



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

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

z działalności za I półrocze
roku obrotowego 2020/2021



Spis treści		STRONA
1. OMÓWIENIE WYNIKÓW		3
1.1 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		10
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		12
2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI		15
2.1 Sytuacja finansowa: analiza rentowności		
2.2 Sytuacja majątkowa: wskaźnik rotacji		
2.3 Inwestycje		
3. NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA		17
4. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI		20
5. O INTERSPORT Polska S.A.		21
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		
6. AKCJE I AKCJONARIAT		33
6.1 Struktura akcjonariatu		
6.2 Znaczący akcjonariusze		
6.3 Zmiany w strukturze własności znaczących pakietów akcji		
6.4 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące		
6.5 Opis polityki dywidendy		
7. POLITYKA ASORTYMENTOWA		40
7.1 Oferta handlowa		
7.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia		
7.3 Charakterystyka sprzedaży: struktura, sezonowość		
8. DZIAŁANIA MARKETINGOWE		41
8.1 Wsparcie sprzedaży		
8.2 Klienci lojalnościowi		
8.3 Nagrody i wyróżnienia		
8.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu		
9. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU		43
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		
10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE		46
11. RYZYKA I ZAGROZENIA		46
11.1 Czynniki ryzyka związane z działalnością		
11.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem		
12. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI		60
13.1 Rynek artykułów sportowych w Polsce		
13.2 Wpływ sytuacji makroekonomicznej		
13. BIEGŁY REWIDENT		62
14. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU		62
<i>OBJAŚNIENIA dotyczące wyliczania wskaźników</i>		63

Nazwa : INTERSPORT Polska S.A.
Siedziba : 32-060 Liszki, Cholerzyn

Przedmiot podstawowej działalności:

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



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

1. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH ZA I PÓŁROCZE 2020/2021

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w I półroczu roku obrotowego 2020/2021 trwającym od 1 kwietnia do 30 września 2020 roku wypracowała przychody netto ze sprzedaży w wysokości 81.913 tys. zł, czyli o 22,3% niższe wobec 105.484 tys. zł osiągniętych w analogicznym okresie (od 1 kwietnia do 30 września 2019 roku). W tym okresie Spółka zanotowała stratę brutto w wysokości 6.584 tys. zł przy stracie brutto na poziomie 4.458 tys. zł w analogicznym okresie. EBIT wyniósł -6.360 tys. zł, zaś EBITDA kształtowała się na poziomie -3.118 tys. zł.

1.1 DANE FINANSOWE

PODSTAWOWE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.04.2020 do 30.09.2020	od 01.04.2019 do 30.09.2019
Przychody ze sprzedaży ogółem	81 913	105 484
Wynik brutto na sprzedaży	23 525	35 208
Marża brutto na sprzedaży	28,7%	33,4%
Wynik ze sprzedaży	-8 270	-4 591
Rentowność ze sprzedaży	-10,1%	-4,4%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-6 360	-4 158
Marża EBIT	-7,8%	-3,9%
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	-3 118	-1 179
Marża EBITDA	-3,8%	-1,1%
Wynik brutto	-6 584	-4 458
Wynik netto	-6 556	-4 074

WYBRANE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.04.2020 do 30.09.2020	od 01.04.2019 do 30.09.2019
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	81 913	105 484
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-6 360	-4 158
III. Zysk (strata) brutto	-6 584	-4 458
IV. Zysk (strata) netto	-6 556	-4 074
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-2 843	-6 754
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 321	-1 533
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	4 549	9 070
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	385	783
IX. Aktywa razem	122 022	121 210
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	105 123	95 654
XI. Zobowiązania długoterminowe	2 992	3 719
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	95 637	85 143
XIII. Kapitał własny	16 899	25 556
XIV. Kapitał zakładowy	3 038	3 038
XV. Liczba akcji (w szt.)	30 380 700	30 380 700
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w zł)		
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)		
XVIII. Wartość księgową na jedną akcję/udział (w zł)	0,56	0,84
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł)	0,56	0,84
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na 1 akcję (w zł)		

1.2 BILANS

Wartość sumy bilansowej na dzień 30 września 2020 roku wyniosła 122.022 tys. zł i była wyższa o 0,7% w porównaniu do stanu na dzień 30 września 2019 roku (było: 121.210 tys.zł).

