



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU z działalności za I półrocze 2018 r.



INTERSPORT Polska S.A.
Cholerzyn 382, 32-060 LISZKI
NIP: 676-001-65-53

Spis treści

1. OMÓWIENIE WYNIKÓW I PÓŁROCZA

- 1.1 Wybrane dane finansowe
- 1.2 Bilans
 - a) Aktywa
 - b) Pasywa
 - c) Kapitał własny
 - d) Zobowiązania długo- i krótkoterminowe, zmiana instytucji finansowych, analiza zadłużenia.
- 1.3 Przepływy finansowe
 - Analiza płynności finansowej
- 1.4 Rachunek zysków i strat
 - a) Przychody ze sprzedaży
 - b) Koszty
- 1.5 Czynniki i zdarzenia mające istotny wpływ na wyniki z działalności operacyjnej

2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI

- 2.1 Sytuacja finansowa: analiza rentowności
- 2.2 Sytuacja majątkowa: wskaźnik rotacji

3. INWESTYCJE

4. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA

5. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

6. O INTERSPORT Polska S.A.

- 6.1 Struktura organizacyjna
- 6.2 Powiązania organizacyjne i kapitałowe
- 6.3 Grupa INTERSPORT
- 6.4 Działalność podstawowa
- 6.5 Koncepcja sklepu wzorcowego
- 6.6 Działania uzupełniające
- 6.7 Liczba placówek
- 6.8 Stan i struktura zatrudnienia
- 6.9 Organy Spółki
 - Zarząd
 - Rada Nadzorcza
 - Ryzyko konfliktu interesów

7. AKCJE I AKCJONARIAT

- 7.1 Struktura akcjonariatu
- 7.2 Znaczący akcjonariusze
- 7.3 Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji
- 7.4 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące
- 7.5 Opis polityki dywidendy

8. POLITYKA ASORTYMENTOWA

- 8.1 Oferta handlowa
- 8.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia
- 8.3 Charakterystyka sprzedaży: struktura, sezonowość

9. DZIAŁANIA MARKETINGOWE

- 9.1 Wsparcie sprzedaży
- 9.2 Klienci lojalnościowi
- 9.3 Nagrody i wyróżnienia

10. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU

- 10.1 Zmiana roku obrotowego
- 10.2 Nowe produkty i usługi
- 10.3 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej
- 10.4 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w perspektywie roku

11. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE

12. RYZYKA I ZAGROZENIA

- 12.1 Czynniki wewnętrzne
- 12.2 Czynniki zewnętrzne

13. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI

- 13.1 Rynek artykułów sportowych w Polsce
- 13.2 Wpływ sytuacji makroekonomicznej

14. BIEGŁY REWIDENT

15. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU ODNOŚNIE PROGNOZ

16. OBJAŚNIENIA

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.



Nazwa skrócona	INTERSPPL
Rynek notowań	Podstawowy 5 PLUS
Przynależność do sektora branżowego	Handel detaliczny
WWW	www.intersport.pl
NIP	676-001-65-53
REGON	3900187



1. OMÓWIENIE WYNIKÓW I PÓŁROCZA 2018 r.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w I półroczu 2018 roku wypracowała przychody netto ze sprzedaży w wysokości 92.952 tys. zł, czyli o 2,6 % wyższe wobec 90.636 tys. zł osiągniętych w analogicznym okresie 2017 roku. W I półroczu 2018 roku Spółka zanotowała stratę brutto w wysokości 1.106 tys. zł przy stracie brutto na poziomie 3.459 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku. EBIT wyniósł -758 tys. zł, zaś EBITDA kształtowała się na poziomie 2.377 tys. zł.

1.1 WYBRANE DANE FINANSOWE

PODSTAWOWE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.01.2017 do 30.06.2017	od 01.01.2018 do 30.06.2018
Przychody ze sprzedaży ogółem	90 636	92 952
Wynik brutto na sprzedaży	36 532	37 450
Marża brutto na sprzedaży	40,3%	40,3%
Wynik ze sprzedaży	-3 085	-402
Rentowność ze sprzedaży		
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-3 125	-758
Marża EBIT		
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	54	2 377
Marża EBITDA	0,06%	2,6%
Wynik brutto	-3 459	-1 106
Wynik netto	-2 804	-945

WYBRANE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.01.2017 do 30.06.2017	Stan na dzień 31.12.2017	od 01.01.2018 do 30.06.2018
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	90 636	183 934	92 952
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-3 125	-10 230	-758
III. Zysk (strata) brutto	-3 459	-10 971	-1 106
IV. Zysk (strata) netto	-2 804	-8 999	-945
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-13 283	-9 171	-560
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 554	-2 665	-339
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	14 490	12 632	-139
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-347	796	-1 038
IX. Aktywa razem	115 040	122 319	115 214
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	88 330	101 804	95 644
XI. Zobowiązania długoterminowe	3 159	2 786	2 362
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	77 896	91 836	85 386
XIII. Kapitał własny	26 710	20 515	19 570
XIV. Kapitał zakładowy	2 288	2 288	2 288
XV. Liczba akcji (w szt.)	22 880 700	22 880 700	22 880 700
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)	1,17	0,90	0,86
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł)	1,17	0,90	0,86
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na 1 akcję (w zł)	-		

1.2 BILANS

Wartość sumy bilansowej na dzień 30 czerwca 2018 roku wyniosła 115.214 tys.zł i była na podobnym poziomie jak w analogicznym okresie w 2017 roku (było: 115.040 tys.zł).

a) AKTYWA

Wartość aktywów Spółki w I półroczu 2018 roku była na podobnym poziomie jak w I półroczu 2017 roku. Zmniejszenie poziomu aktywów trwałych w I półroczu 2018 roku o 4.264 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku związane jest głównie z umorzeniem środków trwałych. Wyższa wartość aktywów obrotowych wynika przede wszystkim ze zwiększenia stanu zapasów o 6.399 tys. zł tj o 17,5%. Poziom zapasów Spółki jest niższy w porównaniu do stanu na koniec ostatniego roku obrachunkowego o około 7,1 %.

Wyższa wartość zapasów związana jest ze zwiększeniem stanu towaru marek własnych INTERSPORT (ze względu na zmianę modelu zakupowego).

STRUKTURA AKTYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień	stan na dzień	zmiana %
	30.06.2017	30.06.2018	2018/2017
I. Aktywa trwałe	68 379	64 115	-6,2%
1. Wartości niematerialne i prawne	4 146	3 658	-11,8%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	59 271	53 992	-8,9%
3. Inwestycje długoterminowe	813	839	3,2%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	4 149	5 626	35,6%
II. Aktywa obrotowe	46 661	51 099	9,5%
1. Zapasy	36 533	42 932	17,5%
2. Należności krótkoterminowe	6 931	4 228	-39,0%
3. Inwestycje krótkoterminowe	801	988	23,3%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 396	2 951	23,2%
Aktywa razem	115 040	115 214	0,2%

b) PASYWA

Na dzień 30.06.2018 roku wartość kapitałów Spółki była niższa o 7.140 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. Związane jest to odnotowaną stratą za 2017 rok oraz stratą za I półrocze 2018 roku.

Zmniejszony poziom zobowiązań długoterminowych w pozycji kredyty i pożyczki a zarazem podobny poziom tej pozycji w zobowiązaniach krótkoterminowych jest efektem przekwalifikowania części zewnętrznych źródeł finansowania jak i spłat rat kapitałowych.

STRUKTURA PASYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 30.06.2017	stan na dzień 30.06.2018	zmiana % 2018/2017
I. Kapitał własny	26 710	19 570	-26,7%
1. Kapitał zakładowy	2 288	2 288	0,0%
2. Kapitał zapasowy	27 226	18 227	-33,1%
3. Zysk (strata) z lat ubiegłych			
4. Zysk (strata) netto	-2 804	-945	-66,3%
II. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	88 330	95 644	8,3%
1. Rezerwy na zobowiązania	1 283	1 126	-12,2%
2. Zobowiązania długoterminowe	3 159	2 362	-25,2%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	77 896	85 386	9,6%
4. Rozliczenia międzyokresowe*	5 992	6 770	13,0%
Pasywa razem	115 040	115 214	0,2%

*Rozliczenia międzyokresowe (wykazywane po stronie pasywów) Spółki związane są z rozliczeniem otrzymanej w 2009 r. dotacji w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (Działanie 4.4. Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym) w ramach projektu "Wdrożenie innowacyjnej technologii EPC/RFID w Logistycznym Centrum Nowej Generacji" INTERSPORT Polska S.A..

c) KAPITAŁ WŁASNY

Na dzień 30 czerwca 2018 r. kapitał własny Spółki wyniósł 19.570 tys. zł i składał się z kapitału zakładowego w wysokości 2.288 tys. zł, kapitału zapasowego w wysokości 18.227 tys. zł, oraz straty netto w kwocie 945 tys. zł.

KAPITAŁ PODSTAWOWY

Zgodnie z art. 308 § 1 Ksh kapitał zakładowy spółki akcyjnej powinien wynosić co najmniej 100 tys. zł. Kapitał zakładowy INTERSPORT Polska S.A. wynosi 2.288.070 zł i dzieli się na 22.880.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

KAPITAŁ ZAPASOWY

Zgodnie z art. 396 § 1 Ksh, spółka akcyjna zobligowana jest do przeznaczania 8% corocznego zysku na kapitał zapasowy, który winien być przeznaczony na pokrycie ewentualnych strat, dopóki kapitał zapasowy nie będzie stanowił co najmniej równowartości jednej trzeciej kapitału zakładowego. Na dzień 30.06.2017 r. kapitał zapasowy wynosił 27.226 tys. zł.

ISTOTNE ZMIANY

W I półroczu 2018 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. spadł o 26,7% w stosunku do stanu na dzień 30.06.2017 roku. Zgodnie z uchwałą nr 16 podjętą w dniu 20 czerwca 2018 roku przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, strata netto w wysokości 8.998.743,64 zł netto odnotowana w 2017 roku została pokryta z kapitału zapasowego Spółki.

d) ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 30.06.2018 r. łączna wartość zobowiązań Spółki wynosiła 87.748 tys. zł, z czego 2.362 tys. zł stanowiły zobowiązania długoterminowe, a 85.386 tys. zł stanowiły zobowiązania krótkoterminowe. W okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2018 roku

wartość zobowiązań Spółki uległa zmniejszeniu o 6.874 tys. zł, tj. o 7,8% w stosunku do stanu na koniec 2017 roku. Znaczny udział w łącznych zobowiązaniach Spółki wobec pozostałych jednostek, stanowią zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców, które zmalały z poziomu 74.813 tys. zł na koniec 2017 r. do poziomu 68.312 tys. zł na dzień 30.06.2018 r.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 30.06.2018 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

Zobowiązania długoterminowe (stan na dzień 30.06.2018 r.)

Tabela: Zobowiązania długoterminowe Spółki z tytułu kredytów i pożyczek (w tys. zł)

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
RAIFFEISEN BANK POLSKA SA	4 000	2 333	2022-05-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny

Tabela: Łączne zobowiązania długoterminowe Spółki (w tys. zł)

Łączne zobowiązania długoterminowe	31.12.2017 r.	30.06.2018 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	2 733	2 333
Zobowiązania długoterminowe z tyt. leasingu	53	29
Razem	2 786	2 362

Stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30 czerwca 2018 roku zmniejszył się o 25,2% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku – zmniejszenie wynikało z przekwalifikowania części kredytów długoterminowych na krótkoterminowe oraz spłaty rat kapitałowych.

Zobowiązania krótkoterminowe (stan na dzień 30.06.2018 r)

Tabela: Zobowiązania krótkoterminowe Spółki z tytułu kredytów i pożyczek (w tys. zł)

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
ALIOR BANK SA	4 233	2019-06-12	Zastaw rejestrowy na zapasach i środkach trwałych; przelew wierzytelności; pełnomocnictwo do rachunku; hipoteka umowna na nieruchomości	Kredyt w rachunku bieżącym
RAIFFEISEN BANK POLSKA SA	800	2022-05-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
RAIFFEISEN BANK POLSKA SA	2 916	2019-09-20	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku; przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym
BANK ZACHODNI WBK SA	3 336	2018-09-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
BANK ZACHODNI WBK SA	459	2018-09-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt w rachunku bieżącym

Tabela: Łączne zobowiązania krótkoterminowe Spółki (w tys. zł)

Łączne zobowiązania krótkoterminowe	31.12.2017 r.	30.06.2018 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	11 156	11 744
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. leasngu	52	49
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	80 628	73 593
Razem	91 836	85 386

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30.06.2018 r. wyniósł 11.744 tys. zł i zwiększył się o 5,3% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.

