



## SPIS TREŚCI

PKT	Tytuł	Nr strony
1.	Wizytówka firmy	3
2.	Struktura akcjonariatu	3
2.1	Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu	3
2.2	Wskazanie zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji emitenta w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego	4
2.3	Zestawienie stanu posiadania akcji Spółki przez osoby zarządzające i nadzorujące	4
3.	Osoby nadzorujące i zarządzające	4
3.1	Zarząd	5
3.2	Rada Nadzorcza	5
3.3	Wartość wynagrodzeń i nagród	6
4.	Opis istotnych ryzyk i zagrożeń w działalności spółki	6
4.1	Czynniki zewnętrzne	7
4.2	Czynniki wewnętrzne	9
5.	Omówienie wyników finansowych	13
5.1	Wybrane dane finansowe	13
5.2	Bilans	14
5.3	Rachunek zysków i strat	15
5.4	Przepływy finansowe	18
6.	Zarządzanie finansami	19
6.1	Zaciągnięte przez Spółkę kredyty i pożyczki	19
6.2	Ocena zarządzania zasobami finansowymi	20
6.3	Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych	20
6.4	Informacje o udzieleniu przez Spółkę poręczeń kredytu, pożyczki lub gwarancji	21
6.5	Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik	21
6.6	Stanowisko Zarządu w sprawie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz finansowych w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie	22
7.	Opis organizacji i jej otoczenia branżowego	22
7.1	Powiązania organizacyjne lub kapitałowe Spółki z innymi podmiotami	22
7.2	GRUPA INTERSPORT na świecie	22
7.3	Opis prowadzonej działalności	23
7.4	Liczba placówek	24
7.5	Stan i struktura zatrudnienia	25
7.6	Koncepcja modelowego salonu sportowego	25
7.7	Informacje o źródłach zaopatrzenia z określeniem uzależnienia Spółki od dostawców	26
7.8	Polityka asortymentowa	27
7.9	Struktura sprzedaży	28
7.10	Informacje o zawartych umowach	28
7.11	Dodatkowe wydarzenia	30
7.12	Działania marketingowe	31
7.13	Nagrody i wyróżnienia	33
8.	Rynek sportowy w Polsce	33
9.	Otoczenie branżowe Spółki	34
10.	Rozwój sieci sprzedaży	34
11.	Pozostałe informacje	34
11.1	Informacje o postępowaniach toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.	34
11.2	Transakcje z podmiotami powiązаныmi	35
11.3	Informacja o umowie z biegłym rewidentem	35
11.4	Wskazanie czynników i zdarzeń, które w ocenie Zarządu będą miały wpływ na osiągnięte przez Spółkę wyniki w perspektywie kolejnego okresu.	35

## 1. WIZYTÓWKA FIRMY.

**Nazwa :** INTERSPORT Polska S.A.

**Siedziba :** 32-060 Liszki, Cholerzyn 382

### **Przedmiot podstawowej działalności:**

Handel detaliczny artykułami sportowymi w specjalistycznych sklepach sportowych zlokalizowanych w prestiżowych centrach handlowych dużych miast Polski.

## 2. STRUKTURA AKCJONARIATU.

Kapitał zakładowy INTERSPORT Polska S.A. wynosi 1.393.333,40 zł i dzieli się na 13.933.334 akcji o wartości nominalnej 10 groszy każda. Łączna liczba akcji (po konwersji 100.000 szt. akcji imiennych zgodnie z Uchwałą Zarządu z dnia 27.07.2015 roku) uprawnia do oddania 20.500.000 głosów, z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

**2.1 Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu (18.03.2016r.) wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu.**

Wg wiedzy Zarządu - na dzień sporządzenia sprawozdania - wykaz stanu posiadania akcji przez znaczących akcjonariuszy przedstawia się następująco:

Akcjonariusz	Seria	Rodzaj akcji	Liczba akcji	(%) Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu	(%)Udział w ogólnej liczbie głosów na WZA
INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH <sup>1</sup>	C1	Imienne, uprzywilejowane	1 666 666	25,00%	5 150 000	25,12%
	C2, E	Zwykłe na okaziciela	1 816 668			
Artur Mikołajko <sup>2</sup>	A	Imienne, uprzywilejowane	1 250 000	14,84%	3 318 054	16,19%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	818 054			
Sławomir Gil <sup>3</sup>	A	Imienne, uprzywilejowane	1 250 000	14,84%	3 318 054	16,19%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	818 054			
Jolanta Milewska <sup>4</sup>	A	Imienne, uprzywilejowane	1 150 000	8,97%	2 400 000	11,71%
	A	Zwykłe na okaziciela	100 000			
Dorota Radwańska <sup>5</sup>	A	Imienne, uprzywilejowane	833 334	8,94%	2 079 479	10,14%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	412 811			
Pozostali	A	Imienne, uprzywilejowane	416 666	27,41%	4 234 413	20,65%
	B, D, E	Zwykłe na okaziciela	3 401 081			
<b>Razem wszystkie akcje</b>			<b>13 933 334</b>	<b>100,00%</b>	<b>20 500 000</b>	<b>100,00%</b>

<sup>1</sup> Stan posiadania akcji zgodnie z potwierdzeniem Akcjonariusza z dnia 16.03.2016 r.

<sup>2</sup> Stan posiadania akcji zgodnie z potwierdzeniem Akcjonariusza z dnia 14.03.2016 r.

<sup>3</sup> Stan posiadania akcji zgodnie z potwierdzeniem Akcjonariusza z dnia 14.03.2016 r.

<sup>4</sup> Stan posiadania akcji zgodnie z zawiadomieniem Akcjonariusza z dnia 17.08.2015 roku (RB nr 35 z dnia 18.08.2015)

<sup>5</sup> Stan posiadania akcji zgodnie z zawiadomieniem Akcjonariusza z dnia 15.01.2016 roku (RB nr 3 z dn. 20.01.2016)

## 2.2 Wskazanie zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji emitenta w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego.

Od dnia publikacji raportu okresowego za III kwartał 2015 roku - nie wystąpiły.

## 2.3 Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu (18.03.2016r.) wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (10.11.2015r.), odrębnie dla każdej z osób.

Na dzień sporządzenia sprawozdania, wg wiedzy Zarządu Spółki, w posiadaniu akcji są następujące osoby zarządzające lub nadzorujące:

osoba zarządzająca /nadzorująca	funkcja	łączna ilość akcji na dzień przekazania raportu za III kwartał 2015 roku (10.11.2015)	zmiany w strukturze własności w okresie od 10.11.2015 r. do 18.03.2016 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za rok 2015 (18.03.2016 r.)
Artur Mikołajko	Prezes Zarządu	2 068 054 akcji	bez zmian	2 068 054 akcji <u>co stanowi:</u> 14,84% udział w kapitale zakładowym oraz 16,19% udział głosów na WZA
Sławomir Gil	Wiceprezes Zarządu	2 068 054 akcji	bez zmian	2 068 054 akcji <u>co stanowi:</u> 14,84% udział w kapitale zakładowym oraz 16,19% udział głosów na WZA
Dorota Radwańska	Członek Rady Nadzorczej	1 266 145 akcji	sprzedaż 20 000 sztuk akcji zwykłych na okaziciela <sup>6</sup>	1 246 145 akcji <u>co stanowi:</u> 8,94% udział w kapitale zakładowym oraz 10,14% udział głosów na WZA
Łukasz Gil	Członek Rady Nadzorczej	4 500 akcji	bez zmian	4 500 akcji <u>co stanowi:</u> 0,03% udział w kapitale zakładowym oraz 0,02% udział głosów na WZA

Stan posiadania akcji INTERSPORT Polska S.A. został sporządzony w oparciu o zawiadomienia określone w art. 160 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Wg informacji posiadanych przez Zarząd, pozostałe osoby nadzorujące nie posiadały akcji Spółki.

## 3. OSOBY NADZORUJĄCE I ZARZĄDZAJĄCE.

W 2015 roku nie zostały zawarte umowy między Spółką INTERSPORT Polska S.A. a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji

<sup>6</sup> Raport bieżący nr 3 z dnia 20.01.2016 roku

lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.

### **3.1 Zarząd INTERSPORT Polska S.A.**

Liczbę członków oraz czas trwania kadencji Zarządu INTERSPORT Polska S.A. określa Statut Spółki, zaś zakres działania i organizację pracy określa Regulamin Zarządu.

Zarząd INTERSPORT Polska S.A. pracuje obecnie w składzie dwuosobowym. Pięcioletnia kadencja p. Artura Mikołajko pełniącego funkcję Prezesa Zarządu upływa w 2019 roku, zaś trzyletnia kadencja p. Sławomira Gila pełniącego funkcję Wiceprezesa Zarządu upływa w 2017 roku. Obie kadencje upływają po zatwierdzeniu przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy sprawozdania finansowego spółki za poprzedni okres.

### **3.2 Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A.**

Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A. działa na podstawie przepisów Kodeksu Spółek Handlowych i Statutu Spółki. Członkowie Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. są powoływani na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

W okresie od 1 stycznia do 16 czerwca 2015 roku Rada Nadzorcza Spółki pracowała w pięcioosobowym składzie:

1. Pan Artur Olender – Przewodniczący, członek niezależny;
2. Pani Beata Mikołajko – Wiceprzewodnicząca, członek zwyczajny;
3. Pan Łukasz Gil - członek zwyczajny;
4. Pani Dorota Radwańska - członek zwyczajny;
5. Pan Piotr Dygas - członek niezależny.

W dniu 17 czerwca 2015 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy powołało w skład Rady Nadzorczej Spółki na 5-letnią wspólną kadencję następujące osoby:

1. Pana Mathiasa Boenke
2. Pana Łukasza Gila
3. Panią Beatę Mikołajko
4. Panią Dorotę Radwańską

oraz dwóch członków niezależnych:

5. Pana Artura Olendra
6. Pana Piotra Dygasa

Kadencja obecnej Rady Nadzorczej upływa z chwilą zatwierdzenia sprawozdania finansowego za 2019 rok przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

Zgodnie z treścią § 16 ust. 4 Statutu Spółki w związku z par. 5 pkt. 7 i 8 Regulaminu Rady Nadzorczej na pierwszym posiedzeniu w dniu 16 września 2015 roku Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A. dokonała wyboru prezydium w składzie: Pan Artur Olender - Przewodniczący Rady Nadzorczej Spółki, Pani Beata Mikołajko Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej Spółki.

W Radzie Nadzorczej Spółki działają: Komitet Audytu i Komitet Wynagrodzeń i Nominacji.

Zgodnie z § 6 ust. 3 w związku z par. 6 ust. 2 Regulaminu Rady Nadzorczej Spółki Rada Nadzorcza powołała w dniu 16 września 2015 roku członków Komitetów działających w ramach Rady Nadzorczej Spółki:

1. Komitet Audytu w składzie:  
Artur Olender, Łukasz Gil, Piotr Dygas
2. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji w składzie:  
Dorota Radwańska, Mathias Boenke, Piotr Dygas.

