



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

z działalności za rok obrotowy

trwający od 1 stycznia 2018 r. do 31 marca 2019 r.



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

Spis treści

1. OMÓWIENIE WYNIKÓW	4
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	
Przychody ze sprzedaży	
Koszty	
1.5 Czynniki i zdarzenia mające istotny wpływ na wyniki z działalności operacyjnej	
2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI	15
2.1 Sytuacja finansowa: analiza rentowności	
2.2 Sytuacja majątkowa: wskaźnik rotacji	
3. INWESTYCJE	17
4. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA	17
5. TRANSAKcje Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI	23
6. O INTERSPORT Polska S.A.	23
6.1 Struktura organizacyjna	
6.2 Powiązania organizacyjne i kapitałowe	
6.3 Grupa INTERSPORT na świecie	
6.4 Koncepcja INTERSPORT 2.0	
6.5 Podstawowa działalność Spółki	
6.6 Model sklepu wzorcowego	
6.7 Działania uzupełniające	
6.8 Liczba placówek	
6.9 Stan i struktura zatrudnienia	
6.10 Organy Spółki	
Zarząd	
Rada Nadzorcza	
Wynagrodzenia / Opis Polityki wynagrodzeń / Opis Polityki Różnorodności	
Ryzyko konfliktu interesów	
7. AKCJE I AKCJONARIAT	33
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	37
8.1 Oferta handlowa	
8.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia	
8.3 Charakterystyka sprzedaży: struktura, sezonowość	
9. DZIAŁANIA MARKETINGOWE	39
9.1 Wsparcie sprzedaży	
9.2 Klienci lojalnościowi	
9.3 Nagrody i wyróżnienia	
9.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu	
10. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU	42
10.1 Nowe produkty i usługi	
10.2 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej	
10.3 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 2.0	
10.4 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w najbliższej perspektywie	
11. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE	44
12. RYZYKA I ZAGROZENIA	45
12.1 Czynniki ryzyka związane z działalnością	
12.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem	
13. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI	58
13.1 Rynek artykułów sportowych w Polsce	
13.2 Wpływ sytuacji makroekonomicznej	
14. BIEGŁY REWIDENT	60
15. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	60
OBJAŚNIENIA dotyczące wyliczania wskaźników	62

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



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, pierwszy rok obrotowy i podatkowy Spółki ustalony według zasad obowiązujących po przyjęciu ww. uchwały, rozpoczął się w dniu 1 stycznia 2018 roku a zakończył się z dniem 31 marca 2019 roku i trwał 15 miesięcy.

1. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH W ROKU OBROTOWYM 2018/2019.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. za rok obrotowy zakończony 31 marca 2019 roku wypracowała przychody netto ze sprzedaży w wysokości 242.324 tys. zł, czyli o 4,3% wyższe wobec 232.402 tys. zł osiągniętych w analogicznym okresie (od 1 stycznia 2017 do 31 marca 2018 roku). W okresie 15 miesięcy, tj. od 01 stycznia 2018 roku do 31 marca 2019 r., Spółka zanotowała stratę brutto w wysokości 6.048 tys. zł przy stracie brutto na poziomie 10.236 tys. zł w analogicznym okresie. EBIT wyniósł -4.346 tys. zł, zaś EBITDA kształtowała się na poziomie 3.343 tys. zł.

1.1 DANE FINANSOWE

PODSTAWOWE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.01.2018 do 31.03.2019	od 01.01.2017 do 31.12.2017
Przychody ze sprzedaży ogółem	242 324	183 934
Wynik brutto na sprzedaży	91 940	69 784
Marża brutto na sprzedaży	37,9%	37,9%
Wynik ze sprzedaży	-4 112	-9 611
Rentowność ze sprzedaży	-1,7%	-5,2%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-4 346	-10 230
Marża EBIT	-1,8%	-5,6%
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	3 343	-3 887
Marża EBITDA	1,4%	-2,1%
Wynik brutto	-6 048	-10 971
Wynik netto	-5 285	-8 999

WYBRANE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.01.2018 do 31.03.2019	Stan na dzień 31.12.2017
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	242 324	183 934
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-4 346	-10 230
III. Zysk (strata) brutto	-6 048	-10 971
IV. Zysk (strata) netto	-5 285	-8 999
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-10 871	-9 171
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 301	-2 665
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	11 327	12 632
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-845	796
IX. Aktywa razem	128 800	122 319
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	99 170	101 804
XI. Zobowiązania długoterminowe	1 745	2 786
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	90 474	91 836
XIII. Kapitał własny	29 630	20 515
XIV. Kapitał zakładowy	3 038	2 288
XV. Liczba akcji (w szt.)	30 380 700	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)	0,98	0,90
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł)	0,98	0,90
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na 1 akcję (w zł)		

1.2 BILANS

Wartość sumy bilansowej na dzień 31 marca 2019 roku wyniosła 128.800 tys. zł i była wyższa o 5,3% w porównaniu do stanu na dzień 31 grudnia 2017 roku (było: 122.319 tys.zł).

a) AKTYWA

Wartość aktywów Spółki w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. była wyższa o 5,3% w porównaniu do stanu na dzień 31 grudnia 2017 roku. Zmniejszenie poziomu aktywów trwałych na dzień 31.03.2019 roku o 5.040 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 31.12.2017 roku związane jest głównie z umorzeniem środków trwałych, likwidacją

środków trwałych z zamkniętych sklepów w 2018 roku. Wzrost długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 1.044 tys. zł wynika głównie z aktywowania podatku dochodowego możliwego do odliczenia od dochodu w następnych latach podatkowych. Wyższa wartość aktywów obrotowych wynika przede wszystkim ze zwiększenia stanu zapasów o 11.187 tys. zł tj. o 24,2%.

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 31.03.2019	stan na dzień 31.12.2017	zmiana %
I. Aktywa trwałe	61 164	66 204	-7,6%
1. Wartości niematerialne i prawne	3 291	3 902	-15,7%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	50 821	56 320	-9,8%
3. Inwestycje długoterminowe	828	802	3,2%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	6 224	5 180	20,2%
II. Aktywa obrotowe	67 636	56 115	20,5%
1. Zapasy	57 419	46 232	24,2%
2. Należności krótkoterminowe	6 936	6 506	6,6%
3. Inwestycje krótkoterminowe	1 099	1 944	-43,5%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 182	1 433	52,3%
Aktywa razem	128 800	122 319	5,3%

b) PASYWA

Na dzień 31.03.2019 roku wartość kapitałów Spółki była wyższa o 9.115 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 31.12.2017 roku. Związane jest to głównie z emisją akcji serii G oraz odnotowaną stratą za rok obrotowy zakończony 31 marca 2019 roku.

Zmniejszony poziom zobowiązań długoterminowych w pozycji kredyty i pożyczki jest efektem przekwalifikowania części zewnętrznych źródeł finansowania jak i spłat rat kapitałowych. Zmniejszony poziom długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 474 tys. zł wynika z otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową, która jest rozliczana w okresie eksploatacji.

STRUKTURA PASYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 31.03.2019	stan na dzień 31.12.2017	zmiana %
I. Kapitał własny	29 630	20 515	44,4%
1. Kapitał zakładowy	3 038	2 288	32,8%
2. Kapitał zapasowy	31 877	27 226	17,1%
3. Zysk (strata) z lat ubiegłych			
4. Zysk (strata) netto	-5 285	-8 999	-41,3%
II. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	99 170	101 804	-2,6%
1. Rezerwy na zobowiązania	1 247	1 004	24,2%
2. Zobowiązania długoterminowe	1 745	2 786	-37,4%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	90 474	91 836	-1,5%
4. Rozliczenia międzyokresowe*	5 704	6 178	-7,7%
Pasywa razem	128 800	122 319	5,3%

**Rozliczenia międzyokresowe (wykazywane po stronie pasywów) Spółki związane są z rozliczaniem 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 31.03.2019 r. kapitał własny Spółki wyniósł 29.630 tys. zł i składał się z kapitału zakładowego w wysokości 3.038 tys. zł, kapitału zapasowego w wysokości 31.877 tys. zł oraz został pomniejszony o stratę netto w kwocie 5.285 tys. zł.

KAPITAŁ PODSTAWOWY

Zgodnie z art. 308 § 1 Ksh kapitał zakładowy spółki akcyjnej powinien wynosić co najmniej 100 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. na dzień publikacji raportu wynosi 3.038.070,00 zł i dzieli się na 30.380.700 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 31.03.2019 r. kapitał zapasowy Spółki wynosił 31.877 tys. zł.

ISTOTNE ZMIANY

Wg stanu na dzień 31.03.2019 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. wynosi 29 630 tys. zł i wzrósł o 44,4% w stosunku do stanu na dzień 31.12.2017 roku (był: 20 515 tys.zł).

- 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.
- W dniu 8 stycznia 2019 roku Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia postanowieniem o sygnaturze KR.XII NS-REJ.KRS/21965/18/950 zarejestrował zmianę statutu Spółki przyjętą uchwałą nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 30 sierpnia 2018 roku, obejmującą podwyższenie kapitału zakładowego Spółki z 2.288.070,00 zł na 3.038.070,00 zł.

d) ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 31.03.2019 r. łączna wartość zobowiązań Spółki wynosiła 92.219 tys. zł, z czego 1.745 tys. zł stanowiły zobowiązania długoterminowe, a 90.474 tys. zł stanowiły zobowiązania krótkoterminowe. W okresie od 1 stycznia 2018 do 31 marca 2019 roku wartość zobowiązań Spółki uległa zmniejszeniu o 2.403 tys. zł, tj. o 2,5% w stosunku do stanu na 31 grudnia 2017 roku. Znaczny udział w łącznych zobowiązaniach Spółki wobec pozostałych jednostek, stanowią zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców, które wzrosły z poziomu 74.813 tys. zł na koniec 2017 r. do poziomu 75.533 tys. zł na dzień 31.03.2019 r.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 31.03.2019 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

Zobowiązania długoterminowe (stan na dzień 31.03.2019 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	1 733	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	31.03.2019 r.	31.12.2017 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	1 733	2 733
Zobowiązania długoterminowe z tyt. leasingu	12	53
Razem	1 745	2 786

Stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 31 marca 2019 roku zmniejszył się o 36,6% w stosunku do stanu na dzień 31.12.2017 roku – zmniejszenie wynikało z przekwalifikowania części kredytów długoterminowych na krótkoterminowe oraz spłaty rat kapitałowych.

Zobowiązania krótkoterminowe (stan na dzień 31.03.2019 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	3 081	2020-06-11	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	2 852	2019-07-15	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	2 738	2019-07-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
BANK ZACHODNI WBK SA	390	2019-07-31	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	31.03.2019 r.	31.12.2017 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	9 861	11 156
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. leasingu	28	52
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	80 585	80 628
Razem	90 474	91 836

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 31.03.2019 r. wyniósł 9.861 tys. zł i zmniejszył się o 11,6% w stosunku do stanu na dzień 31.12.2017 r.

