



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU  
Z DZIAŁALNOŚCI W ROKU  
OBROTOWYM 2019/2020

---

INTERSPORT Polska S.A. Cholerzyn 382, 32-060 Liszki

THE HEART OF SPORT

 **INTERSPORT**<sup>®</sup>

# SPIS TREŚCI

<b>1. OMÓWIENIE WYNIKÓW</b>	<b>3</b>
1.1 Wybrane dane finansowe	4
1.2 Bilans	5
a) Aktywa	
b) Pasywa	
c) Kapitał własny	
d) Zobowiązania długo- i krótkoterminowe, zmiana instytucji finansowych, analiza zadłużenia.	
1.3 Przepływy finansowe	9
Analiza płynności finansowej	
1.4 Rachunek zysków i strat	11
Przychody ze sprzedaży	
Koszty	
1.5 Czynniki i zdarzenia mające istotny wpływ na wyniki z działalności operacyjnej	14
1.6 Wpływ COVID-19 na sytuację finansową Spółki	15
<b>2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI</b>	
2.1 Sytuacja finansowa: analiza rentowności	
2.2 Sytuacja majątkowa: wskaźnik rotacji	
<b>3. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA</b>	<b>19</b>
<b>4. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI</b>	<b>21</b>
<b>5. O INTERSPORT Polska S.A.</b>	<b>22</b>
5.1 Struktura organizacyjna	
5.2 Powiązania organizacyjne i kapitałowe	
5.3 Grupa INTERSPORT na świecie	
5.4 Koncepcja INTERSPORT 2.0	
5.5 Podstawowa działalność Spółki	
5.6 Model sklepu wzorcowego	
5.7 Działania uzupełniające	
5.8 Liczba placówek	
5.9 Stan i struktura zatrudnienia	
5.10 Organy Spółki	
Zarząd	
Rada Nadzorcza	
Wynagrodzenia / Opis Polityki wynagrodzeń / Opis Polityki Różnorodności	
Ryzyko konfliktu interesów	
<b>6. AKCJE I AKCJONARIAT</b>	<b>33</b>
6.1 Struktura akcjonariatu	
6.2 Znaczący akcjonariusze	
6.3 Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji	
6.4 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące	
6.5 Opis polityki dywidendy	
<b>7. POLITYKA ASORTYMENTOWA</b>	<b>38</b>
7.1 Oferta handlowa	
7.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia	
7.3 Charakterystyka sprzedaży: struktura, sezonowość	
<b>8. DZIAŁANIA MARKETINGOWE</b>	<b>40</b>
8.1 Wsparcie sprzedaży	
8.2 Klienci lojalnościowi	
8.3 Nagrody i wyróżnienia	
8.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu	
<b>9. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU</b>	<b>43</b>
9.1 Nowe produkty i usługi	
9.2 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej	
9.3 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 2.0	
9.4 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w najbliższej perspektywie	
<b>10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE</b>	<b>45</b>
<b>11. RYZYKA I ZAGROZENIA</b>	<b>45</b>
11.1 Czynniki ryzyka związane z działalnością	
11.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem	
<b>12. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI</b>	<b>57</b>
12.1 Rynek artykułów sportowych w Polsce	
12.2 Wpływ sytuacji makroekonomicznej	
<b>13. BIEGŁY REWIDENT</b>	<b>59</b>
<b>14. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU</b>	<b>60</b>
<i>OBJAŚNIENIA dotyczące wyliczenia wskaźników</i>	<b>61</b>

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.

## 1. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH W ROKU OBROTOWYM 2019/2020

Spółka INTERSPORT Polska S.A. za rok obrotowy zakończony 31 marca 2020 roku wypracowała przychody netto ze sprzedaży w wysokości 208.700 tys. zł, czyli o 7,7% wyższe wobec 193.855 tys. zł osiągniętych w analogicznym okresie (od 1 kwietnia 2018 do 31 marca 2019 roku). W okresie od 01 kwietnia 2019 roku do 31 marca 2020 r., Spółka zanotowała stratę brutto w wysokości 6.666 tys. zł przy stracie brutto na poziomie 6.783 tys. zł w analogicznym okresie. EBIT wyniósł -5.752 tys. zł, zaś EBITDA kształtowała się na poziomie 192 tys. zł.

### 1.1 DANE FINANSOWE

<b>PODSTAWOWE DANE FINANSOWE</b> <i>(dane w tys. zł)</i>	<b>od 01.04.2019 do 31.03.2020</b>	<b>od 01.01.2018 do 31.03.2019</b>
Przychody ze sprzedaży ogółem	208 700	242 324
Wynik brutto na sprzedaży	71 587	91 940
Marża brutto na sprzedaży	34,3%	37,9%
Wynik ze sprzedaży	-7 463	-4 122
Rentowność ze sprzedaży	-3,6%	-1,7%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-5 752	-4 346
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-2,8%	-1,8%
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	192	3 343
Marża EBITDA	0,1%	1,4%
Wynik brutto	-6 666	-6 048
Wynik netto	-6 175	-5 285

<b>WYBRANE DANE FINANSOWE</b> <i>(dane w tys. zł)</i>	<b>od 01.04.2019 do 31.03.2020</b>	<b>od 01.01.2018 do 31.03.2019</b>
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	208 700	242 324
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-5 752	-4 346
III. Zysk (strata) brutto	-6 666	-6 048
IV. Zysk (strata) netto	-6 175	-5 285
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-10 690	-10 871
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-2 727	-1 301
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	12 382	11 327
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-1 035	-845
IX. Aktywa razem	136 133	128 800
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	112 678	99 170
XI. Zobowiązania długoterminowe	3 290	1 745
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	102 632	90 474
XIII. Kapitał własny	23 455	29 630
XIV. Kapitał zakładowy	3 038	3 038
XV. Liczba akcji (w szt.)	30 380 700	30 380 700
XVI. Zysk (strata) na jedną akcję/udział zwykły (w zł)	-0,20	-0,17
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	-0,20	-0,17
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję/udział (w zł)	0,77	0,97
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł)	0,77	0,97
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na 1 akcję (w zł)		

## 1.2 BILANS

Wartość sumy bilansowej na dzień 31 marca 2020 roku wyniosła 136.133 tys. zł i była wyższa o 5,7% w porównaniu do stanu na dzień 31 marca 2019 roku (było: 128.800 tys.zł).

## a) AKTYWA

Wartość aktywów Spółki w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. była wyższa o 5,7% w porównaniu do stanu na dzień 31 marca 2019 roku. Zmniejszenie poziomu aktywów trwałych na dzień 31.03.2020 roku o 2.590 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 31.03.2019 roku związane jest głównie z umorzeniem środków trwałych. Wzrost długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 717 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 11.551 tys. zł tj. o 20,1%.

Wyższa wartość zapasów związana jest z COVID-19. W związku z rozprzestrzenianiem się koronawirusa COVID-19 od lutego 2020 r. Spółka odnotowała znaczące spadki ilości klientów w sklepach, wynikające m.in. z zalecenia ograniczenia przemieszczania się i unikania dużych skupisk ludzkich, dodatkowo sklepy stacjonarne od 14 marca do 4 maja 2020 r. były zamknięte z uwagi na wprowadzone restrykcje. Sytuacja ta wpłynęła na ograniczenie popytu na sprzęt i odzież dedykowaną sportom zimowym wpływając na spadek bieżącej sprzedaży a tym samym wzrost poziomu zapasów, dodatkowo w marcu 2020 r. Spółka zaczęła zatowarowanie wiosenno-letnie.

<b>STRUKTURA AKTYWÓW</b> <i>(dane w tys. zł)</i>	<b>stan na dzień</b> <b>31.03.2020</b>	<b>stan na dzień</b> <b>31.03.2019</b>	<b>zmiana %</b>
<b>I. Aktywa trwałe</b>	<b>58 574</b>	<b>61 164</b>	<b>-4,2%</b>
1. Wartości niematerialne i prawne	2 803	3 291	-14,8%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	48 830	50 821	-3,9%
3. Inwestycje długoterminowe	-	828	-100,0%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	6 941	6 224	11,5%
<b>II. Aktywa obrotowe</b>	<b>77 559</b>	<b>67 636</b>	<b>14,7%</b>
1. Zapasy	68 970	57 419	20,1%
2. Należności krótkoterminowe	5 093	6 936	-26,6%
3. Inwestycje krótkoterminowe	64	1 099	-94,1%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	3 432	2 182	57,3%
<b>Aktywa razem</b>	<b>136 133</b>	<b>128 800</b>	<b>5,7%</b>

## b) PASYWA

Na dzień 31.03.2020 roku wartość kapitałów Spółki była niższa o 6.175 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 31.03.2019 roku. Związane jest to głównie z odnotowaną stratą za rok obrotowy zakończony 31 marca 2020 roku.

Zwiększony poziom zobowiązań długoterminowych w pozycji kredyty i pożyczki jest efektem zwiększenia i przekwalifikowania części zewnętrznych źródeł finansowania w związku z podpisaną umową kredytową z mBankiem. Zmniejszony poziom długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 367 tys. zł wynika z otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową, która jest rozliczana w okresie eksploatacji.

<b>STRUKTURA PASYWÓW</b> <i>(dane w tys. zł)</i>	<b>stan na dzień 31.03.2020</b>	<b>stan na dzień 31.03.2019</b>	<b>zmiana %</b>
<b>I. Kapitał własny</b>	<b>23 455</b>	<b>29 630</b>	<b>-20,8%</b>
1. Kapitał zakładowy	3 038	3 038	0,0%
2. Kapitał zapasowy	26 592	31 877	-16,6%
3. Zysk (strata) z lat ubiegłych			
4. Zysk (strata) netto	-6 175	-5 285	16,8%
<b>II. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>	<b>112 678</b>	<b>99 170</b>	<b>13,6%</b>
1. Rezerwy na zobowiązania	1 419	1 247	13,8%
2. Zobowiązania długoterminowe	3 290	1 745	88,5%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	102 632	90 474	13,4%
4. Rozliczenia międzyokresowe*	5 337	5 704	-6,4%
<b>Pasywa razem</b>	<b>136 133</b>	<b>128 800</b>	<b>5,7%</b>

*\*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 31.03.2020 r. kapitał własny Spółki wyniósł 23.455 tys. zł i składał się z kapitału zakładowego w wysokości 3.038 tys. zł, kapitału zapasowego w wysokości 26.592 tys. zł oraz został pomniejszony o stratę netto w kwocie 6.175 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 31.03.2020 r. kapitał zapasowy Spółki wynosił 26.592 tys. zł.

### ISTOTNE ZMIANY

Wg stanu na dzień 31.03.2020 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. wynosi 23.455 tys. zł i zmalał o 20,8% w stosunku do stanu na dzień 31.03.2019 roku (był: 29.630 tys. zł).

### d) ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 31.03.2020 r. łączna wartość zobowiązań Spółki wynosiła 105.922 tys. zł, z czego 3.290 tys. zł stanowiły zobowiązania długoterminowe, a 102.632 tys. zł stanowiły

zobowiązania krótkoterminowe. W okresie od 1 kwietnia 2019 do 31 marca 2020 roku wartość zobowiązań Spółki uległa zwiększeniu o 13.703 tys. zł, tj. o 14,9% w stosunku do stanu na 31 marca 2019 roku. Zwiększenie finansowania w postaci podpisanej umowy kredytowej z mBank przyczyniło się do wzrostu poziomu zobowiązań (raport bieżący nr 26 z dnia 19.06.2019 r.). Znaczny udział w łącznych zobowiązaniach Spółki wobec pozostałych jednostek, stanowią zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców, które zmalały z poziomu 75.533 tys. zł na koniec marca 2019 r. do poziomu 74.626 tys. zł na dzień 31.03.2020 r.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 31.03.2020 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

### Zobowiązania długoterminowe (stan na dzień 31.03.2020 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
MBANK SA	4 958	3 223	2024-06-28	Hipoteka umowna na nieruchomości, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny

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

Łączne zobowiązania długoterminowe	31.03.2020 r.	31.03.2019 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	3 223	1 733
Zobowiązania długoterminowe z tyt. leasingu	67	12
<b>Razem</b>	<b>3 290</b>	<b>1 745</b>

Stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 31 marca 2020 roku zwiększył się o 88,5% w stosunku do stanu na dzień 31.03.2019 roku – zwiększenie wynikało ze wzrostu poziomu zobowiązań w związku z udzielonym kredytem.