### **3.3 Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści wypłaconych lub należnych dla osób zarządzających i nadzorujących Spółkę**

Wartość wynagrodzeń dla każdej osoby zarządzającej i nadzorującej Spółkę jest opisana w tabeli poniżej:

<b>Wynagrodzenie Członków Zarządu i Rady Nadzorczej</b>	<b>01.01.-31.12.2015 r. (dane w zł)</b>
<b>1. Wynagrodzenie Zarządu:</b>	
- Artur Mikołajko	391 735
- Sławomir Gil	363 827
<b>2. Wynagrodzenie Rady Nadzorczej:</b>	
- Łukasz Gil	29 217
- Beata Mikołajko	24 833
- Mathias Boenke	13 000
- Artur Olender	35 532
- Dorota Radwańska	24 894
- Piotr Dygas	26 159
<b>Razem</b>	<b>909 197</b>

### **4. OPIS ISTOTNYCH RYZYK I ZAGROŻEŃ.**

W opinii Zarządu INTERSPORT Polska S.A. najistotniejszymi czynnikami ryzyka i zagrożeń w perspektywie 2016 roku są:

## **4.1 Czynniki zewnętrzne**

### **4.1.1 Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce**

Poziom przychodów INTERSPORT Polska S.A. uzależniony jest od siły nabywczej ludności Polski, która zmienia się w zależności od koniunktury gospodarczej, w tym: dynamiki wzrostu gospodarczego, poziomu bezrobocia, konsumpcji indywidualnej, wskaźników optymizmu konsumentów, poziomu kursu euro wobec złotego oraz polityki fiskalnej państwa. Istnieje ryzyko, że w przypadku gwałtownego lub długotrwałego osłabienia koniunktury gospodarczej może nastąpić zmniejszenie popytu na dobra oferowane przez Spółkę.

### **4.1.2 Ryzyko wzrostu konkurencji w sektorze działalności Spółki**

W branży specyficzne jest rozproszenie popytu na odrębne rynki lokalne, zlokalizowane wokół większych miast, o różnym stopniu konkurencyjności. Natomiast artykuły sportowe sprzedawane są zarówno przez pojedyncze sklepy sportowe, jak też przez sieci sklepów sportowych oraz sieci sklepów wielkopowierzchniowych (hipermarkety, Makro). W ocenie Zarządu, głównymi konkurentami INTERSPORT Polska S.A. są sieci sklepów sportowych, przy czym na niektórych z rynków lokalnych Spółka konkuruje z wieloma sklepami, na innych jest jedyną znaczącą siecią sklepów sportowych. Polityka części konkurentów skierowana jest na niższy i średni segment cenowy sprzedawanych artykułów, podczas gdy polityka INTERSPORT Polska S.A. – na średni i wyższy. Istnieje ryzyko, że polityka innych sieci sklepów sportowych ulegnie zmianie i skoncentrują się na tym samym kliencie, do którego skierowana jest oferta Spółki. Ponadto, istnieje ryzyko rozbudowy sieci sklepów sportowych konkurujących ze Spółką lub wejścia na rynek polski nowych podmiotów zagranicznych. Powyższe procesy mogłyby spowodować zagęszczenie konkurencji na poszczególnych rynkach i obniżenie przewagi INTERSPORT Polska S.A. Spółka planuje utrzymanie obecnej przewagi konkurencyjnej, opartej na (1) przemyślanej strategii doboru modnych wśród klientów i zapewniających odpowiedni przepływ klientów lokalizacjach sklepów, (2) kształtowaniu asortymentu zgodnie z dobrze rozpoznanymi gustami i preferencjami krajowych nabywców, (3) ciągłym podnoszeniu kwalifikacji swojego personelu, (4) wyprzedzaniu konkurencji w planach rozwoju inwestycyjnego oraz (5) utrzymaniu partnera biznesowego z największej na świecie sieci INTERSPORT. Ponadto, wraz z obserwowanym wzrostem siły nabywczej Polaków zwiększa się rynek, na którym działa Spółka, co osłabia presję ze strony konkurentów.

### **4.1.3 Ryzyko załamania koniunktury na artykuły sportowe**

Głównym źródłem przychodów Spółki jest sprzedaż detaliczna sprzętu i odzieży sportowej. Załamanie koniunktury na rynku artykułów sportowych mogłoby wpłynąć negatywnie na przychody i wyniki Spółki. W ocenie Zarządu INTERSPORT Polska S.A. ryzyko takie jest niewielkie, z uwagi na: (1) modę na zdrowy, sportowy styl życia: wraz ze wzrostem zamożności Polaków zaobserwować można zmianę stylu życia oraz stopniowe zwiększanie się puli środków przeznaczanych na aktywność fizyczną. Sport, turystyka i rekreacja utożsamiane są ze zdrowym trybem życia, który jest szeroko lansowany nie tylko przez

specjalistów od zdrowia, ale także przez osoby publiczne, gwiazdy telewizji i sportu. Utrwała się moda na sportowy styl ubioru na co dzień, również wśród klientów nie uprawiających czynnie żadnego sportu. Producenci odzieży sportowej proponują bardzo urozmaicone wzornictwo oraz rozszerzają swoją ofertę o tzw. kolekcję city wear, czyli odzież miejską zachowującą funkcjonalność jak dla sportowców, (2) rosnącą dostępność dyscyplin sportu amatorskiego: istotnym czynnikiem zwiększającym bazę klientów sklepów sportowych jest też zwiększenie atrakcyjności i bezpieczeństwa uprawiania wielu dyscyplin poprzez powszechne zastosowanie nowatorskich rozwiązań technicznych i materiałów, jeszcze niedawno wykorzystywanych wyłącznie w sporcie wyczynowym, (3) tendencję wzrostu udziału wydatków na sport w budżetach domowych. Biorąc pod uwagę fakt, że wartość artykułów sportowych kupowanych przez statystycznego Polaka jest wciąż kilkakrotnie niższa, niż przez mieszkańca Europy Zachodniej, Spółka uważa, że pozytywna koniunktura na rynku artykułów sportowych powinna utrzymywać się przez kolejne kilkanaście lat.

#### 4.1.4 Ryzyko ograniczenia czasu pracy handlu w weekendy

Sklepy INTERSPORT zlokalizowane są w centrach handlowych, które przyciągają klientów znacznie wydłużonymi godzinami pracy, w tym umożliwiającymi robienie zakupów w soboty i niedziele. Zmieniające się wzorce spędzania wolnego czasu i robienia zakupów powodują, iż centra handlowe odnotowują największy przepływ klientów i najwyższe obroty w weekendy. Podejmowane próby ustawowego opodatkowania, ograniczenia bądź całkowitego zakazu prowadzenia handlu w tym okresie mogą mieć wpływ na zmniejszenie przychodów i osłabienie wyników finansowych Spółki. Doświadczenia Europy Zachodniej wskazują jednak, iż w przypadku ograniczenia handlu w weekendy, koncentracja zakupów przesuwa się na inne dni tygodnia.

#### 4.1.5 Ryzyko związane z uchwaleniem podatku od handlu detalicznego

W przypadku uchwalenia podatku od handlu detalicznego, Spółka będzie obciążona dodatkowymi kosztami związanymi z prowadzoną działalnością. Istnieje ryzyko, że ustalona wartość podatku będzie tak wysoka, że może wpłynąć na pogorszenie wyników Spółki.

#### 4.1.6 Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

Wyniki finansowe Spółki mogą się zmieniać pod wpływem wahań kursu euro do złotego, z uwagi na: (1) powiązanie płatności z tytułu umów najmu lokali sklepowych z kursem euro: płatności stanowią równowartość w złotych kwoty umownej wyrażonej w euro, co oznacza, że osłabienie kursu złotego względem euro może zwiększyć poziom kosztów Spółki, (2) powiązanie poziomu cen importowanych towarów od kursu euro. Osłabienie kursu złotego wobec euro oznacza wyższe koszty zakupu towarów co może przełożyć się na podniesienie cen detalicznych części oferty INTERSPORT lub zmniejszenie marży. Może to wpłynąć bezpośrednio na wyniki finansowe Spółki.



#### 4.1.7 Ryzyko zmiany gustów nabywców

Spółka działa na rynku, na którym istotne są subiektywne czynniki wyboru asortymentu przez klientów, związane z postrzeganiem marki, modą i zmianami preferencji. Czynniki te są zróżnicowane dla nabywców poszczególnych grup asortymentu. Istnieje ryzyko, że oferta sklepów INTERSPORT będzie odbiegać od preferencji klientów w danym sezonie, co wpłynie negatywnie na wyniki finansowe. Spółka prowadzi zdywersyfikowaną politykę asortymentowo – cenową, aby zminimalizować powyższe ryzyko nietrafienia w gusta nabywców. Spółka bierze udział w prezentacjach i testach sezonowej oferty asortymentu sportowego oraz zapoznaje się i synchronizuje własne akcje marketingowe z planowanymi kampaniami promocyjnymi producentów.

#### 4.1.7 Ryzyko likwidacji bądź upadłości firm dostawczych

Spółka narażona jest na potencjalne ryzyko utraty jednego lub kilku dostawców, zaopatrujących sieć sklepów INTERSPORT, co mogłoby spowodować brak wybranego asortymentu, a w konsekwencji obniżyć osiągnięte przychody.

Spółka prowadzi następujące działania mające na celu zminimalizowanie powyższego ryzyka: (1) dla danego asortymentu zamawia co najmniej kilka konkurencyjnych marek, (2) współpracuje z ponad 100 firmami dostawczymi, (3) ma możliwość uzupełnienia zaopatrzenia w marki międzynarodowe w INTERSPORT Deutschland eG, (4) ma możliwość uzupełnienia brakującego asortymentu markami własnymi INTERSPORT.

### 4.2 **Czynniki wewnętrzne**

#### 4.2.1 Ryzyko związane z uprawianiem przez kadre menadżerską sportów podwyższonego ryzyka.

Osoby zarządzające oraz pełniące funkcje kierownicze to pasjonaci różnych dyscyplin sportu. Uprawiają sport na poziomie zaawansowanym i często uczestniczą w imprezach oraz wyprawach o podwyższonym stopniu ryzyka. Wiąże się to z możliwością doznania kontuzji, która spowodowałaby dłuższą nieobecność w pracy. Ryzyko zakłócenia z tego powodu bieżącej działalności spółki jest minimalizowane poprzez wyznaczanie zastępstw na czas nieobecności menadżerów oraz prowadzenie strategicznych projektów w wieloosobowych zespołach.

#### 4.2.2 Ryzyko związane z opóźnieniem bądź nie otworzeniem zaplanowanych lokalizacji sklepów

Spółka, realizując założoną strategię rozwoju, często podpisuje umowy najmu lokali w nowobudowanych centrach handlowych, które nie są jeszcze ukończone. Istnieje ryzyko, że z przyczyn niezależnych od Spółki budowa centrum handlowego, w którym Spółka planuje otwarcie sklepu, zostanie opóźniona lub całkowicie wstrzymana, co mogłoby spowodować zmniejszenie dynamiki rozwoju sieci sprzedaży, a w konsekwencji nieosiągnięcie założonych wyników finansowych Spółki. W ocenie Zarządu opóźnienia w obejmowaniu sklepów nie powodują również pogorszenia płynności Spółki (poprzez konieczność sfinansowania i magazynowania zamówionego asortymentu), gdyż Spółka zostaje poinformowana o ryzyku

opóźnienia otwarcia danego centrum handlowego wcześniej, niż składałaby zamówienia na zatowarowanie sklepu.

#### 4.2.3 Ryzyko utraty sublicencji INTERSPORT

Spółka poprzez zawarcie Umowy Sublicencyjnej rozpoczęła współpracę z Grupą INTERSPORT, największą na świecie organizacją zajmującą się sprzedażą detaliczną artykułów sportowych. Istnieje ryzyko rozwiązania Umowy Sublicencyjnej, co oznaczałoby dla Spółki: (1) utratę praw do korzystania ze znaku towarowego INTERSPORT oraz innych znaków towarowych (marek własnych INTERSPORT), (2) utratę możliwości posługiwania się znakiem INTERSPORT po roku od końca obowiązywania Umowy, (3) utratę alternatywnego źródła zaopatrzenia oraz (4) zmniejszenie konkurencyjności warunków zakupu asortymentu katalogowego i ofert specjalnych. Przestanki rozwiązania Umowy Sublicencyjnej opisane zostały w pkt. 21 Części III Prospektu. Spółka prowadzi działalność w taki sposób, aby przestanki tam opisane nie wystąpiły.