Gwarancje bankowe udzielone INTERSPORT Polaka S.A. dotyczą kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 31 marca 2019 roku gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 3.650 tys. zł i 1.087 tys. euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

Analiza zadłużenia – APM¹

Tabela: Wskaźniki zadłużenia Spółki (w %)

Wskaźniki zadłużenia:	Formuła	31.03.2019	31.12.2017
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem / Pasywa razem	77%	83,2%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Zobowiązania długoterminowe / Pasywa razem	1,4%	2,3%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Zobowiązania krótkoterminowe / Pasywa razem	70,2%	75,1%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitał własny	334,7%	496,2%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	Kapitał własny ogółem / Aktywa razem	23,0%	16,8%

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

1.3 PRZEPŁYWY FINANSOWE (w tys. zł)

od 01.01.2018 od 01.01.2017
do 31.03.2019 do 31.12.2017

Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	-10 871	-9 171
Zysk (strata) netto	-5 285	-8 999
Amortyzacja	7 689	6 343
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	-25	49
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	714	664
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	866	1 000
Zmiana stanu rezerw	243	-75
Zmiana stanu zapasów	-11 187	-4 057
Zmiana stanu należności	24	406
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-1 644	-1 842
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	-2 266	-2 167
Inne		-493
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 301	-2 665
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	11 327	12 632
Przepływy pieniężne razem	-845	796

W okresie od 1 stycznia 2018 r. do 31 marca 2019 r. stan środków pieniężnych uległ zmniejszeniu z 1.944 tys. zł (na koniec 2017 r.) do 1.099 tys. zł na dzień 31.03.2019 r.:

- **działalność operacyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości minus 10.871 tys. zł. Strata netto, która wyniosła 5.285 zł, została skorygowana (in minus) o 5.586 tys. zł. Najistotniejsze korekty wynikały z amortyzacji (plus 7.689 tys. zł), ze zwiększenia stanu zapasów (minus 11.187 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zobowiązań krótkoterminowych wobec dostawców (minus 1.644 tys. zł);
- **działalność inwestycyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 1.301 tys. zł (głównie były to wydatki poniesione w związku dostosowaniem 1 sklepu do nowej koncepcji INTERSPORT 2.0 oraz z pracami odtworzeniowymi istniejących sklepów INTERSPORT Polska S.A.);

- **działalność finansowa** wygenerowała dodatnie przepływy pieniężne w łącznej wysokości 11.327 tys. zł – wpływy związane były głównie z przeprowadzoną emisją 7.500.000 akcji serii G, Akcje serii G obejmowane były po cenie emisyjnej wynoszącej 2,0 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	31.03.2019	31.12.2017
Wskaźnik płynności bieżącej	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe	0,75	0,6
Wskaźnik płynności szybkiej	(Aktywa obrotowe – Zapasy) / Zobowiązania krótkoterminowe	0,1	0,1

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

Dane w zamkniętych okresach:

	od 01.01.2018 do 31.03.2019	od 01.01.2017 do 31.12.2017
I. Przychody netto ogółem	242 324	183 934
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	150 384	114 150
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	91 940	69 784
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	96 062	79 395
VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	-4 122	-9 611
VII. Pozostałe przychody operacyjne	2 390	1 864
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	2 614	2 483
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-4 346	-10 230
X. Przychody finansowe	429	290
XI. Koszty finansowe	2 131	1 031
XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-6 048	-10 971
XIII. Zysk (strata) brutto	-6 048	-10 971
XIV. Podatek dochodowy	-763	-1 972
XV. Zysk (strata) netto	-5 285	-8 999

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

Dane za 15 miesięcy:

	od 01.01.2018 do 31.03.2019	od 01.01.2017 do 31.03.2018	zm %
I. Przychody netto ogółem	242 324	232 402	4,3%
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	150 384	143 577	4,7%
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	91 940	88 825	3,5%
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	96 062	97 380	-1,4%
VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	-4 122	-8 555	-51,8%
VII. Pozostałe przychody operacyjne	2 390	2 164	10,4%
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	2 614	2 853	-8,4%
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-4 346	-9 245	-53,0%
X. Przychody finansowe	429	290	47,9%
XI. Koszty finansowe	2 131	1 281	66,3%
XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-6 048	-10 236	-40,9%
XIII. Zysk (strata) brutto	-6 048	-10 236	-40,9%

Dane za 12 miesięcy:

	od 01.04.2018 do 31.03.2019	od 01.04.2017 do 31.03.2018	zm %
I. Przychody netto ogółem	193 855	184 071	5,3%
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	120 956	115 712	4,5%
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	72 899	68 359	6,6%
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	78 078	77 828	0,3%
VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	-5 179	-9 469	-45,3%
VII. Pozostałe przychody operacyjne	2 091	1 364	53,3%
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	2 243	1 945	15,4%
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-5 331	-10 050	-47,0%
X. Przychody finansowe	428	97	341,6%
XI. Koszty finansowe	1 880	986	90,6%
XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-6 783	-10 939	-38,0%
XIII. Zysk (strata) brutto	-6 783	-10 939	-38,0%

PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w okresie od 1 stycznia 2018 r. do 31 marca 2019 roku odnotowała łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 242.324 tys. zł czyli o 4,3% wyższe w porównaniu do łącznych obrotów w okresie od 1 stycznia 2017 r. do 31 marca 2018 roku (było: 232.402 tys. zł) pomimo zmniejszenia ilości dni handlowych w stosunku do analogicznego okresu poprzedniego roku w związku z wprowadzeniem wolnych od handlu niedziel. Wyższy stan zapasów oferowanych towarów – zwłaszcza marek własnych, wpłynął na efektywność sprzedaży w sieci handlowej INTERSPORT Polska S.A. (stan zapasów na 31.03.2019 r. był wyższy o 11.187 tys. zł w porównaniu do stanu na 31.12.2017 r.).

KOSZTY (w tys. zł)	od 01.01.2018 do 31.03.2019	od 01.01.2017 do 31.03.2018	zmiana %
Amortyzacja	7 689	7 910	-2,8%
Zużycie materiałów i energii	4 423	4 523	-2,2%
Usługi obce	49 808	50 595	-1,6%
Podatki i opłaty	3 125	3 010	3,8%
Wynagrodzenia	22 458	23 048	-2,6%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	4 472	4 784	-6,5%
Pozostałe koszty rodzajowe	4 087	3 510	16,4%
Koszty razem	96 062	97 379	-1,4%

KOSZTY (w tys. zł)	od 01.04.2018 do 31.03.2019	od 01.04.2017 do 31.03.2018	zmiana %
Amortyzacja	6 122	6 308	-2,9%
Zużycie materiałów i energii	3 721	3 638	2,3%
Usługi obce	40 686	39 742	2,4%
Podatki i opłaty	2 481	2 484	-0,1%
Wynagrodzenia	17 939	18 682	-4,0%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	3 580	3 847	-6,9%
Pozostałe koszty rodzajowe	3 549	3 127	13,5%
Koszty razem	78 078	77 828	0,3%

W związku ze zmniejszeniem powierzchni handlowej, zamknięciem sklepów oraz podjęciem działań zwiększających efektywność prowadzonej działalności, poziom kosztów działalności operacyjnej w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. jest niższy w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o około 1,4 %.

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

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

Wynik operacyjny	od 01.01.2018 do 01.03.2019	od 01.01.2017 do 31.03.2018
Przychody ze sprzedaży, w tym:	242 324	232 402
przychody ze sprzedaży produktów	3 897	4 429
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	238 427	227 973
Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów	150 384	143 577
Zysk brutto ze sprzedaży	91 940	88 825
koszty sprzedaży	87 247	88 680
koszty ogólnego zarządu	8 815	8 700
Zysk ze sprzedaży	-4 122	-8 555
pozostałe przychody operacyjne	2 390	2 164
pozostałe koszty operacyjne	2 614	2 853
Wynik na działalności operacyjnej	-4 346	-9 245

Kluczowy wpływ na poziom wyniku operacyjnego Spółki ma poziom zysku osiąganego ze sprzedaży towarów i materiałów. Zysk brutto ze sprzedaży w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. uległ podwyższeniu do poziomu 91.940 tys. zł w porównaniu do analogicznego 15-miesięcznego okresu kończącego się 31 marca 2018 r. (było: 88.825 tys. zł). Na poziom zysku na sprzedaży towarów i materiałów osiągniętego w w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. decydujący wpływ miały wyższe przychody ze sprzedaży towarów i materiałów (10.454 tys. zł więcej w porównaniu do analogicznego okresu).

Koszty sprzedaży (przede wszystkim koszty sieci detalicznej oraz logistyki i magazynu Spółki) w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. uległy obniżeniu w porównaniu z analogicznym okresem z 88.680 tys. zł do 87.247 tys. zł.

Koszty ogólnego zarządu w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. nieznacznie zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 8.700 tys. zł do 8.814 tys. zł.

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

W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. obniżono koszty działalności operacyjnej o 8,4% tj. o 239 tys. mniej r/r.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł -4.346 tys. zł i był wyższy o 4.899 tys. zł w porównaniu z analogicznym okresem kiedy to wyniósł -9.245 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).*

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.

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

APM - Alternatywny Pomiar Wyników	01.01.2018	01.01.2017
	31.03.2019	31.03.2018
EBITDA = (Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację)	3 343	-1 335

Przychody ze sprzedaży produktów oraz towarów i materiałów Emitenta ulegały w analizowanym okresie zwiększeniu. W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. przychody ze sprzedaży zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem o 4,3 % (tj. o 9,9 mln zł). W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. wpływ na wartość osiągniętych przychodów ze sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu miały przede wszystkim następujące czynniki:

- odbudowany stan zapasów wpłynął na fakt, iż przychody ze sprzedaży w porównywalnych sklepach w roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. były wyższe o 3,7% w porównaniu do analogicznego okresu,
- przychody ze sprzedaży realizowane za pośrednictwem kanału Commerce w roku obrotowym zakończonym 31.03.2019r. wzrosły o 75,9 % w porównaniu do analogicznego okresu.

ANALIZA RENTOWNOŚCI³ - APM

Tabela: Analiza rentowności działalności Spółki (w %)

Wskaźniki rentowności	Formuła	01.01.2018 31.03.2019	01.01.2017 31.03.2018
Marża brutto ze sprzedaży towarów	Zysk / Strata brutto ze sprzedaży towarów / przychody ze sprzedaży towarów	36,9%	37%
Rentowność ze sprzedaży	Zysk / Strata ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-1,7%	-3,7%
Rentowność EBIT	Zysk / Strata z działalności operacyjnej / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-1,8%	-4,0%
Rentowność netto	Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-2,2%	-3,6%
Wskaźniki rentowności	Formuła	01.01.2018 31.03.2019	01.01.2017 31.12.2017
Rentowność aktywów ROA**	Zysk / Strata netto / aktywa na koniec okresu	-4,1%	-7,4%
Rentowność kapitałów własnych ROE**	Zysk / Strata netto / kapitał własny na koniec okresu	-17,8%	-43,9%

W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. Spółka odnotowała marżę brutto ze sprzedaży na podobnym poziomie co w analogicznym okresie czyli 36,9%.

W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. rentowność ze sprzedaży Spółki wyniosła -1,7% w porównaniu do -3,7% w analogicznym okresie.

Wskaźniki ROE oraz ROA w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. oraz w 2017 roku kształtowały się na ujemnym poziomie odpowiednio od minus 7,4% do minus 4,1% (ROA) oraz od minus 43,9% do minus 17,8% (ROE). Niskie wskaźniki w tym zakresie były wynikiem ponoszenia znaczących strat netto w poprzednich latach.