## Zobowiązania krótkoterminowe (stan na dzień 31.03.2020 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	739	2020-09-26	Zastaw rejestrowy na zapasach i środkach trwałych; przelew wierzytelności; pełnomocnictwo do rachunku; hipoteka umowna na nieruchomości	Kredyt w rachunku bieżącym
mBank SA	992	2024-06-28	Hipoteka umowna na nieruchomości; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
mBank SA	14 704	2020-08-14	Hipoteka umowna na nieruchomości, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku, przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym

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

Łączne zobowiązania krótkoterminowe	31.03.2020 r.	31.03.2019 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	16 435	9 861
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. leasingu	112	28
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	86 085	80 585
<b>Razem</b>	<b>102 632</b>	<b>90 474</b>

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 31.03.2020 r. wyniósł 16 435 tys. zł i zwiększył się o 66,7% w stosunku do stanu na dzień 31.03.2019 r.

Gwarancje bankowe udzielone INTERSPORT Polaka S.A. dotyczą kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 31 marca 2020 roku gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 3.836 tys. zł i 1.157 tys. euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.



Tabela: Wskaźniki zadłużenia Spółki (w %)

Wskaźniki zadłużenia:	Formuła	31.03.2020	31.03.2019
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem / Pasywa razem	82,8%	77%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Zobowiązania długoterminowe / Pasywa razem	2,4%	1,4%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Zobowiązania krótkoterminowe / Pasywa razem	75,4%	70,2%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitał własny	480,4%	334,7%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	Kapitał własny ogółem / Aktywa razem	17,2%	23,0%

### 1.3 PRZEŁYWY FINANSOWE

( w tys. zł)

	01.04.2019 31.03.2020	01.01.2018 31.03.2019
<b>Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym</b>	<b>-10 690</b>	<b>-10 871</b>
Zysk (strata) netto	-6 175	-5 285
Amortyzacja	5 943	7 689
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	-	-25
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	620	714
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	-265	866
Zmiana stanu rezerw	172	243
Zmiana stanu zapasów	-11 551	-11 187
Zmiana stanu należności	1 388	24
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	1 512	-1 644
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	-2 334	-2 266
Inne		
<b>Przeptywy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>	<b>-2 727</b>	<b>-1 301</b>
<b>Przeptywy pieniężne netto z działalności finansowej</b>	<b>12 382</b>	<b>11 327</b>
<b>Przeptywy pieniężne razem</b>	<b>-1 035</b>	<b>-845</b>

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

W okresie od 1 kwietnia 2019 r. do 31 marca 2020 r. stan środków pieniężnych uległ zmniejszeniu z 1.099 tys. zł (na 31 marca 2019 r.) do 64 tys. zł na dzień 31.03.2020 r.:

- **działalność operacyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości minus 10 690 tys. zł. Strata netto, która wyniosła 6.175 zł, została skorygowana (in minus) o 4 515 tys. zł. Najistotniejsze korekty wynikały z amortyzacji (plus 5.943 tys. zł), ze zmiany stanu zapasów (minus 11.551 tys. zł), ze zmiany stanu rozliczeń międzyokresowych ( minus 2 334 tys. zł);
- **działalność inwestycyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 2 727 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 28 958 tys. zł – wpływy związane były głównie z podpisaną umową kredytową z mBank oraz wpływami na rzecz zwiększenia kapitału; wydatki dotyczyły głównie spłaty zobowiązań finansowych oraz kosztów obsługi zadłużenia.

### *Analiza płynności finansowej – APM<sup>2</sup>*

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

*Tabela: Wskaźniki płynności Spółki*

Wskaźniki płynności	Formuła	31.03.2020	31.03.2019
Wskaźnik płynności bieżącej	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe	0,76	0,75
Wskaźnik płynności szybkiej	(Aktywa obrotowe – Zapasy) / Zobowiązania krótkoterminowe	0,1	0,1

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

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

*Dane w zamkniętych okresach:*

	od 01.04.2019 do 31.03.2020	od 01.01.2018 do 31.03.2019
<b>I. Przychody netto ogółem</b>	<b>208 700</b>	<b>242 324</b>
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	137 113	150 384
<b>III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży</b>	<b>71 587</b>	<b>91 940</b>
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	79 050	96 062
<b>VI. Zysk (strata) ze sprzedaży</b>	<b>-7 463</b>	<b>-4 122</b>
VII. Pozostałe przychody operacyjne	2 561	2 390
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	850	2 614
<b>IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>-5 752</b>	<b>-4 346</b>
X. Przychody finansowe	59	429
XI. Koszty finansowe	973	2 131
<b>XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej</b>	<b>-6 666</b>	<b>-6 048</b>
<b>XIII. Zysk (strata) brutto</b>	<b>-6 666</b>	<b>-6 048</b>
XIV. Podatek dochodowy	-491	-763
<b>XV. Zysk (strata) netto</b>	<b>-6 175</b>	<b>-5 285</b>

*Dane za 12 miesięcy:*

	od 01.04.2019 do 31.03.2020	od 01.04.2018 do 31.03.2019	zm %
<b>I. Przychody netto ogółem</b>	<b>208 700</b>	<b>193 855</b>	<b>7,7%</b>
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	137 113	120 956	13,4%
<b>III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży</b>	<b>71 587</b>	<b>72 899</b>	<b>-1,8%</b>
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	79 050	78 078	1,2%
<b>VI. Zysk (strata) ze sprzedaży</b>	<b>-7 463</b>	<b>-5 179</b>	<b>44,1%</b>
VII. Pozostałe przychody operacyjne	2 561	2 091	22,5%
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	850	2 243	-62,1%
<b>IX. Zysk(strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>-5 752</b>	<b>-5 331</b>	<b>7,9%</b>
X. Przychody finansowe	59	428	-86,2%
XI. Koszty finansowe	974	1 880	-48,2%
<b>XII. Zysk(strata) z działalności gospodarczej</b>	<b>-6 666</b>	<b>-6 783</b>	<b>-1,7%</b>
<b>XIII. Zysk (strata) brutto</b>	<b>-6 666</b>	<b>-6 783</b>	<b>-1,7%</b>

Dane za 15 miesięcy

ponieważ rok obrotowy 2018/2019 trwał 15 m-cy

	od 01.01.2019 do 31.03.2020	od 01.01.2018 do 31.03.2019	zm %
<b>I. Przychody netto ogółem</b>	<b>268 683</b>	<b>242 324</b>	<b>10,9%</b>
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	175 303	150 384	16,6%
<b>III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży</b>	<b>93 377</b>	<b>91 940</b>	<b>1,6%</b>
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	99 842	96 062	3,9%
<b>VI. Zysk (strata) ze sprzedaży</b>	<b>-6 465</b>	<b>-4 122</b>	<b>56,8%</b>
VII. Pozostałe przychody operacyjne	2 743	2 390	14,8%
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	1 229	2 614	-53,0%
<b>IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>-4 951</b>	<b>-4 346</b>	<b>13,9%</b>
X. Przychody finansowe	150	429	-65,0%
XI. Koszty finansowe	1 595	2 131	-25,2%
<b>XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej</b>	<b>-6 395</b>	<b>-6 048</b>	<b>5,7%</b>
<b>XIII. Zysk (strata) brutto</b>	<b>-6 395</b>	<b>-6 048</b>	<b>5,7%</b>

## PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w okresie od 1 kwietnia 2019 r. do 31 marca 2020 roku odnotowała łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 208.700 tys. zł czyli o 7,7% wyższe w porównaniu do łącznych obrotów w okresie od 1 kwietnia 2018 r. do 31 marca 2019 roku (było: 193.855 tys. zł), wzrost przychodów związany jest głównie ze zwiększeniem wartości sprzedaży w kanale hurtowym, przy czym:

- od I do III kwartału roku obrotowego 2019 - przychody netto ze sprzedaży wyniosły 159.529 tys. zł i były o 19,2% wyższe w stosunku do analogicznego okresu (było: 133.872 tys. zł) - z czego dynamika sprzedaży za pośrednictwem kanału eCommerce wzrosła w tym okresie o 49,0% i stanowiła 6,2% udziału w ogólnej sprzedaży detalicznej;
- w IV kwartale roku obrotowego 2019 - przychody netto ze sprzedaży wyniosły 49.171 tys. zł i były o 18,0% niższe w stosunku do analogicznego okresu (było: 59.983 tys. zł) - głównie za sprawą drastycznego spadku obrotów związanego z rozwojem pandemii koronawirusa COVID-19 - co zostało szczegółowo przedstawione w raporcie bieżącym nr 19 z dnia 1 kwietnia br.

Dane w zamkniętych okresach:

<b>KOSZTY</b> (w tys. zł)	od 01.04.2019 do 31.03.2020	od 01.01.2018 do 31.03.2019	zmiana %
Amortyzacja	5 943	7 689	-22,7%
Zużycie materiałów i energii	3 683	4 423	-16,7%
Usługi obce	40 198	49 808	-19,3%
Podatki i opłaty	2 332	3 125	-25,4%
Wynagrodzenia	19 345	22 458	-13,9%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	3 816	4 472	-14,7%
Pozostałe koszty rodzajowe	3 733	4 087	-8,7%
<b>Koszty razem</b>	<b>79 050</b>	<b>96 062</b>	<b>-17,7%</b>

Dane za 12 miesięcy:

<b>KOSZTY</b> (w tys. zł)	od 01.04.2019 do 31.03.2020	od 01.04.2018 do 31.03.2019	zmiana %
Amortyzacja	5 943	6 122	-2,9%
Zużycie materiałów i energii	3 683	3 721	-1,0%
Usługi obce	40 198	40 686	-1,2%
Podatki i opłaty	2 332	2 481	-6,0%
Wynagrodzenia	19 345	17 939	7,8%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	3 816	3 580	6,6%
Pozostałe koszty rodzajowe	3 733	3 549	5,2%
<b>Koszty razem</b>	<b>79 050</b>	<b>78 078</b>	<b>1,2%</b>

Spółka cały czas podejmuje działania, które mają na celu zwiększenie efektywności prowadzonej działalności, poziom kosztów działalności operacyjnej w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 r. jest wyższy w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o około 1,2 %.

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

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

Dane w zamkniętych okresach:

Wynik operacyjny	od 01.04.2019 do 01.03.2020	od 01.01.2018 do 31.03.2019
<b>Przychody ze sprzedaży, w tym:</b>	<b>208 700</b>	<b>242 324</b>
przychody ze sprzedaży produktów	2 802	3 897
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	205 898	238 427
<b>Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów</b>	<b>137 113</b>	<b>150 384</b>
<b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>	<b>71 587</b>	<b>91 940</b>
koszty sprzedaży	71 372	87 247
koszty ogólnego zarządu	7 678	8 815
<b>Zysk ze sprzedaży</b>	<b>-7 463</b>	<b>-4 122</b>
pozostałe przychody operacyjne	2 561	2 390
pozostałe koszty operacyjne	850	2 614
<b>Wynik na działalności operacyjnej</b>	<b>-5 752</b>	<b>-4 346</b>

Dane za 12 miesięcy:

Wynik operacyjny	od 01.04.2019 do 01.03.2020	od 01.04.2018 do 31.03.2019
<b>Przychody ze sprzedaży, w tym:</b>	<b>208 700</b>	<b>193 855</b>
przychody ze sprzedaży produktów	2 802	3 028
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	205 898	190 827
<b>Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów</b>	<b>137 113</b>	<b>120 956</b>
<b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>	<b>71 587</b>	<b>72 899</b>
koszty sprzedaży	71 372	70 867
koszty ogólnego zarządu	7 678	7 211
<b>Zysk ze sprzedaży</b>	<b>-7 463</b>	<b>-5 179</b>
pozostałe przychody operacyjne	2 561	2 090
pozostałe koszty operacyjne	850	2 243
<b>Wynik na działalności operacyjnej</b>	<b>-5 752</b>	<b>-5 332</b>

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 2020 r. uległ obniżeniu do poziomu 71.587 tys. zł w porównaniu do analogicznego 12-mc okresu kończącego się 31 marca 2019 r. (było: 72.899 tys. zł). Na poziom zysku na sprzedaży towarów i materiałów osiągniętego w w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. decydujący wpływ miały wyższe przychody ze sprzedaży towarów i materiałów (15.071 tys. zł więcej w porównaniu do analogicznego okresu), związane jest to głównie ze zwiększonym udziałem sprzedaży w kanale hurtowym, który jednocześnie generują niższą marżę w porównaniu do sprzedaży w sklepach stacjonarnych czy e-com.