W chwili obecnej ryzyko rozwiązania Umowy Sublicencyjnej jest znikome. W całej historii Grupy INTERSPORT jeszcze nigdy żadna umowa na udzielenie licencji nie została wypowiedziana.

#### 4.2.4 Ryzyko znacznego podwyższenia cen zakupu asortymentu

Cena towarów markowych, renomowanych producentów może ulec zmianie z uwagi na wahania kursu walut. Istnieje ryzyko, że znaczne podwyższenie cen przez głównych dostawców może spowodować mniejsze zainteresowanie klientów daną marką i wpłynąć na wyniki finansowe Spółki. Spółka ma możliwość rezygnacji z usług lokalnego dostawcy danej marki międzynarodowej i zamówienia dostawy asortymentu tej marki w INTERSPORT Deutschland eG.

#### 4.2.5 Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu

Spółka współpracuje z ponad 100 dostawcami różnego rodzaju sprzętu i odzieży sportowej. Specyfiką branży jest zamawianie sezonowych kolekcji asortymentu ze znacznym wyprzedzeniem, w zależności od grupy towarów, sięgającym nawet 6 miesięcy. Istnieje ryzyko, że jedna lub kilka zamówionych kolekcji zostaną dostarczone Spółce z opóźnieniem, lub nie zostaną dostarczone wcale, co powodowałoby powstanie luki w asortymencie proponowanym klientom, a w konsekwencji utratę części planowanych przychodów ze sprzedaży. Spółka ogranicza powyższe ryzyko, konstruując asortyment składający się z co najmniej kilku konkurencyjnych marek od różnych dostawców dla głównych grup towarów sezonowych. Taka polityka umożliwi zaoferowanie klientowi szerokiego wyboru nawet w przypadku ewentualnego opóźnienia, czy braku jednej lub kilku dostaw.

#### 4.2.6 Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Branża, w której działa Spółka charakteryzuje się dużą sezonowością sprzedaży. Zdecydowanie można wyodrębnić sezon letni i zimowy, przy czym każda z grup towarowych ma nieco inny rytm i charakter sprzedaży w ciągu roku. Istnieje ryzyko, że po danym sezonie

Spółka nadal będzie magazynować towary, które nie znalazły nabywców ani w okresie sprzedaży podstawowej, ani w okresie wyprzedaży posezonalnych, o wartości przewyższającej zakładany wcześniej poziom. Spowodowałyby to obniżenie wyników finansowych Spółki, a także dodatkowe zamrożenie środków obrotowych w towarze, co mogłoby się przyczynić do zmniejszenia płynności. Na koniec każdego sezonu sieć INTERSPORT przeprowadza planową wyprzedaż końcowych partii asortymentu z danego sezonu, która zdecydowanie obniża stany asortymentu na zapasach i poprawia płynność Spółki.

#### 4.2.7 Ryzyko sprowadzenia wadliwego towaru do magazynu

Z uwagi na sprowadzanie od producentów dużych partii towarów, istnieje ryzyko przyjęcia na magazyn Spółki dużej partii uszkodzonego towaru np. na skutek wadliwej linii produkcyjnej. INTERSPORT jako sprzedawca artykułów markowych wysokiej jakości, chroniąc swoją wiarygodność ma możliwość zwrócenia wadliwego towaru do dostawcy bez ponoszenia konsekwencji finansowych wraz z żądaniem dostarczenia towaru bez wad, a w przypadku gdyby uzyskanie towaru bez wad nie było możliwe zamówienie porównywalnego asortymentu od innego dostawcy.

#### 4.2.8 Ryzyko reklamacji wadliwego towaru przez klientów

Istnieje ryzyko, że towary zakupione od dystrybutorów będą miały ukryte wady co wpłynie na zwiększenie reklamacji składanych przez klientów Spółki. W przypadku uwzględnienia reklamacji klienta, w efekcie którego dochodzi do naprawy towaru albo wymiany na nowy albo zwrotu gotówki albo obniżenia ceny, INTERSPORT ma prawo dochodzenia odszkodowania od dostawcy wadliwego towaru lub uwzględnienia poniesionej straty finansowej w dodatkowych rabatach handlowych.

#### 4.2.9 Ryzyko aury (pogodowe)

Branża sportowa charakteryzuje się dużą sezonowością sprzedaży, na którą wpływ ma m.in. kształtowanie się pogody w poszczególnych sezonach/rejonach sprzyjających uprawianiu danej dyscypliny sportu. Istnieje ryzyko, że występujące anomalie/zaburzenia pogodowe, takie jak zimne i deszczowe lato, opóźniająca się lub ciepła i mało śnieżna zima/ mogą spowodować czasowy spadek popytu na sezonowe artykuły i odzież sportową, co może przełożyć się na poziom przychodów Spółki.

#### 4.2.10 Ryzyko rotacji pracowników

Wykwalifikowany i doświadczony w branży sportowej personel, służący klientowi fachową pomocą przy wyborze specjalistycznego sprzętu, stanowi jedną z istotnych przewag konkurencyjnych sieci INTERSPORT. Istnieje ryzyko zwiększenia się rotacji personelu bezpośrednio obsługującego klienta, co mogłoby wpłynąć negatywnie na obroty lub marże generowane przez salony. Spółka stara się zmniejszyć powyższe ryzyko poprzez dbanie o motywację pracowników. Systematycznie organizuje szkolenia, prezentacje, w których uczestniczą sprzedawcy i pracownicy serwisów. Dzięki prowadzonym działaniom

i przyjaznej atmosferze pracy panującej w firmie, Spółka zamierza związać ze sobą pracowników.

#### 4.2.11 Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

Źródła finansowania działalności INTERSPORT Polska S.A., oprócz środków własnych, stanowią przede wszystkim:

- a) zobowiązania krótkoterminowe z tytułu zawartych umów kredytowych na zakup towarów od dostawców,
- b) zobowiązania długoterminowe z tytułu zawartych umów kredytowych na cele inwestycyjne,
- c) zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców towarów.

Nie można wykluczyć, że w przypadku nagłego skrócenia terminów płatności przez największych dostawców oraz żądania spłaty pozostałych zobowiązań finansowych, Spółka mogłaby zostać zmuszona do poszukiwania innych źródeł finansowania, co w zależności od rozwoju przyszłej sytuacji Spółki i rynków finansowych, mogłoby doprowadzić do powstania problemów z terminowym regulowaniem przez nią zobowiązań. W ocenie Zarządu, przy założeniu dywersyfikacji umów handlowych z dostawcami, dywersyfikacji umów kredytowych z bankami oraz kontynuacji współpracy z Grupą INTERSPORT zagrożenie co do nieterminowego wywiązywania się przez Spółkę z zaciągniętych zobowiązań handlowych i kredytowych jest znikome.

#### 4.2.12 Ryzyko związane z koniecznością zapłaty wysokich kar lub odszkodowań w postępowaniach sądowych i administracyjnych toczących się wobec Spółki.

Zgodnie z obowiązującym prawem polskim, urzędy w wyniku stwierdzenia uchybień w prowadzonej działalności mogą na Spółkę nałożyć maksymalną karę nawet do 10% wartości przychodów za ostatni rok obrotowy. Tak duże, jednorazowe obciążenie finansowe, mogłoby doprowadzić do zablokowania płynności finansowej Spółki i utraty aktywów.

Spółka stara się prowadzić działalność zgodnie z zasadami konkurencji rynkowej, a w razie kontroli współpracować ze stroną kontrolującą. Działania te mają na celu zminimalizowanie skutków ewentualnych roszczeń.

#### 4.2.13 Ryzyko związane z zastawami ustanowionymi na części majątku

Z uwagi na korzystanie przez Spółkę z obcych źródeł finansowania w postaci kredytów, a także z uwagi na wymagane zabezpieczenie płatności z tytułów umów najmu, Spółka ustanowiła na części majątku zastawy, stanowiące zabezpieczenie realizacji powyższych umów. Taka forma zabezpieczenia jest ogólnie przyjęta na rynku. Ustanowienie zastawów może spowodować utratę przez Spółkę części aktywów w przypadku zaprzestania wywiązywania się ze zobowiązań z tytułu zawartych umów.

#### 4.2.14 Ryzyko utraty reputacji wśród akcjonariuszy

Utrata reputacji Spółki jako wiarygodnej i stabilnej inwestycji może wpłynąć na znaczne obniżenie kursu akcji INTERSPPL oraz spadek wartości firmy. Dlatego Spółka prowadzi

transparentną strategię komunikacji z rynkiem kapitałowym, co ma stanowić gwarancję utrzymania prawidłowych relacji z akcjonariuszami. Spółka posiada wewnętrzny regulamin obiegu i zabezpieczenia informacji poufnej dzięki któremu zapewnia równy dostęp do informacji wszystkim swoim akcjonariuszom bez względu na posiadany pakiet udziałowy.

## 5. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 roku odnotowała łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 214.184 tys. zł czyli o 1,4% niższe w porównaniu do łącznych obrotów w 2014 roku (było: 217.184 tys. zł). W 2015 roku strata netto wyniosła 4.419 tys. zł wobec straty netto w wysokości 2.653 tys. zł w 2014 roku.

### 5.1 Wybrane dane finansowe:

Poniżej przedstawiamy podstawowe dane finansowe Spółki.

WYBRANE DANE FINANSOWE (w tys. zł)	Stan na dzień 31.12.2015 r.	Stan na dzień 31.12.2014 r.
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	214 184	217 184
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-1 750	-984
III. Zysk (strata) brutto	-3 811	-3 175
IV. Zysk (strata) netto	-4 419	-2 653
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	6 302	6 621
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-2 424	-3 849
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-3 859	-3 115
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	19	-343
IX. Aktywa razem	134 539	150 212
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	112 638	123 892
XI. Zobowiązania długoterminowe	19 902	14 234
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	85 090	101 598
XIII. Kapitał własny	21 901	26 320
XIV. Kapitał zakładowy	1 393	1 393
XV. Liczba akcji (w szt.)	13 933 334	13 933 334
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w zł)	-	-
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	-	-
XVIII. Wartość księgową na jedną akcję/udział (w zł)	1,57	1,89
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł)	1,57	1,89
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł)	0	0

## 5.2 Bilans:

Wartość sumy bilansowej na dzień 31 grudnia 2015 roku wyniosła 134.539 tys. zł i w porównaniu do analogicznego okresu 2014 roku oznacza to spadek o 10,4% (było: 150.212 tys. zł).

### 5.2.1 Aktywa:

Zgodnie ze stanem na dzień 31.12.2015 roku wartość aktywów trwałych wyniosła 74.921 tys. zł, co oznacza spadek o 7,2 % w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. Nakłady inwestycyjne poniesione przez Spółkę na nowe sklepy oraz modernizację już istniejących sklepów w 2015 roku były na poziomie 2.507 tys. zł.

W 2015 roku aktywa obrotowe Spółki uległy zmniejszeniu o 14,2 % w porównaniu do 2014 roku. Niższa wartość aktywów obrotowych wynika przede wszystkim ze zmniejszenia stanu zapasów o 9.648 tys. zł. Stan zapasów obniżył się w związku z wyprzedacją towarów sezonowych. Mniejszy stan zapasów jest również konsekwencją zredukowanych zamówień towarów zimowych.