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

2.2 SYTUACJA MAJĄTKOWA

WSKAŹNIK ROTACJI⁴ - APM

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

Cykl rotacji	Formuła	stan na dzień 31.03.2019	*stan na dzień 31.12.2017
Cykl rotacji zapasów	Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	107,8	91,7
Cykl rotacji należności krótkoterminowych	Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	13,02	12,9
Cykl rotacji zobowiązań bieżących	Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	151,4	160

*/ Wskaźniki za rok obrotowy zakończony 31 marca 2019 r. zostały obliczone dla liczby dni równej 455, pozostałe dla liczby dni równej 365

Wskaźnik rotacji zapasów uległ wydłużeniu z 91,7 dni na koniec 2017 r. do 107,8 dni na 31.03.2019 r. Wskaźnik rotacji należności uległ wydłużeniu z 12,9 dni na koniec 2017 r. do 13,02 dni na 31.03.2019 r. Cykl rotacji zobowiązań bieżących na 31.03.2019 r. uległ skróceniu do 151,4 dni.

3. INWESTYCJE

W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. Spółka poniosła wydatki związane z otwarciem jednego sklepu, wydatki dotyczące nakładów odtworzeniowych oraz wydatki związane z dostosowaniem jednego sklepu do nowej koncepcji INTERSPORT 2.0 w wysokości 2.922 tys. zł.

Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych

W obecnym roku obrotowym Spółka nie planuje dodatkowych inwestycji poza bieżącą działalnością oraz dostosowaniem dwóch sklepów do nowej koncepcji INTERSPORT 2.0.

4. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA

W ocenie Zarządu INTERSPORT Polska S.A. („Spółka”) od 1 stycznia 2018 roku do 31 marca 2019 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

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

odnoszących się do cyklicznych wyników sprzedaży jest okres kwartalny (szczegóły: raport bieżący nr 2/2018).

- (2) W dniu 15 marca 2018 r. 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 2018 r. z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki zrezygnował Pan 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 2018 r. 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 2018 r. 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 r. 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 2018 r. 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 2018 r. 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 2018 r. 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 2018 r. 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 Christopha Schillę [\(szczegóły: raport bieżący nr 18/2018\)](#).
- (11) 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” [\(szczegóły: raport bieżący nr 22/2018\)](#);
- (12) W dniu 30 sierpnia 2018 r. 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. [\(szczegóły: raport bieżący nr 26/2018\)](#);

- (13) W dniu 14 września 2018 r. Zarząd Spółki otrzymał wyrok Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie w sprawie zasądzenia od Samuri Investments Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie od której Spółka wynajmowała lokal handlowy znajdujący się w Warszawie przy ul. Sójki 37, na rzecz INTERSPORT kwoty w wysokości 915.139.90 zł (dziewięćset piętnaście tysięcy sto trzydzieści dziewięć 90/100 złotych) wraz z odsetkami ustawowymi w związku z uniemożliwieniem Spółce prowadzenia działalności gospodarczej w lokalu w okresie od 25 września 2017 roku do 30 kwietnia 2018 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 26/2018](#));
- (14) W dniu 19 września 2018 r. Spółka otrzymała informację, iż Santander Bank Polska S.A. z siedzibą pod adresem al. Jana Pawła II 17, 00-854 Warszawa (dawniej Bank Zachodni WBK S.A.) podpisał aneksy do umów kredytowych ([szczegóły: raport bieżący nr 29/2018](#));
- (15) W dniu 20 listopada 2018 r. Spółka otrzymała zawiadomienie od INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH z siedzibą w Heilbronn, Niemcy, zgodnie z art. 69 ust. 1 pkt 2 i ust. 2 pkt 1 lit. a Ustawy o ofercie w sprawie zmniejszenia udziału w ogólnej liczbie głosów przypadających na wszystkie akcje Spółki ([szczegóły: raport bieżący nr 31/2018](#));
- (16) W dniu 20 listopada 2018 r. Spółka otrzymała zawiadomienie od Pana Krzysztofa Pięły - członka Rady Nadzorczej Spółki - o dokonanej w dniu 16 listopada 2018 r. transakcji pakietowej kupna akcji INTERSPORT Polska S.A. ([szczegóły: raport bieżący nr 32/2018](#));
- (17) W dniu 21 listopada 2018 r. Spółka otrzymała zawiadomienie od Spółki INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH z siedzibą w Heilbronn, Niemcy jako podmiotu blisko związanego z członkiem Rady Nadzorczej Spółki - Panem Christophem Schillą, w sprawie dokonanej w dniu 16 listopada 2018 r. transakcji zbycia akcji INTERSPORT Polska S.A. ([szczegóły: raport bieżący nr 33/2018](#));
- (18) W dniu 21 listopada 2018 r. Spółka otrzymała zawiadomienie od Pana Krzysztofa Pięły zgodnie z art. 69 ust. 1 pkt 1 oraz ust. 2 pkt 1 lit. a Ustawy o ofercie w sprawie zwiększenia udziału w ogólnej liczbie głosów Emitenta ([szczegóły: raport bieżący nr 34/2018](#));
- (19) W dniu Zarząd Spółki poinformował o zakończeniu subskrypcji akcji zwykłych na okaziciela serii G Spółki („Akcje Serii G”). Subskrypcja Akcji Serii G miała charakter subskrypcji prywatnej w rozumieniu art. 431 § 2 ust. 1 Kodeksu spółek handlowych. Podstawą emisji Akcji Serii G jest Uchwała nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 30 sierpnia 2018 r. ([szczegóły: raport bieżący nr 35/2018](#)).
- (20) W dniu 10 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała od Pana Marcina Bogdani zawiadomienie z art. 69 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej - w sprawie przekroczenia progu 5% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta ([szczegóły: raport bieżący nr 2/2019](#)).
- (21) W dniu 22 stycznia 2019 r. Zarząd powziął informację o tym iż Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia postanowieniem o sygnaturze KR.XII NS-REJ.KRS/21965/18/950 zarejestrował zmianę statutu Spółki przyjętą uchwałą nr 4 Nadzwyczajnego Walnego

Zgromadzenia Spółki z dnia 30 sierpnia 2018 roku, obejmującą zmianę kapitału zakładowego Spółki ([szczegóły: raport bieżący nr 3/2019](#)).

- (22) W dniu 23 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała od Pana Artura Mikołajko, będącego znaczącym akcjonariuszem Spółki, zawiadomienie z art. 69 ust.1 pkt. 2 Ustawy o ofercie, w sprawie zmniejszenia udziału w ogólnej liczbie głosów Emitenta ([szczegóły: raport bieżący nr 4/2019](#)).
- (23) W dniu 23 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała od Pana Sławomira Gila, będącego znaczącym akcjonariuszem Spółki, zawiadomienie z art. 69 ust.1 pkt. 2 Ustawy o ofercie, w sprawie zmniejszenia udziału w ogólnej liczbie głosów Emitenta ([szczegóły: raport bieżący nr 5/2019](#)).
- (24) W dniu 23 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała od Pana Marcina Bogdani będącego znaczącym akcjonariuszem Spółki, zawiadomienie z art. 69 ust.1 pkt. 2 Ustawy o ofercie w sprawie zmniejszenia udziału w ogólnej liczbie głosów Emitenta ([szczegóły: raport bieżący nr 6/2019](#)).
- (25) W dniu 25 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała od Pani Jolanty Milewskiej będącej znaczącym akcjonariuszem Spółki, zawiadomienie z art. 69 ust.1 pkt. 2 Ustawy o ofercie w sprawie zmniejszenia udziału w ogólnej liczbie głosów Emitenta ([szczegóły: raport bieżący nr 7/2019](#)).
- (26) W dniu 25 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała zawiadomienie o transakcji nabycia akcji Spółki dokonanej w dniu 23 stycznia br. przez Pana Krzysztofa Piętę - członka Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. ([szczegóły: raport bieżący nr 8/2019](#)).
- (27) W dniu 25 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała od Pana Krzysztofa Pięty będącego znaczącym akcjonariuszem Spółki, zawiadomienia z art. 69 ust.1 pkt. 2 oraz ust.2 pkt. 1 lit. a Ustawy o ofercie, w sprawie zmiany udziału w ogólnej liczbie głosów Emitenta. ([szczegóły: raport bieżący nr 9/2019](#)).
- (28) W dniu 25 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała od Pana Janusza Pięty będącego znaczącym akcjonariuszem Spółki, zawiadomienie z art. 69 ust.1 pkt. 2 Ustawy o ofercie, w sprawie zmiany udziału w ogólnej liczbie głosów Emitenta ([szczegóły: raport bieżący nr 10/2019](#)).
- (29) W dniu 25 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała zawiadomienie o przekroczeniu łącznie przez OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce i przez Łukasza Bosowskiego i Wojciecha Mikulskiego progu 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu wskutek nabycia akcji Emitenta przez wskazane podmioty w ramach ustnego porozumienia. OTCF to Spółka, która jest podmiotem bezpośrednio zależnym wobec Pana Igora Klaji. ([szczegóły: raport bieżący nr 11/2019 i nr 12/2019](#)).
- (30) W dniu 28 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała od Pani Doroty Radwańskiej, będącej znaczącym akcjonariuszem Spółki, zawiadomienie z art. 69 ust.1 pkt. 2 Ustawy o ofercie, w sprawie zmniejszenia udziału w ogólnej liczbie głosów Emitenta ([szczegóły: raport bieżący nr 13/2019](#)).
- (31) W dniu 28 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała zawiadomienie od członka Rady Nadzorczej Pana Christopha Schilla - osoby blisko związanej z INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH ("ITC") o transakcji zbycia akcji Emitenta dokonanej

przez ITC w dniu 23 stycznia 2019 r. (szczegóły: raport bieżący nr 14/2019 i nr 15/2019).

- (32) W dniu 27 marca 2019 roku Spółka uruchomiła nowy sklep outletowy INTERSPORT o powierzchni 398 m², który zlokalizowany jest w nowopowstałym centrum handlowym SILESIA OUTLET GLIWICE przy ul. Rybnickiej 205 w Gliwicach (szczegóły: raport bieżący nr 18/2019).