Koszty sprzedaży (przede wszystkim koszty sieci detalicznej oraz logistyki i magazynu Spółki) w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. nieznacznie zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 70.867 tys. zł do 71.372 tys. zł.

Koszty ogólnego zarządu w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 7.211 tys. zł do 7.678 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 2020 r obniżono koszty działalności operacyjnej o 62,1% tj. o 1.393 tys. mniej r/r.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł -5.752 tys. zł i był niższy o 420 tys. zł w porównaniu z analogicznym okresem kiedy to wyniósł -5.332 tys. zł.

Poza wymienionymi wyżej czynnikami, w ostatnim kwartale roku obrotowego 2019 wystąpiły istotne zdarzenia o nietypowym charakterze związane z pandemią COVID-19 mające negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

## **1.6 WPŁYW PANDEMII COVID-19 NA SYTUACJĘ FINANSOWĄ SPÓŁKI W ROKU OBROTOWYM 2019-2020.**

W związku z rozprzestrzenianiem się w Polsce pandemii koronawirusa COVID-19 Spółka w okresie od lutego do I połowy marca 2020 roku odnotowywała znaczące spadki ilości klientów w sklepach, wynikające m.in. z zalecenia ograniczenia przemieszczania się i unikania dużych skupisk ludzkich. Od 14 marca 2020 roku Spółka została zmuszona do zamknięcia sklepów zlokalizowanych w centrach handlowych. Spółka kontynuowała prowadzenie sprzedaży e-commerce i podjęła działania ograniczające koszty (szczegóły: raport bieżący nr 14/2020 i 15/2020).

Sytuacja ta wpłynęła na spadek bieżącej sprzedaży, co negatywnie rzutowało na wyniki finansowe za rok obrotowy 2019/2020 kończący się 31 marca 2020 r., co przedstawia poniższe zestawienie dynamiki obrotów w sklepach INTERSPORT zlokalizowanych w galeriach handlowych w ujęciu rok do roku:

- +30% | od 17-19 lutego 2020 r. wzrost sprzedaży, trwający sezon zimowy;
- -10% | od 20-22 lutego 2020 r. załamanie sprzedaży wynikające z ograniczenia zakupów klientów rezygnujących z zimowych wyjazdów zagranicznych np. do Włoch;
- -33% | od 24-29 lutego 2020 r. niepokojące informacje o zagrożeniu epidemicznym wpływające negatywnie na zachowania konsumenckie; ze względu na lęk i niepewną sytuację klienci ograniczali zakupy artykułów sportowych;
- -41% | od 2-7 marca 2020 r. nasilający się z dnia na dzień spadek sprzedaży;
- -48% | od 9-11 marca 2020 r. nasilający się z dnia na dzień spadek sprzedaży;
- -68% | 12 marca 2020 r. pogłębienie spadku sprzedaży;
- -77% | 13 marca 2020 r. dalsze pogłębienie spadku sprzedaży;
- -100% | od 14 marca 2020 r. całkowity zakaz prowadzenia działalności w galeriach handlowych.

W pierwszych dwóch dekadach marca 2020 r. Spółka odnotowała załamanie sprzedaży internetowej, natomiast w ostatniej dekadzie e-commerce powrócił do dwucyfrowych wzrostów (głównie w wyniku przekierowania sprzedaży prowadzonej dotychczas w sklepach stacjonarnych zlokalizowanych w galeriach handlowych na sprzedaż internetową). Wzrost ten nie pozwolił jednak odpracować spadku sprzedaży z pierwszych dwóch dekad miesiąca - stąd łączny wynik marca 2020 roku i całego okresu trwającego od 1 stycznia do 31 marca 2020 r. w kanale e-commerce był ujemny.

dane w tys. PLN	2019		2020	
	luty	marzec	luty	marzec
Przychody netto ze sprzedaży	17 854	17 771	16 721	10 448
<i>Zmiana % r/r</i>	-	-	(6,3%)	(41,2%)
<i>Zmiana % m/m</i>	(26,7%)	(0,5%)	(24,0%)	(37,5%)
Wynik brutto ze sprzedaży	(76)	(3 080)	(1 696)	(646)
<i>Marża %</i>	(0,4%)	(17,3%)	(10,1%)	(6,2%)
EBITDA	391	(2 581)	(1 218)	466
<i>Marża %</i>	2,2%	(14,5%)	(7,3%)	4,5%
EBIT	(102)	(3 081)	(1 710)	(25)
<i>Marża %</i>	(0,6%)	(17,3%)	(10,2%)	(0,2%)
Zysk netto	(202)	(2 997)	(1 799)	(311)
<i>Marża %</i>	(1,1%)	(16,9%)	(10,8%)	(3,0%)



## 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).*

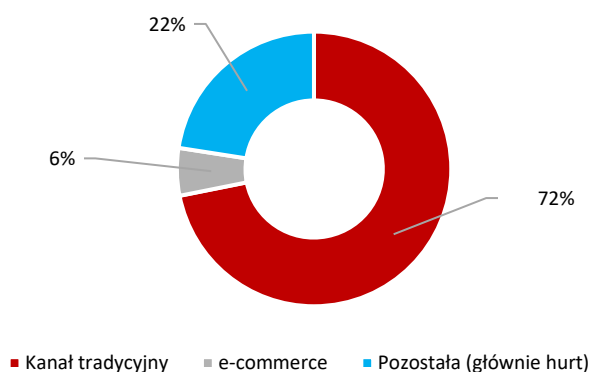
W opinii Zarządu zastosowany wskaźnik umożliwi uczestnikom rynku kapitałowego uzyskać pełniejszy obraz wyceny Spółki. Wielkości wynikające z zastosowanego wskaźnika bezpośrednio wynikają z rocznych i śródrocznych sprawozdań finansowych Spółki.

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

APM - Alternatywny Pomiar Wyników	01.04.2019 31.03.2020	01.04.2018 31.03.2019
EBITDA = (Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację)	192	791

Przychody ze sprzedaży produktów oraz towarów i materiałów Spółki uległy w analizowanym okresie zwiększeniu. W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. przychody ze sprzedaży zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem o 7,7 % (tj. o 14,8 mln zł). W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. wpływ na wyższą wartość osiągniętych przychodów ze sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu miała przede wszystkim zwiększona sprzedaż w kanale hurtowym.

#### STRUKTURA PRZYCHODÓW W ROKU OBROTOWYM 2019



## ANALIZA RENTOWNOŚCI<sup>3</sup> - APM

Tabela: Analiza rentowności działalności Spółki (w %)

Wskaźniki rentowności	Formuła	01.04.2019 31.03.2020	01.04.2018 31.03.2019
Marża brutto ze sprzedaży towarów	Zysk / Strata brutto ze sprzedaży towarów / przychody ze sprzedaży towarów	33,4%	36,6%
Rentowność ze sprzedaży	Zysk / Strata ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-3,6%	-2,7%
Rentowność EBIT	Zysk / Strata z działalności operacyjnej / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-2,8%	-2,8%
Rentowność netto	Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-3,0%	-3,0%
Wskaźniki rentowności	Formuła	01.04.2019 31.03.2020	01.01.2018 31.03.2019
Rentowność aktywów ROA**	Zysk / Strata netto / aktywa na koniec okresu	-4,5%	-4,1%
Rentowność kapitałów własnych ROE**	Zysk / Strata netto / kapitał własny na koniec okresu	-26,3%	-17,8%

W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. Spółka odnotowała niższą marżę brutto ze sprzedaży w porównaniu do analogicznego okresu czyli 33,4% zaś rentowność ze sprzedaży Spółki wyniosła -3,6% w porównaniu do -2,7% w analogicznym okresie.

Związane jest to głównie ze zwiększonym udziałem sprzedaży w kanale hurtowym, który jednocześnie generują niższą marżę w porównaniu do sprzedaży w sklepach stacjonarnych czy e-com.

Wskaźniki ROE oraz ROA w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. oraz w roku obrotowym zakończonym 31 marca 2019 roku kształtowały się na ujemnym poziomie odpowiednio od minus 4,1% do minus 4,5% (ROA) oraz od minus 17,8% do minus 26,3% (ROE). Niskie wskaźniki w tym zakresie były wynikiem ponoszenia znaczących strat netto w poprzednich latach.

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

## 2.2 SYTUACJA MAJĄTKOWA

### WSKAŹNIK ROTACJI <sup>4</sup>- APM

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

Cykl rotacji	Formuła	stan na dzień 31.03.2020	*stan na dzień 31.03.2019
Cykl rotacji zapasów	Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	120,6	107,8
Cykl rotacji należności krótkoterminowych	Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	8,91	13,02
Cykl rotacji zobowiązań bieżących	Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	150,8	151,4

*\*/ 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 107,8 dni na dzień 31 marca 2019 r. do 120,6 dni na 31.03.2020 r. Wskaźnik rotacji należności uległ skróceniu z 13,02 dni na 31.03.2019r. do 8,91 dni na 31.03.2020 r. Cykl rotacji zobowiązań bieżących na 31.03.2020 r. uległ skróceniu do 150,8 dni.

W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. Spółka poniosła głównie wydatki dotyczące nakładów odtworzeniowych oraz wydatki związane z dostosowaniem sklepów do nowej koncepcji INTERSPORT 2.0 w wysokości 2.899 tys. zł.

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

## 3. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA

W ocenie Zarządu INTERSPORT Polska S.A. („Spółka”) od 1 kwietnia 2019 roku do 31 marca 2020 roku w Spółce nie zaszły istotne wydarzenia poza tym, iż:

<sup>4</sup> Zasady wyliczenia oraz uzasadnienie zastosowania przez Spółkę wskaźników rotacji jako „APM”, przedstawiono w „OBJAŚNIENIACH” na końcu sprawozdania.

- (1) W dniu 29 kwietnia br. Spółka otrzymała informację o ogłoszeniu upadłości dłużnika – Spółki Samuri Investments Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - od którego Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie zasądził na rzecz INTERSPORT odszkodowanie w łącznej wysokości 974.247,90 zł tytułem odszkodowania za uniemożliwienie prowadzenie działalności gospodarczej w wynajmowanym lokalu ([szczegóły: raport bieżący nr 21/2019](#)).
- (2) W dniu 30 maja 2019 roku 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, której dniem ostatecznej spłaty limitu był 15 lipca 2019 roku. Bez zmian pozostała umowa kredytu inwestycyjnego, której dniem ostatecznej spłaty jest 31 maja 2022 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 24/2019](#)).
- (3) W dniu 14 czerwca 2019 roku Spółka otrzymała informację, iż Alior Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie podpisał aneksy do zawartych umów przedłużające terminy spłaty zobowiązań ([szczegóły: raport bieżący nr 25/2019](#)).
- (4) W dniu 19 czerwca 2019 roku Zarząd podpisał z mBank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie umowę kredytową i umowę linii wieloproduktowej, dzięki którym Spółka zwiększyła finansowanie i spłaciła w całości swoje zaangażowanie kredytowe 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) W dniu 26 lipca 2019 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki odwołało z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. Pana Łukasza Gila. Odwołanie było następstwem realizacji punktu 9 porządku obrad i podjęcia uchwały nr 12 NWZA INTERSPORT Polska S.A. w sprawie zmian w składzie Rady Nadzorczej Spółki ([szczegóły: raport bieżący nr 36/2019](#)).
- (6) W dniu 26 lipca 2019 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało trzech nowych członków Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A.: Pana Łukasza Bosowskiego, Pana Tomasza Fugla oraz Pana Janusza Pietę ([szczegóły: raport bieżący nr 37/2019](#)).
- (7) W dniu 28 sierpnia 2019 roku Zarząd Spółki powziął informację o rejestracji przez Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zmian Statutu [INTERSPORT Polska S.A.](#) ([szczegóły: raport bieżący nr 40/2019 wraz z korektą](#)).
- (8) W dniu 23 września 2019 roku Spółka podpisała z Wiener TU S.A. Vienna Insurance Group z siedzibą w Warszawie umowę generalną określającą warunki oraz zasady ubezpieczenia z tytułu prowadzonej przez Spółkę działalności. Umowa została zawarta na okres 2 lat tj. od 25 września 2019 r. do 24 września 2021 r. ([szczegóły: raport bieżący nr 46/2019](#)).
- (9) W dniu 27 września br. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki dokonało zmian w składzie Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki ([szczegóły: raport bieżący nr 50/2019](#)).