Poniżej przedstawiamy strukturę aktywów (dane w tys. zł)

<b>Struktura aktywów</b>	Stan na dzień 31.12.2015 r.	Stan na dzień 31.12.2014 r.	Zmiana % 2015/2014
Aktywa trwałe	<b>74 921</b>	<b>80 702</b>	-7,2%
Wartości niematerialne i prawne	2 921	3 057	-4,4%
Rzeczowe aktywa trwałe	68 273	73 283	-6,8%
Inwestycje długoterminowe	820	820	0,0%
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 907	3 542	-17,9%
Aktywa obrotowe	<b>59 618</b>	<b>69 510</b>	-14,2%
Zapasy	56 165	65 813	-14,7%
Należności krótkoterminowe	1 323	1 308	1,1%
Inwestycje krótkoterminowe	1 157	1 138	1,7%
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	973	1 251	-22,2%
Aktywa razem	<b>134 539</b>	<b>150 212</b>	-10,4%

### 5.2.2 Pasywa:

W 2015 roku nastąpił spadek kapitałów własnych o 4.419 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. Związane jest to z odnotowaną stratą za 2015 rok.

Zwiększony poziom zobowiązań długoterminowych w pozycji kredyty i pożyczki, a zarazem spadek tej pozycji po stronie zobowiązań krótkoterminowych jest efektem przekwalifikowania części zewnętrznych źródeł finansowania. Zmniejszony poziom rozliczeń

międzyokresowych o 409 tys. zł wynika z otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową, która jest rozliczana w okresie eksploatacji.

Poniżej przedstawiamy strukturę pasywów (dane w tys. zł).

<b>Struktura pasywów</b>	Stan na dzień 31.12.2015 r.	Stan na dzień 31.12.2014 r.	Zmiana % 2015/2014
Kapitał własny	<b>21 901</b>	<b>26 320</b>	-16,8%
Rezerwy na zobowiązania	<b>1 092</b>	<b>1 097</b>	-0,5%
Zobowiązania długoterminowe	<b>19 902</b>	<b>14 234</b>	39,8%
Kredyty i pożyczki	19 866	14 069	41,2%
Inne zobowiązania finansowe	36	165	-78,2%
Zobowiązania krótkoterminowe	<b>85 090</b>	<b>101 598</b>	-16,2%
Kredyty i pożyczki	7 126	15 285	-53,4%
Z tytułu dostaw i usług	70 825	80 032	-11,5%
Z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń i innych	3 657	4 003	-8,6%
Z tytułu wynagrodzeń	1 180	1 197	-1,4%
Pozostałe	2 261	1 024	120,8%
Fundusze specjalne	41	57	-28,1%
Rozliczenia międzyokresowe	<b>6 554</b>	<b>6 963</b>	-5,9%
<b>Pasywa razem</b>	<b>134 539</b>	<b>150 212</b>	-10,4%

### 5.3 Rachunek zysków i strat:

Poniżej przedstawiamy uproszczony rachunek zysków i strat za rok 2015 wraz z porównaniem do analogicznego okresu 2014 roku (dane w tys. zł).

<b>Rachunek Zysków i Strat</b>	Rok 2015 01.01- 31.12.2015 r.	Rok 2014 01.01-31.12.2014 r.	Zmiana % 2015/2014
Przychody netto ogółem	<b>214 184</b>	<b>217 184</b>	-1,4%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	131 243	132 747	-1,1%
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	<b>82 941</b>	<b>84 437</b>	-1,8%
Koszty sprzedaży	77 531	78 848	-1,7%
Koszty ogólnego Zarządu	7 215	7 032	2,6%
Zysk (strata) ze sprzedaży	<b>-1 805</b>	<b>-1 443</b>	25,1%
Pozostałe przychody operacyjne	1 744	1 541	13,2%
Pozostałe koszty operacyjne	1 689	1 082	56,1%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	<b>-1 750</b>	<b>-984</b>	77,8%
Przychody finansowe	0	34	-
Koszty finansowe	2 061	2 225	-7,4%

Zysk (strata) z działalności gospodarczej	<b>-3 811</b>	<b>-3 175</b>	20,0%
Zysk (strata) brutto	<b>-3 811</b>	<b>-3 175</b>	20,0%
Zysk (strata) netto	<b>-4 419</b>	<b>-2 653</b>	66,6%

### 5.3.1 Przychody:

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 roku odnotowała łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 214.184 tys. zł czyli o 1,4 % niższe w porównaniu do łącznych obrotów w 2014 roku (było: 217.184 tys. zł). Zmiana polityki asortymentowej polegająca na zwiększeniu udziału grup całorocznych w ogólnej sprzedaży spowodowała wyrównanie obrotów w poszczególnych kwartałach.

<b>Miesięczne obroty</b> (dane w tys. zł)	Rok 2015	Rok 2014	Zmiana % 2015/2014
Styczeń	21 715	22 876	-5,1
Luty	18 733	19 689	-4,9
Marzec	15 564	17 206	-9,5
<b>1 Q</b>	<b>56 012</b>	<b>59 771</b>	<b>-6,3</b>
Kwiecień	16 928	17 846	-5,1
Maj	19 064	18 768	+1,6
Czerwiec	19 260	18 754	+2,7
<b>2 Q</b>	<b>55 252</b>	<b>55 368</b>	<b>-0,2</b>
<b>1H</b>	<b>111 264</b>	<b>115 139</b>	<b>-3,4</b>
Lipiec	19 585	18 255	+7,3
Sierpień	18 691	17 760	+5,2
Wrzesień	14 987	14 397	+4,1
<b>3 Q</b>	<b>53 263</b>	<b>50 412</b>	<b>+5,7</b>
Październik	13 440	13 543	-0,8
Listopad	13 952	13 834	+0,9
Grudzień	22 265	24 256	-8,2
<b>4 Q</b>	<b>49 657</b>	<b>51 633</b>	<b>-3,8</b>
<b>2H</b>	<b>102 920</b>	<b>102 045</b>	<b>+0,9</b>
<b>RAZEM</b>	<b>214 184</b>	<b>217 184</b>	<b>-1,4</b>



### 5.3.2 Koszty:

Poniżej przedstawiamy specyfikację kosztów wg rodzajów (dane w tys. zł).

Koszty według rodzaju	Rok 2015 01.01–31.12.2015 r.	Rok 2014 01.01-31.12.2014	Zmiana % 2015/2014
Amortyzacja	6 829	6 676	2,3%
Zużycie materiałów i energii	4 496	4 509	-0,3%
Usługi obce	43 735	43 992	-0,6%
Podatki i opłaty	2 805	2 941	-4,6%
Wynagrodzenia	18 707	19 842	-5,7%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	3 837	4 032	-4,8%
Pozostałe koszty rodzajowe	4 337	3 888	11,5%
Koszty razem	<b>84 746</b>	<b>85 880</b>	-1,3%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	131 243	132 747	-1,1%

Suma kosztów za rok 2015 jest niższa o 1.134 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu 2014 roku. Pomimo większej liczby sklepów w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku oraz indeksacją niektórych pozycji po stronie kosztów, Spółka zmniejszyła w 2015 roku koszty działalności w wyniku prowadzonego cały czas procesu optymalizacji kosztów.

### 5.3.3 Podstawowe dane finansowe:

Poniżej przedstawiamy porównanie podstawowych wyników Spółki za rok 2015 i 2014 (dane w tys. zł).

Podstawowe dane finansowe	Rok 2015 od 01.01.-31.12.2015 r.	Rok 2014 od 01.01.-31.12.2014 r.	Zmiana % 2015/2014
Przychody ze sprzedaży ogółem	214 184	217 184	-1,4%
Wynik brutto na sprzedaży	82 941	84 437	-1,8%
Marża brutto na sprzedaży	38,7%	38,9%	-
Wynik ze sprzedaży	-1 805	-1 443	25,1%
Marża na sprzedaży	-	-	-
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-1 750	-984	77,8%
Marża EBIT	-	-	-
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	5 079	5 692	-10,8%
Marża EBITDA	<b>2,4%</b>	<b>2,6%</b>	-
Wynik brutto	-3 811	-3 175	20,0%
Wynik netto	-4 419	-2 653	66,6%

W 2015 roku Spółka zanotowała stratę brutto w wysokości 3.811 tys. zł przy stracie brutto na poziomie 3.175 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku. EBIDTA wyniosła 5.079 tys. zł, przy 5.692 tys. zł w 2014 roku. Łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w 2015 roku spadły o 1,4 % w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku, z poziomu 217.184 tys. zł w 2014 roku, do poziomu 214.184 tys. zł w roku 2015.

W roku 2011 Spółka poniosła stratę i ustaliła aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego w związku ze stratą podatkową, możliwą do odliczenia od dochodu w najbliższych kolejno po sobie następujących pięciu latach podatkowych. Wysokość obniżenia w 2015 roku wyniosła 50% tego podatku, tj. 1.222 tys. zł co wpłynęło na zwiększenie straty netto.

#### 5.4 Przepływy finansowe:

Poniżej przedstawiamy dane dotyczące przepływów finansowych Spółki w roku 2015 w porównaniu do 2014 roku (dane w tys. zł).

<b>Wyszczególnienie</b>	<b>Rok 2015 01.01.-31.12.2015 r.</b>	<b>Rok 2014 01.01.-31.12.2014 r.</b>
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym:</b>	<b>6 302</b>	<b>6 621</b>
Zysk (strata) netto	-4 419	-2 653
Amortyzacja	6 829	6 676
Zmiana stanu rezerw	-5	-386
Zmiana stanu zapasów	9 648	-4 010
Zmiana stanu należności	153	1 440
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-7 782	5 257
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	503	-1 322
Inne	1 375	1 619
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>	<b>-2 424</b>	<b>-3 849</b>
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>	<b>-3 859</b>	<b>-3 115</b>
<b>Przepływy pieniężne razem</b>	<b>19</b>	<b>-343</b>

W roku 2015 Spółka wygenerowała:

- dodatnie przepływy z działalności operacyjnej co spowodowane było głównie poziomem amortyzacji oraz zmianą stanów zapasów.
- ujemne przepływy z działalności inwestycyjnej co związane było głównie z rozwojem sieci
- ujemne przepływy z działalności finansowej wynikające głównie ze spłaty zobowiązań z tytułu kredytów.

## 6. ZARZĄDZANIE FINANSAMI.

W prezentowanym okresie sprawozdawczym sytuacja finansowa Spółki była stabilna. Nakłady inwestycyjne w 2015 roku wyniosły 2.507 tys. zł, związane jest to głównie z uruchomieniem nowego sklepu w CH Zielone Arkady w Bydgoszczy (758 m<sup>2</sup>) oraz modernizacjami już istniejących sklepów.

Kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. zmniejszył się w 2015 roku o 16,8 % w stosunku do 2014 roku. Na zmniejszenie się wartości kapitałów wpływ miała wygenerowana strata netto na poziomie 4.419 tys. zł.

### 6.1 Zaciągnięte przez Spółkę kredyty i pożyczki.

Na dzień 31 grudnia 2015 roku stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek zwiększył się o 41,2 % w stosunku do 2014 roku – wynika to z przekwalifikowania części kredytów krótkoterminowych na długoterminowe.