W okresie od dnia zakończenia roku obrotowego do dnia publikacji niniejszego sprawozdania miały miejsce poniższe istotne dla Spółki wydarzenia:

- (33) Zarząd Spółki, działając na podstawie art. 334 § 2 Kodeksu spółek handlowych, zgodnie z § 9 pkt. 9 Statutu Spółki, na wniosek akcjonariuszy spółki Pani Jolanty Milewskiej oraz Pani Doroty Radwańskiej, dokonał w dniu 11 kwietnia 2019 roku konwersji (zamiany) łącznie 200.000 akcji imiennych uprzywilejowanych co do głosu (każda akcja dawała prawo do dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu) na akcje zwykłe na okaziciela (szczegóły: raport bieżący nr 20/2019).
- (34) W dniu 29 kwietnia 2019 r. otrzymał informację o ogłoszeniu upadłości dłużnika – Spółki Samuri Investments Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie od którego INTERSPORT do dnia 31 lipca 2018 roku wynajmował lokal położony przy ul. Sójki 36 w Warszawie. INTERSPORT opublikował informację o toczącym się postępowaniu przed sądem arbitrażowym w raporcie okresowym za I półrocze 2018 roku, a następnie w raporcie bieżącym nr 28 z dnia 14 września 2018 roku tj. po otrzymaniu wyroku Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie (szczegóły: raport bieżący nr 21/2019).
- (35) W dniu 13 maja 2019 r. Spółka otrzymała od Pana Marcina Bogdani zawiadomienie z art. 69 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej - w sprawie przekroczenia progu 5% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta (szczegóły: raport bieżący nr 22/2019).
- (36) W dniu 30 maja 2019 r. BNP Paribas Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: Raiffeisen Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, przedłużył podpisaną ze Spółką umowę o limit wierzytelności. Dniem ostatecznej spłaty limitu jest 15 lipca 2019 roku (szczegóły: raport bieżący nr 24/ 2019).
- (37) W dniu 14 czerwca 2019 r. Spółka otrzymała informację, iż Alior Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie przy ul. Łopuszańskiej 38 d podpisał aneksy do umów (szczegóły: raport bieżący nr 25/2019).
- (38) W dniu 19 czerwca 2019 r. Zarząd otrzymał informację, iż mBank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, podpisał umowę kredytową i umowę linii wieloproduktowej. Powyższe umowy w całości spłacają zaangażowanie kredytowe Spółki w BNP Paribas Bank Polska S.A. (wcześniej Raiffeisen Bank Polska S.A.) i Santander Bank Polska S.A. (wcześniej BZWBK S.A.) (szczegóły: raport bieżący nr 26/2019).

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 licencjobiorca, 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.

6.3 GRUPA INTERSPORT na świecie

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych reprezentowaną w 43 krajach. Roczna sprzedaż prowadzona w ponad 5.562 sklepów zrzeszonych pod szyldem INTERSPORT kształtuje się na poziomie 11,6 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 ujednoczonych międzynarodowo standardów.

6.4 Koncepcja INTERSPORT 2.0

IIC-INTERSPORT International Corp. wprowadził w 2017 r. nową globalną strategię tj. koncepcję sklepu detalicznego INTERSPORT 2.0, która ma być bardziej skoncentrowana na konsumentach i prowadzić model biznesowy Omni-Channel Retailing. Oprócz inteligentnego procesu wertykalizacji w Grupie INTERSPORT, który obejmuje zarządzanie kategoriami oraz digitalizację wszystkich punktów sprzedaży detalicznej i punktów kontaktowych (Data Exchange), strategia ma na celu wzmocnienie istotnych relacji z globalnymi markami sportowymi oraz umocnienie pozycji marek własnych INTERSPORT.

Na świecie w ciągu ostatnich 12 miesięcy koncepcja INTERSPORT 2.0 została już wdrożona w ponad 100 sklepach w 25 krajach. Teraz przyszła pora na INTERSPORT Polska, który w dniu 14 marca 2019 roku uruchomił pilotażowy sklep w Galerii Krakowskiej w nowej odsłonie INTERSPORT 2.0.

6.5 Podstawowa działalność Spółki

Sieć INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się w Polsce rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Wg stanu na dzień 31.03.2019 roku Spółka prowadziła działalność w 30 sklepach własnych INTERSPORT zlokalizowanych w 24 aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 27 758 m².

6.6 Model 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: 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 PRZEPLYWU 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 wzmocniające sprzedaż z wykorzystaniem różnych środków przekazu.



6.7 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 подарunkowych.

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**, udzielające szybkiej i fachowej informacji na temat usług oraz dostępności asortymentu w poszczególnych salonach.

6.8 Liczba placówek (stan na dzień 31.03.2019 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 Marcelin	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	Gliwice	CH Silesia Outlet	ul. Rybnicka 205, 44-122 Gliwice
**	Płock	Galeria Wisła	ul. Wyszogrodzka 144, 09-410 PŁOCK
**	Warszawa	Ursynów	ul. Sójki 37, 02-812 WARSZAWA

**nowy sklep uruchomiony 27 marca 2019 r.*

*** sklepy zamknięte po 30 czerwca 2018 r.*

6.9 Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 31 marca 2019 r. w Spółce było zatrudnionych 351 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 15 osoby niepełnosprawne. Spółka prowadziła też stałą współpracę z 50 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonywały dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. Od 1 stycznia 2018 roku do 31 marca 2019 roku Spółka zatrudniła 127 osób (rozwiązano umowy z 202 osobami). Przeciętne zatrudnienie w okresie od 1 stycznia 2018 r. do 31 marzec 2019 r. wynosiło 375 osób.

6.10 Organy spółki

ZARZĄD

Zarząd Spółki pracuje w dwuosobowym składzie. Kadencja Prezesa Zarządu Artura Mikołajko zakończy się z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy rozpoczynającym się 1 stycznia 2018 roku i kończącym 31 marca 2019 roku, zaś Wiceprezesa Zarządu Sławomira Gila zakończy się z chwilą odbycia Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy rozpoczynającym się

1 kwietnia 2019 roku i kończącym 31 marca 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.

Dla potrzeb kierowania działalnością spółki poszczególni Członkowie Zarządu pełnią również funkcje dyrektorów. Funkcję Prezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Generalnego pełni Pan Artur Mikołajko, jeden z założycieli Spółki. Funkcję Wiceprezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Zarządzającego pełni w Spółce współzałożyciel firmy Pan Sławomir Gil.

Zarząd Spółki prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje ją we wszystkich czynnościach sądowych i pozasądowych. Wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki, nie zastrzeżone przepisami prawa lub postanowieniami Statutu Spółki dla walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy lub Rady Nadzorczej, należą do kompetencji Zarządu Spółki. Do składania oświadczeń w imieniu spółki wymagane jest współdziałanie dwóch Członków Zarządu lub jednego Członka Zarządu łącznie z prokurentem.

Kompetencje i zasady pracy Zarządu INTERSPORT Polska S.A. określone zostały w następujących dokumentach:

- Statut Spółki INTERSPORT Polska S.A.
- Regulamin Zarządu.
- Kodeks spółek handlowych.

RADA NADZORCZA

Kadencja członków Rady Nadzorczej Spółki w osobach Artura Olender, Beaty Mikołajko, Łukasza Gila, Krzysztofa Piety, Wojciecha Mamaka i Christopha Schilli zakończy się z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy rozpoczynającym się 1 kwietnia 2019 roku i kończącym 31 marca 2020 roku

Artur Olender, Beata Mikołajko i Łukasz Gil pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2004 r.; Krzysztof Pieta, Wojciech Mamak, Jarosław Krotacz pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2017 r.; a Christoph 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 Christopha Schillę na nowego członka Rady Nadzorczej ([szczegóły: raport bieżący nr 18/2018](#)), organ nadzorujący Spółki pracuje w siedmioosobowym składzie:

1. Pan Artur Olender – Przewodniczący
2. Pani Beata Mikołajko - Wiceprzewodnicząca
3. Pan Łukasz Gil
4. Pan Christoph Schilla
5. Pan Krzysztof Pięta
6. Pan Jarosław Krotacz (członek niezależny)
7. Pan Wojciech Mamak (członek niezależny)

Wszyscy członkowie Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. nie wykonują działalności usługowej na rzecz innych konkurencyjnych podmiotów w stosunku do INTERSPORT Polska S.A.; nie uczestniczą w spółce konkurencyjnej jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej lub jako członek organu spółki kapitałowej oraz nie uczestniczą w innej konkurencyjnej osobie prawnej jako członek jej organu. Nie zostali również wpisani do Rejestru Dłużników Niewypłacalnych, prowadzonego na podstawie ustawy o KRS.

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, Wojciech Mamak oraz Beata Mikołajko.

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.

Konflikt interesów w organach administracyjnych, zarządzających i nadzorczych oraz wśród osób zarządzających wyższego szczebla

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 powiązania rodzinne (dotyczy powiązań pomiędzy Arturem Mikołajko i Beatą Mikołajko oraz Sławomirem Gilem i Łukaszem Gilem),
- Christoph Schilla jest powiązany z Grupą INTERSPORT – spółka z tej grupy IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH jest licencjodawcą znaków towarowych wykorzystywanych w działalności Spółki INTERSPORT Polska S.A.,
- członek Rady Nadzorczej Artur Olender jest równocześnie współnikiem ADDVENTURE Spółka z o.o. i Wspólnicy Sp. k., będącej doradcą finansowym Spółki INTERSPORT Polska S.A., w szczególności w związku z zamiarem ubiegania się o dopuszczenie akcji do obrotu na rynku regulowanym,
- członek Rady Nadzorczej Krzysztof Pięta jest współnikiem LARIX, Janusz Pięta – sp. j., od której INTERSPORT Polska S.A. nabywa produkty i akcesoria sportowe.

Według wiedzy Zarządu Spółki brak jest umów i porozumień ze znaczącymi akcjonariuszami, klientami, dostawcami lub innymi osobami, na mocy których byli by wybierani członkowie Zarządu lub Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A.

Szczegółowe kompetencje i zasady pracy Rady Nadzorczej określone zostały w następujących dokumentach:

- Statut Spółki INTERSPORT Polska S.A.,
- Regulamin Rady Nadzorczej,
- Regulamin Komisji Audytu,
- Kodeks spółek handlowych.

W roku obrotowym rozpoczynającym się 1 stycznia 2018 roku i kończącym 31 marca 2019 roku posiedzenia Rady Nadzorczej odbywały się regularnie zgodnie z przyjętym harmonogramem. Na posiedzeniach Rady zapadały uchwały w sprawach objętych porządkiem obrad. Członkowie Rady Nadzorczej mający powiązania natury ekonomicznej, rodzinnej z akcjonariuszami posiadającymi więcej niż 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu spółki złożyli Zarządowi spółki stosowne zawiadomienia.

WARTOŚĆ WYNAGRODZEŃ I NAGRÓD

Wynagrodzenia członków Zarządu ustalane jest przez Radę Nadzorczą Spółki.

Tabela: Wynagrodzenia dla członków Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki (w tys. zł)

Osoba	Wynagrodzenie wypłacone w okresie od 01.01.2018 r. do 31.03.2019 r.	*Inne świadczenia uzyskane przez członków organów Spółki w okresie od 01.01.2018 r. do 31.03.2019 r.
Artur Mikołajko	450	39,54
Sławomir Gil	412,5	35,28
Zarząd Spółki (łącznie):	862,5	74,82
Artur Olender	37,5	0
Beata Mikołajko	30	0
Łukasz Gil	30	0
Krzysztof Pieła	30	0
Wojciech Mamak	30	0
Jarosław Krotacz	30	0
Christoph Schilla**	18,7	0
Mathias Boenke***	5,4	0
Rada Nadzorcza Spółki (łącznie):	211,6	0

* Pokrywane przez Spółkę m.in. koszty abonamentu opieki medycznej, ubezpieczenia na życie, dodatkowego ubezpieczenia grupowego, korzystania z samochodu firmowego.

** Christoph Schilla został powołany na członka Rady Nadzorczej Spółki w dniu 20.06.2018 r.

*** Mathias Boenke pełnił funkcje członków Rady Nadzorczej Spółki do dnia 22.03.2018 r.

Wynagrodzenie członków Zarządu dokonuje rozróżnienia pomiędzy wynagrodzeniem zasadniczym o charakterze stałym obejmującym płatności i świadczenia, które uwzględniają pełnioną funkcję. Zmienna część wynagrodzenie uzależnione jest od wyników Spółki. Zasady wypłaty odpraw dla członków Zarządu uregulowane są w dokumentach wewnętrznych Spółki. Przy czym, członkowie Zarządu ani Rady Nadzorczej nie otrzymywali wynagrodzenia w formie akcji lub opcji na akcje INTERSPORT Polska S.A..