- (10) W dniu 1 października 2019 roku Spółka otrzymała informację o zwiększeniu o 4.000.000 zł wartości umowy linii wieloproduktowej zawartej z mBank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie [\[szczegóły: raport bieżący nr 52/2019\]](#).
- (11) W dniu 20 września 2019 roku Spółka poinformowała o zakończeniu subskrypcji akcji zwykłych na okaziciela serii H Spółki, prowadzonej na podstawie uchwały nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 26 lipca 2018 r., która nie doszła do skutku [\[szczegóły: raport bieżący nr 61/2019\]](#).
- (12) W dniu 23 grudnia 2019 roku Spółka podpisała z OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce list intencyjny dotyczący potencjalnego przejęcia przez INTERSPORT sieci sklepów multibrandowych prowadzonych przez OTCF pod szyldem „4 Faces”, składającej się z trzech sklepów: w Warszawie (Galeria Północna), Katowicach (Galeria Katowicka) i Poznaniu (Galeria Avenida) [\[szczegóły: raport bieżący nr 62/2019\]](#).
- (13) Dnia 30 grudnia 2019 roku Spółka wypowiedziała umowę o pełnienie funkcji Animatora Emitenta na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. zawartą z Domem Maklerskim BZ WBK S.A. z siedzibą w Poznaniu (obecnie: Santander Biuro Maklerskie z siedzibą w Poznaniu) z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia. Umowa uległa rozwiązaniu w dniu 31 marca 2020 roku [\[szczegóły: raport bieżący nr 63/2019\]](#).
- (14) W dniu 28 lutego 2020 roku Uchwałą Zarządu została przyjęta „STRATEGIA INTERSPORT Polska S.A. na lata 2020-2024”, która wskazuje najważniejsze kierunki działań [\[szczegóły: raport bieżący nr 10/2020\]](#).
- (15) W dniu 5 marca 2020 roku Spółka zawarła z OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce umowę warunkową przejęcia przez INTERSPORT z dniem 1 kwietnia 2020 r. umów najmu sklepów multibrandowych „4 Faces” prowadzonych przez OTCF - zgodnie z podpisanym listem intencyjnym [\[szczegóły: raport bieżący nr 11/2020\]](#).

## 4. 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 powiązanymi 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.).

## 5. 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.

### 5.1. 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.

### 5.2. Powiązania organizacyjne i kapitałowe

#### UMOWA LICENCYJNA

Od marca 2017 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. jest wyłącznym w Polsce partnerem biznesowym Grupy INTERSPORT. Na podstawie zawartych Umów z INTERSPORT International Corporation (IIC), Spółka jako licencjobiorca posiada:

- 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.

## 5.3 GRUPA INTERSPORT na świecie

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych reprezentowaną w 57 krajach na wszystkich pięciu kontynentach. Roczna sprzedaż prowadzona w 5.421 punktach sprzedaży zrzeszonych pod szyldem INTERSPORT wyniosła w 2019 roku 12,3 Mld € łącznie z podatkiem VAT z dynamiką r/r na poziomie 3,2%.

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.

## 5.4 Koncepcja INTERSPORT 2.0

W oparciu o globalną strategię Grupy INTERSPORT, IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH ogłosił w 2017 roku nowy koncept sklepu INTERSPORT 2.0, który ma być bardziej skoncentrowany na konsumentach i prowadzić model biznesowy **Omni-Channel Retailing**. Systematycznie wprowadzany na całym świecie koncept INTERSPORT 2.0 jest odpowiedzią na potrzeby klientów nowej generacji, którzy są szczególnie otwarci na nowe technologie tzn. swobodnie poruszają się w sieci połączeń, aktywnie korzystają z urządzeń mobilnych, posiadają konta na wielu portalach społecznościowych i korzystają w procesie zakupowym z wielu kanałów komunikacji takich jak: social media, livechaty, serwisy z opiniami, e-sklepy, porównywarki ofert - a dodatkowo cenią przeżycia, emocje oraz swój wolny czas.

Zgodnie z przyjętą przez Zarząd INTERSPORT Polska S.A. „Strategią rozwoju na lata 2020-2024” wdrażany przez Spółkę w Polsce koncept INTERSPORT 2.0 zakłada po pierwsze: zintegrowaną wielokanałową dystrybucję towaru oraz dostęp do specjalnych



produktów marek strategicznych; po drugie: zarządzanie kategoriami produktów w celu dostosowania oferty asortymentowej do potrzeb lokalnego rynku w oparciu o wyniki sprzedaży i pojemności sklepów, po trzecie: automatyczne uzupełnianie zapasów w celu szybszej dostawy towarów na półki i pełne wykorzystanie potencjału sprzedażowego marek własnych INTERSPORT.

Istotnym elementem jest kategoryzowanie sklepów i koncentracja na wiodących działach takich jak: sportstyle, running, fitness&training, outdoor, pływanie, team sport, narciarstwo oraz rowery i rolki. Ważne jest również wykorzystanie potencjału wszystkich dostępnych kanałów komunikacji marketingowej z klientem.

Zarząd szczególnie stawia na dalszy rozwój sprzedaży e-commerce.

## 5.5 Podstawowa działalność Spółki

Sieć INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się w Polsce rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Wg stanu na dzień 31.03.2020 roku Spółka prowadziła działalność w 30 sklepach własnych INTERSPORT zlokalizowanych w 23 aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 26 762 m<sup>2</sup>.

## 5.6 Model sklepu wzorcowego

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

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

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

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

**ASORTYMENT** – główną ofertę tworzą najlepsze marki wiodących producentów sportowych, dobrze rozpoznawane przez klientów. Ich uzupełnieniem, na poziomie średniej półki cenowej, są stopniowo wprowadzane marki własne INTERSPORT, które 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 ogólno-sportowe.



**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 wybranych sklepach dostępny jest: (1) serwis rowerowy - oferujący przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymianę elementów składowych roweru, w tym elementów podnoszących komfort użytkownika, (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 PRZEPIŹYU KLIENTÓW** – sklepy są wyposażone w profesjonalne liczniki przy bramkach wejściowych rejestrujące odwiedzających je klientów.

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

## 5.7 Działania uzupełniające

- Sezonowo dostępny jest: (1) serwis rowerowy - oferujący przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymiany elementów składowych roweru, w tym podnoszących komfort użytkownika, (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](http://www.intersport.pl), co jest szczególnie ważne dla klientów z regionów, gdzie nie ma jeszcze salonów INTERSPORT.
- W wybranych placówkach działa **INTERSPORT RENT**. Klient ma możliwość przed zakupem przetestowania najnowszej kolekcji sprzętu zimowego.
- W celu usprawnienia systemu komunikacyjnego z klientem, Spółka posiada **BIURO OBSŁUGI KLIENTA**, udzielające szybkiej i fachowej informacji na temat usług oraz dostępności asortymentu w poszczególnych salonach.

## 5.8 Liczba placówek (stan na dzień 31.03.2020 roku)

Siedziba INTERSPORT Polska S.A. i magazyn centralny o powierzchni około 2.500 m<sup>2</sup> zlokalizowane są w Cholerzynie 382, gm. Liszki k/Krakowa. Wg stanu na dzień 31 marca 2020 roku Spółka posiadała 30 sklepów o łącznej powierzchni 26 729 m<sup>2</sup>.

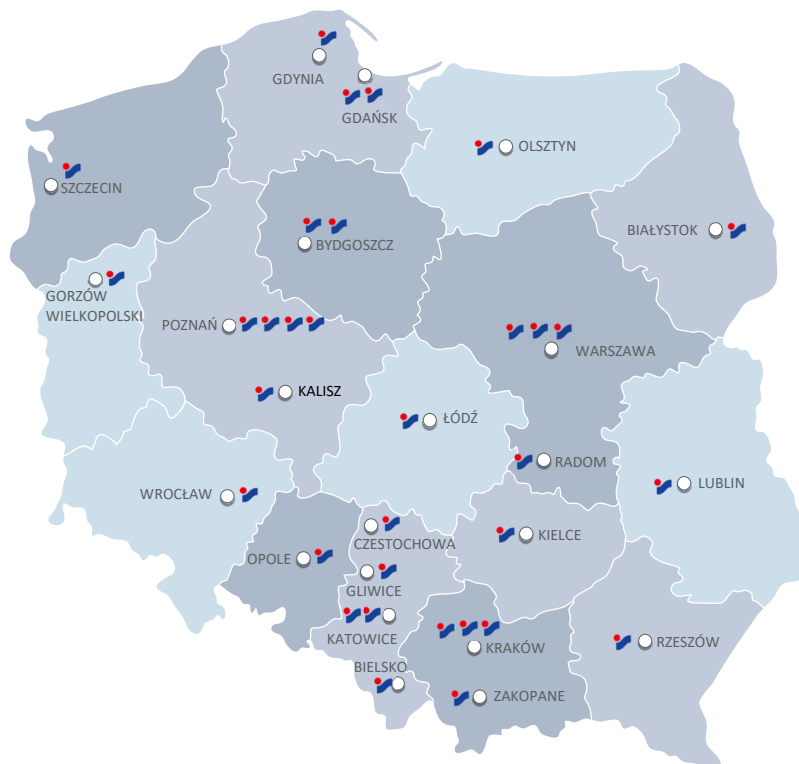


Tabela: *Lista placówek handlowych sieci INTERSPORT Polska S.A. na dzień 31.03.2020 r.*

1	Kraków	PH Zakopianka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW
2	Bielsko-Biała	Galeria Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA
3	Warszawa	Arkadia Westfield	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA
4	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE
5	Łódź	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	King Cross Marcellin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ
15	Gdynia	CH Riviera	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA
16	Opole	GH Solaris Center	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE
17	Częstochowa	GH Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 CZĘSTOCHOWA
18	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 ZAKOPANE
19	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM
20	Szczecin	Galeria Kaskada	Al. Niepodległości 36, 70-404 SZCZECIN
21	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW
22	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 GORZÓW Wlkp.
23	Kielce	Galeria Korona	ul. Warszawska 26, 25-312 KIELCE
24	Kraków	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61, 31-346 KRAKÓW
25	Lublin	Atrium Felicity	Al. Witosa 32, 20-331 LUBLIN
26	Kalisz	Galeria Amber	ul. Górnośląska 82, 62-800 KALISZ
27	Olsztyn	Galeria Warmińska	ul. Tuwima 26, 10-748 OLSZTYN
28	Bydgoszcz	Zielone Arkady	ul. Wojska Polskiego 1, 85-171 BYDGOSZCZ
29	Poznań	CH Posnania	ul. Pleszewska, 61-136 POZNAŃ
30	Gliwice	CH Factory Outlet	ul. Rybnicka 205, 44-122 GLIWICE

## 5.9 Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 31 marca 2020 r. w Spółce było zatrudnionych 381 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 14 osób z orzeczeniem o niepełnosprawności. Spółka prowadziła też stałą współpracę z 43 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonywały dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. Od 1 kwietnia 2019 roku do 31 marca 2020 roku Spółka zatrudniła 138 osób (rozwiązano umowy z 104 osobami). Przeciętne zatrudnienie w okresie od 1 kwietnia 2019 r. do 31 marca 2020 r. wynosiło 370 osób.

## 5.10 Organy spółki

### ZARZĄD

Zarząd Spółki do dnia 27 września 2019 roku pracował w dwuosobowym składzie: Artur Mikołajko (Prezes Zarządu) i Sławomir Gil (Wiceprezes Zarządu). Członkowie Zarządu pełnili swoje funkcje od 18 lipca 1988 roku.

Uchwałą WZA Spółki z dnia 27 września 2019 roku kadencja Prezesa Zarządu Artura Mikołajko została przedłużona na kolejne 3 lata, zaś mandat Wiceprezesa Zarządu Sławomira Gila wygasł z chwilą odbycia Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy rozpoczynającym się 1 stycznia 2018 roku i kończącym 31 marca 2019 roku tj. w dniu 27 września 2019 roku.

Od dnia 27 września 2019 roku do dnia 31 grudnia 2019 roku Zarząd Spółki pracował w jednoosobowym składzie - Artur Mikołajko pełnił funkcję Prezesa Zarządu.