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 31.12.2015 r. wyniósł 7.126 tys. zł i zmniejszył się o 53,4 % w stosunku do 2014 roku.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 31.12.2015 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

#### ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE z tytułu kredytów i pożyczek:

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy (w tys. zł )	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty (w tys. zł )	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
BANK ZACHODNI WBK SA z siedzibą we Wrocławiu	10 000	5 478	2018-04-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
DNB BANK POLSKA SA z siedzibą w Warszawie	12 000	5 400	2021-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt inwestycyjny
DNB BANK POLSKA SA z siedzibą w Warszawie	2 800	0	2016-11-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt inwestycyjny

BANK ZACHODNI WBK SA	5 000	4 806	2017-05-28	Hipoteka umowna na nieruchomości; weksel In blanco; pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt w rachunku bieżącym
DNB BANK POLSKA SA z siedzibą w Warszawie	6 000	4 182	2017-05-29	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym

### ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE z tytułu kredytów i pożyczek:

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty (w tys. zł)	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
ALIOR BANK SA	3 935	2016-08-11	Zastaw rejestrowy na zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym
BANK ZACHODNI WBK SA	1 428	2018-04-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
DNB BANK POLSKA SA z siedzibą w Warszawie	563	2016-11-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt inwestycyjny
DNB BANK POLSKA SA z siedzibą w Warszawie	1 200	2021-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt inwestycyjny

W roku 2015 roku banki współpracujące z INTERSPORT Polska S.A. udzielały gwarancji bankowych dotyczących kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 31 grudnia 2015 r. gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 2.880 tys. zł i 1.667 tys. euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

### 6.2 Ocena zarządzania zasobami finansowymi.

W prezentowanym okresie sprawozdawczym sytuacja finansowa Spółki była stabilna.

### 6.3 Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych.

Zarząd INTERSPORT Polska S.A. stoi na stanowisku, iż Spółka w obecnej sytuacji nie ma większych problemów z wywiązywaniem się z zaciągniętych zobowiązań, które są realizowane. Wypracowywane wpływy i podpisane umowy kredytowe zabezpieczają możliwości realizacji podejmowanych zobowiązań.

#### **6.4 Informacje o udzieleniu przez Spółkę poręczeń kredytu, pożyczki lub gwarancji.**

W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała poręczeń kredytu, pożyczek ani gwarancji.

#### **6.5 Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy, z określeniem stopnia ich wpływu na osiągnięty wynik.**

Dążąc do zniwelowania czynnika sezonowości wpływającego na działalność Spółki, dokonano istotnej zmiany w polityce grup towarowych. Zmniejszono procentowy udział towarów zimowych w ogólnej sprzedaży, na rzecz towarów całorocznych. Wydzielono w sklepach stałe, całoroczne strefy do prezentacji oferty m.in.: footballu, runningu, fitnessu, outdooru i pływania. Wzmacniając sprzedaż całorocznych grup towarowych, Spółka uniezależnia się od kapryśnej, polskiej zimy oraz systematycznie wyrównuje obroty w kwartałach.

- W I kwartale 2015 roku Spółka podwoiła zysk brutto pomimo niższych o 6,3% przychodów w ujęciu r/r. Mniejsze obroty wynikały głównie z niższej sprzedaży towarów zimowych, zaś pozytywny wpływ na wynik brutto miała poprawa marży w ujęciu r/r oraz zmniejszenie kosztów na porównywalnych sklepach. W grupach towarów całorocznych utrzymano wzrostowy trend sprzedaży.
- W II kwartale 2015 roku na porównywalnych r/r obrotach, Spółka po raz pierwszy w swojej historii wypracowała zysk. Wprowadzona przez zarząd zmiana polityki towarowej polegająca na zwiększeniu udziału całorocznego asortymentu w ogólnej sprzedaży wraz z ograniczaniem kosztów m.in. poprzez optymalizację powierzchni salonów – przyniosła zamierzone efekty.
- W III kwartale 2015 roku, dzięki konsekwentnej polityce zmniejszania kosztów na porównywalnych sklepach oraz utrzymaniu trendu wzrostowego marży, Spółka poprawiła wynik finansowy o 67% - strata brutto wyniosła 647 tys. zł, czyli o 1.317 tys. zł mniej w stosunku do analogicznego okresu 2014 roku (była: strata brutto 1.964 tys. zł).
- W IV kwartale 2015 roku pozytywny trend poprawy wyników został zniweczony przez brak aury zimowej i gorszą sprzedaż pod koniec roku. Tylko w grudniu 2015 roku Spółka osiągnęła o 9,2% mniejsze przychody r/r (głównie ze względu na słabą sprzedaż produktów zimowych), co znacząco zmniejszyło marżę wypracowaną w sklepach.

Reasumując: Głównym powodem odnotowania straty finansowej w 2015 roku była słabsza sprzedaż asortymentu zimowego w styczniu, lutym i grudniu, skutkująca wyprzedają sezonowych towarów, która w konsekwencji doprowadziła do wypracowania mniejszej o 1,8 % marży na sprzedaży w ujęciu r/r. Jednocześnie przeprowadzona w styczniu, lutym i grudniu 2015 roku wyprzedaż asortymentu zimowego na dzień 31.12.2015 r. znacząco obniżyła stan zapasów w ujęciu r/r .

## **6.6 Stanowisko zarządu odnośnie do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok, w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie okresowym w stosunku do wyników prognozowanych.**

Spółka nie publikowała prognozy finansowej na rok 2015.

## **6.7 Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania spółką.**

W roku 2015 nie zaszły zmiany w podstawowych zasadach zarządzania spółką.

## **7. OPIS ORGANIZACJI I JEJ OTOCZENIA BRANŻOWEGO.**

INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się w Polsce rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Wg stanu na dzień 31.12.2015 roku Spółka posiadała 37 salonów zlokalizowanych w 24 największych miastach Polski o łącznej powierzchni sprzedaży wynoszące 33 821 m<sup>2</sup>.

### **7.1 Powiązania organizacyjne lub kapitałowe emitenta z innymi podmiotami.**

Dzięki podpisaniu w dniu 27 października 2005 roku Umowy Licencyjnej z INTERSPORT Deutschland eG (IDE), działającej w imieniu właściciela znaków, tj. INTERSPORT International Corporation (IIC), Spółka INTERSPORT Polska S.A. stała się wyłącznym w Polsce partnerem biznesowym Grupy INTERSPORT. W konsekwencji nawiązania tej współpracy, od sierpnia 2006 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. jest członkiem spółdzielni prawa niemieckiego.

Zgodnie z podpisaną przez INTERSPORT Polska S.A. w dniu 27 października 2005 roku Umową Inwestycyjną, spółka Intercontact Beteiligungsgesellschaft mbH - dawniej: Intercontact Werbeagentur GmbH (ITC), posiada 1.666.666 akcji imiennych uprzywilejowanych co do głosu (Akcje serii C1) 1.166.668 akcji zwykłych na okaziciela (Akcje serii C2), 650.000 akcji na okaziciela (Akcje serii E), stanowiących 25% kapitału zakładowego i dających - po konwersji 100.000 szt. akcji imiennych zgodnie z Uchwałą Zarządu z dnia 27.07.2015 roku - prawo do 25,12% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy INTERSPORT Polska S.A.. Spółka ITC jest spółką córką INTERSPORT Deutschland eG (sublicencjonodawcy).

### **7.2 Grupa INTERSPORT na świecie:**

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych. W 2015 roku roczna sprzedaż prowadzona w ponad 5 400 sklepów zrzeszonych pod szyldem INTERSPORT, przekroczyła 11.03 mld € łącznie z podatkiem VAT.

Grupa INTERSPORT zrzesza podmioty, które: (1) prowadzą samodzielną działalność gospodarczą, (2) mają prawo do posługiwania się znakiem towarowym INTERSPORT i handlowania markami własnymi INTERSPORT, (3) dokonują wspólnych zakupów,

(4) korzystają ze wspólnego modelu działalności gospodarczej, ujętego w formie ujednoliconych międzynarodowo standardów.

W grudniu 2012 roku Grupa INTERSPORT przejęła specjalizującą się w sprzedaży obuwia sportowego sieć „The Athlete’s Foot”, posiadającą około 460 sklepów w 23 krajach, której obroty w 2015 roku sięgnęły 307 mln €.

Grupa INTERSPORT jest obecnie reprezentowana w 66 krajach na pięciu kontynentach. Po Europie, Kanadzie, Bliskim Wschodzie, Azji i Australii, nadszedł czas na Amerykę Południową. Do 2020 roku w Chile planowane jest uruchomienie ponad 40 sklepów pod szyldem INTERSPORT.

### 7.3 Opis prowadzonej przez Spółkę działalności.

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki INTERSPORT Polska S.A. jest handel detaliczny artykułami sportowymi w specjalistycznych sklepach sportowych o powierzchni około 1000 m<sup>2</sup>, zlokalizowanych w prestiżowych centrach handlowych dużych miast Polski.

#### INTERSPORT Polska S.A. prowadzi w salonach szereg działań uzupełniających:

- Sezonowo dostępny jest: (1) serwis rowerowy - oferujący przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymiany elementów składowych roweru, w tym podnoszących komfort użytkowania, (2) serwis tenisowy - oferujący wymianę naciągu oraz naciąganie rakiet na specjalistycznych urządzeniach firm: *Babolat* lub *Pro Spro*, (3) serwis rolkowy, (4) serwis ostrzenia łyżew, (5) profesjonalny serwis narciarski - prowadzony na w pełni zautomatyzowanych i wydajnych maszynach do regeneracji ślizgów firm *Montana* i *Wintersteiger*.
- Stali klienci mają możliwość uczestniczenia w **programie „eKARTA INTERSPORT”**, który oparty jest na systemie bonów wartościowych generowanych podczas zakupów. Dodatkowo, karta stałego klienta upoważnia do udziału w specjalnych promocjach sprzedażowych.
- Spółka prowadzi sprzedaż internetową pod adresem [www.esklep.intersport.pl](http://www.esklep.intersport.pl), co jest szczególnie ważne dla klientów z regionów, gdzie nie ma jeszcze salonów INTERSPORT.
- W wybranych placówkach działa **INTERSPORT RENT**. Klient ma możliwość przed zakupem przetestowania najnowszej kolekcji sprzętu zimowego i tenisowego.
- W celu usprawnienia systemu komunikacyjnego z klientem, Spółka posiada **BIURO OBSŁUGI KIENTA +48 801-500-502**, które ma pomóc m.in. w uzyskaniu szybkiej i fachowej informacji na temat usług, dostępności asortymentu w poszczególnych

salonach, statusie rozpatrzenia reklamacji oraz zasadach działania programu lojalnościowego.

#### 7.4. Liczba placówek (stan na dzień 31.12.2015 roku):

Biura i magazyn centralny Spółki INTERSPORT Polska S.A. o powierzchni 2500 m<sup>2</sup> zlokalizowane są w Cholerzynie 382, gm. Liszki k/Krakowa. Poniżej zamieszczamy listę placówek handlowych sieci INTERSPORT Polska S.A.