Opis polityki wynagrodzeń

Wynagrodzenia pracowników INTERSPORT Polska S.A. są ustalane zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, wytycznymi organu nadzoru oraz regulacjami wewnętrznymi Spółki między innymi takimi jak: Regulamin Pracy, Regulamin Wynagradzania, Regulamin Premiowania, Regulamin Programu Kafeteryjnego. Zasady wynagradzania uwzględniają sytuację finansową Spółki. Wynagrodzenia są finansowane i wypłacane ze środków Spółki. Spółka dokonuje rozróżnienia pomiędzy wynagrodzeniem zasadniczym o charakterze stałym obejmującym płatności i świadczenia, które należą się pracownikom za wykonaną pracę i które nie zależą od żadnych kryteriów związanych z wynikami oraz wynagrodzeniem zmiennym, zarówno niepieniężnym jak i pieniężnym, które są zależne od wyników Spółki.

W Spółce funkcjonują również pozafinansowe składniki wynagrodzeń. Sposób przyznawania, rodzaj oraz wysokość pozafinansowych składników wynagrodzeń uzależniona jest od stażu pracy w Spółce oraz od zajmowanego stanowiska. Ich sposób funkcjonowania w danym roku uzależniony jest od sytuacji finansowej Spółki, a szczegóły regulują przepisy wewnętrzne Spółki. W roku obrotowym 2018/2019 nie nastąpiły żadne istotne zmiany w polityce wynagrodzeń.

Opis polityki różnorodności

Spółka nie posiada odrębnego dokumentu pod nazwą „Polityka Różnorodności”, w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów chociaż w praktyce stosuje zasadę równego traktowania wszystkich pracowników, niezależnie od płci wieku, niepełnosprawności, rasy, religii, narodowości, przekonań politycznych, wyznania, czy orientacji seksualnej. Zarząd Spółki rozważa możliwość wdrożenia w przyszłości stosownej polityki różnorodności, o ile okaże się ona niezbędna dla zachowania różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów.

7. AKCJE I AKCJONARIAT

7.1 Struktura akcjonariatu

Wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. wynosi 3.038.070,00 zł i dzieli się na 30.380.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Łączna liczba akcji uprawnia do oddania 36.347.366 głosów (słownie: trzydzieści sześć milionów trzysta 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) 4.300.000 (cztery miliony trzysta tysięcy) akcji imiennych serii A,
- 2) 700.000 (siedemset 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 dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F,
- 9) 7.500.000 (siedem milionów pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii G

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 (27 czerwca 2019 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.

Tabela: Znaczący akcjonariusze INTERSPORT Polska S.A.

Posiadacz akcji	Rodzaj akcji	Liczba akcji	Łączna liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	Łączna liczba głosów	% udział w ogólnej liczbie głosów na WZA
Krzysztof Pieła	imienne, uprzywilejowane	1 666 666	6 941 229	22,85%	8 607 895	23,68%
	zwykłe na okaziciela	5 274 563				
Janusz Pieła	zwykłe na okaziciela	3 357 895	3 357 895	11,05%	3 357 895	9,24%
*OTCF S.A.	zwykłe na okaziciela	7 495 000	7 495 000	24,67%	7 495 000	20,62%
Artur Mikołajko	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	6,31%	3 168 054	8,72%
	zwykłe na okaziciela	668 054				
Sławomir Gil	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	6,31%	3 168 054	8,72%
	zwykłe na okaziciela	668 054				
Dorota Radwańska z osobami powiązаныmi	imienne, uprzywilejowane	1 150 000	1 534 930	5,06%	2 684 930	7,39%
	zwykłe na okaziciela	384 930				
Marcin Bogdani	zwykłe na okaziciela	1 820 872	1 820 872	5,99%	1 820 872	5,01%

**OTCF S.A. jest kontrolowana przez Igora Klaję, który posiada ponadto bezpośrednio 4.100 akcji zwykłych na okaziciela, stanowiących 0,01% w kapitale zakładowym Emitenta i zapewniających 4.100 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 0,01% ogólnej liczby głosów. Igor Klaja bezpośrednio oraz pośrednio (poprzez OTCF S.A.) posiada 7.499.100 akcji Emitenta, co stanowi 24,68% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 7.499.100 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 20,63% ogólnej liczby głosów.*

Przy czym:

- 1) Janusz Pieła wspólnie z osobą, co do której istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie (tj. Krzysztofem Pieła), posiada 10.299.124 akcji Emitenta, co stanowi 33,90% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 11.965.790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 32,92% ogólnej liczby głosów;
- 2) Krzysztof Pieła wspólnie z osobą, co do której istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie (tj. Januszem Pieła), posiada 10.299.124 akcji Emitenta, co stanowi 33,90% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 11.965.790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 32,92% ogólnej liczby głosów;

- 3) Sławomir Gil wspólnie z osobą, co do której istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie (tj. Łukaszem Gil), posiada 1.922.554 akcji Emitenta, co stanowi 6,33% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 3.172.554 głosy na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 8,73% ogólnej liczby głosów;
- 4) Dorota Radwańska wspólnie z osobami, co do których istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie, posiada 1.534.930 akcji Emitenta, co stanowi 5,05% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 2.684.930 głosy na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 7,39% ogólnej liczby głosów;
- 5) OTCF S.A., Łukasz Bossowski i Wojciech Mikulski zawarli ustne porozumienie co do nabycia Akcji serii G, a więc porozumienie, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 Ustawy o Ofercie. Wymienione podmioty posiadają łącznie 7.500.000 akcji Emitenta, stanowiących 24,69% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 7.500.000 głosów na Walnym Zgromadzeniu, stanowiących 20,63% ogólnej liczby głosów.

Stan posiadania akcji Emitenta został sporządzony w oparciu o otrzymane od akcjonariuszy zawiadomienia określone w art. 69 Ustawy o ofercie oraz art. 19 ust. 1 Rozporządzenia MAR. W związku z konwersją 200.000 Akcji serii A imiennych (akcje uprzywilejowane co do głosu) na akcje na okaziciela, Emitent dokonał przeliczenia liczby głosów z posiadanych akcji oraz ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów dla ww. osób.

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

- (1) 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](#)).
- (2) W dniu 21 listopada 2018 r. Spółka otrzymała zawiadomienia w sprawie dokonanej w dniu 16 listopada 2018 roku transakcji pakietowej zbycia akcji Emitenta przez INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH z siedzibą w Heilbronn (Niemcy) na rzecz Pana Krzysztofa Pięły – członka Rady Nadzorczej ([szczegóły: raport bieżący nr 33/2018 i nr 34/2019](#));
- (3) W styczniu 2019 r. Spółka otrzymała zawiadomienia o transakcji pakietowej zbycia akcji Emitenta dokonanej w dniu 23 stycznia 2019 r. przez INTERCONTACT

Beteiligungsgesellschaft mbH z siedzibą w Heilbronn (Niemcy) na rzecz Pana Krzysztofa Pięły – członka Rady Nadzorczej (szczegóły: raport bieżący nr 8/2019, nr 9/2019, nr 14/2019, nr 15/2019).

- (4) W dniu 25 stycznia 2019 r. Spółka otrzymała zawiadomienie o przekroczeniu łącznie przez OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce i przez Łukasza Bosowskiego i Wojciecha Mikulskiego progu 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu wskutek nabycia akcji Emitenta przez wskazane podmioty w ramach ustnego porozumienia. OTCF to Spółka, która jest podmiotem bezpośrednio zależnym wobec Pana Igora Klaji. (szczegóły: raport bieżący nr 11/2019 i nr 12/2019).

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 (27 czerwca 2019 roku) wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (27 lutego 2019 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 rocznego tj.27.06.2019 r.	zmiany w strukturze własności w okresie od 27.02.2019 r. do 27.06.2019 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze 2018 r. tj.30.08.2018 r.
Krzysztof Pięła Członek Rady Nadzorczej	6 941 299 akcji	bez zmian	6 941 299 akcji <u>co stanowi:</u> 22,85% udział w kapitale zakładowym oraz 23,55% udział głosów na WZA
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

*Stan posiadania akcji INTERSPORT Polska S.A. został sporządzony w oparciu o otrzymane od akcjonariuszy zawiadomienia określone w art. 19 ust. 1 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 roku w sprawie nadużyć na rynku (Rozporządzenie MAR), a w przypadku stanu posiadania Łukasza Gil – w oparciu o złożone przez niego oświadczenie. Wg informacji posiadanych przez Zarząd, pozostałe osoby nadzorujące nie posiadały akcji Spółki.

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 zapewniającego efektywną sprzedaż oraz ewentualne inwestycje w zakresie pozyskania nowych sklepów. Należy zaznaczyć, iż Zarząd przy podejmowaniu decyzji odnośnie rekomendacji wypłaty dywidendy w przyszłości będzie brał pod uwagę w szczególności bieżącą i przyszłą sytuację finansową Spółki, cele strategiczne oraz efektywność planowanych 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 Emitenta stanowią marki wiodących producentów sportowych na świecie. Kolekcja wzbogacana jest sezonowo markami uzupełniającymi oraz markami własnymi INTERSPORT.

Do marek własnych INTERSPORT należą: McKinley, Pro Touch, Energetics, Firefly, TECNOpro, Nakamura, Etirel.

Markami wiodącymi w sieci Emitenta są: Adidas, Salomon, Nike, Giant, Under Armour, Reebok, The North Face, Viking, Romet, Speedo, Head, Uvex, Descente, Rossignol, 4F, Atomic, Fischer, Alpina, Rontil, Merrel, Rollerblade, Odlo, K2, Berkner, Buff, Campagnolo, Volk, New Balance, Reusch, Jack Wolfskin, Spokey.

Dodatkowo Emitent wprowadza oferty specjalne wiodących marek - są to modele niedostępne w sprzedaży katalogowej, zaprojektowane na specjalne zamówienie dla sieci INTERSPORT i dostępne wyłącznie w sklepach tej sieci.

Marki uzupełniające ofertę sieci Emitenta stanowią: Abus, Accent, Activita, Asics, Arena, B2, Babolat, Basis, Bauer, Benlee, Bestway, Burton, Butterfly, Camelbak, Campagnolo, Camping Gas, Cat, Coleman, Columbia, Continental, Craft, Cressi, Dalbello, Del Alpi, Deuter, Dunlop, Ecobike, Everlast, Feba, Gabel, Garmin, Garmont, Grangers, Gri Sport, Hauer, Hektor, Helly Hansen, JJW, Keen, Kettler, Killtec, Komperdel, Leki, Lowe Alpine, Lonsdale, MacTronic, Marmot, Mechanics, Meindl, Mikasa, Mueller, Newland, Nikwax, Nordica, Nutrend, Olang, Oshee, Quiksilver, Packlon, Polar, Powerblade, Quiksilver, Reda, Reima, Relax, Reusch, Rider, Romet, Roxy, Salewa, Schildkrot, Sea To Summit, Seac Sub, Shimano, Shock, Sidas, Sigma, Spalding, Spotlite, Spree, Spyder, Suunto, Tempish, Topeak, Toro, Trelock, Tusa, Viking, Vision, Wilson, X-Bionic, Xenofit, x-socks, Ziener, Zulla.