Od dnia 1 stycznia 2020 roku Zarząd pracuje w trzyosobowym składzie: Artur Mikołajko pełniący funkcję Prezesa Zarządu, Szymon Dąbrowski i Marek Kaczmarek pełniący funkcję Wiceprezesów. Pan Marek Kaczmarek został powołany na członka Zarządu przez WZA w dniu 27 września 2019 roku na okres 3 lat i pełni funkcję wiceprezesa Zarządu od dnia 1 stycznia 2020 roku. Pan Szymon Dąbrowski został powołany na członka Zarządu przez WZA w dniu 27 września 2019 roku na okres 4 lat i pełni funkcję Wiceprezesa Zarządu od dnia 1 stycznia 2020 roku.

Dla potrzeb kierowania działalnością spółki poszczególni Członkowie Zarządu pełnią również funkcje dyrektorów. Funkcję Prezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Zarządzającego pełni Pan Artur Mikołajko, jeden z założycieli Spółki. Funkcję Wiceprezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Generalnego do dnia 27.09.2019 roku pełnił w Spółce współzałożyciel firmy Pan Sławomir Gil. Od dnia 01.01.2020 roku Funkcję Wiceprezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Handlowego pełni Pan Szymon Dąbrowski, Funkcję Wiceprezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Operacyjnego pełni Pan Marek Kaczmarek.

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

Od 1 kwietnia do 24 lipca 2019 roku Rada Nadzorcza Spółki pracowała w siedmioosobowym składzie. W dniu 24 lipca 2019 r. z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki zrezygnowała Pani Beata Mikołajko zasiadająca również w Komitecie Wynagrodzeń i Nominacji działającym w ramach Rady Nadzorczej ([szczegóły: raport bieżący nr 32/2019](#)), w dniu 25 lipca 2019 roku zrezygnował Pan Christoph Schilla ([szczegóły: raport bieżący nr 33/2019](#)), w dniu 26 lipca 2019 roku WZA Spółki odwołało Pana Łukasza Gila z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki, tym samym Pan Łukasz Gil nie był już członkiem Komitetu Audytu ([szczegóły: raport bieżący nr 36/2019](#)).

Po powołaniu w dniu 26 lipca 2019 roku przez NWZA Spółki Panów: Łukasza Bosowskiego, Tomasza Fugiel, Janusza Pieta na nowych członków Rady Nadzorczej ([szczegóły: raport bieżący nr 37](#)) oraz powołaniu w dniu 27 września 2019 roku przez WZA Spółki Pana Sławomira Gila ([szczegóły: raport bieżący nr 50](#)) organ nadzorujący Spółkę pracuje w ośmioosobowym składzie:

1. Pan Artur Olender – Przewodniczący
2. Pan Krzysztof Pieta
3. Pan Jarosław Krotacz (członek niezależny)
4. Pan Wojciech Mamak (członek niezależny)
5. Pan Łukasz Bosowski
6. Pan Tomasz Fugiel
7. Pan Janusz Pieta
8. Pan Sławomir Gil

Wspólna kadencja członków Rady Nadzorczej Spółki 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 pełni funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2004 r.; Krzysztof Pieta, Wojciech Mamak, Jarosław Krotacz pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2017 r.; Łukasz Bosowski, Tomasz Fugiel, Janusz Pieta pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 26 lipca 2019 r., Sławomir Gil pełni funkcję członka Rady Nadzorczej od 27 września 2019 r.

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.

## **Komitet ds. Audytu oraz Komitet ds. Wynagrodzeń i Nominacji**

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. Do dnia 26 lipca 2019 roku w skład Komitetu Audytu wchodził: 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 spełniał wymóg posiadania kwalifikacji w dziedzinie rachunkowości lub rewizji finansowej. Od dnia 26 lipca 2019 roku w skład Komitetu Audytu wchodzi: Wojciech Mamak, Łukasz Bosowski i Jarosław Krotacz

Do dnia 24 lipca 2019 roku w skład Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji wchodził: Jarosław Krotacz, Wojciech Mamak oraz Beata Mikołajko. Od dnia 26 lipca 2019 roku w skład Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji wchodzi: Jarosław Krotacz, Wojciech Mamak oraz Janusz Pieta.

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 odsyła „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:

- do dnia 24 lipca 2019 roku występowało powiązanie rodzinne pomiędzy członkiem Zarządu Panem Arturem Mikołajko, a członkiem Rady Nadzorczej Panią Beatą Mikołajko;

- do dnia 26 lipca 2019 roku występowało powiązania pomiędzy członkiem Zarządu Panem Sławomir Gilem, a członkiem Rady Nadzorczej Panem Łukaszem Gilem;
- członek Rady Nadzorczej Artur Olender jest powiązany z firmą ADDVENTURE Spółka z o.o. i Wspólnicy Sp. k., doradzającej Spółce w sprawach związanych z rynkiem kapitałowym,
- członkowie Rady Nadzorczej Panowie: Krzysztof Pieta i Janusz Pieta są wspólnikami firmy LARIX, od której Spółka nabywa produkty i akcesoria sportowe.
- członek Rady Nadzorczej Pan Łukasz Bosowski jest powiązany biznesowo ze Spółką OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce, od której Spółka nabywa produkty i akcesoria sportowe.
- członek Rady Nadzorczej Pan Tomasz Fugiel jest powiązany biznesowo ze Spółką OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce, od której Spółka 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 marca 2019 roku i kończącym 31 marca 2020 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 INTERSPORT Polska S.A. ustalane jest przez Radę Nadzorczą Spółki, zaś członków Rady Nadzorczej przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

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

Osoba	Wynagrodzenie wypłacone w okresie od 01.04.2019 r. do 31.03.2020 r.	*Inne świadczenia uzyskane przez członków organów Spółki w okresie od 01.04.2019 r. do 31.03.2020 r.
Artur Mikołajko	366,13	31,77
<sup>2</sup> Szymon Dąbrowski	75,00	0
<sup>2</sup> Marek Kaczmarek	62,50	2,39
<sup>3</sup> Stawomir Gil	200,26	16,52
<b>Zarząd Spółki (łącznie):</b>	<b>703,89</b>	<b>50,68</b>
Artur Olender	30	0,19
Krzysztof Pieta	24	0,15
Wojciech Mamak	24	0
Jarostaw Krotacz	24	0,15
<sup>4</sup> Łukasz Bosowski	16,39	0,15
<sup>4</sup> Tomasz Fugiel	16,39	0,15
<sup>3</sup> Stawomir Gil	12,27	0
<sup>4</sup> Janusz Pieta	16,39	0,15
<sup>5</sup> Beata Mikołajko	7,55	0
<sup>6</sup> Łukasz Gil	7,68	0
<sup>7</sup> Christoph Schilla	7,61	0
<b>Rada Nadzorcza Spółki (łącznie):</b>	<b>186,28</b>	<b>0,94</b>

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

<sup>2</sup> Szymon Dąbrowski, Marek Kaczmarek - zostali powołani na członków Zarządu od dnia 01.01.2020 r.

<sup>3</sup> Stawomir Gil - pełnił funkcję członka Zarządu do dnia 27.09.2019 r., a w dniu w dniu 27.09.2019 r. został powołany na członka Rady Nadzorczej

<sup>4</sup> Łukasz Bosowski, Tomasz Fugiel, Janusz Pieta - zostali powołani na członków Rady Nadzorczej od dnia 26.07.2019 r.

<sup>5</sup> Beata Mikołajko - pełniła funkcję członka Rady Nadzorczej do dnia 24.07.2019 r.

<sup>6</sup> Łukasz Gil - pełnił funkcję członka Rady Nadzorczej do dnia 26.07.2019 r.

<sup>7</sup> Christoph Schilla - pełnił funkcję członka Rady Nadzorczej do dnia 25.07.2019 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 płacności 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 zakończonym 31 marca 2020 roku 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.

## 6. AKCJE I AKCJONARIAT

### 6.1 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

## 6.2 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 (31 sierpnia 2020 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	Seria akcji	Rodzaj akcji	Liczba akcji	łącna liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym (%)	RAZEM udział w akcjach	Liczba głosów na WZ	łącna liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów na WZ (%)	RAZEM udział w głosach
Krzysztof Pięła	C1	imienne, uprzywilejowane	1 666 666	6 941 229	5,49%	22,85%	3 333 332	8 607 895	9,17%	23,68%
	C2	zwykłe na okaziciela	1 166 668		3,84%		1 166 668		3,21%	
	E	zwykłe na okaziciela	650 000		2,14%		650 000		1,79%	
	F	zwykłe na okaziciela	3 157 895		10,39%		3 157 895		8,69%	
	B, D	zwykłe na okaziciela	300 000		0,99%		300 000		0,83%	
Janusz Pięła	F	zwykłe na okaziciela	3 157 895	3 357 895	10,39%	11,05%	3 157 895	3 357 895	8,69%	9,24%
	B, D	zwykłe na okaziciela	200 000	0,66%	200 000	0,55%				
*OTCF S.A. z os. powiązanymi	G	zwykłe na okaziciela	7 500 000	7 500 000	24,69%	24,69%	7 500 000	7 500 000	20,63%	20,63%
Artur Mikołajko	A	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	4,11%	6,31%	2 500 000	3 168 054	6,88%	8,72%
	B, D	zwykłe na okaziciela	668 054		2,20%		668 054		1,84%	
Sławomir Gil	A	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	4,11%	6,31%	2 500 000	3 168 054	6,88%	8,72%
	B, D	zwykłe na okaziciela	668 054		2,20%		668 054		1,84%	
Dorota Radwańska z os. powiązanymi	A	imienne, uprzywilejowane	1 150 000	1 150 000	3,78%	3,78%	2 300 000	2 300 000	6,33%	6,33%
Marcin Bogdani	E, F	zwykłe na okaziciela	1 820 872	1 820 872	5,99%	5,99%	1 820 872	1 820 872	5,01%	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 Pięta 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 Piętą), 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 Pięta 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 Piętą), 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) 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 1.150.000 akcji Emitenta, co stanowi 3,78% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 2.300.000 głosy na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 6,33% ogólnej liczby głosów;
- 4) \*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.

## **6.3 Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji INTERSPORT Polska S.A.**

- (1) W dniu 11 kwietnia 2019 roku, na wniosek akcjonariuszy spółki Pani Jolanty Milewskiej oraz Pani Doroty Radwańskiej, Zarząd Spółki powziął uchwałę w sprawie konwersji łącznie 200.000 akcji imiennych uprzywilejowanych co do głosu (każda akcja dawała prawo do dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu) na akcje zwykłe na okaziciela. W wyniku dokonanej zmiany ogólna liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu INTERSPORT Polska S.A., wynosiła po konwersji 36.347.366 głosów. [\(szczegóły: raport bieżący nr 20/2019\).](#)

- (2) W dniu 13 maja 2019 roku Spółka otrzymała od Pana Marcina Bogdani zawiadomienia 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 [\(szczegóły: raport bieżący nr 22/2019\)](#).
- (3) W dniu 19 lipca 2019 r. Komisja Nadzoru Finansowego zatwierdziła prospekt emisyjny Emitenta na podstawie którego, Spółka ubiegała się o dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym (podstawowym) na Giełdzie Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie 200.000 (dwieście tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A oraz 7.500.000 (siedem milionów pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii G („Akcje Serii G”) o wartości nominalnej 0,10 zł każda akcja. [\(szczegóły: raport bieżący nr 31/2019\)](#).
- (4) W dniu 26 lipca 2019 roku NWZA Spółki powzięło uchwałę nr 4 w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję nowych akcji serii H, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy w całości prawa poboru wszystkich akcji serii H oraz zaoferowania tych akcji w drodze subskrypcji prywatnej, dematerializacji i zawarcia z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych S.A. umów o rejestrację akcji serii H i praw do akcji serii H w depozycie papierów wartościowych oraz ubiegania się o dopuszczenie praw do akcji serii H oraz akcji serii H do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez GPW w Warszawie S.A [\(szczegóły: raport bieżący nr 35/2019\)](#).
- (5) W dniu 2 września 2019 roku Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. powziął Uchwałę nr 868/2019 w sprawie dopuszczenia i wprowadzenia do obrotu giełdowego na Głównym Rynku GPW łącznie 7.700.000 (siedem milionów siedemset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A i G INTERSPORT Polska S.A. - z dniem 5 września 2019 roku, pod warunkiem dokonania przez KDPW S.A. w tym dniu rejestracji tych akcji i oznaczenia ich kodem "PLINTSP00038" [\(szczegóły: raport bieżący nr 43/2019\)](#).
- (6) W dniu 3 września 2019 roku Dział Operacyjny Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych S.A. („KDPW”) opublikował komunikat nr ONP/2019/ zgodnie z którym w dniu 5 września 2019 roku nastąpiła rejestracja w depozycie 7.700.000 (siedem milionów siedemset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela INTERSPORT Polska S.A. oznaczonych kodem ISIN PLINTSP00038 – zgodnie z decyzją KDPW S.A. nr 632/2019 z dnia 19 sierpnia 2019 roku [\(szczegóły: raport bieżący nr 44/2019\)](#).
- (7) W dniu 26 września 2019 roku Spółka OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce dokonała transakcji zastawu finansowego na posiadanych akcjach INTERSPORT Polska S.A. [\(szczegóły: raport bieżący nr 51/2019\)](#).
- (8) W dniu 17 października 2019 roku Spółka OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce dokonała transakcji ustanowienia zastawu rejestrowego na posiadanych akcjach INTERSPORT Polska S.A. [\(szczegóły: raport bieżący nr 54/2019\)](#).
- (9) W dniu 27 lutego 2020 roku NZWA Spółki powzięło Uchwałę nr 4 w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję nowych akcji serii H

i pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy w całości prawa poboru wszystkich akcji serii H ([szczegóły: raport bieżący nr 9/2020](#)).

