii. W ramach tych wydarzeń dodano dodatkowe atrakcje, takie jak konkursy, limitowane gadżety czy możliwość zrobienia wspólnych zdjęć w specjalnie przygotowanej strefie fanów.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

3. Rozwój działań w social-mediach.

- Stworzono osobne konto sklepu na X, rozwijając je o nowe formaty treści, ekskluzywne zapowiedzi produktów i specjalne oferty dla obserwujących,
- Zwiększono aktywność na Instagramie i TikToku poprzez materiały backstage z sesji zdjęciowych oraz dynamiczne prezentacje produktów.

4. Dedykowane produkty na mecze.

Wprowadzono kolejne edycje limitowanych produktów dedykowanych na wybrane mecze, dostosowanych do najważniejszych wydarzeń sezonu i oczekiwań kibiców.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

5. Nowości w sklepie internetowym.

- Rozszerzono ofertę o ekskluzywne kolekcje dostępne tylko online,
- Wprowadzono program lojalnościowy dla stałych klientów,
- Umożliwiono personalizację wybranych produktów (np. koszulek meczowych).

Działania w 2024 roku były skoncentrowane na jeszcze większym zaangażowaniu kibiców i budowaniu silniejszej relacji między fanami a Klubem poprzez nowoczesne formy promocji i interakcji.

6.2. Projekty.

Klub podobnie jak w latach ubiegłych zrealizował kilka nowych lub odświeżał już wdrożone, ważne projekty marketingowe, nieustannie szukając kolejnych dróg dotarcia do Kibica i starając się wygenerować jak największą wartość dla odbiorcy. Działania w stronę poszerzenia oferowanych usług

i polepszenia jakości i ilości publikowanych treści obejmowały w roku 2024 zarówno współpracę z podmiotami zewnętrznymi, jak i akcje marketingowe realizowane we własnym zakresie. Poniżej przykłady najważniejszych aktywności podejmowanych przez klub, które pozwoliły na dalszą realizację ogólnej strategii budowania pozytywnego wizerunku Cracovii.

6.2.1. Kampania Teddy Bear Toss.

Klub kontynuował również akcje Teddy Bear Toss na lodowisku przy ul. Siedleckiego 7. Po akcji hokeiści udali się do Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Prokocimiu, obdarowując podopiecznych misiami.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

6.2.2. Teddy Bear Game.

Coroczna akcja organizowana na lodowisku przy Siedleckiego 7 została przeniesiona na piłkarskie boisko na Stadionie Cracovii – wszystko po to, aby pomóc małym pacjentom Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Krakowie.

W 2024 roku przedstawiciele Cracovii zostali zaproszeni do udziału w Dniach Dziecięcego Szpitala Uniwersyteckiego w Krakowie, gdzie jednym z punktów programu była wizyta zawodników na oddziałach dziecięcych i wręczenie im maskotek. Była to trzecia taka historyczna akcja na polskich boiskach Ekstraklasy.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

6.2.3. Projekt #PasiastaWizyta i #PasyzWiedzą.

Pasiasta Wizyta.

W 2024 roku kontynuowano program „Pasiasta Wizyta” – inicjatywę mającą na celu angażowanie dzieci i młodzieży w działalność Klubu oraz promowanie wartości sportowych. Program skierowany był do uczniów szkół podstawowych i średnich, a jego głównym celem było budowanie więzi z przyszłymi kibicami Cracovii. W ramach „Pasiastej Wizyty” organizowane były spotkania z zawodnikami, wizyty w szkołach oraz wydarzenia sportowe, które umożliwiały młodym ludziom bezpośredni kontakt z drużyną.

Program cieszył się dużym zainteresowaniem, co pozwoliło na rozszerzenie współpracy z placówkami edukacyjnymi. „Pasiasta Wizyta” miała na celu nie tylko zwiększenie frekwencji na meczach, ale także popularyzację sportu wśród dzieci i młodzieży, promowanie aktywności fizycznej oraz kształtowanie postaw fair play. Inicjatywa przyczyniła się do wzrostu lojalności młodszych pokoleń kibiców i umocnienia pozytywnego wizerunku Klubu wśród młodzieży. W 2024 roku Pasiasta Wizyta odwiedziła ponad 30 szkół i przedszkoli.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

Pasy z Wiedzą.

Pasy z Wiedzą to program edukacyjno-sportowy, który został zainicjowany w połowie 2024 roku. Jest on skierowany do najmłodszych klas szkół podstawowych, ma na celu inspirowanie dzieci do aktywności fizycznej i dbania o swoje zdrowie. W ramach „Pasów z Wiedzą” dzieci spotykają się z trenerami i zawodnikami Akademii Cracovii i dowiadują się, jak wpleść ruch i sport do swojej codziennej rutyny. To szansa na zachęcenie uczniów do aktywności fizycznej, rozwijania pozytywnych nawyków oraz nauki współpracy i zdrowej rywalizacji.

Głównym celem programu jest zainteresowanie dzieci zdrowym i aktywnym trybem życia, budowanie w nich zdrowych nawyków od najmłodszych lat i szukania balansu pomiędzy obowiązkami, przyjemnościami i sportem.