8.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia

Spółka współpracuje z licznymi dostawcami. W roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. znaczny udział w całości zakupów generowały firmy: (1) Adidas Poland sp. z o.o. (marki Adidas i Reebok) – 16,1% udziału w całości zakupów, (2) AMER SPORTS Poland (marka Salomon, Atomic, Suunto, Wilson) – 7,3% udziału w całości zakupów, (3) NIKE EUROPEAN OPERATIONS NETHERLANDS B.V. (marka Nike) - 10,5% udziału w całości zakupów, (4) Larix Janusz Pięta Spółka Jawna (marka UVEX, Viking, Odlo, K2, Sea to Summit, Kilttec, Reusch, Meindl) – 7,5% udziału w całości zakupów, MM SPORT SP.J. (marka Under Armour, Keen) – 5,4% udziału w całości zakupów, Giant Polska Sp. z o.o. (marka Giant) – 5,2% 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 roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. znaczący udział w obrotach (98,4%) miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (1,6%) generowały usługi między innymi: serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego.

W roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. największy procentowy udział w strukturze sprzedaży miały takie grupy towarów jak: turystyka, narciarstwo sprzęt i tekstylia oraz fitness trening, rowery i team sport. W porównaniu do analogicznego okresu największą dynamikę sprzedaży odnotowano w grupach towarowych: narciarstwo sprzęt i tekstylia, oraz obuwiu sportowe.

SEZONOWOŚĆ I CYKLICZNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI

Sprzedaż INTERSPORT Polska S.A. podlega wahaniom związanym z sezonowością - charakterystyczną dla całej branży sportowej. Jest ona uzależniona od pór roku i warunków pogodowych. Spółka, podobnie jak również inne podmioty działające na rynku artykułów sportowych, wykazują największą wartość sprzedaży w okresie zimowym (I i IV kwartał). 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 okresie 01.01.2018 r. do 31.03.2019 r. 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, bieganie 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.
- W sezonie wiosenno-letnim 2018, zorganizowano również szereg działań wspierających sprzedaż rowerów. Spółka uczestniczyła w kampanii ogólnopolskiej marki Romet wspierającej sprzedaż nowej kolekcji rowerów dostępnej w INTERSPORT. Dodatkowo w czerwcu przeprowadzono promocję „KASA ZA ROWERY” w celu zwiększenia sprzedaży rowerów.
- 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 czerwcu 2018 roku - w związku z Mistrzostwami Świata w Piłce Nożnej FIFA 2018 odbywającymi się w Rosji - 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.

W sezonie jesienno-zimowym 2018/2019 sieć INTERSPORT Polska S.A. wspierała kluczowe w tym okresie kategorie sportowe, do których należą przede wszystkim: piłka nożna, bieganie, fitness/trening, turystyka, narciarstwo.

Przeprowadzono również działania wspierające sprzedaż poniższych kategorii:

- W sierpniu i wrześniu 2018 r. w okresie „back to school” zrealizowano kampanię piłkarską z marką Adidas oraz promocję „Kup buty piłkarskie Adidas i odbierz BON 20zł”.
- W ramach wsparcia kategorii running i trial running zorganizowano 2 kampanie z markami New Balance i Salomon, w ramach których przeprowadzono aktywacje konsumenckie typu plecak/czołówka za 1 zł przy zakupie butów kampanijnych.
- Na przełomie września i października 2018 r. zrealizowano dużą kampanię z marką Reebok wspierającą kategorię fitness/trening z aktywacją „Kup wybrane buty treningowe Reebok i odbierz 100zł na odzież”.
- W listopadzie 2018 r. rozpoczęto komunikację marketingową sportów zimowych, a w szczególności butów narciarskich. Wraz z marką ATOMIC przeprowadzono dwumiesięczną kampanię ATL i BTL pod hasłem „Jazda w wyższym wymiarze komfortu”.
- W listopadzie 2018 r. Spółka obchodziła 30-te urodziny, z tej okazji zrealizowano kampanię urodzinową opartą na aktywacji „Bony urodzinowe do 500zł”.
- W okresie feryjnym, w styczniu i lutym 2019 roku, została przeprowadzona kampania pod hasłem „Przygotuj się do ferii”.
- Pod koniec sezonu zimowego w marcu 2019 r. zorganizowana została mocna wyprzedaż „Likwidacja zimy” zamykająca sezon zimowy w sklepach.

W roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. Spółka uczestniczyła w wielu lokalnie organizowanych 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.
- ✓ Podobna aktywacja została przeprowadzona podczas Silesia Marathon organizowanym w październiku 2018 roku.

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 roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. sieć INTERSPORT Polska S.A. została laureatem największego w Polsce badania satysfakcji konsumentów w naszym kraju i otrzymała tytuł „Gwiazdy Jakości Obsługi 2019”.



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.

9.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

Spółka INTERSPORT Polska S.A. jest świadoma, że prowadzenie dialogu społecznego na poziomie lokalnym jest niezmiernie ważne. Uczestnikami tego dialogu są dostawcy, partnerzy biznesowi, organizacje pozarządowe i klienci. Przynosi on obopólne korzyści: długotrwałą i rozwijającą się współpracę z tymi podmiotami, coraz lepszą znajomość marki, budowanie dobrej reputacji firmy oraz wsparcie działań prospołecznych.

INTERCLUB - Młodzieżowy Klub Sportowy

Sieć INTERSPORT Polska docenia takie wartości jak: aktywny wypoczynek, sportowa rywalizacja, dążenie do celu, optymizm i odwaga. Dlatego też, w roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. Spółka wspierała działalność Młodzieżowego Klubu Sportowego INTERCLUB, który realizuje autorskie programy nauczania czterech dyscyplin: gimnastyka, rolki, narciarstwo oraz rowery. Zajęcia prowadzone są przez profesjonalistów i miłośników sportów.

MULTITESTY NARCIARSKIE

W roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. sieć INTERSPORT Polska zorganizowała dla stałych klientów, trzy edycje Multitestów Narciarskich w Austrii. Uczestnicy testów - pod okiem fachowców z branży sportowej – poznali najnowsze trendy oraz przetestowali najnowszą kolekcję sprzętu zimowego wiodących producentów na świecie.

AKTYWNA KADRA – program dla pracowników

Sieć INTERSPORT Polska popiera wyczynowe i amatorskie uprawianie sportu swoich pracowników. Wśród kadry pracującej w salonach są pasjonaci różnych dyscyplin sportowych i to dla nich Spółka wdrożyła działający od wielu lat program pod nazwą „Aktywna Kadra”. Ma on na celu wspieranie udziału pracowników INTERSPORT w amatorskich zawodach sportowych, a tym samym popularyzację zamiłowania do sportu wśród klientów.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. nie sporządza wyodrębnionego oświadczenia na temat informacji niefinansowych, ponieważ nie spełnia łącznie kryteriów określonych w art.49b ust.1 Ustawy o Rachunkowości z dnia 29 września 1994 r. (wraz z późn. zmianami).

10. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU

Od roku obrotowym zakończonym 31.03.2019 r. sieć INTERSPORT systematycznie wdrażała zasady nowego modelu biznesowego w związku z podpisaniem bezpośrednich umów licencyjnych i umowy agencyjnej zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH.

10.1 Nowe produkty i usługi

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

Spółka otwierając w marcu 2019 r. pierwszy sklep outletowy o powierzchni 398 m² zlokalizowany w nowopowstałym centrum outletowym SILESIA OUTLET w Gliwicach, uruchomiła nowy dla Spółki kanał sprzedaży outletowej. INTERSPORT Polska S.A. prowadzi w tej lokalizacji wyprzedaże końcówek i starych kolekcji. W ofercie handlowej sklepu outletowego klienci znajdują asortyment tańszy o 30%-70% od cen w innych sklepach INTERSPORT Polska. Nowy kanał sprzedaży ma na celu poprawę rotacji towaru oraz zmniejszanie stanów zapasów magazynowych

10.2 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 Warszawie (CH Sadyba), w Poznaniu (CH King Cross Marcelin), w Gdańsku (Galeria Bałtycka), w Kaliszu (Galeria Amber) oraz w Białymstoku (CH Alfa) i w Olsztynie (Galeria Warmińska).

Wg stanu na dzień 31.03.2019 roku Spółka prowadzi działalność w 30 sklepach własnych INTERSPORT zlokalizowanych w 24 aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 27 758 m² (było na dzień 31.12.2018 r.- 29 sklepów o łącznej powierzchni 27 360 m²).

10.3 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 2.0

14 marca 2019 r. sieć INTERSPORT Polska uruchomiła pilotażową odsłonę sklepu w Galerii Krakowskiej i zaprosiła klientów do nowego świata INTERSPORT 2.0. To pierwszy w Polsce salon zbudowany w oparciu o technologię przyszłości według nowej koncepcji Grupy INTERSPORT. Ten nowoczesny sklep podzielony został na strefy WOMEN, MEN i YOUNG ATHLETS. Posiada niepowtarzalny klimat i oświetlenie oraz przyjazną dla klienta nawigację.

10.4 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na branżę i emitenta w najbliższej perspektywie.

Działalność operacyjna Spółki jest w dużej mierze uzależniona od polityki rządowej i gospodarczej prowadzonej w Polsce. Do zasadniczych czynników wpływających na rentowność Spółki 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 INTERSPORT Polska S.A. 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 Emitenta należą:

- konkurencja ze strony innych podmiotów,
- warunki pogodowe w poszczególnych porach roku,
- dostępność lokalizacji dla potencjalnych nowych sklepów INTERSPORT 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 zarządzania "Nowym modelem działalności" INTERSPORT Polska S.A.,
- zmiany w poziomie wynagrodzeń w Polsce, istotnie wpływające na rentowność działalności poszczególnych sklepów.

Poza wskazanymi powyżej czynnikami, działalność operacyjna Emitenta nie podlegała szczególnym uregulowaniom polityki rządowej, gospodarczej, fiskalnej i monetarnej, których zmiana mogłaby być istotna dla Emitenta i jego branży.

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 wygasła w dniu 31 lipca 2018 roku.

INTERSPORT wystąpił przeciwko SAMURI INVESTMENTS z dwoma pozwami o zapłatę:

W pierwszej sprawie Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie wyrokiem z dnia 7 sierpnia 2018 roku, sygn. akt SA 8/18, zobowiązał Samuri do zapłaty kwoty 915.139,90 zł wraz z ustawowymi odsetkami za opóźnienie oraz kosztów postępowania w łącznej wysokości 59.108,00 PLN. Suma ustawowych odsetek liczonych od wskazanych powyżej należności na dzień 16 kwietnia 2019 roku wynosi 94.752,63 PLN. Obecnie przez Sądem Apelacyjnym w Warszawie trwa postępowanie o nadanie wyrokowi Sądu Arbitrażowego klauzuli wykonalności – sprawa jest rozpoznawana pod sygnaturą akt VII AGO 93/18.

W drugiej sprawie Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie wyrokiem z dnia 30 kwietnia 2019 roku, sygn. akt SA 115/18, zobowiązał Samuri do zapłaty kwoty 397.234,80 zł wraz z ustawowymi odsetkami za opóźnienie oraz kosztów postępowania w łącznej wysokości 38.634,00 PLN. Suma ustawowych odsetek liczonych od wskazanych powyżej kwoty na dzień 16 kwietnia 2019 roku wynosi 29.367,63 PLN.