(10) Działając na podstawie upoważnienia zawartego w § 1 pkt. 5 uchwały nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki - Uchwałą Zarządu z dnia 10 marca br. ustalono cenę emisyjną Akcji Serii H na kwotę 2,00 zł (dwa złote zero groszy) za każdą Akcję Serii H ([szczegóły: raport bieżący nr 13/2020](#)).

## 6.4 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 (31 sierpnia 2020 r.) wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (20 lutego 2020 roku) odrębnie dla każdej z osób.

*Tabela: Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące 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).*

osoba zarządzająca /nadzorująca	łącznie ilość akcji na dzień przekazania raportu za III kwartał 2019/2020 r. tj.20.02.2020 r.	zmiany w strukturze własności w okresie od 20.02.2020 r. do 31.08.2020 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za rok 2019/2020 r. tj.31.08.2020 r.
Krzysztof Pieta Członek Rady Nadzorczej	6 941 229 akcji	bez zmian	6 941 229 akcji, stanowiących 22,85% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 23,68% głosów na WZA
Janusz Pieta Członek Rady Nadzorczej	3 357 895 akcji	bez zmian	3 357 895 akcji stanowiących 11,05% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 9,24% głosów na WZA
Artur Mikołajko Prezes Zarządu	1 918 054 akcji	bez zmian	1.918.054 akcji stanowiących 6,31% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 8,72% głosów na WZA
Sławomir Gil Członek Rady Nadzorczej	1 918 054 akcji	bez zmian	1.918.054 akcji stanowiących 6,31% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 8,72% głosów na WZA
Łukasz Bosowski Członek Rady Nadzorczej	2 500 akcji	bez zmian	2 500 akcji stanowiących 0,01% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 0,01%głosów na WZA

## 6.5 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.

## 7. POLITYKA ASORTYMENTOWA

### 7.1 Oferta handlowa

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

MARKI WIODĄCE m.in	MARKI SEZONOWO UZUPEŁNIAJĄCE m.in	MARKI WŁASNE INTERSPORT
		
ok. 30 marek	ok. 90 marek	5 marek

Wiodącymi markami 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, Volkl, New Balance, Reusch, Jack Wolfskin, Spokey.

Grupa INTERSPORT wprowadza do sprzedaży oferty specjalne wiodących marek - są to modele niedostępne w sprzedaży katalogowej, zaprojektowane na specjalne zamówienie i dostępne wyłącznie w sklepach INTERSPORT.

Ofertę sprzedaży uzupełniają marki: 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, Marmut, 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.

## 7.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia

Spółka współpracuje z licznymi dostawcami. W roku obrotowym zakończonym 31.03.2020 r. znaczny udział w całości zakupów generowały firmy (powyżej 5%): (1) Adidas Poland sp. z o.o. (marki Adidas i Reebok), (2) AMER SPORTS Poland (marka Salomon, Atomic, Suunto, Wilson), (3) NIKE EUROPEAN OPERATIONS NETHERLANDS B.V. (marka Nike), (4) Larix Janusz Pięta Spółka Jawna (marka UVEX, Viking, Odlo, K2, Sea to Summit, Kilttec, Reusch, Meindl), (5) OTCF (marka 4F).

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

## 7.3 Charakterystyka sprzedaży

### STRUKTURA SPRZEDAŻY

W roku obrotowym zakończonym 31.03.2020 r. znaczący udział w obrotach (98,7%) miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (1,3%) generowały usługi między innymi: serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego. W roku obrotowym zakończonym 31.03.2020 r. największy procentowy udział w strukturze sprzedaży miały takie grupy towarów jak: turystyka, narciarstwo sprzęt i tekstylia, rowery, fitness-trening, running, team sport, sportstyle.

W porównaniu do analogicznego okresu największą dynamikę sprzedaży odnotowano w grupach towarowych: sportstyle oraz running.



## SEZONOWOŚĆ i CYKLICZNOŚĆ SPRZEDAŻY

Sprzedaż INTERSPORT Polska S.A. podlega wahaniom związanym z sezonowością i jest uzależniona od pór roku oraz warunków pogodowych i charakterystyczna dla całej branży sportowej. Specyfiką prowadzonej przez Spółkę działalności jest fakt, że sprzedaż detaliczna w okresie wiosna-lato od kwietnia do września (tj. w I i II kwartale roku obrotowego Spółki) jest mniejsza niż sprzedaż w okresie jesień – zima od października do marca (tj. III i IV kwartale roku obrotowego Spółki).

## 8. DZIAŁANIA MARKETINGOWE

### 8.1 Wsparcie sprzedaży

W okresie od 1 kwietnia 2019 r. do 31 marca 2020 r. sieć INTERSPORT Polska S.A. zorganizowała szereg działań promocyjno – reklamowych zgodnych z wewnętrznym planem marketingowym, którego głównym celem było wspieranie sprzedaży. Realizowane kampanie wykorzystywały zarówno narzędzia komunikacji BTL oraz ATL.

Spółka wspierała marketingowo przede wszystkim kluczowe kategorie takie jak: rowery, piłka nożna, fitness, bieganie i turystyka, a w sezonie zimowym - narciarstwo.

- W ramach wsparcia kategorii rowery Spółka zorganizowała dodatkowe ekspozycje rowerów na powierzchniach galerii handlowych informujące o pełnej ofercie dostępnej w sklepach. Dodatkowo przeprowadzono kilka aktywacji wspierających sprzedaż takich jak *promocję ratalną 10x0%* czy *Bony za rowery* itp.
- W okresie sierpień-wrzesień 2019 i luty 2020, w ramach wsparcia piłki nożnej przeprowadzono kampanie promujące nowe kolekcje 2 największych w tej kategorii marek – nike i adidas.
- W ramach promocji nowych kolekcji fitness i trening, w okresie jesiennym roku 2019 przeprowadzono kampanie Nike *Metcon* oraz adidas *Here To Create*. Wraz z marką Reebok wdrożona została kampania pod hasłem *Sport The Unexpected* zawierająca aktywację konsumencką Gift with Purchase w postaci bezpłatnego 3-miesięcznego dostępu do programu personalnego online Freeletics.
- W styczniu i lutym 2020 r. wraz z Nike została wdrożona aktywacja *BRAve Ladies*, informująca w jaki sposób prawidłowo należy dobierać biustonosze sportowe. Poza komunikacją w sklepach i Internecie, przeprowadzona została kampania i konkurs w Social Mediach. W okresie wiosennym roku 2020 odbyła się również kampania nowych kolekcji marki Reebok.



- W marcu 2020 r. przeprowadzono kampanię wizerunkową marki INTERSPORT z cyklu *Wherever You Take Sport*. Wiosenna odsłona dotyczyła kategorii fitness, której hasłem przewodnim było *Wherever You Take Training*. Twarzą kampanii była Emma Jane Smith, najsilniejsza kobieta w Szkocji, która przeszła do historii, gdyż jako pierwsza kobieta podniosła legendarne kamienie Dinnie. Jej niesamowita historia o przekraczaniu własnych granic oraz wsparciu lokalnej społeczności komunikowana była szeroko w kampanii 360°.
- W kategorii bieganie przez cały rok realizowana była aktywna komunikacja nowości takich jak Nike Zoom, Adidas SL20, Astrarun, New Balance Zante, Salomon trail running oraz wsparcie odsprzedaży.
- W ramach wsparcia odzieży turystycznej, w październiku 2019 r. została przeprowadzona kampania *Wytrop Misia Polara* połączona ze sprzedażą premiovą polarów. Kampania obejmowała zarówno komunikację ATL, jak i BTL. W Social Mediach przeprowadzony został konkurs angażujący użytkowników do odwiedzenia sklepów.

Dodatkowo we współpracy z marką Salomon zrealizowana została kampania *Time To Play* komunikująca ofertę butów turystycznych.

- Od listopada 2019 roku rozpoczęta została komunikacja marketingowa sportów zimowych, a w szczególności butów narciarskich. Wraz z marką Salomon przeprowadzono trzymiesięczną kampanię *SKI Expert radzi*. Kampania wykorzystywała zarówno komunikację BTL, jak i ATL. W styczniu odbył się SKI Expert Tour, w ramach którego klienci mogli skorzystać w sklepach z profesjonalnej porady Eksperta w doborze sprzętu narciarskiego.
- Spółka uczestniczyła również aktywnie w akcjach handlowych takich jak Stylowe Zakupy, wyprzedaże organizowane przez centra handlowe, czy Black Friday.

W roku obrotowym 2019/2020 Spółka uczestniczyła w wielu lokalnie organizowanych biegach rekreacyjnych, półmaratonach, maratonach i triathlonach w takich miastach jak: Katowice – Silesia Maraton; Kalisz – Bieg Prometeusza; Zakopane – Zakopiański Weekend Biegowy z Sokotem; Wrocław – III Bieg Hospicjów.

## 8.2 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.

## 8.3 Nagrody i wyróżnienia

W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2020 r. sieć INTERSPORT Polska S.A. została laureatem największego w Polsce badania satysfakcji konsumentów w naszym kraju i otrzymała prestiżowy tytuł „Gwiazdy Jakości Obsługi”. Spółka uzyskała najwyższe oceny konsumentów na multiplatformie i w badaniu CAWI oraz wyróżniła się na tle wyników w swojej branży.

## 8.4 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 31.03.2020 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 31.03.2020 r. sieć INTERSPORT Polska zorganizowała dla stałych klientów, jedną edycję 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.

### WSPARCIE SZPITALI KRAKOWSKICH

W marcu 2020 roku Spółka przekazała darowiznę w postaci gogli narciarskich na rzecz szpitali krakowskich, które mogły być użyte jako środki ochrony osobistej dla służby zdrowia podczas pandemii COVID-19.

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).

## 9. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU

W dniu 28 lutego 2020 roku została przyjęta przez Zarząd „STRATEGIA INTERSPORT Polska S.A. na lata 2020-2024”, która wskazuje najważniejsze kierunki działań na kolejny okres.

### 9.1 Optymalizacja sieci handlowej

Spółka kontynuuje proces optymalizacji sieci handlowej w celu obniżenia kosztów prowadzonej działalności i podniesienia rentowności sprzedaży. W okresie od 1 kwietnia 2019 r. do 31 marca 2020 r. powierzchnia handlowa sieci INTERSPORT wynosiła 26 729 m<sup>2</sup> i została zmniejszona o 3,7 % (było: 27 758 m<sup>2</sup>).

Dodatkowo Spółka zmodernizowała powierzchnię sprzedaży w pięciu sklepach zlokalizowanych: w Galerii Solaris w Opolu, w Galerii Bałtyckiej w Gdańsku, w centrum handlowym Focus w Bydgoszczy, w Galerii Jurajskiej w Częstochowie oraz w centrum handlowym Alfa w Białymstoku.

Wg stanu na dzień publikacji sprawozdania (\*31.08.2020 r.) Spółka prowadzi działalność handlową w 33 sklepach własnych INTERSPORT o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 29 354 m<sup>2</sup> (było na dzień 31.03.2020 r.- 30 sklepów o łącznej powierzchni 26 729 m<sup>2</sup>).