Gwarancje bankowe udzielone INTERSPORT Polaka S.A. dotyczą kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 30 czerwca 2018 roku

gwarancje zabezpieczyły beneficjentów na łączną kwotę: 3.893 tys. zł i 1.115 tys. euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

Analiza zadłużenia – APM¹

Tabela: Wskaźniki zadłużenia Spółki (w %)

Wskaźniki zadłużenia:	Formuła	31.12.2017	30.06.2018
		r.	r.
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem / Pasywa razem	83,2%	83,0%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Zobowiązania długoterminowe / Pasywa razem	2,3%	2,0%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Zobowiązania krótkoterminowe / Pasywa razem	75,1%	74,1%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitał własny	496,2%	488,7%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	Kapitał własny ogółem / Aktywa razem	16,8%	17,0%

1.3 PRZEPŁYWY FINANSOWE (w tys. zł)

	od 01.01.2017 do 30.06.2017	od 01.01.2018 do 30.06.2018
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	-13 283	-560
Zysk (strata) netto	-2 804	-945
Amortyzacja	3 179	3 135
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	38	-118
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	313	301
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	586	-19
Zmiana stanu rezerw	204	122
Zmiana stanu zapasów	5 643	3 300
Zmiana stanu należności	-20	2 277
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-17 532	-7 241
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	-2 285	-1 372
Inne	-605	-
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 554	-339
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	14 490	-139
Przepływy pieniężne razem	-347	-1 038

W okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2018 r. stan środków pieniężnych uległ zmniejszeniu z 1.944 tys. zł (na koniec 2017 r.) do 906 tys. zł w I półroczu 2018 r.:

¹ Zasady wyliczenia oraz uzasadnienie zastosowania przez Spółkę wskaźników zadłużenia jako „APM”, zostały opisane na końcu sprawozdania w „Objaśnieniach”.

- **działalność operacyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości minus 560 tys. zł. Strata netto, która wyniosła 945 zł, została skorygowana (in plus) o 385 tys. zł. Najistotniejsze korekty wynikały z amortyzacji (plus 3.135 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zapasów (3.300 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zobowiązań krótkoterminowych wobec dostawców (7.241 tys. zł);
- **działalność inwestycyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 339tys. zł (głównie były to wydatki poniesione w związku z pracami odtworzeniowymi istniejących sklepów INTERSPORT Polska S.A.);
- **działalność finansowa** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w łącznej wysokości 139 tys. zł –wydatki dotyczyły głównie spłaty zobowiązań finansowych oraz kosztów obsługi zadłużenia.

Analiza płynności finansowej – APM²

Wskaźniki płynności bieżącej oraz szybkiej Spółki kształtowały się na poziomach jak poniżej.

Tabela: Wskaźniki płynności Spółki

Wskaźniki płynności	Formuła	31.12.2017 r.	30.06.2018 r.
Wskaźnik płynności bieżącej	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe	0,6	0,6
Wskaźnik płynności szybkiej	(Aktywa obrotowe – Zapasy) / Zobowiązania krótkoterminowe	0,1	0,1

1.4 RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT (dane w tys. zł)

	od 01.01.2017 do 30.06.2017	od 01.01.2018 do 30.06.2018	zmiana % 2018/2017
I. Przychody netto ogółem	90 636	92 952	2,6%
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	54 104	55 502	2,6%
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	36 532	37 450	2,5%
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	39 617	37 852	-4,5%
VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	-3 085	-402	-87,0%
VII. Pozostałe przychody operacyjne	1 110	537	-51,6%
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	1 150	893	-22,3%
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-3 125	-758	-75,7%
X. Przychody finansowe	249	155	-37,8%
XI. Koszty finansowe	583	503	-13,7%

² Zasady wyliczania oraz uzasadnienie zastosowania przez Spółkę wskaźników płynności jako „APM”, przedstawiono w „OBJAŚNIENIACH” na końcu sprawozdania.

XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-3 459	-1 106	-68,0%
XIII. Zysk (strata) brutto	-3 459	-1 106	-68,0%
XIV. Podatek dochodowy	-655	-161	-75,4%
XV. Zysk (strata) netto	-2 804	-945	-66,3%

PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY

Spółka INTERSPORT Polska SA w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2018 roku odnotowała łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 92.952 tys. zł czyli o 2,6% wyższe w porównaniu do łącznych obrotów w I półroczu 2017 roku (było: 90.636 tys. zł) pomimo zmniejszenia ilości dni handlowych w stosunku do analogicznego okresu poprzedniego roku w związku z wprowadzeniem wolnych od handlu niedziel.

Tabela: Porównanie miesięcznych przychodów netto ze sprzedaży (w tys. zł)

Przychody netto ze sprzedaży	2017	2018	zmiana % 2018/2017
I kwartał	48 331	48 468	0.3%
II kwartał	42 305	44 484	5.2%
Razem	90 636	92 952	2,6%

Główne przyczyny zmian w przychodach netto Spółki w I półroczu 2018 r. to:

- wyższy stan zapasów oferowanych towarów – zwłaszcza marek własnych, co wpłynęło na efektywność sprzedaży w sieci handlowej INTERSPORT Polska S.A. (stan zapasów na koniec I półrocza 2018 r. był wyższy o 6.399 tys. zł w porównaniu do stanu na koniec I półrocza 2017 r.),

KOSZTY (w tys. zł)	od 01.01.2017 do 30.06.2017	od 01.01.2018 do 30.06.2018	zmiana % 2017/2016
Amortyzacja	3 179	3 135	-1,4%
Zużycie materiałów i energii	1 869	1 596	-14,6%
Usługi obce	21 353	19 799	-7,3%
Podatki i opłaty	1 220	1 272	4,3%
Wynagrodzenia	9 023	8 827	-2,2%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	1 897	1 765	-7,0%
Pozostałe koszty rodzajowe	1 076	1 458	35,5%
Koszty razem	39 617	37 852	-4,5%

W związku ze zmniejszeniem powierzchni handlowej, zamknięciem sklepów oraz podjęciem działań zwiększających efektywność prowadzonej działalności, poziom kosztów działalności operacyjnej w I połowie 2018 r. jest niższy w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o około 4,5 %.

1.5 CZYNNIKI I ZDARZENIA MAJĄCE ISTOTNY WPŁYW NA WYNIKI Z DZIAŁAŁNOŚCI OPERACYJNEJ

Tabela: Zestawienie analityczne wyniku operacyjnego Spółki (w tys. zł)

Wynik operacyjny	01.01.2017 30.06.2017	01.01.2018 30.06.2018
Przychody ze sprzedaży, w tym:	90 636	92 952
przychody ze sprzedaży produktów	1 362	1 391
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	89 274	91 561
Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów	54 104	55 502
Zysk brutto ze sprzedaży	36 532	37 450
koszty sprzedaży	36 105	34 457
koszty ogólnego zarządu	3 512	3 395
Zysk ze sprzedaży	-3 085	-402
pozostałe przychody operacyjne	1 110	537
pozostałe koszty operacyjne	1 150	893
Wynik na działalności operacyjnej	-3 125	-758

Kluczowy wpływ na poziom wyniku operacyjnego Spółki ma poziom zysku osiąganego ze sprzedaży towarów i materiałów. Zysk brutto ze sprzedaży w I półroczu 2018 r. uległ podwyższeniu do poziomu 37.450 tys. zł w porównaniu do 36.532 tys. zł w I półroczu 2017 r. Na poziom zysku na sprzedaży towarów i materiałów osiągniętego w I półroczu 2018 r. decydujący wpływ miały wyższe przychody ze sprzedaży towarów i materiałów (2.287 tys. zł więcej w I półroczu 2018 r.)

Koszty sprzedaży (przede wszystkim koszty sieci detalicznej oraz logistyki i magazynu Spółki) w I półroczu 2018 r. uległy obniżeniu w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego z 36.105 tys. zł do 34.457 tys. zł. Obniżenie wartości tej pozycji kosztów było wynikiem zamknięcia dwóch sklepów w I kwartale 2017 r.

Koszty ogólnego zarządu w I półroczu 2018 r. zmniejszyły się w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego z 3.512 tys. zł do 3.395 tys. zł.

Pozostałe przychody operacyjne związane są między innymi z księgowym rozliczaniem otrzymanej w 2009 r. dotacji ze środków pomocowych UE.

W I półroczu 2018 roku obniżono koszty działalności operacyjnej o 4,5% tj. o 1.765 tys. mniej r/r.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł minus 758 tys. zł i był wyższy w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego kiedy to wyniósł minus 3.125 tys. zł.

Zdaniem Zarządu Spółki, poza wymienionymi wyżej czynnikami, nie wystąpiły inne, istotne zdarzenia o nietypowym charakterze mające wpływ na wyniki finansowe Spółki.

2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI

2.1 SYTUACJA FINANSOWA

Spółka wprowadza „Alternatywny Pomiar Wyników” („APM”), który oznacza pomiar finansowy historycznej efektywności finansowej INTERSPORT Polska S.A., inny niż określony w mających zastosowanie ramach sprawozdawczości finansowej. Spółka wprowadza APM w ramach podstawowego wskaźnika w okresie historycznych i śródrocznych informacji finansowych, tj.:

- *EBITDA = Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację (obydwie pozycje pochodzą z rachunku zysków i strat).*

Tabela: APM - Alternatywny Pomiar Wyników - EBITDA (w tys. zł)

APM - Alternatywny Pomiar Wyników	01.01.2017	2017	01.01.2018
	30.06.2017		30.06.2018
EBITDA = (Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację)	54	-3 887	2 377

W opinii Zarządu zastosowany wskaźnik umożliwi uczestnikom rynku kapitałowego uzyskać pełniejszy obraz wyceny Spółki. Wielkości wynikające z zastosowanego wskaźnika bezpośrednio wynikają z rocznych i śródrocznych sprawozdań finansowych Spółki.

ANALIZA RENTOWNOŚCI³ - APM

Tabela: Analiza rentowności działalności Spółki (w %)

Wskaźniki rentowności	Formuła	01.01.2017 30.06.2017	2017	01.01.2018 30.06.2018
Marża brutto ze sprzedaży towarów	Zysk / Strata brutto ze sprzedaży towarów / przychody ze sprzedaży towarów	39,4%	36,7%	39,4%
Rentowność ze sprzedaży	Zysk / Strata ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-3,4%	-5,2%	-0,4%
Rentowność EBIT	Zysk / Strata z działalności operacyjnej / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-3,4%	-5,6%	-0,8%
Rentowność netto	Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-3,1%	-4,9%	-1,0%
Rentowność aktywów ROA**	Zysk / Strata netto / aktywa na koniec okresu	-2,4%	-7,4%	-0,8%

³ Zasady wyliczenia oraz uzasadnienie zastosowania przez Spółkę wskaźników rentowności jako „APM” przedstawiono w „OBJAŚNIENIACH” na końcu sprawozdania.

Rentowność kapitałów własnych ROE**	Zysk / Strata netto / kapitał własny na koniec okresu	-10,5%	-43,9%	-4,8%
-------------------------------------	---	--------	--------	-------

W I półroczu 2018 r. Spółka odnotowała marżę brutto ze sprzedaży na tym samym poziomie co w I półroczu 2017 r. czyli 39,4%.

W I półroczu 2018 r. rentowność ze sprzedaży Spółki wyniosła minus 0,4% w porównaniu do minus 3,4% w analogicznym okresie roku poprzedniego.

Wskaźniki ROE oraz ROA w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2018 roku kształtowały się na ujemnym poziomie odpowiednio od minus 0,8% do minus 2,4% (ROA) oraz od minus 4,8% do minus 10,5% (ROE). Niskie wskaźniki w tym zakresie były wynikiem ponoszenia znaczących strat netto w poprzednich latach.

2.2 SYTUACJA MAJĄTKOWA

WSKAŹNIK ROTACJI⁴ - APM

Tabela: Wskaźniki rotacji elementów kapitału obrotowego Spółki (w dniach)

Cykl rotacji	Formuła	stan na dzień 31.12.2017	*stan na dzień 30.06.2018
Cykl rotacji zapasów	Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	91,7	83,1
Cykl rotacji należności krótkoterminowych	Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	12,9	8,2
Cykl rotacji zobowiązań bieżących	Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	160,1	142,6

*/ Wskaźniki na 30.06.2018 r zostały obliczone dla liczby dni równej 180, pozostałe dla liczby dni równej 365

Wskaźnik rotacji zapasów uległ skróceniu z 91,7 dni na koniec 2017 r. do 83,1 dni na koniec I półrocza 2018 r. Skrócenie wskaźnika rotacji zapasów związane było ze zwiększeniem wartości zapasów, przy jednoczesnym zwiększeniu wartości przychodów ze sprzedaży. Wskaźnik rotacji należności uległ skróceniu z 12,9 dni na koniec 2017 r. do 8,2 dni na koniec I półrocza 2018 r. Cykl rotacji zobowiązań bieżących na koniec czerwca 2018 r. uległ skróceniu do 142,6 dni.