a) AKTYWA

Wartość aktywów Spółki w I półroczu roku obrotowego 2020/2021 zakończonym 30 września 2020 r. była wyższa o 0,7% w porównaniu do stanu na dzień 30 września 2019 roku. Zwiększenie poziomu aktywów trwałych na dzień 30.09.2020 roku o 3.787 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 30.09.2019 roku związane jest głównie z inwestycją w nowe sklepy oraz dostosowaniem 1 sklepu do koncepcji INTERSPORT2.0. Wzrost długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 156 tys. zł wynika głównie z aktywowania podatku dochodowego możliwego do odliczenia od dochodu w następnych latach podatkowych. Niższa wartość aktywów obrotowych wynika przede wszystkim ze zmniejszenia stanu zapasów o 1.544 tys. zł tj. o 2,9%.

Niższa wartość zapasów związana jest z mniejszym zatowarowaniem sklepów w kontekście lockdown oraz Covid-19.

STRUKTURA AKTYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 30.09.2020	stan na dzień 30.09.2019	zmiana %
I. Aktywa trwałe	62 169	58 382	6,5%
1. Wartości niematerialne i prawne	2 559	3 047	-16,0%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	52 720	48 601	8,5%
3. Inwestycje długoterminowe	0	0	0,0%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	6 890	6 734	2,3%
II. Aktywa obrotowe	59 853	62 828	-4,7%
1. Zapasy	50 872	52 416	-2,9%
2. Należności krótkoterminowe	5 003	5 518	-9,3%
3. Inwestycje krótkoterminowe	450	1 882	-76,1%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	3 528	3 011	17,2%
Aktywa razem	122 022	121 210	0,7%

b) PASYWA

Na dzień 30.09.2020 roku wartość kapitałów Spółki była niższa o 8.656 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 30.09.2019 roku. Związane jest to głównie z odnotowaną stratą za rok obrotowy zakończony 31.03 2020 roku oraz stratą za I półrocze roku obrotowego 2020/2021.

Zmniejszony poziom długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 367 tys. zł wynika z bieżącego rozliczania w okresie eksploatacji otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową.

STRUKTURA PASYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 30.09.2020	stan na dzień 30.09.2019	zmiana %
I. Kapitał własny	16 899	25 556	-33,9%
1. Kapitał zakładowy	3 038	3 038	0,0%
2. Kapitał zapasowy	26 592	26 592	0,0%
3. Zysk(strata) z lat ubiegłych	-6 175		
4. Zysk (strata) netto	-6 556	-4 074	60,9%
II. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	105 123	95 654	9,9%
1. Rezerwy na zobowiązania	1 340	1 273	5,3%
2. Zobowiązania długoterminowe	2 991	3 718	-19,6%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	95 638	85 143	12,3%
4. Rozliczenia międzyokresowe*	5 154	5 520	-6,6%
Pasywa razem	122 022	121 210	0,7%

**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 30.09.2020 r. kapitał własny Spółki wyniósł 16.899 tys. zł i składał się z kapitału zakładowego w wysokości 3.038 tys. zł, kapitału zapasowego w wysokości 26.592 tys. zł, który został pomniejszony o stratę netto za rok obrotowy 2019/2020 w wysokości 6.175 tys. oraz stratę netto w kwocie 6.556 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 30.09.2020 roku wynosiła 3.038.070,00 zł i dzieliła się na 30.380.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Na dzień publikacji sprawozdania tj. 30.12.2020 r. wysokość kapitału zakładowego Spółki wynosi 3.413.070,00 zł i dzieli się na 34.130.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Zmiana wysokości kapitału zakładowego Spółki jest wynikiem subskrypcji prywatnej (w rozumieniu art. 431 § 2 ust. 1 Kodeksu spółek handlowych) 3.750.000 Akcji Serii H, o zakończeniu której Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 37 z dnia 17 sierpnia 2020 roku.

KAPITAŁ ZAPASOWY

Zgodnie z art. 396 § 1 Ksh, spółka akcyjna zobligowana jest do przeznaczania 8% corocznego zysku na kapitał zapasowy, który winien być przeznaczony na pokrycie ewentualnych strat, dopóki kapitał zapasowy nie będzie stanowił co najmniej równowartości jednej trzeciej kapitału zakładowego. Na dzień 30.09.2020 r. kapitał zapasowy Spółki wynosił 26.592 tys. zł.