1	Kraków	CH Zakopianka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW
2	Bytom	CH Plejada	ul. Dolnośląska 25, 41-923 BYTOM
3	Wrocław	CH Borek	al. Gen. Hallera 52, 50-984 WROCŁAW
4	Bielsko-Biała	CHR Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA
5	Warszawa	Arkadia	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA
6	Poznań	CH M1	ul. Szwajcarska 14, POZNAŃ
7	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE
8	Łódź	CH Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ
9	Gdańsk	CH Madison	ul. Rajska 10, 80-850 GDAŃSK
10	Kraków	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5, 31-154 KRAKÓW
11	Warszawa	Złote Tarasy	ul. Złota 59, 00-819 WARSZAWA
12	Poznań	Stary Browar	ul. Półwiejska 32, 61-888 POZNAŃ
13	Wrocław	Pasaż Grunwaldzki	pl. Grunwaldzki 22, 50-363 WROCŁAW
14	Warszawa	Sadyba Best Mall	ul. Powsińska 31, 02-903 WARSZAWA
15	Gdańsk	Galeria Bałtycka	al. Grunwaldzka 141, 80-264 GDAŃSK
16	Wrocław	Magnolia Park	ul. Legnicka 58, 54 - 203 WROCŁAW
17	Warszawa	Ursynów	ul. Sójki 37, 02-812 WARSZAWA
18	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 POZNAŃ
19	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 BYDGOSZCZ
20	Łódź	przy CH Alma	ul. Kilińskiego 122, 90-013 ŁÓDŹ
21	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 BIAŁYSTOK
22	Poznań	CH King Cross Marcellin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ
23	Gdynia	CH Wzgórze	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA
24	Opole	GH Solaris	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE
25	Częstochowa	Galeria Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 Częstochowa
26	Płock	Galeria Wisła	ul. Wyszogrodzka 144, 09-410 PŁOCK
27	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 ZAKOPANE
28	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM
29	Szczecin	Galeria Kaskada	Al. Niepodległości 36, 70-404 SZCZECIN
30	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW
31	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 GORZÓW Wlkp.
32	Kielce	Galeria Korona	ul. Warszawska 26, 25-312 KIELCE
33	Kraków	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61, 31-154 Kraków
34	Lublin	CH Felicity	Al. Witosa 32, 20-331 Lublin
35	Kalisz	Galeria Amber	ul. Górnośląska 82, 62-800 Kalisz
36	Olsztyn	Galeria Warmińska	ul. Tuwima 26, 10-748 Olsztyn
37	Bydgoszcz	Zielone Arkady	ul. Wojska Polskiego 1, 85-171 Bydgoszcz



## 7.5 Stan i struktura zatrudnienia.

Na dzień 31.12.2015 r. w Spółce było zatrudnionych 499 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 32 osoby niepełnosprawne. Dodatkowo, sieć INTERSPORT Polska S.A. prowadzi stałą współpracę z 54 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonują dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. W strukturze wiekowej pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę dominują osoby w wieku od 26 do 35 roku życia (do 25 lat – 23,25% 26-35 lat – 53,51% 36-45 – 18,24%; 46-50 lat – 2,20%; ponad 50 lat – 2,8%).

Od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 roku Spółka zatrudniła 177 osób (zwolnionych zostało 154 osoby). Wskaźnik rotacji zatrudnienia w 2015 roku wyniósł 0,27.

## 7.6 Koncepcja modelowego sklepu INTERSPORT.

Na bazie bogatego doświadczenia Zarządu Spółki oraz w oparciu o kilkudziesięcioletnie doświadczenie Grupy INTERSPORT została opracowana koncepcja modelowego sklepu sportowego sieci INTERSPORT w Polsce.

**Lokalizacja** – największe centra handlowe w wiodących miastach Polski

**Powierzchnia sklepu** – około 1.000 m<sup>2</sup>, co pozwala na pełne zaprezentowanie szerokiego i głębokiego asortymentu markowych artykułów i odzieży sportowej.

**Ujednolicony wystrój** – wszystkie sklepy mają jednolity wystrój wewnętrzny oraz aranżację witryn. Ekspozycje są zmieniane zgodnie z rytmem pór roku, co przypomina o kolejnym sezonie i związanych z nim formach aktywności ruchowej.

**Ekspozycja towarów** – przemyślane ułożenie towarów w ciągi tematyczne pozwala klientowi na sprawne dokonanie kompleksowych zakupów. Wzdłuż ścieżki prowadzącej klienta przez salon, rozmieszczone są plansze informujące o promocjach i akcjach marketingowych.

**Asortyment** – główną ofertę tworzą najlepsze marki wiodących producentów sportowych, dobrze rozpoznawane przez klientów. Ich uzupełnieniem, na poziomie średniej półki cenowej, są stopniowo wprowadzane marki własne INTERSPORT, które stanowiąc będą do 25% całego asortymentu oferowanego w salonach. Taka polityka towarowa wyróżnia sklepy INTERSPORT na tle konkurencji. Spółka oferuje pełną gamę towarów dla około 40 dyscyplin sportu. W salonach można nabyć towary specjalistyczne i ogólnosportowe.

**Usługi** – Spółka kładzie duży nacisk na fachową obsługę klienta, nie ograniczając się jedynie do sprzedaży. Klient ma możliwość serwisowania zakupionego sprzętu, uczestnictwa w imprezach sportowo-rekreacyjnych oraz testowania najnowszego sprzętu narciarsko-snowboardowego i tenisowego w INTERSPORT RENT.

**Profesjonalny serwis narciarski** – prowadzony jest na w pełni zautomatyzowanych i wydajnych maszynach do regeneracji ślizgów firm *Montana* i *Wintersteiger*. Urządzenia gwarantują szybką i bardzo wysoką jakość usługi. Zainstalowane są w największych salonach INTERSPORT.

**Serwis rowerowy, tenisowy, rolkowy, łyżwowy** – w każdym sklepie w sezonie letnim dostępny jest: (1) serwis rowerowy - oferujący przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymianę elementów składowych roweru, w tym elementów podnoszących komfort użytkowania, (2) serwis tenisowy - oferujący wymianę naciągu oraz naciąganie rakiet na specjalistycznych urządzeniach firm: *Babolat* lub *Pro Spro*, (3) serwis rolkowy, (4) serwis ostrzenia łyżew.

**Systemy logistyczne** – Spółka posiada centralny system informatyczny, który umożliwia szczegółowe raportowanie sprzedaży, nadzorowanie gospodarki magazynowej oraz zautomatyzowanie działań w zakresie poziomów cen i rabatów.

**Systemy bezpieczeństwa** – sklepy posiadają pełny system zabezpieczeń antykradzieżowych, obejmujący: specjalne szafki dla klientów na torby i plecaki, podłączenie alarmowe, bramki elektroniczne, elementy bezpośrednio zabezpieczające towar.

**Kontrola wewnętrzna** – w celu usprawnienia funkcjonowania sklepów, wdrożone są rozbudowane instrukcje działania dla pracowników z podziałem na stanowiska. Kontrolę nad prawidłowym funkcjonowaniem sklepów sprawują poszczególne działy w centrali zgodnie z wyznaczonymi zadaniami.

**System monitoringu przepływu klientów w sklepach** – sklepy są wyposażone w profesjonalne liczniki przy bramkach wejściowych rejestrujące odwiedzających je klientów.

**Promocja i marketing** – Spółka realizuje przemyślany plan działań marketingowych w celu umocnienia wizerunku marki INTERSPORT w Polsce. Dodatkowo organizuje liczne akcje promocyjne wzmacniające sprzedaż z wykorzystaniem różnych środków przekazu.

#### **7.7. Informacje o źródłach zaopatrzenia z określeniem uzależnienia Spółki od dostawców.**

INTERSPORT Polska S.A. współpracuje z ponad 100 dostawcami. W 2015 roku znaczny procent udziału w całości zakupów generowały firmy: (1) Adidas Poland sp. z o.o. (marka Adidas i Reebok) - 19% udziału w całości zakupów, (2) Grupa INTERSPORT - INTERSPORT Deutschland eG z siedzibą w Heilbronn, który jest stroną zawartej przez Spółkę w dniu 24 października 2005 roku umowy sublicencyjnej opisanej szczegółowo w prospekcie emisyjnym INTERSPORT Polska S.A. oraz INTERSPORT Austria G.m.b.H. – łącznie 15% udziału

w całości zakupów (3) NIKE EUROPEAN OPERATIONS NETHERLANDS B.V. (marka Nike) - 11% udziału w całości zakupów.

Dzięki silnej pozycji na rynku artykułów sportowych w Polsce, INTERSPORT Polska S.A. ma możliwość negocjowania korzystnych warunków współpracy z wybranym dostawcą, dokonania zmiany na kontrahenta oferującego korzystniejsze warunki współpracy w obrębie danej grupy towarowej lub wybranie alternatywnego kanału zaopatrzenia w magazynie centralnym Grupy INTERSPORT.

## **7.8 Polityka asortymentowa.**

Większość oferty sieci sklepów INTERSPORT Polska stanowią marki wiodących producentów sportowych na świecie i ich oferty specjalne. Kolekcja wzbogacana jest sezonowo markami uzupełniającymi oraz markami własnymi INTERSPORT.

**MARKI WIODĄCE (alfabetycznie)** – Adidas, Alpina, Arena, Asics, Atomic, Berkner, Buff, Burton, Descente, Everlast, Fischer, Giant, Head, Jack Wolfskin, K2, Merrell, Nike, The North Face, Odlo, Puma, Reebok, Rollerblade, Rontil, Rossignol, Salomon, Speedo, Spokej, Under Armour, Uvex, Volkl.

**OFERTY SPECJALNE wiodących marek** – to modele niedostępne w sprzedaży katalogowej, zaprojektowane na specjalne zamówienie dla Grupy INTERSPORT i dostępne wyłącznie w sklepach tej sieci. INTERSPORT ma obecnie najbogatszy wybór ofert specjalnych marek strategicznych na świecie.

**MARKI UZUPEŁNIAJĄCE (alfabetycznie)** – Abus, Accent, Activita, Aim, Anon, B2, Babolat, Barts, Basis, Bauer, Benlee, Bestway, Bolle, Brunotti, Butterfly, Campagnolo, Camping Gas, Cat, Cep, Citadel, Coleman, Columbia, Contim, Continental, Craft, Cressi, Dalbello, Del Alpi, Deuter, Dunlop, Ecco, Elan, Feba, 4F, Fila, Gabel, Garmin, Garmont, Geobike, Giro, Goggle, Grangers, Gri Sport, Hanna, Hektor, Helly Hansen, Icebreaker, JJW, Keen, Kettler, Killtec, Komperdel, Lange, Leki, Lonsdale, Lowe Alpine, MacTronic, Marmot, Mechanics, Meindl, Mikasa, Mueller, Nikwax, Nordica, Nutrend, Olang, Opl, O'Neill, Only Hot, Oshee, Packlon, Phenix, Polar, Powerblade, Protest, Quiksilver, Raibaru, Reda, Relax, Reusch, Rider, Romet, Roxy, Salewa, Schildkrot, Sea To Summit, Seac Sub, Shimano, Shock, Sidas, Sigma, SMJ, Spalding, Spotlite, Spree, Suunto, Tempish, Topeak, Toro, Trelock, Tusa, Vans, Viking, Vision, Wilson, X-Bionic, Xenofit, x-socks, Ziener, Zulla.

**MARKI WŁASNE „INTERSPORT” (alfabetycznie)** – Genesis, Energetics, Etirel, Firefly McKinley, Nakamura, Pro Touch, Tecno Pro.

## 7.9 Struktura sprzedaży.

W 2015 roku główny udział w obrotach (98,1%) INTERSPORT Polska S.A. miała sprzedaż artykułów sportowych, a pozostałą część przychodów (1,9%) generowały usługi.

W 2015 roku największy procentowy udział w strukturze sprzedaży osiągnęły takie grupy towarów jak: turystyka, team sport, rowery, fitness trening. W porównaniu do ubiegłego roku w grupie asortymentu: fitness trening i obuwiu sportowe odnotowano dwucyfrową dynamikę sprzedaży.

## 7.10 Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Spółki (pomiędzy akcjonariuszami, ubezpieczenia, współpracy).