W dniu 17 kwietnia 2019 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie Wydział X Gospodarczy do spraw upadłościowych i restrukturyzacyjnych, X GUp 361/19, ogłosił upadłość Samuri Investments. W dniu 29 kwietnia 2019 r. INTERSPORT otrzymał informację o ogłoszeniu upadłości dłużnika ([szczegóły: raport bieżący nr 21/2019](#)).

Spółka INTERSPORT Polska S.A. zgłosiła do masy upadłości Samuri Investments wierzytelność w kwocie 1.534.236,96 PLN, na co składają się następujące kwoty:

- a. 1.312.374,70 zł – należność główna;
- b. 124.120,26 zł - Ustawowe odsetki obliczone na dzień 16 kwietnia 2019 roku
- c. 59.108,00 zł- Koszty postępowania arbitrażowego zasądzone wyrokiem Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej, sygn. akt 9/18
- d. 38.634,00 zł - Koszty postępowania arbitrażowego zasądzone wyrokiem Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej, sygn. akt 115/18

12. CZYNNIKI RYZYKA

12.1 Czynniki ryzyka związane z działalnością Emitenta

Ryzyko związane z realizacją celów strategicznych

Emitent nie gwarantuje, że cele strategiczne opublikowane w „nowym modelu biznesowym” zostaną osiągnięte i utrzymane. Przyszła pozycja, przychody i zyski Emitenta 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 Emitenta.

Ryzyko związane z uprawianiem przez kadrę menadżerską sportów podwyższonego ryzyka

Osoby zarządzające Emitenta oraz pełniące funkcje kierownicze w przedsiębiorstwie Emitenta 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, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta. Ryzyko zakłócenia z tego powodu bieżącej działalności spółki jest minimalizowane poprzez wyznaczanie zastępstw na czas nieobecności menadżerów oraz prowadzenie strategicznych projektów w wieloosobowych zespołach.

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

Emitent, realizując założoną strategię rozwoju, podpisuje umowy najmu lokali w nowobudowanych centrach handlowych lub innych obiektach, które nie są jeszcze ukończone. Istnieje ryzyko, że z przyczyn niezależnych od Emitenta budowa centrum handlowego lub innego obiektu, w którym Emitent 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 Emitenta. 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 Emitenta 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, Emitent 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 Emitenta.

Ryzyko związane z lokalizacją sklepów Emitenta

Emitent 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 Emitenta.

Ryzyko związane ze znakami towarowymi używanymi przez Emitenta

Emitent 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 Emitenta. Nie można wykluczyć ryzyka naruszania chronionych znaków towarowych wykorzystywanych przez Emitenta przez osoby trzecie, a także powstania uszczerbku na wizerunku i dobrym imieniu Emitenta czy obniżenia przychodów lub marż w związku z takimi naruszeniami. Nie można wykluczyć, iż niektóre działania Emitenta mogą naruszać prawa osób trzecich związane z należącymi do nich znakami towarowymi, co może prowadzić do powstania znaczących kosztów lub strat po stronie Emitenta, a także negatywnie wpłynąć na jego reputację. Nie można wykluczyć ryzyka, że zarejestrowane znaki towarowe, zarówno należące do Emitenta jak i do osób trzecich, w tym Grupy INTERSPORT, zostaną zakwestionowane. Istnieje ryzyko, że Emitent 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 Emitenta. Ryzyka związane ze znakami licencjonowanymi od IIC-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 Emitenta.

Ryzyko utraty licencji INTERSPORT

Emitent na podstawie zawartych umów licencyjnych z IIC-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. IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH może rozwiązać umowy licencyjne także w przypadku tracenia przez Emitenta znacznych udziałów w rynku sklepów detalicznych, jeżeli Emitent nie będzie wypełniał obowiązków określonych w umowie licencyjnej, odpowiedniej umowie franchisingowej, jeżeli Emitent nie zapewni wypełniania tych obowiązków przez franczyzobiorców lub gdy Emitent dopuścił się poważnego naruszenia obowiązków wynikających z umowy licencyjnej. Ziszczenie się ryzyka rozwiązania wymienionych umów licencyjnych oznaczałoby dla Emitenta 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 takie

okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko utraty strategicznego partnera z Grupy INTERSPORT

Emitent współpracuje z Grupą INTERSPORT zajmująca się sprzedażą detaliczną artykułów sportowych, w tym pod markami własnymi. Nie można wykluczyć sytuacji nieprzewidzianego załamania sportowego rynku europejskiego, spadku wyników finansowych Grupy INTERSPORT, czy też wycofania się Grupy INTERSPORT z rynku polskiego z innych powodów. Istnieje ryzyko utraty przez Emitenta wiodącego partnera, co oznaczałoby utratę wsparcia ze strony Grupy INTERSPORT, utratę możliwości posługiwania się marką INTERSPORT lub spadek wartości tej marki, utratę alternatywnego źródła zaopatrzenia oraz zmniejszenie konkurencyjności warunków zakupu asortymentu katalogowego i ofert specjalnych. Wystąpienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Emitenta.

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 zmniejszenie zainteresowania klientów danymi markami i wpłynąć na wyniki finansowe Emitenta, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu

Emitent 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 Emitentowi z opóźnieniem lub nie zostaną dostarczone wcale, co powodowałoby powstanie luki w asortymencie proponowanym klientom, a w konsekwencji utratę części planowanych przychodów ze sprzedaży. Emitent 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 Emitenta.

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Branża, w której działa Emitent, 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 Emitent przeprowadza planową wyprzedaż końcowych partii asortymentu z danego sezonu, która obniża stany asortymentu na zapasach i poprawia płynność Emitenta, ale z drugiej strony może istotnie obniżyć rentowność sprzedaży. Istnieje jednak ryzyko, że po danym sezonie Emitent 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 Emitenta, 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 Emitenta.

Ryzyko sprowadzenia wadliwego towaru

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

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 Emitenta. 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 Emitenta.

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 Emitenta i może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

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

Ryzyko związane z płacami minimalnymi oraz presją płacową pracowników

W perspektywie ostatnich kilku lat zauważalna jest tendencja do ciągłego podnoszenia wynagrodzenia minimalnego za pracę, silna presja płacowa ze strony pracowników, przy ograniczonej podaży wykwalifikowanych pracowników 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 Emitenta i mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane ze zbiorowym prawem pracy

Emitent, 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 Emitenta i może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z czasowym wstrzymaniem lub ograniczeniem sprzedaży

Prowadzenie przez Emitenta 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 Emitenta. Istnieje również ryzyko wstrzymania lub ograniczenia sprzedaży towarów w sieci sklepów Emitenta w związku ze zniszczeniem określonych salonów sprzedaży, zniszczeniem ich wyposażenia, zajęciem lub utratą towarów i wyposażenia sklepów Emitenta, 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 Emitenta.

Ryzyko związane z wysokim zadłużeniem

Poziom zadłużenia Emitenta należy oceniać jako wysoki (wskaźnik ogólnego zadłużenia na 31 marca 2019 r. wynosi 77 %). Dalszy rozwój Emitenta może spowodować konieczność zaciągnięcia nowych kredytów lub pożyczek co dodatkowo wpłynie na wzrost zadłużenia oraz wzrost ponoszonych przez Emitenta kosztów finansowych. Emitent 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 Emitenta 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 Emitent nie będzie w stanie zrefinansować istniejącego zadłużenia, zadłużenie Emitenta może zostać postawione w stan wymagalności, w całości lub w części. Wzrastające zadłużenie Emitenta 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, Emitent może zostać zmuszony do sprzedaży części lub wszystkich swoich aktywów w celu spłaty tego zadłużenia. W związku z powyższym wzrasta również ekspozycja i wrażliwość Emitenta na poziom stóp procentowych. Każda z powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

Źródła finansowania działalności Emitenta, 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, Emitent mógłby zostać zmuszony do poszukiwania innych źródeł finansowania, co w zależności od rozwoju przyszłej sytuacji Emitenta i rynków finansowych, mogłoby doprowadzić do powstania problemów z terminowym regulowaniem przez nią zobowiązań. Istnieje również ryzyko utraty płynności finansowej i niewypłacalności Emitenta 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 Emitenta. Dodatkowo potencjalna utrata udzielonych kredytów może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z potencjalnym wzrostem kosztów operacyjnych

Koszty operacyjne, w szczególności koszty najmu lokali lub zaangażowanego personelu i inne koszty Emitenta 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 Emitenta (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 Emitenta, może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi i innymi potencjalnymi roszczeniami

Emitent może być stroną postępowań sądowych związanych m.in. z zawartymi przez Emitenta umowami handlowymi, w tym umowami najmu, oferowanymi przez niego towarami. Emitent 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 Emitenta dodatkowych kosztów oraz negatywnie wpłynąć na jego wizerunek. Zdarzenia takie mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z prawem o ochronie konkurencji i konsumentów

Emitent w swojej działalności zobowiązany 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: Dz. U. z 2018 r., poz. 798 z późn. zm.), ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz. U. z 2018 r., poz. 419 z późn. zm.) czy też ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 z późn. zm.). Naruszenie przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów może rodzić odpowiedzialność cywilnoprawną Emitenta wobec innych

przedsiębiorców lub konsumentów, w szczególności na zasadach określonych w ustawie z dnia 21 kwietnia 2017 r. o roszczeniach o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji (Dz. U. z 2017 r., poz. 1132 z późn. zm.), 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 Emitenta, zwłaszcza w zakresie konieczności zapłaty wysokiej kary pieniężnej, mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z zarządzaniem asortymentem

Emitent 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, Emitent może mieć ograniczone możliwości zwrotu towarów lub ich zbytu. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z zabezpieczeniami ustanowionymi na części majątku Emitenta

Z uwagi na korzystanie przez Emitenta z obcych źródeł finansowania w postaci kredytów, a także z uwagi na wymagane zabezpieczenie płatności z tytułów umów najmu, Emitent ustanowił 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 może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

12.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Emitenta

Ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną w Polsce

Emitent prowadzi działalność operacyjną w Polsce. Część sprzedawanych przez Emitenta towarów produkowana jest na Dalekim Wschodzie. W związku z tym, działalność

Emitenta jest ściśle związana z sytuacją makroekonomiczną w Polsce i w tym regionie, a na wyniki finansowe generowane przez Emitenta 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 konsumenckiej. Ma to z kolei wpływ na nawyki zakupowe oraz wielkość popytu na towary oferowane przez Emitenta. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce

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

Ryzyko załamania koniunktury na artykuły sportowe

Głównym źródłem przychodów Emitenta 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 Emitenta.