---

*\* w kwietniu 2020 roku Spółka przejęła trzy multibrandowe sklepy 4Faces prowadzone przez OTCF S.A.*

### 9.2 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 2.0

Sieć INTERSPORT Polska systematycznie od 2019 roku wdraża w Polsce nowy koncept sklepu w formacie INTERSPORT 2.0. Pierwszy pilotażowy salon został otwarty w Galerii Krakowskiej w Krakowie.

W związku z rozprzestrzenianiem się koronawirusa COVID-19 - planowane na marzec 2020 r. - otwarcie pierwszego w Warszawie sklepu nowej generacji w formacie INTERSPORT 2.0. zostało przesunięte i sklep został uruchomiony 4 maja 2020 roku.

Obecnie, jeden z najnowocześniejszych multibrandowych konceptów sportowych znajduje się w centrum handlowym Westfield Arkadia. Sklep został zmodernizowany w oparciu o technologię przyszłości według nowej koncepcji Grupy INTERSPORT, zgodnie z globalnym hasłem „The Heart of Sport” podkreślającym zmianę wizerunku marki oraz motywującym konsumentów do aktywności fizycznej.

Flagowy salon INTERSPORT 2.0 w Arkadia Westfield w Warszawie charakteryzuje się nie tylko unikalnym designem, ale również przestrzenią ponad 1500 m<sup>2</sup> – z przyjazną dla klientów nawigacją pomiędzy kluczowymi strefami – WOMEN, MEN i YOUNG ATHLETES. Uwagę na wejściu przykuwa miejsce ekspozycji wybranych produktów z telebimem, a także nowoczesna strefa z interaktywnymi info-kioskami. Całość uzupełnia indywidualny i dynamiczny charakter w każdej z wiodących kategorii sportowych, do których należą sportstyle, bieganie, fitness, outdoor, pływanie, piłka nożna, rowery, tenis, oraz narciarstwo zimą wraz z profesjonalnym serwisem. Atutem nowatorskiego konceptu jest dostępność produktów marek premium zaprojektowanych wyłącznie na potrzeby INTERSPORT 2.0.

Dodatkowo, sieć INTERSPORT Polska realizuje lokalne projekty unowocześnienia wybranych salonów do formatu INTERSPORT 1.5. Obecnie zmodernizowano w tym formacie cztery sklepy – w centrum handlowym Alfa w Białymstoku, w Galerii Katowickiej, w Avenidzie Poznań i Galerii Północnej w Warszawie.

## 9.3 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 Spółki 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 INTERSPORT Polska S.A. nie podlegała szczególnym uregulowaniom polityki rządowej, gospodarczej, fiskalnej i monetarnej, których zmiana mogłaby być istotna dla Spółki i jego branży.

## 10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE

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 Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w upadłości z siedzibą w Warszawie („Samuri”). Spółka INTERSPORT Polska S.A. zgłosiła swoją wierzytelność do masy upadłości. Na liście wierzycieli sporządzonej przez syndyka prowadzącego postępowanie upadłościowe została uwzględniona wierzytelność Spółki w kwocie 1.436.494,96 zł.

Poza wyżej wymienionym, w okresie od 1 kwietnia 2019 roku do 31 marca 2020 roku nie toczyły się żadne nowe postępowania w których Spółką byłaby stroną.

## 11. CZYNNIKI RYZYKA

### 11.1 Czynniki ryzyka związane z działalnością Emitenta

#### Ryzyko związane z realizacją celów strategicznych

Spółka nie gwarantuje, że cele strategiczne opublikowane w „nowym modelu biznesowym” zostaną osiągnięte i utrzymane. Przyszła pozycja, przychody i zyski Spółki zależą od jego zdolności do opracowania i realizacji skutecznej długoterminowej strategii. Wszelkie decyzje podjęte w wyniku niewłaściwej oceny sytuacji lub niezdolności do zarządzania dynamicznym rozwojem lub dostosowania się do zmieniających się warunków rynkowych mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

#### Ryzyko związane z uprawianiem przez kadre sportów podwyższonego ryzyka

Osoby zarządzające Spółką oraz pełniące funkcje kierownicze w Spółce 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 Spółki. 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**

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

## **Ryzyko związane z lokalizacją sklepów INTERSPORT Polska**

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

## **Ryzyko związane ze znakami towarowymi używanymi przez INTERSPORT Polska**

Spółka w ramach prowadzonej działalności korzysta zarówno z własnych znaków towarowych, znaków licencjonowanych od Grupy INTERSPORT, jak i znaków towarowych osób trzecich – w szczególności producentów towarów oferowanych przez Spółkę. Nie można wykluczyć ryzyka naruszania chronionych znaków towarowych wykorzystywanych przez Spółkę przez osoby trzecie, a także powstania uszczerbku na wizerunku i dobrym imieniu Spółki czy obniżenia przychodów lub marż w związku z takimi naruszeniami. Nie można wykluczyć, iż niektóre działania Spółki mogą naruszać prawa osób trzecich związane z należącymi do nich znakami towarowymi, co może prowadzić do powstania znaczących kosztów lub strat po stronie Spółki, a także negatywnie wpłynąć na jego reputację. Nie można wykluczyć ryzyka, że zarejestrowane znaki towarowe, zarówno należące do Spółki jak i do osób trzecich, w tym Grupy INTERSPORT, zostaną zakwestionowane. Istnieje ryzyko, że Spółka utraci kontrolę nad własnymi znakami towarowymi lub też utraci możliwość korzystania ze znaków towarowych należących do osób trzecich, w tym Grupy INTERSPORT. W szczególności istnieje ryzyko, iż osoby trzecie, w tym Grupa INTERSPORT, dokonają rozporządzenia przystępującymi im znakami towarowymi z pominięciem lub naruszeniem interesów Spółki. 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 Spółki.

## **Ryzyko utraty licencji INTERSPORT**

Spółka 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 Spółkę znacznych udziałów w rynku sklepów detalicznych, jeżeli Spółka nie będzie wypełniała obowiązków określonych w umowie licencyjnej, odpowiedniej umowie franchisingowej, jeżeli Spółka nie zapewni wypełniania tych obowiązków przez franczyzobiorców lub gdy Spółka dopuści się poważnego naruszenia obowiązków wynikających z umowy licencyjnej. Ziszczenie się ryzyka rozwiązania wymienionych umów licencyjnych oznaczałoby dla Spółki utratę praw do korzystania ze znaku towarowego INTERSPORT oraz innych znaków towarowych (marek własnych INTERSPORT), utratę możliwości posługiwania się znakiem INTERSPORT po roku od końca obowiązywania Umowy, utratę alternatywnego źródła zaopatrzenia oraz

zmniejszenie konkurencyjności warunków zakupu asortymentu katalogowego i ofert specjalnych. Wystąpienie takiej okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **Ryzyko utraty strategicznego partnera z Grupy INTERSPORT**

Spółka współpracuje z Grupą INTERSPORT zajmującą 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 Spółkę 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 Spółki.

### **Ryzyko znacznego podwyższenia cen zakupu asortymentu**

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

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

Spółka współpracuje z ponad 100 dostawcami różnego rodzaju sprzętu i odzieży sportowej. Specyfiką branży jest zamawianie sezonowych kolekcji asortymentu ze znacznym wyprzedzeniem, w zależności od grupy towarów, sięgającym nawet 6 miesięcy. Istnieje ryzyko, że jedna lub kilka zamówionych kolekcji zostaną dostarczone Spółce z opóźnieniem lub nie zostaną dostarczone wcale, co powodowałoby powstanie luki w asortymencie proponowanym klientom, a w konsekwencji utratę części planowanych przychodów ze sprzedaży. Spółka ogranicza powyższe ryzyko, konstruując asortyment składający się z co najmniej kilku konkurencyjnych marek od różnych dostawców dla głównych grup towarów sezonowych. Taka dywersyfikacja polityki towarowej umożliwia zaoferowanie klientowi szerokiego wyboru nawet w przypadku ewentualnego opóźnienia, czy braku jednej lub kilku dostaw. Wystąpienie jednak opóźnień w dostawach towarów lub ich niezrealizowanie przez dostawców może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.



## **Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży**

Branża, w której działa Spółka, charakteryzuje się sezonowością sprzedaży. Zdecydowanie można wyodrębnić sezon wiosenno-letni i jesienno-zimowy. Każda z grup towarowych ma nieco inny rytm i charakter sprzedaży w ciągu roku. Na koniec każdego sezonu Spółka przeprowadza planową wyprzedaż końcowych partii asortymentu z danego sezonu, która obniża stany asortymentu na zapasach i poprawia płynność Spółki, ale z drugiej strony może istotnie obniżać rentowność sprzedaży. Istnieje jednak ryzyko, że po danym sezonie Spółka nadal będzie magazynować towary, które nie znalazły nabywców ani w okresie sprzedaży podstawowej, ani w okresie wyprzedaży posezonalnych, o wartości przewyższającej zakładany wcześniej poziom. Spowodowałoby to obniżenie wyników finansowych Spółki, a także dodatkowe zamrożenie środków obrotowych w towarze, co mogłoby się przyczynić do zmniejszenia płynności i w konsekwencji mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

## **Ryzyko sprowadzenia wadliwego towaru**

Z uwagi na sprowadzanie od producentów dużych partii towarów istnieje ryzyko przyjęcia do magazynu centralnego Spółki dużej partii wadliwego towaru, np. na skutek wadliwej linii produkcyjnej. Spółka jako sprzedawca artykułów markowych wysokiej jakości, chroniąc swoją wiarygodność ma możliwość zwrócenia wadliwego towaru do dostawcy bez ponoszenia konsekwencji finansowych wraz z żądaniem dostarczenia towaru bez wad, a w przypadku gdyby uzyskanie towaru bez wad nie było możliwe zamówienie porównywalnego asortymentu od innego dostawcy. Brak dostrzeżenia jednak wadliwości towarów i ich wprowadzenie do oferty, jak również zwrot wadliwych towarów i konieczność oczekiwania na dostawę towarów wolnych od wad może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

## **Ryzyko reklamacji wadliwego towaru przez klientów**

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

## **Ryzyko aury (pogodowe)**

Branża sportowa charakteryzuje się dużą sezonowością sprzedaży, na którą wpływ ma m.in. kształtowanie się pogody w poszczególnych porach roku sprzyjających uprawianiu danej dyscypliny sportu. Istnieje ryzyko, że występujące anomalie (zaburzenia pogodowe,

takie jak zimne i deszczowe lato, opóźniająca się lub ciepła i mało śnieżna zima) mogą spowodować czasowy spadek popytu na sezonowe artykuły i odzież sportową, co może przełożyć się na poziom przychodów Spółki i może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **Ryzyko rotacji pracowników**

Wykwalifikowany i doświadczony w branży sportowej personel, służący klientowi fachową pomocą przy wyborze specjalistycznego sprzętu, stanowi jedną z istotnych przewag konkurencyjnych sieci sklepów INTERSPORT Polska. Istnieje ryzyko zwiększenia się rotacji personelu bezpośrednio obsługującego klienta, co mogłoby wpłynąć negatywnie na obroty lub marże generowane przez sklepy i mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **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 Spółki i mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **Ryzyko związane ze zbiorowym prawem pracy**

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

### **Ryzyko związane z czasowym wstrzymaniem lub ograniczeniem sprzedaży**

Prowadzenie przez Spółkę działalności handlowej wymaga stosowania się do szeregu obostrzeń wynikających z przepisów prawa, w szczególności instalacji kas fiskalnych, jak i standardów rynkowych – np. stosowania terminali płatniczych pozwalających na bezgotówkową zapłatę przez klientów za towary przez nich nabywane. Istnieje ryzyko awarii urządzeń wykorzystywanych przy sprzedaży towarów, co może rzutować na ograniczenie lub wstrzymanie sprzedaży towarów w sieci sklepów Spółki. Istnieje również

ryzyko wstrzymania lub ograniczenia sprzedaży towarów w sieci sklepów Spółki w związku ze zniszczeniem określonych salonów sprzedaży, zniszczeniem ich wyposażenia, zajęciem lub utratą towarów i wyposażenia sklepów Spółki, w tym przez organy w ramach ewentualnych postępowań egzekucyjnych, lub w skutek strajku pracowników. Wystąpienie powyżej opisanych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Spółki.