Spotkania realizowane są raz w miesiącu w szkołach na terenie Krakowa i sąsiednich miejscowościach. Cieszą się dużym zainteresowaniem, ponieważ wpisują się w ministerialny program nauczania w szkołach podstawowych i są uzupełnieniem lekcji realizowanych przez nauczycieli. Przynoszą również korzyść dla Akademii Cracovii, ponieważ jej wychowankowie mają możliwość interakcji z publicznością oraz przygotowania i przeprowadzenia treningu sportowego.

6.2.4. Pasiasty Przedsmak Świąt.

Kolejny rok z rzędu zorganizowano "Pasiasty Przedsmak Świąt" – coroczne świąteczne spotkanie dla rodzin z dziećmi. Wydarzenie przyciągnęło setki uczestników i stało się doskonałą okazją do budowania społeczności wokół klubu. Kulminacyjnym momentem było uroczyste zapalenie świec na ogromnej choince pod stadionem Cracovii, czemu towarzyszyły kolędy i wspólne dekorowanie drzewka ozdobami wykonanymi przez najmłodszych uczestników.

W ramach wydarzenia kibice mieli okazję spotkać się z zawodnikami sekcji piłkarskiej i hokejowej, wziąć udział w licznych konkursach oraz odwiedzić oficjalny sklep klubowy, oferujący szeroki wybór świątecznych gadżetów.

Realizacja takich inicjatyw oraz konsekwentne angażowanie społeczności kibicowskiej poprzez media klubowe i wydarzenia specjalne przyczyniają się do dalszego wzrostu lojalności fanów oraz wzmocniają wizerunek Cracovii jako klubu bliskiego swoim sympatykom.

6.2.5. Dzień Kibica.

Cracovia, we współpracy z fanami i stowarzyszeniami kibiców, organizuje obchody Dnia Kibica. To wydarzenie umożliwia integrację kibiców z klubem oraz wspólne świętowanie pasji do sportu. Dzień Kibica stanowi również wyjątkową okazję, by podziękować swoim fanom za całoroczne wsparcie, jakie okazują drużynie.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

6.2.6. Tradycyjne Świecenie Pokarmów.

Tradycja święcenia pokarmów na stadionie Cracovii w Wielką Sobotę jest pielęgnowana od wielu lat, stanowiąc istotny element integrujący społeczność kibiców. W 2024 roku uroczystość odbyła się 30 marca o godzinie 12:00 na stadionie przy ulicy Józefa Kałuży 1. Ceremonię poprowadził kapelan Cracovii, ks. Włodzimierz Kurek. W uroczystości uczestniczyło około 3 tysięcy kibiców, którzy przynieśli koszyczki udekorowane w biało-czerwone barwy klubowe.

Obecność licznej grupy kibiców, w tym rodzin z dziećmi, podkreśliła znaczenie tej tradycji w budowaniu wspólnoty i pielęgnowaniu więzi z klubem.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

6.2.7. Prezentacja Drużyny.

15 lipca 2024 roku na Stadionie Cracovii odbyła się oficjalna prezentacja pierwszej drużyny przed sezonem 2024/2025. Wydarzenie rozpoczęło się o godzinie 19:06, a dla kibiców udostępniono Sektor D. Podczas prezentacji zaprezentowano również nowe koszulki na nadchodzący sezon. Po oficjalnej części zawodnicy wykonali zdjęcie grupowe na tle sektora D, a następnie spotkali się z kibicami, rozdając autografy i pozując do pamiątkowych fotografii. Patronem wydarzenia był Salon CANAL+ CH Bonarka, który od godziny 17:00 oferował dodatkowe atrakcje przed stadionem. Dla osób, które nie mogły pojawić się osobiście przygotowaliśmy transmisję online (<https://www.youtube.com/watch?v=ZVlirjC85cI>).

6.3. Inne akcje marketingowe Cracovii.

W 2024 roku udało się zrealizować także dużo innych mniejszych akcji marketingowych, charytatywnych oraz tych związanych z klubowym CSR-em. Poniżej przykłady niektórych z nich.

1) 32. Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.

Zbiórka charytatywna, znana bardzo dobrze w całej Polsce. Klub aktywnie bierze udział w organizowaniu licytacji, na których można zdobyć wyjątkowe przedmioty związane z drużyną, takie jak koszulki meczowe z autografami. Dochody z tych aukcji są przeznaczane na cele dobroczynne, pomagając osobom w potrzebie

2) Powołanie do życia drużyny Pasiastych Motyli.

Drużyna Pasiastych Motyli składa się z dzieci z niepełnosprawnością intelektualną. Projekt został ogłoszony 21 marca 2024, kiedy obchodzony jest Światowy Dzień Dzieci z Zespołem Downa.