3. INWESTYCJE

W I połowie 2018 r. Spółka poniosła niewielkie wydatki dotyczące nakładów odtworzeniowych w wysokości 530 tys. zł.

Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych

W drugiej połowie 2018 roku Spółka nie planuje dodatkowych inwestycji poza bieżącą działalnością.

⁴ Zasady wyliczania oraz uzasadnienie zastosowania przez Spółkę wskaźników rotacji jako „APM”, przedstawiono w „OBJAŚNIENIACH” na końcu sprawozdania.

4. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA

W ocenie Zarządu INTERSPORT Polska S.A. („Spółka”) od 1 stycznia do 30 czerwca 2018 roku w Spółce nie zaszły istotne wydarzenia poza tym, iż:

- (1) Od stycznia 2018 roku Spółka zmodyfikowała swoją dotychczasową politykę informacyjną i zaprzestała publikowania miesięcznych raportów sprzedaży. Od 2018 roku podstawowym interwałem sporządzania oraz publikacji raportów bieżących odnoszących się do cyklicznych wyników sprzedaży jest okres kwartalny ([szczegóły: raport bieżący nr 2/2018](#)).
- (2) W dniu 15 marca br. Zarząd Spółki poinformował o podpisaniu ze spółką CENTRALNA 3 Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie umowy najmu lokalu handlowego, na skutek czego od IV kwartału 2019 roku powierzchnia sieci INTERSPORT Polska zostanie powiększona o nowy sklep outletowy Spółki o powierzchni około 412 m², który zlokalizowany będzie w nowopowstającym centrum outletowym w Krakowie przy ul. Nowohuckiej ([szczegóły: raport bieżący nr 5/2018](#)).
- (3) W dniu 22 marca br. z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki zrezygnował p. Mathias Boenke zasiadający również w Komisji Wynagrodzeń i Nominacji działającej w ramach Rady Nadzorczej ([szczegóły: raport bieżący nr 6/2018](#)).
- (4) W dniu 28 marca br. Zarząd powziął informację o podpisaniu ze spółką SILESIA OUTLET Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umowy najmu lokalu handlowego, na skutek czego w I połowie 2019 roku powierzchnia sieci INTERSPORT Polska zostanie powiększona o nowy sklep outletowy Spółki o powierzchni około 398 m², który zlokalizowany będzie w nowopowstającym centrum outletowym w Gliwicach przy ul. Rybnickiej ([szczegóły: raport bieżący nr 7/2018](#)).
- (5) W dniu 17 kwietnia br. Spółka otrzymała informację, iż Bank Zachodni WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu podpisał aneksy do umów kredytowych, które zostały opisane w raporcie bieżącym nr 19 z dnia 29 maja 2013 roku, raporcie bieżącym nr 16 z dnia 27 maja 2015 roku oraz w raporcie bieżącym nr 47 z dnia 29 maja 2017 roku. Umowa o kredyt w rachunku bieżącym do kwoty 500.000 PLN (pięćset tysięcy złotych) została przedłużona do dnia 30.09.2018 r., zaś dzień spłaty Umowy o kredyt inwestycyjny został przedłużony do dnia 30.09.2018 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 10/2018](#)).
- (6) W dniu 27 kwietnia 2018 roku Pani Dorota Radwańska zawiadomiła Spółkę o zmniejszeniu udziału w ogólnej liczbie głosów, wynikającej z zawartych w dniu 23 kwietnia 2018 roku transakcji ([szczegóły: raport bieżący nr 11/2018](#)).
- (7) W dniu 21 maja br. Rada Nadzorcza Spółki podjęła uchwałę dotyczącą wyboru firmy AMZ sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, jako podmiotu uprawnionego do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i do zbadania sprawozdania

finansowego Spółki za okres od 1 stycznia 2018 roku do 31 marca 2019 roku oraz do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i do zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2019 roku do 31 marca 2020 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 12/2018](#)).

- (8) W dniu 5 czerwca br. Raiffeisen Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie przedłużył przedłużył podpisaną ze Spółką umowę o limit wierzytelności, która została opisana w raporcie bieżącym nr 32 z dnia 28 kwietnia 2017 r. Dniem ostatecznej spłaty limitu umowy o limit wierzytelności w wysokości 6.000.000 (słownie: sześć milionów złotych) jest 20 września 2019 roku. ([szczegóły: raport bieżący nr 15/2018](#)).
- (9) W dniu 12 czerwca br. Zarząd otrzymał informację o podpisaniu przez Alior Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie aneksów do umów, zgodnie z którymi:
- umowa o kredyt w rachunku bieżącym w wysokości 4.250.000 PLN została przedłużona do dnia 12 czerwca 2019 roku;
 - ostatni dzień okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 4.100.000 PLN to 12 czerwca 2019 r.; dniem ostatecznej spłaty jest 12 czerwca 2020 r.;
 - ostatni dzień okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 1.200.000 EUR to 12 czerwca 2019 r.; dniem ostatecznej spłaty jest 12 czerwca 2020 r.
 - Umowa Współpracy Wstąpienie w Prawa Wierzycieli (Faktoring Odwrotny) do kwoty 3.000.000 PLN, której ostatni dzień okresu wykorzystania przypada na 12 marca 2020 roku, zaś ostateczny termin spłaty to 10 czerwca 2020 roku. ([szczegóły: raport bieżący nr 16/2018](#)).
- (10) W dniu 20 czerwca br. odbyło się Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, które:
- zatwierdziło sprawozdanie Zarządu z działalności oraz sprawozdanie finansowe Spółki za rok obrotowy 2017;
 - udzieliło absolutorium członkom Zarządu oraz członkom Rady Nadzorczej z wykonania obowiązków w roku 2017;
 - uchwaliło, że strata netto Spółki za 2017 rok w wysokości 8.998.743,64 zł netto zostanie pokryta z kapitału zapasowego Spółki
 - powołało nowego członka Rady Nadzorczej Spółki - pana Krzysztofa Schillę ([szczegóły: raport bieżący nr 18/2018](#)).

dotatkowo po dniu, na który sporządzono półroczne sprawozdanie finansowe (tj. po 30 czerwca 2018 r.) -

- pod koniec lipca 2018 roku Spółka w wyniku wygaśnięcia umów najmu zamknęła dwa sklepy: lokal o powierzchni 665 m² lokalizowany w centrum handlowym „Galeria Wisła” przy ul. Wyszogrodzkiej 144 w Płocku ([szczegóły: raport bieżący nr 20/2018](#)), oraz lokal o powierzchni 908 m² zlokalizowany w Warszawie ul. Sójki 4, przy centrum handlowym „Ursynów” ([szczegóły: raport bieżący nr 22/2018](#));

- W dniu 30 sierpnia 2018 roku odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które podjęło Uchwałę nr 4 w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję nowych akcji serii G, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy w całości prawa poboru wszystkich akcji serii G oraz zaoferowania tych akcji w drodze subskrypcji prywatnej, dematerializacji i zawarcia z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych S.A. umów o rejestrację akcji serii G i praw do akcji serii G w depozycie papierów wartościowych oraz ubiegania się o dopuszczenie praw do akcji serii G oraz akcji serii G do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. (szczegóły: raport bieżący nr

5. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

INTERSPORT Polska S.A. (Spółka) nie posiada jednostek powiązanych w rozumieniu definicji jednostki powiązanej wynikającej z przepisów Ustawy o Rachunkowości z dnia 29 września 1994 r. (wraz z późn. zmianami).

Spółka INTERSPORT Polska S.A. nie zawierała umów z podmiotami powiązanyymi na warunkach innych niż rynkowe, w rozumieniu definicji podmiotu powiązanego wynikającej z międzynarodowych standardów rachunkowości przyjętych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 lipca 2002 r. w sprawie stosowania międzynarodowych standardów rachunkowości (Dz. Urz. WE L 243 z 11.09.2002, str. 1, z późn. zm.6) – Dz. Urz. UE Polskie wydanie specjalne rozdz. 13, t. 29, str. 609, z późn. zm.).

6. O INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba:	Cholierzyn
Forma prawna:	Spółka akcyjna
Przepisy prawa, na podstawie których i zgodnie z którymi działa Spółka:	INTERSPORT Polska S.A. została utworzona na podstawie przepisów Kodeksu handlowego i działa zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych. Spółka jako spółka publiczna działa również w oparciu o regulacje określające funkcjonowanie rynku kapitałowego.
Kraj:	Polska
Adres:	Cholierzyn 382, 32-060 Cholierzyn
Telefon:	(+48) 124448100, 124448103
Poczta elektroniczna:	biuro@intersport.pl
Strona internetowa:	www.intersport.pl

INTERSPORT Polska S.A. została wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000216182. Spółce nadano numer identyfikacyjny NIP: 6760016553. Spółka posiada numer identyfikacyjny REGON: 003900187.

6.1. Struktura organizacyjna

INTERSPORT Polska S.A. nie tworzy grupy kapitałowej, w której byłaby podmiotem dominującym jak również nie należy do grupy kapitałowej, w której byłaby podmiotem zależnym. Spółka nie jest bezpośrednio lub pośrednio podmiotem posiadającym lub kontrolowanym.

6.2. Powiązania organizacyjne i kapitałowe

UMOWA LICENCYJNA

Dzięki podpisaniu w dniu 9 marca 2017 roku Umów z INTERSPORT International Corporation (IIC), Spółka INTERSPORT Polska S.A. jest wyłącznym w Polsce partnerem biznesowym Grupy INTERSPORT. Na podstawie zawartych Umów z IIC, INTERSPORT Polska S.A., jako licencjodawca, uzyskał bezpośrednio od IIC: (i) wyłączne prawo do używania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, chronionego znaku towarowego INTERSPORT na usługi i produkty, na które zarejestrowany został ten znak towarowy; (ii) wyłączność na importowanie, promowanie, rozpowszechnianie, reklamowanie oraz sprzedawanie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oferowanych i produkowanych przez IIC towarów i usług oznaczonych innymi zarejestrowanymi na rzecz IIC znakami towarowymi, tzw. markami własnymi INTERSPORT; (iii) wyłączne prawo do rozwijania sieci własnych sklepów sportowych, jak również sieci franczyzowej, pod znakiem INTERSPORT; (iv) prawo do nabywania towarów oznaczonych markami własnymi INTERSPORT bezpośrednio od ich producentów przy pośrednictwie agenta, jakim jest IIC.

UMOWA INWESTYCYJNA

Zgodnie z podpisaną przez INTERSPORT Polska S.A. (IPL) 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 15,22% kapitału zakładowego i uprawniających do 17,73% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy INTERSPORT Polska S.A.. Spółka ITC jest spółką córką INTERSPORT Deutschlang eG (dawnego sublicencjonodawcy IPL).

6.3 GRUPA INTERSPORT na świecie

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych. Roczna sprzedaż prowadzona w ponad 5.647 sklepów zrzeszonych pod szyldem INTERSPORT kształtuje się na poziomie 11,5 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.

Grupa INTERSPORT jest obecnie reprezentowana w 45 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.

6.4 Podstawowa działalność Spółki

Sieć INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się w Polsce rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Wg stanu na dzień 30.06.2018 roku Spółka prowadziła działalność w 31 sklepach własnych INTERSPORT zlokalizowanych w 23 aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 28.933 m².

6.5 Koncepcja sklepu wzorcowego

LOKALIZACJA – największe centra handlowe w wiodących miastach Polski

POWIERZCHNIA SKLEPU – około 1.000 m², 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 docelowo mają stanowić około 25% całego asortymentu oferowanego w salonach. Taka polityka towarowa wyróżnia sklepy INTERSPORT na tle konkurencji. 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.

USŁUGI SERWISOWE – 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 – 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.



6.6 Działania uzupełniające

- 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 zniżki serwisowej oraz udziału w specjalnych promocjach sprzedażowych i imprezach sportowych.
- Spółka prowadzi sprzedaż internetową pod adresem www.intersport.pl, co jest szczególnie ważne dla klientów z regionów, gdzie nie ma jeszcze salonów INTERSPORT. Platforma eCommerce wykonana w oparciu o uznane na świecie rozwiązanie Magento gwarantują wiele innowacyjnych funkcjonalności ułatwiają jej obsługę operacyjną oraz czyniąc platformę maksymalnie przyjazną dla użytkowników. Platforma sprzedażowa i widoki CMS są zbudowane w sposób responsywny, czyli elastycznie dopasowujący się do urządzenia na którym jest wyświetlana. Dedykowane funkcje zostały dostosowane do wymogów strategii biznesowej Spółki. Sklep eCommerce spełnia wszystkie standardy obsługi nowoczesnego klienta w modelu sprzedaży wielokanałowej:
 - Obsługa eKarty, klienta lojalnościowego i wszystkich promocji, funkcjonujących w sklepach stacjonarnych.
 - Proces Click & Collect - odbiór w salonach stacjonarnych, dostawa kurierem.
 - Mechanizmy sprzedażowe: oferta zestawów produktowych (bundle), pełna paleta promocji katalogowych i koszykowych.
 - Moduł kodów rabatowych i bonów podarunkowych.