ISTOTNE ZMIANY

Wg stanu na dzień 30.09.2020 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. wynosi 16.899 tys. zł i spadł o 33,9% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2019 roku (był: 25.556 tys.zł).

Zgodnie z uchwałą nr 20 podjętą w dniu 25 listopada 2020 roku przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, strata netto Spółki za rok obrotowy rozpoczynający się 1 kwietnia 2019 roku i kończący 31 marca 2020 roku w wysokości 6.174.883,04 zł netto została pokryta z kapitału zapasowego Spółki.

d) ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 30.09.2020 r. łączna wartość zobowiązań Spółki wynosiła 98.629 tys. zł, z czego 2.991 tys. zł stanowiły zobowiązania długoterminowe, a 95.638 tys. zł stanowiły zobowiązania krótkoterminowe. W okresie od 1 kwietnia - 30 września 2020 roku wartość zobowiązań Spółki uległa zwiększeniu o 9.768 tys. zł, tj. o 11% w stosunku do stanu na 30.09.2019 roku. Znaczny udział w łącznych zobowiązaniach Spółki wobec pozostałych jednostek, stanowią zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców, które wzrosły z poziomu 62.758 tys. zł na 30 września 2019 r. do poziomu 64.028 tys. zł na dzień 30.09.2020 r. oraz kredyty i pożyczki, które wzrosły z poziomu 20.943 tys. zł na 30.09.2019 r. do poziomu 22.013 tys. zł na dzień 30.09.2020 r.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 30.09.2020 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

Zobowiązania długoterminowe (stan na dzień 30.09.2020 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	2 975	2024-06-28	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny

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

Łączne zobowiązania długoterminowe	30.09.2020 r.	30.09.2019 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	2 975	3 718
Zobowiązania długoterminowe z tyt. leasingu	16	0
Razem	2 991	3 718

Stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30.09.2020 roku zmniejszył się o 20% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2019 roku – zmniejszenie wynika ze spłaty rat kapitałowych.

Zobowiązania krótkoterminowe (stan na dzień 30.09.2020 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
mBank SA	992	2024-06-28	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
mBank SA	18 046	2020-10-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku; przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym

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

Łączne zobowiązania krótkoterminowe	30.09.2020 r.	30.09.2019 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	19 038	17 225
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. leasingu	100	23
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	76 500	67 895
Razem	95 638	85 143

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30.09.2020 r. wyniósł 19.038 tys. zł i zwiększył się o 10,5% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2019 r.

Gwarancje bankowe udzielone INTERSPORT Polaka S.A. dotyczą kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 30.09.2020 roku gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 4.497 tys. zł i 1.162 tys. Euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

Analiza zadłużenia – APM¹

Tabela: Wskaźniki zadłużenia Spółki (w %)

Wskaźniki zadłużenia:	Formuła	30.09.2020	30.09.2019
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem / Pasywa razem	86,2%	78,9%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Zobowiązania długoterminowe / Pasywa razem	2,5%	3,1%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Zobowiązania krótkoterminowe / Pasywa razem	78,4%	70,2%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitał własny	622,0%	374,3%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	Kapitał własny ogółem / Aktywa razem	13,8%	21,1%

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

1.3 PRZEPIŁYWY FINANSOWE

(w tys. zł)

od 01.04.2020 do 30.09.2020 od 01.04.2019 do 30.09.2019

Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	-2 843	-6 754
Zysk (strata) netto	-6 556	-4 074
Amortyzacja	3 242	2 979
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	-	-
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	246	262
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	68	-4
Zmiana stanu rezerw	-79	26
Zmiana stanu zapasów	18 097	5 003
Zmiana stanu należności	90	985
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-17 609	-10 407
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	-229	-1 523
Inne	-112	-
Przeptywy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 321	-1 533
Przeptywy pieniężne netto z działalności finansowej	4 549	9 070
Przeptywy pieniężne razem	385	783

Przeptywy pieniężne w okresie od 1 kwietnia do 30 września 2020 r. wyniosły 385 tys. zł:

- **działalność operacyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 2.843 tys. zł. Strata netto, która wyniosła 6.556 zł, została skorygowana (in plus) o 3.713 tys. zł.
Najistotniejsze korekty wynikały z amortyzacji (plus 3.242 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zapasów (18.097 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zobowiązań krótkoterminowych wobec dostawców (minus 17.609 tys. zł);
- **działalność inwestycyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 1.321 tys. zł (głównie były to wydatki poniesione w związku dostosowaniem 1 sklepu do nowej koncepcji INTERSPORT 2.0 oraz z otwarciem 3 nowych sklepów);
- **działalność finansowa** wygenerowała dodatnie przepływy pieniężne w łącznej wysokości 4.549 tys. zł – wpływy związane były głównie wpłatami z tytułu emisji akcji oraz wyższym wykorzystaniem linii kredytowych; podniesieniem poziomu finansowania w postaci kredytów w związku z podpisaną umową z mBank S.A. ([szczegóły: raport bieżący nr 51/2020](#)); wydatki dotyczyły głównie spłaty zobowiązań finansowych oraz kosztów obsługi zadłużenia.

Analiza płynności finansowej – APM²

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

Tabela: Wskaźniki płynności Spółki

Wskaźniki płynności	Formuła	30.09.2020	30.09.2019
Wskaźnik płynności bieżącej	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe	0,63	0,74
Wskaźnik płynności szybkiej	(Aktywa obrotowe – Zapasy) / Zobowiązania krótkoterminowe	0,09	0,12

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

	od 01.04.2020 do 30.09.2020	od 01.04.2019 do 30.09.2019
I. Przychody netto ogółem	81 913	105 484
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	58 388	70 276
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	23 525	35 208
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	31 795	39 799
VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	-8 270	-4 591
VII. Pozostałe przychody operacyjne	2 294	584
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	384	151
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-6 360	-4 158
X. Przychody finansowe	328	23
XI. Koszty finansowe	552	323
XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-6 584	-4 458
XIII. Zysk (strata) brutto	-6 584	-4 458
XIV. Podatek dochodowy	-28	-383
XV. Zysk (strata) netto	-6 556	-4 074

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

PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w okresie od 1 kwietnia - 30 września 2020 roku odnotowała łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 81.913 tys. zł czyli o 22,3% niższe w porównaniu do łącznych obrotów w okresie od 1 kwietnia - do 30 września 2019 roku (było: 105.484 tys. zł). Wpływ na wartość osiągniętych przychodów ze sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu miało przede wszystkim wprowadzenie w Polsce stanu zagrożenia epidemicznego COVID-19 oraz ograniczenie pracy galerii handlowych. Stan zapasów oferowanych towarów na dzień 30.09.2020 r. był niższy o 1.544 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 30 września 2019 r.

KOSZTY (w tys. zł)	od 01.04.2020 do 30.09.2020	od 01.04.2019 do 30.09.2019	zmiana %
Amortyzacja	3 242	2 978	8,8%
Zużycie materiałów i energii	1 464	1 943	-24,7%
Usługi obce	15 283	20 651	-26,0%
Podatki i opłaty	967	1 312	-26,3%
Wynagrodzenia	8 006	9 665	-17,2%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	1 883	1 769	6,5%
Pozostałe koszty rodzajowe	951	1 481	-35,8%
Koszty razem	31 795	39 799	-20,1%

Poziom kosztów działalności operacyjnej w I półroczu roku 2020/2021 jest niższy w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o 20,1 %. W związku z COVID-19 Spółka podjęła szereg działań mających na celu ograniczenie kosztów na każdym poziomie działalności tak aby ograniczyć negatywny wpływ pandemii i przygotować Spółkę do funkcjonowania w nowej rzeczywistości.