Najważniejszym celem projektu jest integracja i wyrównanie szans dla dzieci z niepełnosprawnością. Zawodnicy Pasiastych Motyli ćwiczą raz w tygodniu pod okiem trenerki, która ma przygotowanie zawodowe z zakresu kompetencji do pracy z osobami z niepełnosprawnością. Dzieci mogą szkolić nie tylko kompetencje piłkarskie i motoryczne, ale również rozwijać swoje kompetencje społeczne.

3) Wizyty zawodników w szpitalach dziecięcych.

W 2024 roku zrealizowano 4 wizyty zawodników piłkarskich i hokejowych na oddziałach dziecięcych:

- po akcji Teddy Bear Toss – w Uniwersyteckim Szpitalu Dziecięcym w Krakowie,
- przed Świątami Wielkanocnymi – zawodnicy odwiedzili dzieci i rozdawali upominki w Wojewódzkim Szpitalu Dziecięcym im. św. Ludwika w Krakowie,
- po akcji Teddy Bear Game – w Uniwersyteckim Szpitalu Dziecięcym w Krakowie,
- przed Świątami Bożego Narodzenia zawodnicy odwiedzili dzieci na oddziałach Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Krakowie i rozdali upominku ufundowane przez zawodników i pracowników klubu.

4) Wsparcie Rady Seniorów.

Cracovia współpracuje z Radą Seniorów, która skupia byłych zawodników oraz osoby zasłużone dla klubu. Rada angażuje się w działania mające na celu kultywowanie tradycji i historii Cracovii. Członkowie Rady biorą również udział w organizacji wydarzeń, takich jak spotkania i uroczystości związane z przeszłością klubu, dzięki czemu wartości i historia Cracovii są przekazywane kolejnym pokoleniom.

5) Tematyczne spotkania Cracovii.

Cracovia organizuje spotkania tematyczne, które łączą sport z historią Polski i klubu. Regularnie odbywają się wydarzenia poświęcone ważnym momentom w dziejach, w tym spotkania dotyczące historii Polski i samego klubu. Przykładem takiej inicjatywy był Zlot Kolekcjonerów Pamiątek Cracovii, który miał miejsce w czerwcu 2024 roku. Klub organizuje także mecze tematyczne, upamiętniające istotne wydarzenia, takie jak Powstanie Warszawskie.

W tym roku na stadionie odbyły się dwa spotkania tematyczne nawiązujące do wartości patriotycznych:

- w maju 2024 młodzi zawodnicy Akademii Cracovii spotkali się z Januszem Maksymowiczem, uczestnikiem Powstania Warszawskiego, byłym prezesem Zarządu Głównego Związku Kombatantów Rzeczypospolitej Polskiej i Byłych Więźniów Politycznych,
- w listopadzie odbyło się otwarte spotkanie z pułkownikiem Marcinem Siudzińskim, dowódcą 11 Małopolskiej Brygady Obrony Terytorialnej.

Dzięki tym działaniom, Cracovia promuje wartości patriotyczne i kulturalne.

6) Wsparcie idei krwiodawstwa.

Cracovia zachęca swoich kibiców do uczestnictwa w akcjach krwiodawstwa organizowanych podczas meczów. Klub umożliwia zorganizowanie mobilnych punktów krwiodawstwa podczas wydarzeń sportowych, współpracując z Klubem Honorowych Dawców Krwi PCK Kraków – Opatkowie. Dzięki tej inicjatywie, Cracovia wspiera promowanie świadomości na temat znaczenia oddawania krwi, angażując się w działania prospołeczne.

7) Udostępnienie stadionu dla osób z niepełnosprawnościami.

Cracovia zapewnia dostęp do wydarzeń sportowych dla osób z niepełnosprawnościami oraz umożliwia im zwiedzanie stadionu. W przypadku zwiedzania została opracowana specjalna trasa dostosowana do potrzeb osób poruszających się na wózkach inwalidzkich. Dzięki temu, osoby z niepełnosprawnościami mogą w pełni korzystać z oferty klubu i uczestniczyć w życiu sportowym, co stanowi przykład działań na rzecz inkluzji społecznej. Z kolei w czasie spotkań meczowych osobami z niepełnosprawnością opiekują się wyznaczeni kibice, którzy pomagają im dotrzeć na wyznaczone miejsca, przygotowują i podają napoje oraz są do dyspozycji przez cały mecz.

8) Współpraca z ośrodkami resocjalizacyjnymi.

Cracovia współpracuje z ośrodkami resocjalizacyjnymi, organizując zwiedzanie stadionu oraz umożliwiając młodzieży uczestniczenie w domowych meczach klubu. Klub angażuje się w działania wspierające młodych ludzi w trudnej sytuacji życiowej, dając im szansę na kontakt ze sportem. To istotny element działań na rzecz integracji społecznej i wyrównania szans.

9) Aktywizacja seniorów.

W 2024 Cracovia angażowała seniorów, zapraszając ich na mecze Ekstraklasy, w ramach współpracy z Wolontariatem św. Eliasza. Seniorzy mieli okazję kibicować drużynie z Sektora Rodzinnego, uczestnicząc w sportowych emocjach na stadionie. To działanie nie tylko aktywizuje starszych kibiców, ale również wzmacnia więzi międzypokoleniowe, podkreślając wartość wspólnoty i integracji społecznej.