Platforma eCommerce jest zintegrowana z systemami wewnętrznymi ERP / POS / WMS, przy wykorzystaniu szyny danych ESB zapewniającej bezpieczną i szybką komunikację informacji. Dzięki otwartej technologii zastosowanej przy budowie platformy eCommerce możliwy jest bieżący rozwój aplikacji, dostosowujący jej funkcje do zmieniających się potrzeb. Działające systemy gwarantują obsługę dużej ilości odwiedzających w tym samym czasie. Spółka dąży do tego, aby w przyszłości oferta offline i online była taka sama.

- W wybranych placówkach działa **INTERSPORT RENT**. Klient ma możliwość przed zakupem przetestowania najnowszej kolekcji sprzętu zimowego.
- W celu usprawnienia systemu komunikacyjnego z klientem, Spółka posiada **BIURO OBSŁUGI KLIENTA +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.

6.7 Liczba placówek (stan na dzień 30.06.2018 roku)

Siedziba INTERSPORT Polska S.A. i magazyn centralny o powierzchni około 2.500 m² 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	Bielsko-Biała	CHR Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA
3	Warszawa	Arkadia	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA
4	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE
5	Łódź	CH Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ
6	Gdańsk	CH Madison	ul. Rajska 10, 80-850 GDAŃSK
7	Kraków	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5, 31-154 KRAKÓW
8	Warszawa	Sadyba Best Mall	ul. Powsińska 31, 02-903 WARSZAWA
9	Gdańsk	Galeria Bałtycka	al. Grunwaldzka 141, 80-264 GDAŃSK
10	Wrocław	Magnolia Park	ul. Legnicka 58, 54 - 203 WROCŁAW
11	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 POZNAŃ
12	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 BYDGOSZCZ
13	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 BIAŁYSTOK
14	Poznań	CH King Cross Marcellin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ
15	Gdynia	CH Riviera	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA
16	Opole	GH Solaris Center	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE
17	Częstochowa	GH Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 CZĘSTOCHOWA
18	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 ZAKOPANE
19	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM
20	Szczecin	Galeria Kaskada	Al. Niepodległości 36, 70-404 SZCZECIN
21	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW
22	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 GORZÓW Wlkp.
23	Kielce	Galeria Korona	ul. Warszawska 26, 25-312 KIELCE
24	Kraków	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61, 31-346 KRAKÓW
25	Lublin	Atrium Felicity	Al. Witosa 32, 20-331 LUBLIN
26	Kalisz	Galeria Amber	ul. Górnośląska 82, 62-800 KALISZ
27	Olsztyn	Galeria Warmińska	ul. Tuwima 26, 10-748 OLSZTYN
28	Bydgoszcz	Zielone Arkady	ul. Wojska Polskiego 1, 85-171 BYDGOSZCZ
29	Poznań	CH Posnania	ul. Pleszewska, 61-136 POZNAŃ
30	Płock	Galeria Wisła	ul. Wyszogrodzka 144, 09-410 PŁOCK
31	Warszawa	Ursynów	ul. Sójki 37, 02-812 WARSZAWA

** sklepy zamknięte po 30 czerwca 2018 r.*

6.8 Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 30 czerwca 2018 r. w Spółce było zatrudnionych 389 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 22 osoby niepełnosprawne. Spółka prowadziła też stałą współpracę z 49 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonywały dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. Od 1 stycznia do 30 czerwca 2018 roku Spółka zatrudniła 51 osób (rozwiązano umowy z 93 osobami). Przeciętne zatrudnienie w okresie od 1 stycznia 2018 r. do 30 czerwca 2018 r. wynosiło 401 osób.

6.9 Organy spółki

ZARZĄD

Zarząd Spółki pracuje w dwuosobowym składzie. Kadencja Prezesa Zarządu Artura Mikołajko zakończy się w czerwcu 2019 roku, zaś Wiceprezesa Zarządu Sławomira Gila zakończy się w czerwcu 2020 roku. Mandat każdego z członków Zarządu Spółki wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Emitenta zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji. Artur Mikołajko pełni funkcję Prezesa Zarządu od 18 lipca 1988 r. Sławomir Gil pełni funkcję Wiceprezesa Zarządu od 18 lipca 1988 roku.

RADA NADZORCZA

Kadencja członków Rady Nadzorczej Spółki w osobach Artura Olender, Beaty Mikołajko, Łukasza Gila, zakończy się w 2020 r., kadencja Krzysztofa Pięty, Wojciecha Mamaka oraz Jarosława Krotacza zakończy się w 2022 r., zaś kadencja Krzysztofa Schilla zakończy się w 2023 roku. Mandaty wszystkich członków Rady Nadzorczej wygasną z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia INTERSPORT Polska S.A. zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji.

Artur Olender, Beata Mikołajko i Łukasz Gil pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2004 r.; Krzysztof Pięta, Wojciech Mamak, Jarosław Krotacz pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2017 r., a Krzysztof Schilla pełni funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2018 r.

Od 1 stycznia do 22 marca 2018 roku Rada Nadzorcza Spółki pracowała w siedmioosobowym składzie. W dniu 22 marca 2018 r. z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki zrezygnował p. Mathias Boenke zasiadający również w Komisji Wynagrodzeń i Nominacji działającej w ramach Rady Nadzorczej ([szczegóły: raport bieżący nr 6/2018](#)).

Po powołaniu w dniu 20 czerwca 2018 roku przez WZA Spółki Pana Krzysztofa Schillę na nowego członka Rady Nadzorczej ([szczegóły: raport bieżący nr 18/2018](#)), organ nadzorujący Spółki ponownie pracuje w siedmioosobowym składzie.

Komisja ds. audytu i komisja ds. wynagrodzeń

W ramach Rady Nadzorczej Spółki funkcjonuje komisja ds. audytu (zwana Komitetem Audytu) i komisja ds. wynagrodzeń oraz komisja ds. nominacji (jako jeden organ, zwany Komitetem Wynagrodzeń i Nominacji). Komitet Audytu oraz Komitet Wynagrodzeń i Nominacji działają w ramach Rady Nadzorczej. W skład Komitetu Audytu wchodzi: Wojciech Mamak, Łukasz Gil i Jarosław Krotacz. Panowie Wojciech Mamak i Jarosław Krotacz posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży handlowej, w której działa Spółka, zaś Łukasz Gil spełnia wymóg posiadania kwalifikacji w dziedzinie rachunkowości lub rewizji finansowej. W skład Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji wchodzi: Jarosław Krotacz i Wojciech Mamak.

Zarząd Spółki ocenia, że Jarosław Krotacz oraz Wojciech Mamak spełniają kryteria niezależności ustalone na podstawie ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (Dz. U. z 2017 r., poz. 1089), jak również na podstawie Załącznika II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) (2005/162/WE, Dz.U.U.E.L.2005.52.51 z dnia 25 lutego 2005 r.), do których odsyłają „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”, stanowiące Załącznik do Uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 13 października 2015 r. oraz posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży handlowej, w której działa Spółka INTERSPORT Polska S.A.

RYZIKO KONFLIKTU INTERESÓW

Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej nie prowadzą interesów prywatnych ani nie wykonują innych obowiązków, które pozostawałyby w konflikcie z interesami Spółki, z tym zastrzeżeniem, że:

- pomiędzy członkami Zarządu i Rady Nadzorczej występują określone powiązania natury rodzinnej (dotyczy powiązań pomiędzy Arturem Mikołajko i Beatą Mikołajko oraz Sławomirem Gilem i Łukaszem Gilem);
- Krzysztof Schilla jest powiązany z Grupą INTERSPORT – należąca do tej grupy spółka INTERCONTACT Werbeagentur GmbH jest akcjonariuszem INTERSPORT Polska S.A., a spółka z tej grupy IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH jest licencjodawcą znaków towarowych wykorzystywanych w działalności Spółki;

- Krzysztof Pieła jest współnikiem firmy LARIX, Janusz Pieła – sp. j., od której Spółka nabywa produkty i akcesoria sportowe.
- Wojciech Mamak - nie prowadzi interesów prywatnych ani nie wykonuje innych obowiązków, które pozostawałyby w konflikcie z interesami Spółki,
- Jarosław Krotacz - nie prowadzi interesów prywatnych ani nie wykonuje innych obowiązków, które pozostawałyby w konflikcie z interesami Spółki,

7. AKCJE I AKCJONARIAT

7.1 Struktura akcjonariatu

Wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. wynosi 2.288.070,00 zł i dzieli się na 22.880.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Łączna liczba akcji uprawnia do oddania 29.047.366 głosów (słownie: dwadzieścia dziewięć milionów czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do oddania dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki w tym:

- 1) 4.500.000 (cztery miliony pięćset tysięcy) akcji imiennych serii A,
- 2) 500.000 (pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A,
- 3) 3.500.000 (trzy miliony pięćset tysięcy) akcji na okaziciela serii B,
- 4) 1.666.666 (jeden milion sześćset sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt sześć) akcji imiennych serii C1,
- 5) 1.166.668 (jeden milion sto sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt osiem) akcji na okaziciela serii C2,
- 6) 100.000 (sto tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D,
- 7) 2.500.000 (dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii E,
- 8) 8.947.366 (osiem milionów czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F.

7.2 Znaczący akcjonariusze

Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (30 sierpnia 2017 r.) 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.

Akcjonariuszami INTERSPORT Polska S.A. którzy, w sposób bezpośredni lub pośredni, mają udziały w kapitale Spółki lub prawa głosu podlegające zgłoszeniu na mocy prawa polskiego są INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH, Artur Mikołajko, Sławomir Gil, Jolanta Milewska, Dorota Radwańska, Janusz Pieła i Krzysztof Pieła.

Tabela: Znaczący akcjonariusze INTERSPORT Polska S.A.

Akcjonariusz	Seria	Rodzaj akcji	Liczba akcji	Liczba akcji	%Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów na WZA	% Udział w ogólnej liczbie głosów na WZA
INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft	C1	Imienne, uprzywilejowane	1 666 666	3 483 334	15,22%	5 150 000	17,73%
	C2, E	Zwykłe na okaziciela	1 816 668				
Krzysztof Pięta	F	Zwykłe na okaziciela	3 457 895	3 457 895	15,11%	3 457 895	11,90%
Janusz Pięta	F	Zwykłe na okaziciela	3 357 895	3 357 895	14,68%	3 357 895	11,56%
Artur Mikołajko	A	Imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	8,38%	3 168 054	10,91%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	668 054				
Sławomir Gil	A	Imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	8,38%	3 168 054	10,91%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	668 054				
Dorota Radwańska wraz z osobami powiązаныmi	A	Imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 645 942	7,19%	2 895 942	9,97%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	395 942				
Jolanta Milewska	A	Imienne, uprzywilejowane	750 000	750 000	3,28%	1 500 000	5,16%

Stan posiadania akcji INTERSPPL został sporządzony w oparciu o otrzymane od akcjonariuszy zawiadomienia określone w art. 69 Ustawy o ofercie oraz art. 19 ust. 1 Rozporządzenia MAR.

7.3 Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji INTERSPORT Polska S.A.

W dniu 27 kwietnia 2018 roku, znaczący akcjonariusz Spółki, Pani Dorota Radwańska zawiadomiła Zarząd o zmniejszeniu udziału w ogólnej liczbie głosów, wynikającej z transakcji sprzedaży 26.000 akcji INTERSPORT Polska S.A. w dniu 23 kwietnia 2018 roku zawartych łącznie z córkami tj. osobami, co do których istnieje domniemanie porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt. 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy. W wyniku ww. transakcji stan posiadania Pani Doroty Radwańskiej wraz z córkami zmniejszył się do 1.645.942 akcji INTERSPORT Polska S.A., stanowiących 7,19% w kapitale zakładowym Spółki, zapewniających 2.895.942 głosy, stanowiące 9,97% w ogólnej liczbie głosów na WZA (szczegóły: raport bieżący nr 11/2018).

7.4 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (30 czerwca 2018 roku), wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (20 kwietnia 2018 roku) odrębnie dla każdej z osób.