### **Ryzyko związane z wysokim zadłużeniem**

Poziom zadłużenia Spółki należy oceniać jako wysoki (wskaźnik ogólnego zadłużenia na 31 marca 2020 r. wynosi 82,8%). Dalszy rozwój Spółki może spowodować konieczność zaciągnięcia nowych kredytów lub pożyczek co dodatkowo wpłynie na wzrost zadłużenia oraz wzrost ponoszonych przez Spółkę kosztów finansowych. Spółka nie może zagwarantować, że będzie w stanie zapewnić finansowanie swojej działalności na korzystnych dla niego warunkach oraz, że będzie w stanie spłacać odsetki oraz kapitał lub wypełniać inne zobowiązania wynikające z umów kredytowych i umów pożyczek. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie utrzymać bądź pozyskać dodatkowego finansowania zgodnie ze swoimi oczekiwaniami, może być zmuszony do zmiany swojej strategii lub refinansowania istniejącego zadłużenia. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie zrefinansować istniejącego zadłużenia, zadłużenie Spółki może zostać postawione w stan wymagalności, w całości lub w części. Wzrastające zadłużenie Spółki może również spowodować przekroczenie kowenantów i w rezultacie ograniczenie w całości lub w części finansowania dłużnego. W przypadku postawienia w stan wymagalności znacznej części kredytów lub pożyczek, Spółka może zostać zmuszona do sprzedaży części lub wszystkich swoich aktywów w celu spłaty tego zadłużenia. W związku z powyższym wzrasta również ekspozycja i wrażliwość Spółki na poziom stóp procentowych. Każda z powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki**

Źródła finansowania działalności Spółki, oprócz środków własnych, stanowią przede wszystkim zobowiązania krótkoterminowe z tytułu zawartych umów kredytowych na zakup towarów od dostawców, zobowiązania długoterminowe z tytułu zawartych umów kredytowych na cele inwestycyjne oraz zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców towarów. Nie można wykluczyć, że w przypadku nagłego skrócenia terminów płatności przez największych dostawców oraz żądania spłaty zobowiązań finansowych, Spółka mogłaby zostać zmuszona do poszukiwania innych źródeł finansowania, co w zależności od rozwoju przyszłej sytuacji Spółki i rynków finansowych, mogłoby doprowadzić do powstania problemów z terminowym regulowaniem przez nią zobowiązań. Istnieje również ryzyko utraty płynności finansowej i niewypłacalności Spółki, co w konsekwencji wiązałoby się z koniecznością złożenia wniosku o ogłoszenie upadłości lub otwarcie postępowania restrukturyzacyjnego. Wystąpienie takich okoliczności może mieć istotny,

negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki. Dodatkowo potencjalna utrata udzielonych kredytów może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **Ryzyko związane z potencjalnym wzrostem kosztów operacyjnych**

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

### **Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi i innymi potencjalnymi roszczeniami**

Spółka może być stroną postępowań sądowych związanych m.in. z zawartymi przez Spółkę umowami handlowymi, w tym umowami najmu, oferowanymi przez niego towarami. Spółka może występować na drogę sądową dochodząc własnych roszczeń w szczególności z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązań przez jego kontrahentów, jak też być stroną pozwaną. Roszczenia mogą być związane z dochodzeniem zapłaty, w szczególności należności za towar, czynszów najmu, lub świadczeniami niepieniężnymi (np. dostawa produktu wolnego od wad). Ponadto nie można wykluczyć ryzyka wszczęcia postępowań sądowych dotyczących innych roszczeń, w tym obejmujących między innymi spory w sprawach dotyczących praw własności intelektualnej lub spory pracownicze. Może to wiązać się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych kosztów oraz negatywnie wpłynąć na jego wizerunek. Zdarzenia takie mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **Ryzyko związane z prawem o ochronie konkurencji i konsumentów**

Spółka w swojej działalności zobowiązana jest przestrzegać przepisów z zakresu prawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w tym regulacji wynikających m.in. z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: 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 Spółki 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 Spółki, zwłaszcza w zakresie konieczności zapłaty wysokiej kary pieniężnej, mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **Ryzyko związane z zarządzaniem asortymentem**

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

### **Ryzyko związane z zabezpieczeniami ustanowionymi na części majątku Spółki**

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

### **Ryzyko związane z rozwojem pandemii COVID-19**

Ograniczenia prowadzenia działalności gospodarczej wynikające z wprowadzenia w Polsce stanu epidemii Covid-19 prowadzą do zmniejszenia aktywności Polaków, ograniczenia wydatków domowych i spadek popytu konsumpcyjnego na ofertę handlową Spółki. W konsekwencji może to prowadzić do spadku obrotów i negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe Spółki. Przedłużający się okres stosowania ograniczeń może prowadzić do zwiększenia ryzyka utraty płynności Spółki.

Obecnie Spółka korzysta z wszystkich rozwiązań pomocowych dostępnych dla przedsiębiorców oraz kładzie szczególny nacisk na rozwój sprzedaży e-commerce i nowe technologie ułatwiające zdalne prowadzenie biznesu.

## **11.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Spółki**

### **Ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną w Polsce**

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

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

Poziom przychodów Spółki uzależniony jest od siły nabywczej ludności Polski, która zmienia się w zależności od koniunktury gospodarczej, w tym: dynamiki wzrostu gospodarczego, poziomu bezrobocia, konsumpcji indywidualnej, wskaźników optymizmu konsumentów, poziomu kursu euro wobec złotego oraz polityki fiskalnej państwa. Istnieje ryzyko, że w przypadku gwałtownego lub długotrwałego osłabienia koniunktury gospodarczej może nastąpić zmniejszenie popytu na dobra oferowane przez Spółkę. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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

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

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

W branży, w której działa Spółka, specyficzne jest rozproszenie popytu na odrębne rynki lokalne, zlokalizowane wokół większych miast, o różnym stopniu konkurencyjności. Artykuły sportowe sprzedawane są zarówno przez pojedyncze sklepy sportowe, jak też przez sieci sklepów sportowych oraz sieci sklepów wielkopowierzchniowych (m.in. supermarkety i hipermarkety). W ocenie Spółki, głównymi konkurentami Spółki są sieci sklepów sportowych, przy czym na niektórych z rynków lokalnych Spółki konkuruje z wieloma sklepami. Polityka części konkurentów skierowana jest na niższy i średni segment cenowy sprzedawanych artykułów, podczas gdy polityka Spółki – na średni i wyższy. Istnieje ryzyko, że polityka innych sieci sklepów sportowych ulegnie zmianie i skoncentrują się na tym samym kliencie, do którego skierowana jest oferta Spółki. Ponadto, istnieje ryzyko rozbudowy sieci sklepów sportowych konkurujących ze Spółką lub wejścia na polski rynek nowych podmiotów zagranicznych. Powyższe procesy mogłyby spowodować zagęszczenie konkurencji i obniżenie przewagi Spółki. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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

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

prowadzenia działalności przez Spółka. Zaistnienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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

Spółka wskazuje, iż część istotnych umów zawartych przez niego została poddana pod właściwość prawa obcego, a spory z nich wynikające pod jurysdykcję sądów zagranicznych, w tym arbitrażowych. Dotyczy to w szczególności umów zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH. Organy Spółki nie posiadają pełnej wiedzy w zakresie stosowania prawa obcego, w tym jego wykładni, jak i działania sądów zagranicznych, w tym arbitrażowych, oraz ich orzecznictwa. Istnieje ryzyko, iż postanowienia umowy zawartej przez Spółkę na gruncie prawa obcego jak i poddanie sporu pod osąd sądu zagranicznego, w tym arbitrażowego, mogą wywoływać skutki nie w pełni zamierzone przez Spółkę i prowadzić do zwiększenia kosztów działalności Spółki. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### **Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych**

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

### **Ryzyko związane z poziomem stóp procentowych**

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

### **Ryzyko zmiany gustów nabywców**

Spółka działa na rynku, na którym istotne są subiektywne czynniki wyboru asortymentu przez klientów, związane z postrzeganiem marki, modą i zmianami preferencji. Czynniki te są zróżnicowane dla nabywców poszczególnych grup asortymentu. Spółka prowadzi



zdywersyfikowaną politykę asortymentowo-cenową, aby zminimalizować powyższe ryzyko nietrafienia w gusta nabywców. Spółka bierze udział w prezentacjach i testach sezonowej oferty asortymentu sportowego oraz zapoznaje się i synchronizuje własne akcje marketingowe z planowanymi kampaniami promocyjnymi producentów. Istnieje jednak ryzyko, że oferta sklepów INTERSPORT Polska będzie odbiegać od preferencji klientów w danym sezonie, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

### Ryzyko likwidacji bądź upadłości firm dostawczych

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

## 12. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI

### 12.1 RYNEK ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH w Polsce

Jak szacuje INTERSPORT International Corporation GmbH wartość polskiego rynku artykułów sportowych kształtuje się na poziomie ponad 3 199 mln EUR i według prognoz branżowych ekspertów w perspektywie lat 2018-2022 spodziewany jest jego wzrost o 4,9% w skali roku do poziomu 3 834 mln EUR. Największymi graczami na rynku jest sieć Decathlon, Sizeer, Martes Sport, 4F, Go Sport, SportsDirect oraz INTERSPORT.

*Źródło: IIC INTERSPORT International*

### GŁÓWNE KANAŁY DYSTRYBUCJI W POLSCE

---

- **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 kadre sprzedawców pomocnych w zakresie doboru sprzętu;
- **sklepy monobrandowe**, głównie czołowych marek światowych takich jak: NIKE, ADIDAS, PUMA, REEBOK czyli, oferujące wyłącznie towar jednej, znanej marki; nastawione na grono stałych klientów przywiązanych do tej marki;
- **stoiska sportowe w hipermarketach**, posiadające - na dużej hali sprzedażowej - niewydzielone stoisko, oferujące sezonowe artykuły do uprawiania popularnych

dyscyplin; większość towarów należy do niższego segmentu cenowego; sklepy te nastawione są na mniej wymagającego - klienta masowego;

- **specjalistyczne sklepy sportowe** – rowerowe, outdoorowe, runningowe, snowboardowe, oferujące bardzo specjalistyczny sprzęt z wybranej dziedziny sportu zlokalizowane przeważnie na małej powierzchni.

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.

## KLUCZOWE TRENDY ORAZ CZYNNIKI WZROSTU

---



**Rozwój infrastruktury sportowej** – postępujące budowy oraz remonty ogólnodostępnych obiektów sportowych



**Trendy konsumenckie** – moda na zdrowy styl życia, która skutkuje wzrostem liczby Polaków podejmujących aktywność fizyczną



**Nowe technologie** – rozwój technologii cyfrowych i sprzedaż za pośrednictwem e-commerce (dwucyfrowe wzrosty w ostatnich latach)



**Programy socjalne** – programy socjalne, takie jak rozszerzenie programu Rodzina 500+, obniżenie podatków czy zerowy PIT dla młodych



**Wzrost udziału sieci sklepów sportowych** – ekspansja największych graczy oraz duża popularność sklepów oferujących różnorodny asortyment



**Zmiany klimatu** – spadek udziału sportów zimowych w ogólnej sprzedaży

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.

## 12.2 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.

## 13. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Biegłym rewidentem dokonującym badania informacji finansowych INTERSPORT Polska S.A. za rok obrotowy zakończony 31.03.2020 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 zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2019 roku do 31 marca 2020 roku (szczegóły raport bieżący nr 12/2018). W imieniu AMZ Sp. z o.o. działa 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 kwietnia 2019 r. do 31 marca 2020 r.
Badanie rocznego sprawozdania finansowego	36
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego	17
Usługi doradztwa podatkowego	-
Pozostałe usługi	-

## 14. 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 2019/2020.

### Oświadczenie o rzetelności sporządzenia sprawozdania

Niniejszym wspólnie oświadczamy, że wedle naszej najlepszej wiedzy roczne 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 rocznym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Cholerzyn, dnia 31 sierpnia 2020 r.

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

\_\_\_\_\_ Szymon Dąbrowski - Wiceprezes Zarządu

\_\_\_\_\_ Marek Kaczmarek - Wiceprezes Zarządu

## OBJAŚNIENIA

# Alternatywne Pomiar Mierników ("APM")

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

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.

Wskaźnik płynności bieżącej = aktywa obrotowe ogółem / 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 = (aktywa obrotowe – zapasy) / 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.

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

Rentowność ze sprzedaży = Zysk / Strata ze sprzedaży / 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 = Zysk / Strata z działalności operacyjnej / 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 = Zysk / Strata netto / 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.

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.