11) Ekologiczne inicjatywy.

Cracovia angażowała się w działania proekologiczne. W 2024 roku zorganizowano konkurs rysunkowy "Zielony Bohater" w szkole w Rącznej, który promował świadomość ekologiczną wśród dzieci. Nagrody za najlepsze prace wręczane były podczas meczu, co stanowiło dodatkową motywację do uczestnictwa w inicjatywie.

Klub zorganizował także sadzenie drzew w Centrum Treningowym w Rącznej z okazji Dnia Ziemi. W wydarzeniu wzięli udział przedstawiciele Pierwszej Drużyny Sekcji Piłki Nożnej, Akademii Piłkarskiej, pracownicy klubu, kibice oraz Rada Seniorów, wspólnie działając na rzecz ochrony środowiska.

6.4. Akcje dla dzieci i młodzieży.

1) **Rowerowy Maj** – to kampania skierowana do przedszkoli i szkół podstawowych, która promuje zdrowy tryb życia i zrównoważoną mobilność wśród dzieci przedszkolnych, uczniów szkół podstawowych, grona nauczycielskiego oraz rodziców i opiekunów. Cracovia włączyła się ponownie w akcję przekazując zestawy gadżetów oraz bilety na wycieczki po Stadionie szczęśliwym zwycięzcom.

2) **Aktywizacja sektora rodzinnego podczas meczu domowego** – duży nacisk został postawiony na urozmaicenie dnia meczowego i działania profrekwencyjne na sektorze I. Podczas przerw spotkań PKO BP Ekstraklasy piłkarze Pasów odwiedzają Sektor Rodzinny rozdając autografy, plakaty i robiąc zdjęcia z kibicami.

3) **Pasiasty Dzień Dziecka** – w 2024 roku nie mogło zabraknąć tradycyjnej celebracji Dnia Dziecka odbywającej się na Stadionie przy ul. Kałuży 1. Dobra zabawa została połączona z konkursami, nagrodami, strefą zabawy na dmuchańcach oraz pokazem umiejętności piłkarskich Cracovia Kids.

Rys. Materiały promocyjne Klubu.



Źródło: Opracowanie własne.

4) **Akademia Klasy Ekstra** – kolejna edycja akcji dedykowanej młodym piłkarzom, zorganizowana wspólnie z Ekstraklasą. Celem jest promowanie piłki nożnej wśród najmłodszych, kształtowanie aktywnego trybu życia, wychowanie przez sport oraz zachęcanie dzieci i młodzieży do trenowania w akademiach.

5) **Artykuły szkolne związane z Cracovią** – początek roku szkolnego był idealnym czasem na zaopatrzenie się w przedmioty niezbędne do codziennej edukacji. W Oficjalnym Sklepie pojawiła się specjalna seria artykułów szkolnych w klubowych barwach w atrakcyjnych cenach, umożliwiających identyfikowanie się z Cracovią nawet podczas zajęć.

6) **Turniej Canpack 2024** – najmłodszy zawodnicy Pasów z grupy minihokeja Akademii Hokejowej Cracovia CANPACK na Lodowisku przy Siedleckiego 7 rozegrali turniej ligowy. Podczas wydarzenia zostały przeprowadzone warsztaty dla młodych zawodników, podkreślających znaczenie sportowego trybu życia i zasad fair-play wśród najmłodszych.

7) **Akcja „Klasy w Pasy** – akcja, która ma na celu rozpowszechnienie idei bezpiecznego kibicowania na stadionach oraz promowanie sportowego i zdrowego trybu życia wśród dzieci i młodzieży. Akcja „Klasy w Pasy” skierowana jest m.in. do szkół, placówek wychowawczych czy szkółek sportowych, które zapraszane są zupełnie za darmo na mecze na piłkarski Sektor Rodzinny.

8) **Hokejowe „Klasy w Pasy”** – zorganizowane grupy szkolne pojawiały się na meczach Comarch Cracovii. Akcja podobnie jak w przypadku kampanii piłkarskiej, ma na celu wspieranie kulturalnego dopingowania na obiektach sportowych.

6.5. Założenia na rok 2025 oraz lata następne.

W roku 2025 Klub Cracovia będzie kontynuował działania mające na celu zwiększenie frekwencji, przy jednoczesnym dalszym rozwoju w zakresie pozyskiwania nowych fanów. Celem działu marketingu pozostanie budowanie długofalowej więzi z młodymi kibicami, co ma przynieść efekty w przyszłości, tworząc pokolenie dorosłych, lojalnych fanów wychowanych w pasiastym duchu. W tym celu projekty takie jak „Pasy z Wiedzą” oraz „Pasiaste Wizyty” będą kontynuowane, a ich zasięg i efektywność będą systematycznie zwiększane. Wartością tych działań jest ich długofalowy i regularny charakter, który pozwala na realne budowanie świadomości marki wśród młodszych pokoleń.