Tabela: Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

osoba zarządzająca /nadzorująca	łącznie ilość akcji na dzień przekazania raportu za I kwartał 2018 r tj.20.04.2018 r.	zmiany w strukturze własności w okresie od 20.04.2018 r. do 30.06.2018 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze 2018 r. tj.30.06.2018 r.
Artur Mikołajko Prezes Zarządu	1 918 054 akcji	bez zmian	1.918.054 akcji <u>co stanowi:</u> 8,38% udział w kapitale zakładowym oraz 10,91% udział głosów na WZA
Sławomir Gil Wiceprezes Zarządu	1 918 054 akcji	bez zmian	1.918.054 akcji <u>co stanowi:</u> 8,38% udział w kapitale zakładowym oraz 10,91% udział głosów na WZA
Łukasz Gil Członek Rady Nadzorczej	4 500 akcji	bez zmian	4 500 akcji <u>co stanowi:</u> 0,02% udział w kapitale zakładowym oraz 0,01% udział głosów na WZA
Krzysztof Pięta Członek Rady Nadzorczej	3 457 895	bez zmian	3.457.895 akcji <u>co stanowi:</u> 15,11% udział w kapitale zakładowym oraz 11,90% udział głosów na WZA

Stan posiadania akcji INTERSPPL został sporządzony w oparciu o otrzymane od akcjonariuszy zawiadomienia określone w art. 69 Ustawy o ofercie oraz art. 19 ust. 1 Rozporządzenia MAR.

7.5 Opis polityki dywidendy

Nadrzędną zasadą Zarządu INTERSPORT Polska S.A. odnośnie polityki dywidendy jest realizowanie wypłat stosownie do wielkości wypracowanego zysku i bieżących możliwości Spółki. Zarząd, zgłaszając propozycje dotyczące możliwości wypłaty dywidendy, kieruje się koniecznością zapewnienia Spółce płynności finansowej oraz kapitału niezbędnego do rozwoju działalności, w tym niezbędnego do utrzymania pożądanego stanu zapasów Spółki zapewniającego efektywną sprzedaż oraz ewentualne inwestycje w zakresie pozyskania nowych sklepów. Należy zaznaczyć, iż Zarząd INTERSPORT Polska S.A., przy podejmowaniu decyzji odnośnie do rekomendacji wypłaty dywidendy w przyszłości będzie brał pod uwagę w szczególności bieżącą i przyszłą sytuację finansową Spółki, cele strategiczne oraz efektywność planowanych przez Spółkę projektów inwestycyjnych. Uchwałę w sprawie podziału zysku i wypłaty dywidendy podejmuje zwyczajne Walne Zgromadzenie, biorąc pod uwagę m.in. rekomendację Zarządu w tym zakresie, przy czym rekomendacja Zarządu nie ma wiążącego charakteru dla zwyczajnego Walnego Zgromadzenia.

8. POLITYKA ASORTYMENTOWA

8.1 Oferta handlowa

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

MARKI WIODĄCE (alfabetycznie) – Adidas, Alpina, Asics, Atomic, Berkner, Buff, Burton, Descente, Everlast, Fischer, Giant, Head, Jack Wolfskin, K2, Merrell, Nike, The North Face, Odlo, Puma, Reebok, Rollerblade, Romet, Rontil, Rossignol, Salomon, Speedo, Under Armour, Uvex, Volkl, 4F.

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, Deuter, Dunlop, Ecco, Elan, Feba, 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, 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, Spokej, Spotlight, Spree, Suunto, Tempish, Topeak, Toro, Trelock, Tusa, Viking, Vision, Wilson, X-Bionic, Xenofit, x-socks, Ziener.

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

8.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia

INTERSPORT Polska S.A. współpracuje z ponad 100 dostawcami. W I połowie 2018 roku znaczny procent udziału w całości zakupów generowały firmy: (1) Adidas Poland sp. z o.o. (marka Adidas i Reebok) – 16,6% udziału w całości zakupów, (2) Giant Polska (marka Giant) - 11,6% udziału w całości zakupów.

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.

8.3 Charakterystyka sprzedaży

STRUKTURA

W I półroczu 2018 roku znaczący udział w obrotach (98,5%) INTERSPORT Polska S.A. miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (1,5%) generowały usługi między innymi: serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego.

W I półroczu 2018 roku największy procentowy udział w strukturze sprzedaży miały takie grupy towarów jak: turystyka, narciarstwo oraz fitness trening. W porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku największą dynamikę sprzedaży odnotowano w grupach towarowych: narciarstwo, team sport oraz multisport tekstylia i sprzęt.

SEZONOWOŚĆ I CYKLICZNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI

Sprzedaż sieci INTERSPORT Polska S.A. podlega wahaniom związanym z sezonowością - charakterystyczną dla całej branży sportowej. Jest ona uzależniona od pór roku i warunków pogodowych. 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 dąży do uniezależnienia się od zmiennej zimy oraz wyrównywania poziomu przychodów ze sprzedaży w poszczególnych kwartałach.

9. DZIAŁANIA MARKETINGOWE

9.1 Wsparcie sprzedaży

W I półroczu 2018 roku sieć INTERSPORT Polska S.A. zorganizowała szereg działań promocyjno – reklamowych zgodnych z wewnętrznym planem marketingowym, których głównym celem było wspieranie sprzedaży. Realizowane kampanie wykorzystywały zarówno narzędzia komunikacji BTL oraz ATL.

W sezonie wiosenno-letnim Spółka wspierała marketingowo przede wszystkim kluczowe kategorie takie jak: rowery, piłka nożna, fitness, running i turystyka, jak również wyprzedaż zimy.

W pierwszej połowie 2018 roku sieć INTERSPORT Polska przeprowadziła szereg działań wspierających sprzedaż i produkty z kluczowych kategorii:

- W ramach wsparcia kategorii fitness w lutym 2018 roku została zorganizowana wraz z marką Reebok kampania nowej kolekcji butów fitness Reebok Sprint TR oraz aktywacja dla klientów w postaci gry, która polegała na odnalezieniu numerowanych delt za pomocą

tabletu w przestrzeni sklepowej oraz wykonaniu ćwiczeń wskazanych na ekranie tabletu. Za każde wykonane ćwiczenie naliczana była zniżka.

- W marcu 2018 roku, w ramach wsparcia kategorii football, przeprowadzono kampanię piłkarską „Here to create” z marką Adidas, wspierającą nową kolekcję butów z linii X. Dodatkowo zorganizowana aktywacja „Kup produkty piłkarskie za min. 250 zł i odbierz piłkę adidas za 10 zł”.
- Od marca do kwietnia 2018 roku zrealizowano różne aktywacje wspierające nowe kolekcje z wiodącymi markami takimi jak: Adidas, New Balance oraz Salomon w kategorii trial running. Po raz pierwszy przeprowadzono zintegrowaną kampanię promującą produkty biegowej marki własnej – ProTouch.
- Do czerwca 2018 roku Spółka była obecna wizerunkowo na 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 z punktem badania stopy gdzie miała możliwość kontaktu z rzeszą obecnych i potencjalnych klientów.
- W sezonie wiosenno-letnim, zorganizowano również szereg działań wspierających sprzedaż rowerów. Spółka uczestniczyła w kampanii ogólnopolskiej marki Romet wspierającej sprzedaż nowej kolekcji rowerów dostępnej w INTERSPORT.
- Z marką Salomon przeprowadzono kampanię wspierającą asortyment turystyczny, w ramach której Salomon zorganizował konkurs gdzie nagrodą główną był zegarek Suunto.
- W ramach wsparcia marki własnej McKinley Outdoor przeprowadzono kampanię BTL i ATL wykorzystującą witryny i materiały BTL w sklepach, jak również kampanię w Internecie.
- W związku z Mistrzostwami Świata FIFA 2018 w Rosji, w czerwcu Spółka promowała w sklepach i Internecie oficjalne piłki Mistrzostw Świata, koszulki reprezentacji Polski, jak również nową kolekcję butów piłkarskich przygotowaną specjalnie na tą okazję przez marki Adidas i Nike.

9.2 Klienci lojalnościowi

Sieć INTERSPORT Polska posiada aktywny program lojalnościowy oparty na nagradzaniu zakupów bonem. Poza regularnym funkcjonowaniem programu, Spółka zrealizowała dodatkowo szereg działań promocyjnych dedykowanych wyłącznie stałym klientom. Poza przesyłaniem informacji o nowościach oraz promocjach rabatowych i wyprzedażach, przeprowadzone zostały liczne akcje promocyjne aktywizujące uczestników programu „eKARTA INTERSPORT” do odwiedzenia i zakupów w sieci INTERSPORT.

9.3 Nagrody i wyróżnienia



W I półroczu 2018 roku sieć INTERSPORT Polska S.A. została laureatem największego w Polsce badania satysfakcji konsumentów w naszym kraju i otrzymała tytuł „Gwiazdy Jakości Obsługi 2018”.

Polski Program Jakości Obsługi od 11 lat zbiera doświadczenia zakupowe klientów na portalu jakoscobslugi.pl. We współpracy z ekspertami SecretClient® z zakresu badań mystery shopping i NPS, cyklicznie przeprowadza badania marketingowe i publikuje raporty dotyczące poziomu oraz obsługi klienta w Polsce oraz rozwoju standardów obsługi.

10. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU

Od roku 2017 sieć INTERSPORT systematycznie wdraża zasady nowego modelu biznesowego w związku z podpisaniem bezpośrednich umów licencyjnych i umowy agencyjnej zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH.

10.1 Zmiana roku obrotowego

W związku ze zmianą roku obrotowego i podatkowego Spółki, dokonaną stosownie do Uchwały nr 16 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 30 czerwca 2017 roku w sprawie zmiany roku obrotowego i podatkowego oraz zmiany par. 34 Statutu Spółki, **rok obrotowy i podatkowy Spółki rozpoczynający się w dniu 1 stycznia 2018 roku zakończy się z dniem 31 marca 2019 roku.**

Pierwszy rok obrotowy i podatkowy Spółki określony według nowych zasad rozpocznie się w dniu 1 kwietnia 2019 roku i zakończy się w dniu 31 marca 2020 roku.

10.2 Nowe produkty i usługi

Sieć INTERSPORT Polska S.A. w I połowie 2018 roku wprowadziła nową, zwiększoną ofertę marek własnych INTERSPORT takich jak: Genesis, Energetics, Etirel, Firefly, McKinley, Nakamura, Pro Touch, Tecno Pro. Spółka zamierza, aby ww. produkty były optymalnie dopasowane w strukturze cenowej do realiów polskiego rynku.

10.3 Optymalizacja sieci handlowej

Spółka kontynuuje proces optymalizacji sieci handlowej, nie przedłużając między innymi umów najmu mniej rentownych lokali handlowych. Dlatego też, w związku z wygaśnięciem umów najmu, Spółka zamknęła w dniu 31 lipca 2018 roku dwa sklepy INTERSPORT: sklep o powierzchni 665 m² zlokalizowany w Galerii Wisła w Płocku oraz sklep o powierzchni 908 m² zlokalizowany przy ul. Sójki 4 w Warszawie w pobliżu CH Ursynów.

Dodatkowo od 1 stycznia 2018 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Spółka przedłużyła na kolejny okres umowy najmu dotyczące sklepów zlokalizowanych w Bydgoszczy (CH Focus), w Gdańsku (Galeria Bałtycka) oraz w Warszawie (CH Sadyba).

Od dnia 1 września 2018 r. Spółka prowadzić będzie działalność w 29 sklepach sportowych INTERSPORT zlokalizowanych w 22 aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 27 360 m², czyli o 5,4% mniej w stosunku do stanu na dzień 30.06.2018 roku (było: 31 sklepów, o łącznej powierzchni 28 933 m²). Wszystkie obecnie funkcjonujące w Polsce sklepy INTERSPORT - są sklepami własnymi Spółki.

10.4 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki finansowe Spółki w perspektywie 2018 roku

Największy wpływ na wyniki finansowe Spółki w perspektywie kolejnego półrocza, będzie miała ogólna sytuacja społeczno-ekonomiczna kraju, stopień zamożności Polaków oraz czynniki atmosferyczne, które wpływają bezpośrednio na wzrost lub spadek popytu na artykuły sportowe oferowane przez INTERSPORT Polska S.A.

- Uwarunkowania polityczno-gospodarcze panujące w kraju, które mogą mieć wpływ na wzrost kursu EUR i USD. Osłabienie kursu PLN względem EUR może zwiększyć poziom kosztów najmu zaś osłabienie kursu PLN wobec EUR lub USD oznacza dla Spółki wyższe koszty zakupu towarów i wyższe koszty płaconych czynszów;
- Spadek lub wzrost zamożności Polaków, który może sprzyjać lub hamować rozwój handlu detalicznego;
- Nietypowe warunki pogodowe, które mogą mieć wpływ na wzrost lub spadek zainteresowania klientów dyscyplinami, których uprawianie zależne jest od warunków atmosferycznych (specyfika branży sportowej).

11. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE

INTERSPORT Polska S.A. („Spółka” „INTERSPORT”) wystąpiła w dniu 18 stycznia 2018 roku do Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie w sprawie zasądzenia od Samuri Investments Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie („Samuri Investments”), KRS0000275062, od której Spółka wynajmowała lokal handlowy znajdujący się w Warszawie przy ul. Sójki 37, odszkodowania w wysokości 915.139,90 PLN wraz z ustawowymi odsetkami w związku z uniemożliwieniem Spółce prowadzenia działalności gospodarczej w lokalu w okresie od 25 września 2017 roku do 30 kwietnia 2018 roku.