1. W styczniu 2015 roku została przedłużona ze spółką Atrium Plejada sp z o.o. z siedzibą w Warszawie umowa najmu lokalu o powierzchni 462 m<sup>2</sup> zlokalizowanego w Centrum Handlowym "Atrium Plejada Bytom" w Bytomiu, gdzie od 2001 roku prowadzona jest sprzedaż i serwis artykułów sportowych pod szyldem INTERSPORT. Umowa została przedłużona na czas określony do dnia 29 lutego 2016 roku na podobnych warunkach finansowych.<sup>7</sup>
2. W lutym 2015 roku podpisano ze spółką METRO Properties Sp. z o.o. (dawniej: METRO Group Asset Management sp. z o.o.) aneks nr 3 do umowy najmu lokalu handlowego zlokalizowanego w Centrum Handlowym M1 przy ul. Szwajcarskiej 14 w Poznaniu. Zgodnie z powyższym aneksem, umowa z dnia 17 maja 2005 roku dotycząca wynajmu lokalu o powierzchni 636 m<sup>2</sup>, w którym Spółka prowadzi sprzedaż artykułów sportowych pod szyldem INTERSPORT, została przedłużona do dnia 29 lutego 2016 roku na korzystniejszych warunkach finansowych.<sup>8</sup>
3. W maju 2015 roku zostały przedłużone dwie umowy z Bankiem Zachodnim WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu: 1) umowa kredytowa w rachunku bieżącym - o najwyższej kwocie wykorzystania w wysokości 5.000.000 zł (pięć milionów złotych) została przedłużona na okres kolejnych dwóch lat z przeznaczeniem na finansowanie bieżącej działalności Spółki, 2) umowa o limit na gwarancje bankowe - o najwyższej kwocie wykorzystania 3.000.000 zł (trzech milionów złotych), zgodnie z którą końcowa data okresu wykorzystania limitu została ustalona na dzień 28 maja 2016 roku, natomiast data ostatecznej spłaty została określona na dzień 28 maja 2017 rok. Pozostałe warunki określone w umowach nie odbiegają od powszechnie stosowanych na rynku.<sup>9</sup>
4. W maju 2015 roku zostały przedłużone dwie umowy z DnB Bank Polska S.A. (dawniej DnB NORD Polska S.A.) z siedzibą w Warszawie: 1) umowa kredytowa w rachunku bieżącym -  
o najwyższej kwocie wykorzystania w wysokości 6.000.000 zł (sześć milionów złotych) -

<sup>7</sup> Raport bieżący nr 2 z dnia 12.01.2015 r.

<sup>8</sup> Raport bieżący nr 6 z dnia 11.02.2015 r.

<sup>9</sup> Raport bieżący nr 16 z dnia 27.05.2015 r.

została przedłużona na kolejny okres dwóch lat z przeznaczeniem na finansowanie bieżącej działalności Spółki, 2) umowa o limit na gwarancję - o najwyższej kwocie wykorzystania 350.000 Euro, zgodnie z którą końcowa data okresu wykorzystania limitu została ustalona na dzień 31 sierpnia 2016 roku, natomiast data ostatecznej spłaty została określona na dzień 31 sierpnia 2017 rok. Pozostałe warunki określone w obu umowach nie odbiegają od powszechnie stosowanych na rynku. <sup>10</sup>

5. W lipcu 2015 roku zostały przedłużone dwie umowy najmu:

- Zawarta ze spółką KNS Krakau Neue Stadtmitte G.m.b.H&Co KG Spółka komandytowa (dawniej: Kraków Nowe Miasto Sp. z o.o.) umowa najmu lokalu o powierzchni 869 m<sup>2</sup> zlokalizowanego w Centrum Handlowym "Galeria Krakowska" w Krakowie, gdzie od 2006 roku prowadzona jest sprzedaż i serwis artykułów sportowych pod szyldem INTERSPORT. Umowa została przedłużona na czas określony do dnia 13 września 2026 roku na podobnych warunkach finansowych. <sup>11</sup>
- Zawarta ze spółką Helios SCC spółka z o.o. (obecnego właściciela Centrum Handlowego „Silesia City Center” w Katowicach) umowa najmu lokalu o powierzchni 1027 m<sup>2</sup> zlokalizowanego w Centrum Handlowym „Silesia City Center” w Katowicach, gdzie od 2005 roku prowadzona jest sprzedaż i serwis artykułów sportowych pod szyldem INTERSPORT. Umowa została przedłużona na czas określony do dnia 17 listopada 2025 roku na podobnych warunkach finansowych. <sup>12</sup>

6. W lipcu 2015 roku podpisano ze spółką ECE Projektmanagement Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, reprezentującą spółkę Zielone Arkady Sp. z o.o (dawniej: Centrum Handlowe Polska 6 Sp. z o.o. Sigma spółka komandytowa) umowę najmu nowego lokalu handlowego o powierzchni 758 m<sup>2</sup> zlokalizowanego w CHU „Zielone Arkady” w Bydgoszczy. <sup>13</sup> Nowy salon INTERSPORT uruchomiono 13 listopada 2015 roku.

7. W sierpniu 2015 roku podpisano z Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie aneksy przedłużające umowy współpracy na podstawie których: Umowa o Kredyt w rachunku bieżącym do kwoty 4.900.000,00 PLN została przedłużona do dnia 11 sierpnia 2016 roku; dzień ostatecznej spłaty Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 2.100.000,00 PLN został przedłużony do dnia 12 sierpnia 2016 roku; dzień ostatecznej spłaty Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 1.100.000,00 EUR został przedłużony do dnia 12 sierpnia 2016 roku; przedłużono do dnia 9 listopada 2016 roku datę wygaśnięcia Umowy Współpracy Wstąpienia w prawa Wierzycieli (AliorFaktor) tj. factoringu odwrotnego do kwoty 3.000.000,00 PLN . <sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> Raport bieżący nr 17 z dnia 27.05.2015 r.

<sup>11</sup> Raport bieżący nr 25 z dnia 16.07.2015 r.

<sup>12</sup> Raport bieżący nr 26 z dnia 16.07.2015 r.

<sup>13</sup> Raport bieżący nr 28 z dnia 23.07.2015 r.

<sup>14</sup> Raport bieżący nr 34 z dnia 12.08.2015 r.

8. W dniu 9 września 2015 roku podpisano z GOTHAER Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie umowę generalną określającą warunki oraz zasady ubezpieczenia z tytułu prowadzonej przez Spółkę działalności. Umowa została zawarta na okres 2 lat tj. od 25 września 2015 r. do 24 września 2017 r. i będzie polisowana w okresach rocznych tj. pierwszy rok polisowy od 25.09.2015 do 24.09.2016, drugi rok polisowy od 25.09.2016 do 24.09.2017 na warunkach nie odbiegających od powszechnie stosowanych do tego rodzaju umów. Umowa nie zawiera postanowień dotyczących kar umownych. Zgodnie z umową ogólna suma ubezpieczenia (wartość ubezpieczonego mienia) wraz z podliczonymi limitami na kradzież w zakresie ubezpieczenia mienia od wszystkich ryzyk wynosi: 291.041.981,19 zł zaś ogólna suma ubezpieczenia (wartość ubezpieczonego mienia) sprzętu elektronicznego od wszystkich ryzyk (w tym limity na kradzież do pełnej wysokości sumy ubezpieczenia) wynosi: 1.362.857,33 zł. Podstawowa suma gwarancyjna w ubezpieczeniu odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzonej działalności i posiadanego mienia wynosi 10.000.000,00 zł. W skład zakresu ubezpieczenia objętego umową wchodzi również dodatkowa linia ubezpieczenia: ubezpieczenie maszyn od uszkodzeń. Za kryterium uznania umowy za znaczącą przyjęto łączną wartość (sum ubezpieczenia) umowy generalnej stanowiącą wartość wyższą niż 10% wartości przychodów ze sprzedaży Spółki za okres ostatnich czterech kwartałów obrotowych.<sup>15</sup>

#### **7.11 Dodatkowe wydarzenia w 2015 roku.**

1. Na posiedzeniu w dniu 14 maja 2015 roku Rada Nadzorcza podjęła uchwałę dotyczącą wyboru WL Finanse sp. z o.o z siedzibą w Krakowie, jako podmiotu uprawnionego do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2015 roku.<sup>16</sup>
2. W dniu 16 czerwca 2015 roku Zarząd Spółki udzielił prokury łącznej: Pani Agnieszce Ewie Wagner, Panu Piotrowi Marcinowi Mierzwie oraz Panu Bogusławowi Piotrowi Kalickiemu.<sup>17</sup>
3. W dniu 17 czerwca 2015 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki:
  - zatwierdziło sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2014,
  - udzieliło absolutorium wszystkim członkom Zarządu i Rady Nadzorczej za rok 2014,
  - powołało członków Rady Nadzorczej na nową, pięcioletnią kadencję,<sup>18</sup>
  - zdecydowało uchwałą nr 13 o pokryciu straty netto za rok 2014 w wysokości 2.653.324,79 zł netto z kapitału zapasowego Spółki,
  - zatwierdziło tekst jednolity Statutu Spółki w związku ze zmianą par. 4 pkt.1.

---

<sup>15</sup> Raport bieżący nr 38 z dnia 09.09.2015 r. wraz z korektą z dnia 15.09.2015 r.

<sup>16</sup> Raport bieżący nr 13 z dnia 14.05.2015 r.

<sup>17</sup> Raport bieżący nr 19 z dnia 16.06.2015 r.

<sup>18</sup> Raport bieżący nr 22 z dnia 17.06.2015 r.

4. W dniu 15 lipca 2015 roku Spółka otrzymała zawiadomienie z Sądu Rejonowego dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie Wydział XII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego o rejestracji zmian par.4 pkt.1 Statutu Spółki wprowadzonych przez WZA uchwałą nr 21 z dnia 17 czerwca 2015 r. <sup>19</sup>
5. Na wniosek akcjonariusza spółki Pani Jolanty Danuty Milewskiej, Zarząd INTERSPORT Polska S.A. dokonał w dniu 27 lipca 2015 roku konwersji (zamiany) 100.000 (słownie: sto tysięcy) akcji imiennych uprzywilejowanych na akcje zwykłe na okaziciela. Zmiany praw z ww. papierów wartościowych dokonano na mocy uchwały Zarządu. W wyniku dokonanej konwersji akcji wygasło uprzywilejowanie 100.000 (słownie: sto tysięcy) sztuk akcji będących przedmiotem konwersji, wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. nie uległa zmianie i wynosi 1.393.333,40 zł, natomiast zmianie uległa ogólna liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu INTERSPORT Polska S.A., która po konwersji wynosi 20.500.000 głosów. <sup>20</sup>
6. W dniu 11 sierpnia 2015 roku Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych podjął Uchwałę nr 813/2015 w sprawie dopuszczenia i wprowadzenia do obrotu giełdowego na Głównym Rynku GPW akcji zwykłych na okaziciela serii A spółki INTERSPORT Polska S.A. Do obrotu giełdowego na rynku podstawowym dopuszczonych zostało 100.000 (sto tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A spółki INTERSPORT Polska S.A., o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda. Zarząd Giełdy postanowił wprowadzić z dniem 14 sierpnia 2015 roku, w trybie zwykłym do obrotu giełdowego na rynku podstawowym wyżej wymienione akcje, pod warunkiem dokonania przez KDPW S.A. w dniu 14 sierpnia 2015 r. rejestracji tych akcji i oznaczenia ich kodem "PLINTSP00038". <sup>21</sup>
7. W dniu 16 września 2015 roku na pierwszym posiedzeniu nowego składu, Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A. dokonała wyboru prezydium oraz powołała członków Komitetu Audytu oraz Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji, utworzonych w ramach Rady Nadzorczej Spółki. <sup>22</sup>
8. Na posiedzeniu w dniu 9 grudnia 2015 roku Rada Nadzorcza Spółki wybrała WL FINANSE Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie jako podmiot uprawniony do dokonania badania rocznego sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 stycznia - 31 grudnia 2015 r. <sup>23</sup>

## 7.12 Działania marketingowe.

W 2015 roku Spółka organizowała działania promocyjno – reklamowe zgodne z wewnętrznym planem marketingowym, którego głównym celem było wspieranie sprzedaży. Realizowane kampanie wykorzystywały zarówno techniki komunikacji BTL oraz ATL.

---

<sup>19</sup> Raport bieżący nr 24 z dnia 15.07.2015 r.