W 2025 roku szczególnie nacisk zostanie położony na dalszy rozwój treści wideo, które stanowią coraz bardziej istotną część strategii komunikacji. Wraz z rosnącą popularnością platform takich jak YouTube i TikTok, wideo będzie odpowiadać za ponad 80% całkowitego ruchu internetowego. Będziemy intensywnie produkować materiały wideo, które będą angażować kibiców, dostarczać im wartościowych treści, a także budować pozytywny wizerunek Klubu. Wzrost współczynnika konwersji i skuteczność reklam wideo stanowią dla nas istotny element w rozwoju marketingu sportowego.

Równolegle będą kontynuowane prace nad digitalizacją działań marketingowych. Kluczowym zadaniem w nadchodzących latach będzie dalsze usprawnianie aplikacji Cracovii oraz systemu sprzedaży biletów. Będzie to polegało na optymalizacji procesów związanych z zakupem biletów i zapewnieniu jak najlepszej dostępności oraz intuicyjności systemu, aby maksymalnie ułatwić fanom proces wejścia na mecze Klubu.

Również w roku 2025 planowane jest kontynuowanie rozwoju projektów, które pozwolą na jeszcze efektywniejszą komunikację z naszymi kibicami, jak i potencjalnymi sponsorami. Oprócz tradycyjnych platform społecznościowych, które będą wykorzystywane do interakcji z fanami, Klub planuje intensywnie rozwijać swoje działania na nowych kanałach, które będą zgodne z najnowszymi trendami marketingowymi.

W kolejnych latach planowane jest także poszerzenie działań CSR, z naciskiem na zaangażowanie społeczne, edukację oraz współpracę z organizacjami charytatywnymi. Celem Klubu będzie kontynuowanie budowania wizerunku Klubu odpowiedzialnego społecznie, który przyczynia się do

pozytywnych zmian w społeczności lokalnej.

Wnioski na przyszłość.

Dział marketingu KS Cracovia S.A. w nadchodzących latach będzie koncentrował się na dążeniu do innowacyjności, elastyczności i dostosowywaniu działań do zmieniającego się rynku. Plany obejmują zarówno krótkoterminowe, jak i długoterminowe cele, które pozwolą na dalszy rozwój Klubu oraz utrzymanie pozytywnego wizerunku. Każdy projekt będzie na bieżąco analizowany i optymalizowany, a te, które przyniosą największe korzyści, będą kontynuowane, rozwijane oraz wzbogacane o nowe elementy.

7. Ocena sytuacji ekonomicznej KS Cracovia S.A. w okresie styczeń 2024 roku – grudzień 2024 roku.

Analiza finansowa obejmuje analizę struktury bilansu, rachunku zysków i strat oraz zmianę poszczególnych pozycji w stosunku do poprzedniego okresu sprawozdawczego.

7.1. Porównawcze zestawienie syntetycznych bilansów sporządzonych na 31.12.2024 roku i 31.12.2023 roku (w złotych).

Poniższa tabela obejmuje porównanie aktywów i pasywów Spółki w obecnym i poprzednim roku obrotowym.

Tab. Porównawcze zestawienie aktywów i pasywów Spółki na 31.12.2024 roku oraz na 31.12.2023 roku.

Wyszczególnienie	31.12.2024		31.12.2023		Zmiana 12.2023/12.2024	
	Kwota	%	Kwota	%	Kwota	%
AKTYWA						
I. Aktywa trwałe	56 145 248,59	76,96%	61 380 114,92	84,45%	-5 234 866,33	-8,53%
1. Wartości niematerialne i prawne	5 414 719,30	7,42%	8 171 326,74	11,24%	-2 756 607,44	-33,74%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	49 746 698,00	68,19%	51 742 207,67	71,19%	-1 995 509,67	-3,86%
3. Należności długoterminowe	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
4. Inwestycje długoterminowe	457 295,00	0,63%	457 295,00	0,63%	0,00	0,00%
5. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	526 536,29	0,72%	1 009 285,51	1,39%	-482 749,22	-47,83%
II. Aktywa obrotowe	16 812 256,70	23,04%	11 303 802,00	15,55%	5 508 454,70	48,73%
1. Zapasy	1 001 091,87	1,37%	857 478,14	1,18%	143 613,73	16,75%
2. Należności krótkoterminowe	9 157 787,64	12,55%	8 267 291,05	11,37%	890 496,59	10,77%
3. Inwestycje krótkoterminowe	3 520 387,19	4,83%	1 357 773,83	1,87%	2 162 613,36	159,28%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	3 132 990,00	4,29%	821 258,98	1,13%	2 311 731,02	281,49%
RAZEM AKTYWA	72 957 505,29	100,00%	72 683 916,92	100,00%	273 588,37	0,38%
PASYWA						
I. Kapitał własny	50 879 440,74	69,74%	-36 478 527,00	-50,19%	87 357 967,74	239,48%
1. Kapitał podstawowy	31 840 100,00	43,64%	21 840 100,00	30,05%	10 000 000,00	45,79%
2. Kapitał zapasowy	29 654 907,45	40,65%	9 654 907,45	13,28%	20 000 000,00	207,15%
3. Zysk (strata) z lat ubiegłych	-67 973 534,45	-93,17%	-48 156 222,08	-66,25%	-19 817 312,37	41,15%
4. Zysk (strata) netto	-29 641 932,26	-40,63%	-19 817 312,37	-27,27%	-9 824 619,89	49,58%