Zgodnie z zapisami umowy najmu Spółka była uprawniona do żądania od Samuri Investments zapłaty kary umownej za każdy dzień zwłoki w zapewnieniu niezakłóconego

dostępu do lokalu i punktu dostaw. Umowa najmu ww. lokalu wygaśa w dniu 31 lipca 2018 roku. Spółka nie wyklucza dochodzenia dalszych roszczeń.

Wynik ww. postępowania będzie miał w przyszłości na poprawę wyników finansowych Spółki z tytułu utraconych korzyści.

12. RYZYKA I ZAGROŻENIA w perspektywie roku

12.1 CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

Ryzyko związane z realizacją celów strategicznych

Przyszła pozycja, przychody i zyski Spółki zależą od jego zdolności do opracowania i realizacji skutecznej długoterminowej strategii. Wszelkie decyzje podjęte w wyniku niewłaściwej oceny sytuacji lub niezdolności do zarządzania dynamicznym rozwojem lub dostosowania się do zmieniających się warunków rynkowych mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko niedojścia do skutku nowej emisji akcji

Zarząd nie gwarantuje, że Spółka osiągnie założony cel podwyższenia kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. poprzez emisję nowych akcji serii G, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy w całości prawa poboru wszystkich akcji serii G oraz zaoferowania tych akcji w drodze subskrypcji prywatnej, dematerializacji oraz ubiegania się o dopuszczenie praw do akcji serii G oraz akcji serii G do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. - gdyż jest to uzależnione od ofert złożonych przez potencjalnych Inwestorów. W przypadku braku takich ofert lub nie objęcia w całości oferowanych akcji serii G, Spółka może nie pozyskać dodatkowych środków do poprawy wysokości i struktury kapitałów własnych, które są niezbędne do dalszego rozwoju i osiągnięcia celów strategicznych Spółki.

Ryzyko związane z uprawianiem przez kadrę menadżerską sportów podwyższonego stopnia ryzyka

Osoby zarządzające Spółki oraz pełniące funkcje kierownicze w przedsiębiorstwie Spółki 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, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z nieotwarceniem lub opóźnionym otwarciem sklepów w zaplanowanych lokalizacjach lub dostępności nowych lokalizacji

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, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Czynnikiem, który odgrywa istotną rolę w rozwoju sieci sprzedaży w kraju, a tym samym realizację strategii rozwoju, jest dostępność nowych, atrakcyjnych lokalizacji dla potrzeb otworzenia nowych sklepów. Ewentualny rozwój sieci detalicznej Spółki uzależniony jest od dostępności atrakcyjnych lokalizacji dla nowych sklepów. Możliwość pozyskania nowych lokalizacji ma bezpośrednio związek z bieżącą sytuacją na rynku nieruchomości komercyjnych, w szczególności dostępnością finansowania na potrzeby tego typu przedsięwzięć, dostępnością istniejących już lokali oraz konkurencją w zakresie ich pozyskiwania, w tym również spoza branży handlu detalicznego. Wybór lokalizacji poprzedzony jest szczegółową analizą oraz uwarunkowany wieloma czynnikami związanymi z jej potencjałem. W razie wystąpienia niekorzystnych trendów w zakresie wymienionych czynników, Spółka może mieć trudności ze sprawną i efektywną rozbudową sieci sprzedaży lub pozyskanie atrakcyjnej lokalizacji będzie się wiązało z wyższymi nakładami. Ograniczenie dostępności atrakcyjnych lokali lub też związane z tym zwiększone koszty czynszu, bądź wybór nieatrakcyjnych lokalizacji mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z lokalizacją sklepów INTERSPORT Polska

Spółka posiada sklepy zlokalizowane w galeriach handlowych różnych miast w Polsce. Popularność i atrakcyjność poszczególnych galerii handlowych podlega istotnym zmianom, m.in. w związku z prowadzonymi przez nie działaniami marketingowymi, otwarciem nowych konkurencyjnych galerii i in. Nieprawidłowa analiza potencjału danej lokalizacji lub pogorszenie jej atrakcyjności i popularności wśród klientów skutkuje ryzykiem, że prowadzony w niej sklep nie zrealizuje zakładanego poziomu sprzedaży lub marży lub osiągnie je w dłuższym horyzoncie czasowym niż początkowo zakładany. Nie można również wykluczyć, że historycznie rentowne sklepy w przyszłości realizować będą poziomy sprzedaży czy marż na niesatysfakcjonujących poziomach lub umowy ich najmu mogą zostać wypowiedziana lub nieprzedłużone na pożądanym warunkach. Może to być spowodowane np. otwieraniem innych, konkurencyjnych sklepów w okolicy, zmianą postrzegania danej lokalizacji, błędną polityką marketingową lub zwiększeniem kosztu najmu danego sklepu. Wystąpienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Spółki.

Ryzyko związane ze znakami towarowymi używanymi przez Spółkę

Spółka w ramach prowadzonej działalności korzysta zarówno z własnych znaków towarowych, znaków licencjonowanych od Grupy INTERSPORT, jak i znaków towarowych osób trzecich – w szczególności producentów towarów oferowanych przez Spółkę. Nie można wykluczyć ryzyka naruszania chronionych znaków towarowych wykorzystywanych przez Spółkę przez osoby trzecie, a także powstania uszczerbku na wizerunku i dobrym imieniu Spółki czy obniżenia przychodów lub marż w związku z takimi naruszeniami. Nie można wykluczyć, iż niektóre działania Spółki mogą naruszać prawa osób trzecich związane z należącymi do nich znakami towarowymi, co może prowadzić do powstania znaczących kosztów lub strat po stronie Spółki, a także negatywnie wpłynąć na jego reputację. Nie można wykluczyć ryzyka, że zarejestrowane znaki towarowe, zarówno należące do Spółki jak i do osób trzecich, w tym Grupy INTERSPORT, zostaną zakwestionowane. Istnieje ryzyko, że Spółka utraci kontrolę nad własnymi znakami towarowymi lub też utraci możliwość korzystania ze znaków towarowych należących do osób trzecich, w tym Grupy INTERSPORT. W szczególności istnieje ryzyko, iż osoby trzecie, w tym Grupa INTERSPORT, dokonają rozporządzenia przysługującymi im znakami towarowymi z pominięciem lub naruszeniem interesów Spółki. Ryzyka związane ze znakami licencjonowanymi od INTERSPORT International Corporation GmbH zostały szerzej opisane w czynniku ryzyka „Ryzyko utraty licencji INTERSPORT”. Wystąpienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Spółki.

Ryzyko utraty licencji INTERSPORT

Spółka na podstawie zawartych w marcu 2017 roku umów licencyjnych z INTERSPORT International Corporation GmbH, kontynuuje rozpoczętą w 2005 roku współpracę z Grupą INTERSPORT – największą na świecie organizacją zajmującą się sprzedażą detaliczną artykułów sportowych. Umowy zostały zawarte na czas określony 10 lat (począwszy od 24 marca 2017 r.) i ulegają automatycznemu przedłużeniu na kolejne, pięcioletnie okresy. Każda ze stron umowy ma prawo spowodować wygaśnięcie umowy licencyjnej pod koniec bieżącego okresu, przekazując drugiej stronie pisemne zawiadomienie o nieodnowieniu, nie później niż na 12 miesięcy przed końcem bieżącego okresu. INTERSPORT International Corporation GmbH może rozwiązać umowy licencyjne także w przypadku tracenia przez Spółkę znacznych udziałów w rynku sklepów detalicznych, jeżeli Spółka nie będzie wypełniała obowiązków określonych w umowie licencyjnej, odpowiedniej umowie franchisingowej, jeżeli Spółka nie zapewni wypełniania tych obowiązków przez franczyzobiorców lub gdy Spółka dopuściła się poważnego naruszenia obowiązków wynikających z umowy licencyjnej. Ziszczenie się ryzyka rozwiązania wymienionych umów licencyjnych oznaczałoby dla Spółki utratę praw do korzystania ze znaku towarowego INTERSPORT oraz innych znaków towarowych (marek własnych INTERSPORT), utratę możliwości posługiwania się znakiem INTERSPORT po roku od końca obowiązywania Umowy, utratę alternatywnego źródła zaopatrzenia oraz zmniejszenie konkurencyjności warunków zakupu asortymentu katalogowego i ofert specjalnych.

Wystąpienie takich okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko znacznego podwyższenia cen zakupu asortymentu

Ceny towarów markowych renomowanych producentów mogą ulec zmianie z uwagi na politykę cenową, koszty wytworzenia, wahania kursów walut i inne czynniki. Istnieje ryzyko, że znaczne podwyższenie cen przez głównych dostawców może spowodować mniejsze zainteresowania klientów danymi markami i wpłynąć na wyniki finansowe Spółki, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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 dywersyfikacja polityki towarowej umożliwia zaoferowanie klientowi szerokiego wyboru nawet w przypadku ewentualnego opóźnienia, czy braku jednej lub kilku dostaw. Wystąpienie jednak opóźnień w dostawach towarów lub ich niezrealizowanie przez dostawców może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Branża, w której działa Spółka, charakteryzuje się sezonowością sprzedaży. Zdecydowanie można wyodrębnić sezon wiosenno-letni i jesienno-zimowy. Każda z grup towarowych ma nieco inny rytm i charakter sprzedaży w ciągu roku. Na koniec każdego sezonu Spółka przeprowadza planową wyprzedaż końcowych partii asortymentu z danego sezonu, która obniża stany asortymentu na zapasach i poprawia płynność Spółki, ale z drugiej strony może istotnie obniżyć rentowność sprzedaży. Istnieje jednak 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. Spowodowałoby to obniżenie wyników finansowych Spółki, a także dodatkowe zamrożenie środków obrotowych w towarze, co mogłoby się przyczynić do zmniejszenia płynności i w konsekwencji mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko sprowadzenia wadliwego towaru

Z uwagi na sprowadzanie od producentów dużych partii towarów istnieje ryzyko przyjęcia do magazynu Spółki dużej partii wadliwego towaru, np. na skutek wadliwej linii

produkcyjnej. Spółka 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. Brak dostrzeżenia jednak wadliwości towarów i ich wprowadzenie do oferty, jak również zwrot wadliwych towarów i konieczność oczekiwania na dostawę towarów wolnych od wad może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko reklamacji wadliwego towaru przez klientów

Istnieje ryzyko, że towary zakupione od dystrybutorów będą miały wady, w tym wady ukryte, co wpłynie na zwiększenie reklamacji składanych przez klientów Spółki. W przypadku zasadnej reklamacji klient ma prawo żądać naprawy towaru albo wymiany towaru na nowy, żądać obniżenia ceny albo może odstąpić od umowy sprzedaży i dochodzić zwrotu zapłaconej ceny. Ponadto przysługuje mu także odszkodowanie za poniesioną szkodę. Wystąpienie znacznej liczby reklamacji może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko aury (pogodowe)

Branża sportowa charakteryzuje się dużą sezonowością sprzedaży, na którą wpływ ma m.in. kształtowanie się pogody w poszczególnych porach roku 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 i może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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 sklepów Spółki. Istnieje ryzyko zwiększenia się rotacji personelu bezpośrednio obsługującego klienta, co mogłoby wpłynąć negatywnie na obroty lub marże generowane przez sklepy Spółki i mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z płacami minimalnymi

W perspektywie ostatnich kilku lat zauważalna jest tendencja do ciągłego podnoszenia wynagrodzenia minimalnego za pracę oraz wprowadzania innych środków w celu ustalenia minimalnego poziomu wynagrodzenia pracowników i osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych. Zwiększanie minimalnego poziomu wynagrodzenia pracowników i osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych może istotnie wpływać na poziom kosztów pracowniczych Spółki i mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane ze zbiorowym prawem pracy

Spółka, jako podmiot zatrudniający kilkaset osób w całym kraju, musi liczyć się z możliwością działania w jego strukturach związków zawodowych i możliwością wystąpienia zbiorowych sporów pracowniczych. Działalność związków zawodowych w części finansowana jest przez pracodawcę, wiąże się z powstaniem szeregu uprawnień działaczy związkowych i może powodować powstanie dodatkowych kosztów, co może przełożyć się na poziom kosztów Spółki i może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z czasowym wstrzymaniem lub ograniczeniem sprzedaży

Prowadzenie przez Spółkę działalności handlowej wymaga stosowania się do szeregu obostrzeń wynikających z przepisów prawa, w szczególności instalacji kas fiskalnych, jak i standardów rynkowych – np. stosowania terminali płatniczych pozwalających na bezgotówkową zapłatę przez klientów za towary przez nich nabywane. Istnieje ryzyko awarii urządzeń wykorzystywanych przy sprzedaży towarów, co może rzutować na ograniczenie lub wstrzymanie sprzedaży towarów w sieci sklepów Spółki. Istnieje również ryzyko wstrzymania lub ograniczenia sprzedaży towarów w sieci sklepów Spółki w związku ze zniszczeniem określonych salonów sprzedaży, zniszczeniem ich wyposażenia, zajęciem lub utratą towarów i wyposażenia sklepów Spółki, w tym przez organy w ramach ewentualnych postępowań egzekucyjnych, lub w skutek strajku pracowników. Wystąpienie powyżej opisanych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Spółki.