Ryzyko wzrostu konkurencji w sektorze działalności Spółki

W branży, w której działa Emitent, 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 Emitenta, głównymi konkurentami Emitenta są sieci sklepów sportowych, przy czym na niektórych z rynków lokalnych Emitent konkuruje z wieloma sklepami. Polityka części konkurentów skierowana jest na niższy i średni segment cenowy sprzedawanych artykułów, podczas gdy polityka Emitenta – 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 Emitenta. Ponadto, istnieje ryzyko rozbudowy sieci sklepów sportowych konkurujących z Emitentem lub wejścia na polski rynek nowych podmiotów zagranicznych. Powyższe procesy mogłyby spowodować zagęszczenie konkurencji i obniżenie przewagi Emitenta. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

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 Emitent – organ lub sąd stosujący daną regulację, jak i pomiędzy sądami i organami. Istnieje ryzyko, iż Emitent 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 Emitenta. 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 Emitencie, co może wiązać się m.in. z koniecznością restrukturyzacji zatrudnienia lub zmiany zasad prowadzenia działalności przez Emitenta. Zaistnienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

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

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

Ryzyko ograniczenia czasu pracy handlu w weekendy

Sklepy Emitenta zlokalizowane są w centrach handlowych, które przyciągają klientów znacznie wydłużonymi godzinami pracy, w tym umożliwiającymi robienie zakupów w weekendy. Zmieniające się wzorce spędzania wolnego czasu i robienia zakupów powodują, iż centra handlowe odnotowują największy przepływ klientów i najwyższe obroty w tym okresie.

Na podstawie ustawy z dnia 10 stycznia 2018 r. o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni (Dz. U. z 2018 r., poz. 305 z późn. zm.) postanowiono, iż w niedziele i święta w placówkach handlowych handel oraz wykonywanie czynności związanych z handlem, a także powierzanie pracownikowi lub zatrudnionemu wykonywania pracy w handlu oraz wykonywania czynności związanych z handlem są zakazane. Ustawa przewiduje szereg wyłączeń spod zakazu, które jednak co do zasady nie mają zastosowania do sklepów Emitenta, dozwala co do zasady na handel w kolejne dwie niedziele poprzedzające pierwszy dzień Bożego Narodzenia, w niedzielę bezpośrednio poprzedzającą pierwszy dzień Wielkiej Nocy oraz w ostatnią niedzielę przypadającą w styczniu, kwietniu, czerwcu i sierpniu (chyba, że w te dni przypada święto), a także zawiera przepisy przejściowe, w myśl których w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 r. zakaz handlu nie obowiązuje w ostatnią niedzielę każdego miesiąca kalendarzowego, chyba że przypada w nią święto.

Obowiązujące regulacje prawne dotyczące handlu w niedzielę, a także możliwość ich dalszego obostrzenia, w szczególności zgodnie z postulatami niektórych związków zawodowych, mogą mieć wpływ na zmniejszenie przychodów i osłabienie wyników finansowych Spółki, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

Wyniki finansowe Emitenta 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 Emitenta, (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 Emitenta lub zmniejszenie jego marży. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z poziomem stóp procentowych

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

Ryzyko zmiany gustów nabywców

Emitent 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. Emitent prowadzi zdywersyfikowaną politykę asortymentowo-cenową, aby zminimalizować powyższe ryzyko nietrafienia w gusta nabywców. Emitent 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 Emitenta będzie odbiegać od preferencji klientów w danym sezonie, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko likwidacji bądź upadłości firm dostawczych

Przyjęta polityka handlowa przez Emitenta 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 Emitenta, co mogłoby spowodować brak wybranego asortymentu, a w konsekwencji obniżyć osiągane przychody. Wystąpienie takich okoliczności mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

Ryzyko związane z podatkiem od sprzedaży detalicznej

Ustawą z dnia 6 lipca 2016 r. o podatku od sprzedaży detalicznej (tekst jednolity: Dz. U. z 2018 r., poz. 1325 z późn. zm.) wprowadzono do polskiego porządku prawnego nowy podatek od sprzedaży detalicznej, którego podatnikami są sprzedawcy detaliczni, tj. osoby fizyczne, osoby prawne, spółki cywilne oraz jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej dokonujące sprzedaży detalicznej, definiowanej w wymienionej ustawie jako dokonywanie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w ramach działalności gospodarczej zbywcy, odpłatnego zbywania towarów konsumentom na podstawie umowy zawartej w lokalu przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 2 pkt 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jednolity: Dz. U. z 2019 r., poz. 134 z późn. zm.) lub poza lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 2 pkt 2 powołanej ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, także w przypadku, gdy zbywaniu towaru towarzyszy świadczenie usługi odrębnie niezarejestrowanej. Emitent ocenia, że jest podatnikiem tego podatku. Przepisy ustawy o podatku od sprzedaży detalicznej weszły w życie z dniem 1 września 2016 r. i według pierwotnego brzmienia ustawy miały zastosowanie do przychodów ze sprzedaży detalicznej osiągniętych od tego dnia. Z uwagi jednak na wszczęcie przez Komisję Europejską szczegółowego postępowania wyjaśniającego w sprawie polskiego podatku od sprzedaży detalicznej, na podstawie Rozporządzenia Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 18 października 2016 r. w sprawie zaniechania poboru podatku od sprzedaży detalicznej (Dz. U. z 2016 r., poz. 1723) zarządzono zaniechanie poboru tego podatku od przychodów ze sprzedaży detalicznej osiągniętych przez sprzedawców detalicznych od dnia 1 września 2016 r. do dnia 31

grudnia 2016 r., a następnie, w związku z przedłużającym się postępowaniem przed Komisją Europejską, wydaniem przez nią negatywnych decyzji oraz wniesieniem przez Polskę skargi o stwierdzenie nieważności decyzji Komisji Europejskiej w tej sprawie, kolejnymi nowelizacjami zmieniano okres, za który naliczany jest podatek. Zgodnie z brzmieniem ustawy o podatku od sprzedaży detalicznej – na dzień sporządzenia sprawozdania, przepisy ustawy stosuje się do przychodów ze sprzedaży detalicznej osiągniętych od dnia 1 stycznia 2020 r. W wyroku ogłoszonym 16 maja 2019 r. Sąd Unii Europejskiej stwierdził nieważność decyzji Komisji Europejskiej w sprawie podatku od sprzedaży detalicznej. Wobec treści zapadłego wyroku istnieje ryzyko, iż ustawodawca nie wydłuży okresu, w którym podatek nie jest naliczany i będzie on pobierany od przychodów ze sprzedaży detalicznej osiągniętych od dnia 1 stycznia 2020 r. Z uwagi na jakość polskiej legislacji, funkcjonowanie organów państwowych, w tym Trybunału Konstytucyjnego, oraz potrzeby polskiego budżetu nie można przy tym wykluczyć, że podatek będzie naliczany także od przychodów osiągniętych przed ww. datą. Aktualne brzmienie ustawy zakłada pobieranie podatku od przychodów ze sprzedaży detalicznej osiągniętych od dnia 1 stycznia 2020 r. i nie zakłada opodatkowania przychodów sprzed ww. daty. Stąd Emitent na dzień sporządzenia sprawozdania nie może oszacować wpływu tego podatku na swoją sytuację finansową. Konieczność zapłaty podatku może jednak mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Emitenta.

13. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI

13.1 RYNEK ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH w Polsce

Jak szacuje INTERSPORT International Corporation GmbH wartość polskiego rynku artykułów sportowych kształtuje się na poziomie ponad 9 mld zł i według prognoz branżowych ekspertów w perspektywie lat 2018-2022 spodziewany jest jego wzrost o 5,5% w skali roku. Największymi graczami na rynku jest sieć Decathlon, Sizeer, Martes Sport, 4F, Go Sport, SportsDirect oraz INTERSPORT.

Źródło: INTERSPORT

Rosnąca infrastruktura sportowa oraz moda na zdrowy tryb życia sprawia, że Polacy coraz chętniej podejmują aktywność fizyczną. Bogacenie się społeczeństwa i dostępność towarów sprawia, że potencjalni klienci szukają specjalistycznej odzieży oraz sprzętu dedykowanego dla uprawianej przez nich dyscypliny sportu. Dominującym segmentem w polskim rynku artykułów sportowych jest nadal odzież sportowa. Jednocześnie, że w związku ze zmieniającym się klimatem branża sportowa od kilku lat odnotowuje spadek udziału sportów zimowych w ogólnej sprzedaży, a wzrost kategorii całorocznych takich jak: running, football, sport style, training oraz outdoor. Wiodącymi producentami na rynku nadal pozostają marki: Adidas oraz Nike.

Rynek artykułów sportowych w ostatnich latach konsoliduje się. Wiele nierentownych sklepów zostało w ostatnich latach zamkniętych. Obecnie branża sportowa kładzie silny nacisk na rozwój nowych technologii cyfrowych oraz sprzedaż za pośrednictwem kanału e-commerce, który w ostatnich latach odnotowuje dwucyfrowe wzrosty.

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

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

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.

13.2 WPŁYW SYTUACJI MAKROEKONOMICZNEJ

Do kluczowych zmiennych makroekonomicznych o szczególnym znaczeniu, charakteryzujących stan gospodarki i w rezultacie znacząco wpływających na popyt na produkty oferowane przez INTERSPORT Polska S.A., należą:

- poziom i dynamika PKB, stanowiące z jednej strony miarę wielkości gospodarki oraz, z drugiej strony, odzwierciedlające poziom aktywności gospodarczej i kształtowanie się koniunktury,
- stopa bezrobocia oraz liczba osób zatrudnionych w gospodarce narodowej,
- wskaźnik inflacji,
- kursy walutowe, przede wszystkim EUR.

Tabela: Podstawowe dane i prognozy makroekonomiczne dotyczące Polski

Podstawowe dane makroekonomiczne	Jednostka	2016	2017	2018	2019 - Prognoza	2020 - Prognoza
Realne PKB	% r/r	2,8	4,8	5,1	4,1	3,6
Wskaźnik inflacji średniorocznej (CPI)	%	-0,6	2,0	1,6	1,7	2,4
Stopa bezrobocia w Polsce (na koniec danego roku)	%	8,3	6,6	5,8	5,7	5,6
Średni kurs EUR (NBP)	PLN/EUR	4,4	4,3	4,3	4,3	4,3

Źródło: Prognozy makroekonomiczne profesjonalnych prognostów (Wyniki Ankiety Makroekonomicznej NBP, Runda: marzec 2019 r.)

14. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Biegłym rewidentem dokonującym przeglądu i badania informacji finansowych INTERSPORT Polska S.A. za rok obrotowy zakończony 31.03.2019 r. jest:

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

W dniu 21 maja 2018 r. Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska podjęła uchwałę dotyczącą wyboru firmy AMZ sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, jako podmiotu mającego pełnić funkcję biegłego rewidenta 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](#)).

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.

Wynagrodzenie netto w tys. zł podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych wypłacone lub należne za:	od 1 stycznia 2018 r. do 31 marca 2019 r.
Badanie rocznego sprawozdania finansowego	40
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego	18
Usługi doradztwa podatkowego	-
Pozostałe usługi	-

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 obrotowy 2018/2019.

Oświadczenie o rzetelności sporządzenia sprawozdania

Niniejszym wspólnie oświadczamy, że wedle naszej najlepszej wiedzy półroczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości, odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową INTERSPORT Polska S.A. oraz jej wynik finansowy. W naszej ocenie, sprawozdanie z działalności zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.

Oświadczenie o wyborze biegłego rewidenta

Niniejszym wspólnie oświadczamy, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz spełniał warunki do wydania bezstronnego i niezależnego raportu oraz opinii o badanym półrocznym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Cholerzyn, dnia 26 czerwca 2019 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 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) = *wynik finansowy netto / 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) = *wynik finansowy netto / 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 = *Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x 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 = *Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x 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 = *Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x 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.