II. Zobowiązania i rezerwy	22 078 064,55	30,26%	109 162 443,92	150,19%	-87 084 379,37	-79,78%
1. Rezerwy na zobowiązania	2 105 000,02	2,89%	2 086 275,34	2,87%	18 724,68	0,90%
2. Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00%	85 516 705,37	117,66%	-85 516 705,37	-
3. Zobowiązania krótkoterminowe	8 082 316,41	11,08%	9 555 737,80	13,15%	-1 473 421,39	-15,42%
4. Rozliczenia międzyokresowe	11 890 748,12	16,30%	12 003 725,41	16,51%	-112 977,29	-0,94%
RAZEM PASYWA	72 957 505,29	100,00%	72 683 916,92	100,00%	273 588,37	0,38%

Źródło: Opracowanie własne.

Bilans na 31.12.2024 roku odzwierciedla aktualną sytuację finansową Spółki. Suma bilansowa Spółki na koniec 2024 roku wyniosła 72.957.505,29 złotych i była wyższa niż na koniec roku 2023 (72.683.916,92 złotych). Podstawową pozycję w strukturze aktywów stanowią niezmiennie rzeczowe aktywa trwałe (68,19%, w stosunku do 71,19% w 2023 roku), których wartość na koniec 2024 roku była nieznacznie niższa niż w roku 2023 i wyniosła 49.746.698,00 złotych (w 2023 było to 51.742.207,67 złotych).

W roku 2024 zmniejszeniu w stosunku do roku 2023 uległy „wartości niematerialne i prawne” które wyniosły 5.414.719,30 złotych (8.171.326,74 złotych w roku 2023). Związane to było z transferami zawodników piłki nożnej. Na niezmiennym poziomie pozostały „inwestycje długoterminowe”. Na kwotę 457.295,00 składa się 400.000 sztuk akcji w spółce Bonus Management Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Cracovia Park Spółka komandytowo-akcyjna (więcej informacji o ww. spółce w pkt 4 niniejszego sprawozdania) oraz akcje w Ekstraklasie SA oraz PHL SA (więcej informacji o ww. spółkach w pkt 3.4 niniejszego sprawozdania).

W roku 2024 miało miejsce podwyższenie kapitału zakładowego Spółki, co spowodowało, że kapitały własne uległy znacznemu podwyższeniu i na koniec grudnia 2024 wynoszą 50.879.440,74 zł, które w porównaniu do roku 2023 wynosiły minus 36.478.527,00 złotych w stosunku do minus 16.661.214,63 złotych na koniec roku 2022, do 10.695.077,04 złotych w roku 2021, do 31.495.007,45 złotych w roku 2020 oraz do 31.408.226,68 złotych w roku 2019 czy do 29.407.455,13 złotych w roku 2018. Zmianie uległ kapitał podstawowy, który na dzień 31.12.2024 roku wynosił 31.840.100,00 złotych. Równocześnie dzięki dobrym wynikom finansowym osiągniętym w latach poprzednich oraz z uwagi na przekazanie nadwyżki ceny emisyjnej ponad wartość nominalną akcji serii H w wysokości 20.000.000,00 zł do kapitału zapasowego Spółki, co miało miejsce w związku z dokapitalizowaniem Spółki, kapitał zapasowy Spółki nadal ma wartość dodatnią i wynosi obecnie 29.654.907,45 złotych. Łączna wartość zobowiązań krótkoterminowych na koniec grudnia 2024 roku jest niższa niż w roku poprzednim i wynosi 8.082.316,41 złotych (9.555.737,80 złotych w roku 2023). Na koniec roku 2024 nie było zobowiązań długoterminowych w odniesieniu do roku 2023, które wynosiły 85.516.705,37 złotych (zobowiązania długoterminowe w roku 2023 to pożyczki zaciągnięte przez Spółkę w związku z budową Centrum Treningowego w Rącznej oraz bieżącą działalnością Spółki, które zostały spłacone w roku 2024).

Wartość majątku obrotowego uległa zwiększeniu i wynosi 16.812.256,70 złotych (11.303.802,00 złotych w roku 2023). Tak jak przed rokiem, ważną pozycję aktywów obrotowych stanowią należności krótkoterminowe (12,55%) które w porównaniu z rokiem poprzednim uległy podwyższeniu. Jednocześnie warto zaznaczyć, iż większa część podanej wartości to należności jeszcze nieprzeterminowane na dzień 31.12.2024 roku.

7.2. Porównawcze zestawienie syntetycznych rachunków zysków i strat sporządzonych na 31.12.2024 roku oraz 31.12.2023 roku (w złotych).

Poniższa tabela obejmuje porównanie przychodów i kosztów Spółki w obecnym i poprzednim roku obrachunkowym.