Ryzyko związane z wysokim zadłużeniem

Poziom zadłużenia INTERSPORT Polska S.A. należy oceniać jako wysoki (wskaźnik ogólnego zadłużenia na 30 czerwca 2018 r. wynosi 83,0%). Dalszy rozwój Spółki może spowodować konieczność zaciągnięcia nowych kredytów lub pożyczek co dodatkowo wpłynie na wzrost zadłużenia oraz wzrost ponoszonych przez Spółkę kosztów finansowych. Spółka nie może zagwarantować, że będzie w stanie zapewnić finansowanie swojej działalności na korzystnych dla niego warunkach oraz, że będzie w stanie spłacać odsetki oraz kapitał lub wypełniać inne zobowiązania wynikające z umów kredytowych i umów pożyczek. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie utrzymać bądź pozyskać dodatkowego finansowania zgodnie ze swoimi oczekiwaniami, może być zmuszony do zmiany swojej strategii lub refinansowania istniejącego zadłużenia. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie zrefinansować istniejącego zadłużenia, zadłużenie INTERSPORT Polska S.A. może zostać postawione w stan wymagalności, w całości lub w części. Wzrastające zadłużenie Spółki może również spowodować przekroczenie kowenantów i w rezultacie ograniczeniem w całości lub w części finansowania dłużnego. W przypadku postawienia w stan wymagalności znacznej części kredytów lub pożyczek, Spółka może zostać zmuszony do sprzedaży części lub wszystkich swoich aktywów w celu spłaty tego zadłużenia. W związku z powyższym wzrasta również ekspozycja i wrażliwość Spółki na poziom stóp

procentowych. Każda z powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

Źródła finansowania działalności Spółki, oprócz środków własnych, stanowią przede wszystkim zobowiązania krótkoterminowe z tytułu zawartych umów kredytowych na zakup towarów od dostawców, zobowiązania długoterminowe z tytułu zawartych umów kredytowych na cele inwestycyjne oraz zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców towarów. Nie można wykluczyć, że w przypadku nagłego skrócenia terminów płatności przez największych dostawców oraz żądania spłaty 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. Istnieje również ryzyko utraty płynności finansowej i niewypłacalności Spółki i w konsekwencji konieczność złożenia wniosku o ogłoszenie upadłości lub otwarcie postępowania restrukturyzacyjnego. Wystąpienie takich okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki. Dodatkowo potencjalna utrata udzielonych kredytów może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z potencjalnym wzrostem kosztów operacyjnych

Koszty operacyjne, w szczególności koszty najmu lokali lub zaangażowanego personelu i inne koszty Spółki mogą wzrosnąć przy jednoczesnym braku odpowiedniego wzrostu przychodów. Do czynników, które mogą spowodować wzrost kosztów operacyjnych i innych kosztów, należą między innymi: inflacja, wzrost podatków i innych zobowiązań publicznoprawnych, zmiany w polityce rządowej, przepisach prawa lub innych regulacjach, wzrost kosztów pracy, surowców, energii, wzrost kosztów finansowania kredytów i pożyczek, działania podejmowane przez podmioty konkurencyjne, utrata przydatności ekonomicznej aktywów. Dodatkowo wzrostowi mogą ulec koszty towarów oferowanych w sieci detalicznej Spółki (m.in. w wyniku umocnienia się USD względem PLN, kosztów pracy). Ma to również wpływ na wysokość realizowanych marż, w sytuacji ograniczonej możliwości renegotjowania zawartych już kontraktów. Każdy z powyższych czynników oraz spowodowany nimi wzrost kosztów operacyjnych i innych kosztów, przy jednoczesnym braku odpowiedniego wzrostu przychodów Spółki, może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi i innymi potencjalnymi roszczeniami

Spółka może być stroną postępowań sądowych związanych m.in. z zawartymi przez Spółkę umowami handlowymi, w tym umowami najmu, oferowanymi przez niego towarami. Spółka może występować na drogę sądową dochodząc własnych roszczeń w szczególności z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązań przez jego kontrahentów, jak też być stroną pozwaną. Roszczenia mogą być związane

z dochodzeniem zapłaty, w szczególności należności za towar, czynszów najmu, lub świadczeniami niepieniężnymi (np. dostawa produktu wolnego od wad). Ponadto nie można wykluczyć ryzyka wszczęcia postępowań sądowych dotyczących innych roszczeń, w tym obejmujących między innymi spory w sprawach dotyczących praw własności intelektualnej lub spory pracownicze. Może to wiązać się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych kosztów oraz negatywnie wpłynąć na jego wizerunek. Zdarzenia takie mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z prawem o ochronie konkurencji i konsumentów

Spółka w swojej działalności zobowiązana jest przestrzegać przepisów z zakresu prawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w tym regulacji wynikających m.in. z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity z dnia 23 marca 2018 r. (Dz.U. z 2018 r. poz. 798), ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity z dnia 9 lutego 2018 r. (Dz.U. z 2018 r. poz. 419) czy też ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity z dnia 30 października 2017 r. (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070). Naruszenie przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów może rodzić odpowiedzialność cywilnoprawną Spółki wobec innych przedsiębiorców lub konsumentów, a także odpowiedzialność administracyjną, zwłaszcza na podstawie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na gruncie tej ustawy naruszenie przepisów antymonopolowych, stosowanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone lub praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, naruszenie zasad koncentracji lub chronionych prawem interesów konsumentów, może skutkować wszczęciem postępowania przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W razie stwierdzenia naruszeń przepisów prawa o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może na podstawie decyzji, obok stosowania innych środków, nałożyć na podmiot naruszający powyżej wskazane regulacje karę pieniężną, w tym karę do wysokości 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Dotyczy to także nieumyślnych naruszeń przepisów prawa w powyżej wskazanym zakresie. Wystąpienie takich okoliczności w przypadku Spółka, zwłaszcza w zakresie konieczności zapłaty wysokiej kary pieniężnej, mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z zarządzaniem asortymentem

Spółka wprowadza zmiany w oferowanym asortymencie, a tym samym, często dokonuje zamówienia i realizuje zakupów towarów. Rodzi to ryzyko niedopasowania asortymentu do popytu klientów związane np. ze zmianami pogodowymi czy aktualnymi trendami konsumenckimi. Istnieje zagrożenie związane z przeszacowaniem lub niedoszacowaniem ilości zakupionych towarów. W przypadku przeszacowania, Spółka może mieć ograniczone możliwości zwrotu towarów lub ich zbytu. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z zabezpieczeniami ustanowionymi na części majątku Spółki

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 zabezpieczenia (zastawy i hipoteki), 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, co mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

12.2 CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną na rynkach działalności Spółki.

Spółka prowadzi działalność operacyjną w Polsce. Część sprzedawanych przez Spółkę towarów produkowana jest na Dalekim Wschodzie. W związku z tym, działalność Spółki jest ściśle związana z sytuacją makroekonomiczną w Polsce i w tym regionie, a na wyniki finansowe generowane przez Spółkę mają wpływ m.in.: tempo wzrostu PKB, zmiany kursów walutowych, poziom inflacji, stopa bezrobocia, polityka fiskalna państw oraz siła nabywcza pieniądza na ww. rynkach. Powyższe czynniki oddziałują na kształtowanie się poziomu płac realnych, budżetów gospodarstw domowych, poziomu zamożności społeczeństwa oraz wskaźników koniunktury konsumpcyjnej. Ma to z kolei wpływ na nawyki zakupowe oraz wielkość popytu na towary oferowane przez Spółkę. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce

Poziom przychodów Spółki 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. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko załamania koniunktury na artykuły sportowe

Głównym źródłem przychodów Spółki jest sprzedaż detaliczna sprzętu i odzieży sportowej. Załamanie koniunktury na rynku artykułów sportowych mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko wzrostu konkurencji w sektorze działalności Spółki

W branży, w której działa Spółka, specyficzne jest rozproszenie popytu na odrębne rynki lokalne, zlokalizowane wokół większych miast, o różnym stopniu konkurencyjności.

Artykuły sportowe sprzedawane są zarówno przez pojedyncze sklepy sportowe, jak też przez sieci sklepów sportowych oraz sieci sklepów wielkopowierzchniowych (m.in. supermarkety i hipermarkety). W ocenie Spółki, głównymi konkurentami Spółki są sieci sklepów sportowych, przy czym na niektórych z rynków lokalnych Spółka konkuruje z wieloma sklepami. Polityka części konkurentów skierowana jest na niższy i średni segment cenowy sprzedawanych artykułów, podczas gdy polityka Spółki – 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 polski rynek nowych podmiotów zagranicznych. Powyższe procesy mogłyby spowodować zagęszczenie konkurencji i obniżenie przewagi Spółki. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z interpretacją, stosowaniem i zmianami przepisów prawa, w tym prawa podatkowego

System prawa polskiego, w tym prawa podatkowego, charakteryzuje się małą stabilnością. Przepisy prawa, w tym prawa podatkowego, prawa pracy i prawa ubezpieczeń społecznych, ulegają znacznym zmianom, często o charakterze fundamentalnym, a przy tym równie często bez możliwości zapewnienia adresatom poszczególnym norm prawnych właściwego czasu na przystosowanie się do zmieniających się regulacji (brak lub znaczne skrócone *vacatio legis*). Istnieje również ryzyko występowania odmiennych interpretacji określonych przepisów prawnych przez stosujące je organy administracji publicznej i sądy, przy czym odmienność interpretacji regulacji prawnych może zaistnieć zarówno na linii Spółka – organ lub sąd stosujący daną regulację, jak i pomiędzy sądami i organami. Istnieje ryzyko, iż Spółka nie będzie w stanie przystosować się w przewidzianym prawem okresie do zachodzących zmian systemu prawa, lub że przystosowanie się do nich będzie skutkowało powstaniem znacznych wydatków i kosztów po stronie Spółki. Zachodzące zmiany w przepisach prawa i ich wykładni mogą przy tym skutkować powstaniem po stronie osób trzecich dodatkowych roszczeń, jak również zwiększeniem obowiązków ciążących na Spółce, co może wiązać się m.in. z koniecznością restrukturyzacji zatrudnienia lub zmiany zasad prowadzenia działalności przez Spółkę. Zaistnienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane ze stosowaniem prawa obcego i poddaniem się pod jurysdykcję sądów zagranicznych

Spółka wskazuje, iż część istotnych umów zawartych przez niego została poddana pod właściwość prawa obcego, a spory z nich wynikające pod jurysdykcję sądów zagranicznych, w tym arbitrażowych. Dotyczy to w szczególności umów zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH. Organy Spółki nie posiadają pełnej wiedzy w zakresie stosowania prawa obcego, w tym jego wykładni, jak i działania sądów zagranicznych, w tym arbitrażowych, oraz ich orzecznictwa. Istnieje ryzyko, iż

postanowienia umowy zawartej przez Spółkę na gruncie prawa obcego jak i poddanie sporu pod osąd sądu zagranicznego, w tym arbitrażowego, mogą wywoływać skutki nie w pełni zamierzone przez Spółkę i prowadzić do zwiększenia kosztów działalności Spółki. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko ograniczenia czasu pracy handlu w niedziele

Sklepy Spółki 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 odnotowywały dotychczas największy przepływ klientów i najwyższe obroty w weekendy. Wprowadzony od 2019 roku całkowity zakaz prowadzenia handlu w niedzielę oraz inne ograniczenia mogą mieć wpływ na znaczne zmniejszenie przychodów i osłabienie wyników finansowych Spółki, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

Wyniki finansowe Spółki mogą się zmieniać pod wpływem wahań kursu EUR do PLN oraz USD do PLN, z uwagi na (1) powiązanie płatności z tytułu umów najmu lokali sklepowych z kursem EUR – płatności stanowią równowartość w PLN kwoty umownej wyrażonej w EUR, co oznacza, że osłabienie kursu PLN względem EUR może zwiększyć poziom kosztów Spółki, (2) powiązanie poziomu cen importowanych towarów z kursem EUR oraz USD. Osłabienie kursu złotego wobec EUR lub USD oznacza wyższe koszty zakupu towarów i wyższe koszty płaconych czynszów co może przełożyć się na podniesienie cen detalicznych części oferty Spółki lub zmniejszenie jego marży. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z poziomem stóp procentowych

Spółka wykazuje zadłużenie finansowe w PLN. Wszelkie zmiany w poziomach stóp procentowych istotnie wpływają na wysokość kosztów finansowych ponoszonych przez Spółkę, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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. 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. Istnieje jednak ryzyko, że oferta sklepów Spółki będzie odbiegać od preferencji klientów w danym

sezonie, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółka.