<sup>20</sup> Raport bieżący nr 29 z dnia 27.07.2015 r.

<sup>21</sup> Raport bieżący nr 33 z dnia 12.08.2015 r.

<sup>22</sup> Raport bieżący nr 39 z dnia 17.09.2015 r.

<sup>23</sup> Raport bieżący nr 45 z dnia 09.12.2015 r.

W sezonie wiosenno-letnim i jesienno-zimowym, sieć INTERSPORT wspierała marketingowo kluczowe kategorie takie jak: fitness, running, piłka nożna, rowery, turystyka oraz sporty zimowe.

Zgodnie z trendem na rynku, wiosną 2015 roku Spółka kładła nacisk na rozwój kategorii fitness, głównie dedykowanej kobietom. W ramach wsparcia sprzedaży, zmodernizowano strefy FITNESS WOMEN i przeprowadzono wspólnie z marką Reebok kampanię promującą zestaw do fitnessu dla kobiet.

W pierwszej połowie 2015 roku zostały przeprowadzone 3 kampanie produktowe z wiodącymi markami takimi jak: Nike, Asics i Adidas. Każda kampania zawierała aktywację konsumencką dla klientów opartą na mechanizmie „prezent do zakupu” lub „w zestawie taniej”. Spółka brała udział w organizowanych lokalnie biegach rekreacyjnych, półmaratonach, maratonach i triathlonach - głównie w miastach gdzie znajdują się sklepy INTERSPORT. Podczas największego w Polsce Orlen Maratonu w Warszawie, sieć INTERSPORT zorganizowała stoisko sprzedażowe, gdzie miała możliwość kontaktu z rzeszą obecnych i potencjalnych klientów. Komunikacja marketingowa z klientem przeprowadzona była również za pośrednictwem prasy biegowo-sportowej oraz najbardziej znanych portali biegowych takich jak np. maratonypl, bieganie.pl, polskabiega.pl. Dodatkowo zorganizowano kampanię informacyjną „Jak dobrać buty biegowe ?” polegającą na promocji filmu instruktażowego w mediach internetowych.

W związku z rozgrywkami Ligi Europy w Piłce Nożnej, które odbywały się w dniu 27 maja 2015 roku na Stadionie Narodowym w Warszawie, Spółka zorganizowała w swoich warszawskich sklepach oraz na stadionie - stoiska sprzedażowe dla fanów. W dniu meczu uruchomiono na stadionie oraz w Fan Zonie zlokalizowanym na Placu Zamkowym, aż 8 stoisk z 27 stanowiskami kasowymi.

Dzięki bardzo dobrej ofercie handlowej oraz wsparciu marketingowym kategorii „rowery” Spółka odnotowała w sezonie wiosenno-letnim wzrost dynamiki sprzedaży tej grupy asortymentu. W komunikacji z klientem wykorzystywano portale internetowe i prasę branżową. Zorganizowano kampanię informacyjną „Jak dobrać rower?” polegającą na promocji filmu instruktażowego w mediach internetowych, a także wyprodukowano katalog rowerowy Genesis (marki własnej INTERSPORT), który przybliżył klientom bogatą ofertę rowerową tej marki.

INTERSPORT uzyskał tytuł „The Official Sponsor of MEN’s EHF EURO 2016” and „The Official Retailer of MEN’s EHF EURO 2016” i otrzymał prawo do sprzedaży oficjalnych produktów Mistrzostw w swoich sklepach oraz na halach sportowych podczas Mistrzostw rozgrywanych w Polsce od 15-31 stycznia 2016 r.



W związku z powyższym, Spółka już w czerwcu 2015 roku uruchomiła sprzedaż oficjalnych produktów z logiem Mistrzostw Piłki Ręcznej Mężczyzn. Dodatkowo w wybranych sklepach INTERSPORT powstały specjalne strefy MEN's EHF EURO 2016. Sprzedaż prowadzona była również przez Internet za pośrednictwem e-sklepu INTERSPORT.

W drugiej połowie 2015 roku sieć INTERSPORT Polska przeprowadziła 3 kampanie piłkarskie z wiodącymi markami na rynku – z marką Adidas, Nike i Puma. Każda kampania zawierała aktywację konsumencką dla klientów opartą na mechanizmie „prezent do zakupu”. W ramach wsparcia kategorii running/trial running zorganizowano 3 kampanie z markami: Adidas, Asics i Salomon. Dodatkowo zrealizowano dużą kampanię z marką Reebok wspierającą sprzedaż kategorii fitness. W IV kwartale 2015 roku przeprowadzono kampanię informacyjną: „Jak dobrać buty narciarskie?” polegającą na promocji filmu instruktażowego w Internecie i mediach społecznościowych oraz szereg świątecznych promocji wspierających zakup prezentów.

Sieć INTERSPORT Polska organizuje systematycznie szereg działań promocyjnych dedykowanych wyłącznie stałym klientom. Poza przesyłaniem informacji o nowościach oraz promocjach rabatowych i wyprzedażach, przeprowadzone zostały w 2015 roku liczne akcje promocyjne, aktywizujące uczestników programu „eKARTA INTERSPORT” do odwiedzenia sklepów i realizacji zakupów w sieci INTERSPORT.

### **7.13 Nagrody i wyróżnienia.**

W 2015 roku spółka INTERSPORT Polska S.A. otrzymała, jako jedyna sieć sklepów sportowych, tytuł „Gwiazdy Jakości Obsługi”. Wśród Gwiazd znajdują się firmy, które w największym stopniu odpowiadają na potrzeby współczesnego rynku i są najbardziej rekomendowane przez klientów. Nagrodę przyznają sami konsumenci.

## **8. RYNEK SPORTOWY W POLSCE.**

Rynek artykułów sportowych w Polsce systematycznie wzrasta. Jednocześnie, brak wiarygodnych danych, nie daje podstaw do dokładnego określenia jego wartości. Rozwijająca się lokalnie infrastruktura sportowa w Polsce, łatwy dostęp do bogatej oferty sprzętowej, moda na aktywne spędzanie wolnego czasu i prowadzenie zdrowego trybu życia - zachęcają klientów do zmiany przyzwyczajeń oraz systematycznego zwiększania wydatków na sport i rekreację w budżetach domowych. Ze względu na słabą aurę zimową w ostatnich kilku latach, spadło zainteresowanie klientów sportami zimowymi na rzecz kategorii ogólnie sportowych. Spółka jest członkiem największej na świecie grupy zakupowej zrzeszonej pod marką INTERSPORT i posiada dostęp do najlepszych ofert handlowych wiodących producentów. Zwiększa to znacznie jej przewagę konkurencyjną na polskim rynku i wpływa pozytywnie na stałe poszerzanie grona klientów lojalnościowych.

## 9. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI.

W Polsce sprzedaż artykułów sportowych koncentruje się wokół następujących kanałów dystrybucji:

- **sieci sklepów sportowych**, takie jak: Decathlon Polska, Go Sport Polska, Sport Direct, Martes Sport, czyli sieci sportowe oferujące szeroką gamę artykułów sportowych, posiadające kadrę sprzedawców pomocnych w zakresie doboru sprzętu;
- **sklepy monobrandowe**, głównie czołowych marek światowych takich jak: Nike, Adidas, Puma, Reebok czyli, oferujące wyłącznie towar jednej, znanej marki; nastawione na grono stałych klientów przywiązanych do tej marki;
- **stoiska sportowe w hipermarketach**, posiadające - na dużej hali sprzedażowej - niewydzielone stoisko, oferujące sezonowe artykuły do uprawiania popularnych dyscyplin; większość towarów należy do niższego segmentu cenowego; sklepy te nastawione są na mniej wymagającego - klienta masowego;
- **specjalistyczne sklepy sportowe** – rowerowe, outdoorowe, runningowe, snowboardowe, oferujące bardzo specjalistyczny sprzęt z wybranej dziedziny sportu zlokalizowane przeważnie na małej powierzchni.

## 10. ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY.

W 2015 r. sieć INTERSPORT Polska przedłużyła cztery umowy najmu sklepów: w centrum handlowym Atrium Plejada w Bytomiu (462 m<sup>2</sup>), w centrum handlowym M1 w Poznaniu (636 m<sup>2</sup>), w Galerii Krakowskiej w Krakowie (869 m<sup>2</sup>), oraz w Silesii City Center w Katowicach (1027 m<sup>2</sup>). W listopadzie 2015 roku został uruchomiony nowy salon INTERSPORT o powierzchni 758 m<sup>2</sup> zlokalizowany w centrum handlowym Zielone Arkady w Bydgoszczy.<sup>24</sup> Wg stanu na dzień 31.12.2015 roku sieć INTERSPORT Polska liczyła 37 sklepów własnych o łącznej powierzchni sprzedaży 33.821 m<sup>2</sup>, czyli o 2,9% więcej, niż w roku poprzednim (było: 33.063 m<sup>2</sup>).

## 11. POZOSTAŁE INFORMACJE.

### 11.1. Informacje o postępowaniach toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej

Od 27 grudnia 2013 roku toczy się wobec firmy FORDEX S.A. oraz Spółki INTERSPORT Polska S.A. postępowanie antymonopolowe Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawie porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku detalicznej sprzedaży sprzętu i akcesorii narciarskich.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Raport bieżący nr 28 z dnia 23.07.2015 r.

<sup>25</sup> Raport bieżący nr 44 z dnia 02.12.2015 r.

## 11.2 Transakcje z podmiotami powiązаныmi.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. nie zawierała umów z podmiotami powiązаныmi na warunkach odmiennych, niż rynkowe.

## 11.3 Informacje o umowie z biegłym rewidentem.

Rada Nadzorcza wybrała Spółkę WL Finanse sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, jako biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzenia przeglądu półrocznego za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2015 roku oraz do zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 roku. Wybór biegłego rewidenta nastąpił zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi. Umowy zostały zawarte na okres niezbędny do wykonania prac w nich wskazanych.

<b>Wynagrodzenie brutto w tys. zł podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych wypłacone lub należne za:</b>	<b>okres zakończony 31 grudnia 2015 r.</b>	<b>okres zakończony 31 grudnia 2014 r.</b>
Badanie rocznego sprawozdania finansowego	<b>34</b>	<b>34</b>
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego	<b>17</b>	<b>17</b>
Usługi doradztwa podatkowego	<b>0</b>	<b>0</b>
Pozostałe usługi	<b>0</b>	<b>0</b>

Spółka WL Finanse sp. z o.o. jest wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych prowadzoną przez Krajową Izbę Biegłych Rewidentów pod numerem 2773. Spółka INTERSPORT Polska S.A. współpracuje z WL Finanse sp. z o.o. w zakresie audytu sprawozdań finansowych od 2012 roku.

## 11.4 Wskazanie czynników i zdarzeń, które w ocenie Zarządu będą miały wpływ na osiągnięte wyniki w perspektywie 2016 roku.

W 2016 roku istotny wpływ na wyniki Spółki będą miały uwarunkowania polityczno-gospodarcze panujące w kraju, które mogą mieć wpływ na wzrost kursu Euro. Dodatkowo negatywny wpływ na wyniki finansowe może mieć obciążenie Spółki planowanym podatkiem od handlu detalicznego.

Spadek lub wzrost zamożności Polaków może sprzyjać lub hamować rozwój handlu detalicznego. Dodatkowo w branży sportowej, nietypowe warunki pogodowe mogą mieć wpływ na wzrost lub spadek zainteresowania klientów dyscyplinami, których uprawianie zależne jest od warunków atmosferycznych.

\_\_\_\_\_  
Artur Mikołajko – Prezes Zarządu

\_\_\_\_\_  
Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu

Cholerzyn, 17.03.2016 r.