Tab. Porównawcze zestawienie przychodów i kosztów Spółki na 31.12.2024 roku oraz na 31.12.2023 roku.

Wyszczególnienie	12.2024		12.2023		Zmiana 12.2023/12.2024	
	Kwota	% przych.	Kwota	% przych.	Kwota	% przych.
PRZYCHODY I ZYSKI						
1. Przychody netto ze sprzedaży	43 499 500,71	86,94%	39 397 642,27	81,09%	4 101 858,44	10,41%
2. Pozostałe przychody operacyjne	6 017 396,95	12,03%	5 644 279,66	11,62%	373 117,29	6,61%
3. Przychody finansowe	517 859,61	1,03%	3 542 887,80	7,29%	-3 025 028,19	0,00%
4. Zyski nadzwyczajne	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Razem przychody i zyski	50 034 757,27	100,00%	48 584 809,73	100,00%	1 449 947,54	2,98%
KOSZTY I SRATY						
1. Koszty sprzedanych produktów	64 369 094,66	128,65%	58 587 206,78	120,59%	5 781 887,88	9,87%
2. Koszty sprzedaży	1 652 685,87	3,30%	980 232,36	2,02%	672 453,51	68,60%
3. Koszty ogólnego Zarządu	4 632 151,71	9,26%	3 139 509,14	6,46%	1 492 642,57	47,54%
4. Pozostałe koszty operacyjne	3 132 504,49	6,26%	1 825 975,47	3,76%	1 306 529,02	71,55%
5. Koszty finansowe	5 926 981,90	11,85%	4 545 304,01	9,36%	1 381 677,89	30,40%
6. Straty nadzwyczajne	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Razem koszty i straty	79 713 418,63	159,32%	69 078 227,76	142,18%	10 635 190,87	15,40%
WYNIK FINANSOWY BRUTTO						
1. Wynik brutto na sprzedaży	-20 869 593,95	-41,71%	-19 189 564,51	-39,50%	-1 680 029,44	
2. Wynik na sprzedaży	-27 154 431,53	-54,27%	-23 309 306,01	-47,98%	-3 845 125,52	
3. Wynik na działalności pozostałej operacyjnej	2 884 892,46	5,77%	3 818 304,19	7,86%	-933 411,73	-24,45%
4. Wynik na działalności finansowej	-5 409 122,29	-10,81%	-1 002 416,21	-2,06%	-4 406 706,08	
5. Wynik na zdarzeniach nadzwyczajnych	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	
6. Wynik finansowy brutto	-29 678 661,36	-59,32%	-20 493 418,03	-42,18%	-9 185 243,33	
Wynik finansowy netto	-29 641 932,26	-59,24%	-19 817 312,37	-40,79%	-9 824 619,89	

Źródło: Opracowanie własne.

Pomimo wzrostu przychodów netto ze sprzedaży w stosunku do roku 2023 (wzrost o ok. 4,1 mln złotych) Spółka nie osiągnęła zakładanego poziomu całkowitych przychodów a ich wartość wyniosła niespełna 50,1 mln złotych. Prezentowane przychody w rachunku zysków i strat (50,03 mln złotych) są niższe, a wynika to z wprowadzonych korekt do pozostałych przychodów operacyjnych o koszt sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych oraz ich likwidacje. Wprowadzenie w roku 2024 nowego Regulaminu Organizacyjnego Spółki a także koszty finansowe związane ze spłatą pożyczek, a ponadto ciągły rozwój infrastrukturalny Spółki, w tym w szczególności budowa Centrum Treningowego, jak również wzmacnianie drużyny piłkarskiej i hokejowej wymusiła na przestrzeni ostatnich lat a w szczególności w latach 2022 - 2024 wzrost jej kosztów działalności. Z tym związany jest ogólny wzrost zatrudnienia, wzrost wynagrodzeń, kosztów utrzymania obiektów a tym samym wzrost ogólnych kosztów Spółki, które obecnie wynoszą prawie 80 mln złotych. Przy czym same koszty amortyzacji za rok 2024 to kwota prawie 7 mln złotych.

W obecnym roku obrachunkowym przychody Spółki nie odzwierciedlają faktycznych możliwości organizacyjno-finansowych Spółki, które w roku 2025 powinny ulec znacznej poprawie. Przedstawione wyniki wskazują, iż obniżka kosztów działalności w połączeniu z poprawą przychodów ze sprzedaży wpłynie pozytywnie na obraz finansów Spółki. Tym samym warto podkreślić fakt, iż KS Cracovia S.A. w przypadku stabilizacji na poziomie wysokich wyników sportowych, w dalszym ciągu może się rozwijać i zwiększać przychody wypracowując zyski, które z kolei mogą być przeznaczane na planowane inwestycje Spółki.

Ryzyko finansowe dotyczy działalności instytucji finansowych, firm i prywatnych inwestorów. Wiąże się ono z nieoczekiwanymi zmianami przepływów pieniężnych, wynikających z aktywności na rynkach finansowych bądź działalności operacyjnej. W przypadku MKS Cracovia SSA takie ryzyko nie występuje lub nie mają znaczącego wpływu na bieżące funkcjonowanie Spółki.