Ryzyko likwidacji bądź upadłości firm dostawczych

Przyjęta polityka handlowa przez Spółka zakłada zamawianie dla danego asortymentu co najmniej kilka konkurencyjnych marek, współpracę z ponad 100 firmami dostawczymi, utrzymywanie możliwości uzupełnienia zaopatrzenia w produkty pod markami międzynarodowymi za pośrednictwem Grupy INTERSPORT oraz możliwości uzupełnienia kolekcji produktami pod markami własnymi INTERSPORT. Istnieje jednak ryzyko utraty jednego lub kilku dostawców, zaopatrujących sieć sklepów Spółka, co mogłoby spowodować brak wybranego asortymentu, a w konsekwencji obniżyć osiągnięte przychody. Wystąpienie takich okoliczności mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółka.

13. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI

13.1 RYNEK ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH w Polsce

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

- **sieci sklepów sportowych**, takie jak: Decathlon Polska, Go Sport Polska, Martes Sport, INTERSPORT Polska, czyli sieci sportowe oferujące szeroką gamę artykułów sportowych, posiadające kadre 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.

Dzięki modzie na aktywny wypoczynek oraz prowadzenie zdrowego trybu życia systematycznie rośnie rynek artykułów i odzieży sportowej w Polsce. Rynek artykułów i odzieży sportowej jest mocno uzależniony od zasobów finansowych Polaków oraz koniunktury gospodarczej, dlatego też każdy wzrost dochodu rozporządzalnego przekłada się także na zwiększenie wydatków na artykuły sportowe. Najszybciej rosnącymi kanałami dystrybucji są sprzedaż internetowa oraz sieci marketów sportowych (np. Martes Sport).

13.2 WPŁYW SYTUACJI MAKROEKONOMICZNEJ

Do zasadniczych czynników wpływających na rentowność sieci INTERSPORT Polska S.A. należy zaliczyć: stawki podatkowe, stawki ceł, wysokość podstawowych stóp procentowych ustalanych przez banki centralne, politykę w zakresie inflacji, a także szereg innych zmiennych makroekonomicznych, warunkujących m.in. kursy wymiany walut, w tym w szczególności kurs USD oraz EUR, w relacji pomiędzy sobą i względem polskiej waluty.

Na działalność Spółki istotny wpływ mają czynniki makroekonomiczne, do których m.in. można zaliczyć tempo wzrostu PKB, wysokość inflacji, poziom wydatków konsumpcyjnych oraz zmiany regulacji prawnych. Do istotnych czynników mających wpływ na działalność operacyjną Spółki należą:

- konkurencja ze strony innych podmiotów,
- warunki pogodowe w poszczególnych porach roku,
- dostępność lokalizacji dla potencjalnych nowych sklepów INTERSPORT Polska S.A. oraz możliwość utrzymania na pożądanym warunkach już funkcjonujących sklepów,
- trendy związane z nawykami konsumentów (zarówno w zakresie trendów dotyczących uprawiania sportu, jak również trendów w zakresie popularności danych centr handlowych),
- skuteczna polityka zakupowo-sprzedazowa Spółki, w tym również skuteczność wdrożenia i zarządzania "Nowym modelem biznesowym" wprowadzanym przez Spółkę od 2017 roku,
- zmiany w poziomie wynagrodzeń w Polsce, istotnie wpływające na rentowność działalności danego sklepu.

Poza wskazanymi powyżej czynnikami, działalność operacyjna Spółki nie podlega szczególnym uregulowaniom polityki rządowej, gospodarczej, fiskalnej i monetarnej, których zmiana mogłaby być istotna dla sieci INTERSPORT Polska i jego branży.

14. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Biegłym rewidentem dokonującym przeglądu i badania informacji finansowych INTERSPORT Polska S.A. za I półrocze 2018 roku jest:

Nazwa (firma): AMZ Sp. z o.o. w Krakowie
Adres: ul. Strzelców 6A/1, 31-422 Kraków

Podmiot wpisany jest na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych prowadzoną przez Krajową Izbę Biegłych Rewidentów pod numerem 3787. W imieniu AMZ Sp. z o.o. działał Marek Zych, Kluczowy Biegły Rewident wpisany na listę biegłych rewidentów pod numerem 11406.

15. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

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 2018.

Cholerzyn, dnia 30 sierpnia 2018 r.

Artur Mikołajko – Prezes Zarządu

Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu

OBJAŚNIENIA

Alternatywne Pomiar Mierników ("APM")

Poniżej Spółka INTERSPORT Polska S.A. przedstawia zasady wyliczania wskaźników oraz uzasadnienie zastosowania ich przez Spółkę.

WSKAŹNIKI ZADŁUŻENIA

Wskaźnik ogólnego zadłużenia = *zobowiązania ogółem / pasywa razem*. Wskaźnik ogólnego zadłużenia to miernik finansowy prezentujący stopień zabezpieczenia spłaty zadłużenia majątkiem przedsiębiorstwa. Zmiany wartości wskaźnika ogólnego zadłużenia w czasie obrazują zmiany poziomu finansowania z kapitału obcego (niższy poziom wskaźnika oznacza spadek finansowania obcego oraz obniżenie ryzyka związanego ze spłatą zobowiązań). Wskaźnik ogólnego zadłużenia jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego ogółem = *zobowiązania ogółem / kapitał własny ogółem*. Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych pozwala mierzyć stopień zaangażowania kapitału obcego w stosunku do kapitału własnego i określa wielkość posiadanych przez firmę zobowiązań obcych przypadających na jednostkę kapitału własnego firmy. Wskaźnik ten określa możliwość pokrycia zobowiązań kapitałem własnym. Wzrost wartości wskaźnika w poszczególnych okresach oznacza wzrost udziału długu w finansowaniu działalności firmy. Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi = *kapitały własne ogółem / aktywa ogółem*. Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi informuje o udziale środków własnych w finansowaniu działalności przedsiębiorstwa. Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego = *zobowiązania krótkoterminowe / pasywa ogółem*. Wskaźnik relacji zobowiązań krótkoterminowych do pasywów ogółem pokazuje w jakim stopniu spółka finansuje działalność kapitałem krótkoterminowym. Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik zadłużenia długoterminowego = *zobowiązania długoterminowe / pasywa ogółem*. Wskaźnik relacji zobowiązań długoterminowych do pasywów ogółem informuje w jakim stopniu przedsiębiorstwo finansuje działalność kapitałem długoterminowym. Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

WSKAŹNIKI PŁYNNOŚCI

Wskaźnik płynności bieżącej = $\text{aktywa obrotowe ogółem} / \text{zobowiązania krótkoterminowe}$
Wskaźnik płynności bieżącej pokazuje jaka jest zdolność firmy do regulowania krótkoterminowych zobowiązań środkami obrotowymi. Jest to jeden ze standardowych wskaźników płynności finansowej przedsiębiorstwa, który pozwala ocenić zdolność podmiotu do utrzymania płynności finansowej. Wskaźnik płynności bieżącej jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik płynności szybkiej = $(\text{aktywa obrotowe} - \text{zapasy}) / \text{zobowiązania krótkoterminowe}$. Wskaźnik płynności szybkiej jest uzupełnieniem wskaźnika płynności bieżącej. Informuje on o możliwościach spółki do spłaty swoich krótkoterminowych zobowiązań aktywami o wysokiej płynności (z pominięciem zapasów oraz rozliczeń międzyokresowych). Jest to jeden ze standardowych wskaźników płynności finansowej przedsiębiorstwa, który pozwala ocenić zdolność podmiotu do utrzymania płynności finansowej w krótkim okresie. Wskaźnik płynności szybkiej jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

WSKAŹNIKI RENTOWNOŚCI

Marża brutto na sprzedaży towarów = $\text{Zysk} / \text{Strata brutto ze sprzedaży towarów} / \text{przychody ze sprzedaży towarów}$. Wskaźnik rentowności sprzedaży brutto sprzedaży pokazuje rentowność przedsiębiorstwa po uwzględnieniu wartości sprzedanych towarów i materiałów (wzrastająca wartość wskaźnika rentowności brutto w analizowanym okresie oznacza wyższą efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa). Wskaźnik rentowności sprzedaży brutto jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Rentowność ze sprzedaży = $\text{Zysk} / \text{Strata ze sprzedaży} / \text{przychody ze sprzedaży produktów i towarów}$. Wskaźnik rentowności sprzedaży informuje o tym, jaki procent przychodu ze sprzedaży stanowi uzyskany zysk ze sprzedaży – zysk po uwzględnieniu wartości sprzedanych towarów i materiałów oraz kosztów sprzedaży i kosztów ogólnego zarządu. Rosnąca wartość wskaźnika oznacza wyższą efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa. Wskaźnik rentowności sprzedaży jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Rentowność EBIT = $\text{Zysk} / \text{Strata z działalności operacyjnej} / \text{przychody ze sprzedaży produktów i towarów}$. Wskaźnik rentowności działalności operacyjnej (EBIT) uwzględnia pozostałą działalność operacyjną w ocenie rentowności sprzedaży (wyższa wartość wskaźnika, oznacza większą operacyjną efektywność funkcjonowania jednostki). Wskaźnik rentowności EBIT jest powszechnie stosowany do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji. Wskaźnik rentowności EBIT jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Rentowność netto = $\text{Zysk} / \text{Strata netto} / \text{przychody ze sprzedaży produktów i towarów}$
Wskaźnik rentowności netto wskazuje jaki % przychodów stanowi zysk netto. Otrzymany wynik informuje o tym, w jakim stopniu sprzedaż jest opłacalna (marża zysku netto) oraz

w jaki sposób przedsiębiorstwo zarządza stosunkiem kosztów do przychodów. Wskaźnik rentowności netto jest powszechnie stosowany do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Rentowność aktywów (ROA) = $\text{wynik finansowy netto} / \text{aktywa na koniec okresu}$. Wskaźnik rentowności aktywów (ROA) pozwala na sprawdzenie, w jakim stopniu posiadane aktywa ogółem są zdolne do generowania zysku, natomiast zmiany wartości tego wskaźnika w czasie obrazują tendencje w zakresie zdolności aktywów do generowania dochodu). Wskaźnik rentowności aktywów jest powszechnie stosowany do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu w podczas prezentacji danych finansowych.

Rentowność kapitałów własnych (ROE) = $\text{wynik finansowy netto} / \text{kapitały własne ogółem na koniec okresu}$. Wskaźnik rentowności kapitałów własnych (ROE) jest miernikiem zyskowności przedsiębiorstwa dla jego właścicieli, tj. obrazuje ile wypracowanego zysku przypada na każdą jednostkę kapitału własnego, jaki został zaangażowany przez akcjonariuszy. Wartość ta wynika ze stosunku zysku netto przedsiębiorstwa do posiadanych przez nie kapitałów własnych (wartości majątku przedsiębiorstwa, który został wniesiony przez właścicieli oraz zysku wypracowanego podczas bieżącej działalności jednostki). Zmiany wartości wskaźnika ROE w czasie obrazują tendencje w zakresie stopy zwrotu z zainwestowanego przez akcjonariuszy kapitału. Wskaźnik rentowności kapitałów własnych jest powszechnie stosowany w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

WSKAŹNIKI ROTACJI

Cykl rotacji zapasów = $\text{Zapasy na koniec okresu} / \text{przychody ze sprzedaży} \times \text{liczba dni w analizowanym okresie}$. Wskaźnik cyklu rotacji zapasów umożliwia analizę poziomu odnawialności zapasów Spółki dla zrealizowanej sprzedaży. Wskaźnik rotacji zapasów jest powszechnie stosowany do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Cykl rotacji należności = $\text{Należności krótkoterminowe} / \text{przychody ze sprzedaży} \times \text{liczba dni w analizowanym okresie}$. Wskaźnik cyklu rotacji należności umożliwia analizę cyklu regulowania należności przez odbiorców Spółki. Wskaźnik rotacji zapasów jest powszechnie stosowany do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Cyk rotacji zobowiązań bieżących = $\text{Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych)} / \text{przychody ze sprzedaży} \times \text{liczba dni w analizowanym okresie}$.

Wskaźnik rotacji zobowiązań bieżących umożliwia analizę okresu, jaki jest wymagany do spłaty przez Spółkę jej zobowiązań krótkoterminowych. Wskaźnik rotacji zapasów jest powszechnie stosowany do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.