Spółka analizuje wiarygodność finansową potencjalnych klientów (sponsorów, reklamodawców, najemców itd.) przed zawarciem stosownych umów i w zależności od oceny standingu finansowego dostosowuje warunki każdej umowy do potencjalnego ryzyka (np. kaucje w umowach najmu). Ponadto trzeba zaznaczyć, iż działalność podstawowa Spółki nie opiera się na różnicach kursów walut, Spółka praktycznie nie ma operacji zagranicznych oraz nie kredytuje swojej działalności, więc w rzeczywistości nie jest narażona na ryzyka finansowe.

7.3. Zatrudnienie.

W okresie styczeń 2024 roku – grudzień 2024 przeciętne zatrudnienie wynosiło 48 osób. Na koniec grudnia 2024 roku zatrudnienie z tytułu umów o pracę wyniosło 52 osoby w stosunku do 43 osób w roku poprzednim.

7.4. Charakterystyka wewnętrznych i zewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju Spółki.

Czynniki wewnętrzne

A. Czynniki pozytywne:

- zabezpieczenie źródła finansowania działalności głównie z przychodów z najmu powierzchni komercyjnych, pakietów sponsorskich,
- rozwój oferty marketingowej Klubu i wzrost jej atrakcyjności dla partnerów, w szczególności poprzez klubowy oficjalny sklep oraz Klub Biznesu,
- wdrożenie nowoczesnego modelu zarządzania Klubem i wysokiej kultury organizacji,
- posiadanie wysoko wykwalifikowanej kadry zarządzającej.

B. Czynniki negatywne:

- niedochodowość i wysokie koszty prowadzonej działalności statutowej – związane z uprawianiem piłki nożnej, hokeja na lodzie oraz obsługą nieruchomości,
- wysokie uzależnienie przychodów od wyników sportowych.

Czynniki zewnętrzne

A. Czynniki pozytywne:

- dominująca rola Klubu w krakowskim i ogólnopolskim środowisku sportowym,
- wysoka rozpoznawalność marki, ułatwiająca pozyskiwanie sponsorów,
- regularna współpraca z licznymi podmiotami lokalnymi w zakresie realizowania zadań z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu,
- integracja i aktywizacja lokalnego środowiska wokół Klubu i organizowanych przez niego wydarzeń sportowych oraz imprez towarzyszących.
- wsparcie lokalnych przedsiębiorców, budowanie lojalności.

B. Czynniki negatywne:

- zagrożenie niewywiązywania się z umów handlowych,
- niewywiązywanie się z płatności przez najemców powierzchni komercyjnych,
- wysokie koszty związane z prowadzeniem zespołu seniorów piłki nożnej,
- utrzymująca się niestabilność systemu prawnego, w tym systemu podatkowego.

Spółka nie stosuje rachunkowości zabezpieczeń, a Zarząd, planując budżet Spółki, kieruje się przede wszystkim swoim doświadczeniem i kompetencjami, dbając o to, by przyjęta strategia finansowa była dostosowana do aktualnych i przewidywanych zasobów kapitałowych Klubu, jak również możliwych do przewidzenia zmian otoczenia zewnętrznego Spółki, które mogą wpłynąć na sytuację finansową Spółki.

Zarząd Klubu dokonuje na bieżąco analizy wymogów faktycznych i prawnych związanych

z planowanymi przedsięwzięciami i transakcjami Spółki, a także możliwości i potencjału Spółki oraz jej zasobów.

8. Kredyty, pożyczki, poręczenia, gwarancje.

8.1. Gwarancje bankowe.

Na dzień 31.12.2024 roku gwarancje bankowe nie występują.

8.2. Kredyty.

Według stanu na dzień 31.12.2024 roku Spółka nie posiada żadnych kredytów.

8.3. Pożyczki.

Według stanu na 31.12.2024 roku Spółka nie posiada żadnych udzielonych pożyczek

9. Wynagrodzenia osób zarządzających i nadzorujących oraz udzielone im pożyczki.

Wynagrodzenia członków Zarządu MKS Cracovia SSA w okresie styczeń 2024 – grudzień 2024 roku wyniosły łącznie 88.333,33 złotych brutto.

Członkowie Rady Nadzorczej nie pobierali wynagrodzenia z tytułu pełnionych funkcji.

Na dzień 31.12.2024 roku nie istnieją żadne niespłacone pożyczki, jak również udzielone przez KS Cracovia S.A. gwarancje i poręczenia na rzecz Członków Zarządu, Rady Nadzorczej oraz ich bliskich.

PODPISY

Podpisy wszystkich Członków Zarządu			
Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/Funkcja	Podpis
31.03.2025	Mateusz Drózdź	Prezes Zarządu	
31.03.2025	Marcin Romanowski	Wiceprezes Zarządu	
31.03.2025	Łukasz Orłowski	Wiceprezes Zarządu	