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

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

Wynik operacyjny	od 01.04.2020 do 30.09.2020	od 01.04.2019 do 30.09.2019
Przychody ze sprzedaży, w tym:	81 913	105 484
przychody ze sprzedaży produktów	316	601
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	81 597	104 883
Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów	58 388	70 276
Zysk brutto ze sprzedaży	23 525	35 208
koszty sprzedaży	28 363	36 004
koszty ogólnego zarządu	3 432	3 795
Zysk ze sprzedaży	-8 270	-4 591
pozostałe przychody operacyjne	2 294	584
pozostałe koszty operacyjne	384	151
Wynik na działalności operacyjnej	-6 360	-4 158

Kluczowy wpływ na poziom wyniku operacyjnego Spółki ma poziom zysku osiąganego ze sprzedaży towarów i materiałów. Zysk brutto ze sprzedaży w I półroczu roku obrotowego 2020/2021 uległ obniżeniu do poziomu 23.525 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku (było: 35.208 tys. zł). Wprowadzenie w Polsce stanu zagrożenia epidemicznego COVID-19 oraz ograniczenie pracy galerii handlowych, w których Spółka prowadzi działalność wpłynęło na poziom zysku na sprzedaży towarów i materiałów osiągniętego w I półroczu roku obrotowego 2020/2021, gdzie Spółka wypracowała niższe przychody ze sprzedaży towarów i materiałów (23.286 tys. zł mniej w porównaniu do analogicznego okresu).

Koszty sprzedaży (przede wszystkim koszty sieci detalicznej oraz logistyki i magazynu Spółki) w I półroczu 2020/2021 r zmniejszyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 36.004 tys. zł do 28.363. zł.

Koszty ogólnego zarządu w I półroczu 2020/2021 r. zmniejszyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 3.795 tys. zł do 3.432 tys. zł.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł -6.360 tys. zł i był niższy o 2.202 tys. zł w porównaniu z analogicznym okresem kiedy to wyniósł -4.158 tys. zł.

Poza wymienionymi wyżej czynnikami, w I półroczu roku obrotowego 2020/2021 wystąpiły istotne zdarzenia o nietypowym charakterze związane z pandemią COVID-19 mające negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

WPŁYW PANDEMII COVID-19 NA SYTUACJĘ FINANSOWĄ SPÓŁKI W ROKU OBROTOWYM 2020-2021.

W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 Spółka prowadziła działalność w utrudnionych warunkach wynikających z wprowadzenia w Polsce stanu zagrożenia epidemicznego COVID-19.

Od 14 marca - do 3 maja 2020 Spółka została zmuszona do zamknięcia sklepów zlokalizowanych w centrach handlowych. Spółka kontynuowała prowadzenie sprzedaży e-commerce. W celu częściowego ograniczenia negatywnego wpływu pandemii COVID-19 na prowadzoną działalność, podjęto szereg inicjatyw ukierunkowanych zarówno na utrzymanie ciągłości sprzedaży, zachowanie płynności jak i ograniczenie kosztów ([szczegóły: raport bieżący nr 14/2020 i 15/2020](#)).

Po re-otwarciu sklepów tj. w okresie od 4 do 31 maja 2020 r. sprzedaż w ujęciu LFL była niższa o 35,8% r/r., co znalazło swoje odzwierciedlenie w tegorocznych wynikach kwietnia i maja, znacząco odbiegających od wyników analogicznego okresu ubiegłego roku. W czerwcu br. sprzedaż LFL była już tylko o 21,6% niższa r/r.

Łącznie w I kwartale roku obrotowego 2020/2021 Spółka wypracowała we wszystkich kanałach sprzedaży (sklepy, e-com, hurt) przychody netto w wysokości 35.233 tys. zł, czyli o 28,5% niższe w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku (było: 49.265 tys. zł) – głównie ze względu na mniejszą o 54,3% odwiedzalność sklepów („traffic”) wynikającą z ograniczeń COVID-19. W wyżej wymienionym okresie obroty netto w ujęciu LFL (tj. na bazie porównywalnych sklepów) wyniosły 18.192 tys. zł i były niższe o 52,8% w porównaniu do analogicznego okresu, zaś sprzedaż e-com wzrosła o 108,7% i stanowiła 20,5% udziału w ogólnej sprzedaży detalicznej ([szczegóły: raport bieżący nr 31/2020](#)).

W II kwartale roku obrotowego 2020/21 tj. od 1 lipca do 30 września 2020 r. Spółka poprawiała r/r wynik o 4,1% zmniejszając stratę brutto o 116 tys. zł do poziomu 2.702 tys. zł (było: -2.818 tys. zł). Lepszy r/r wynik finansowy odnotowano dzięki poprawie marży procentowej o 2,4 p.p. oraz zmniejszeniu kosztów o 10,9% na wielu kluczowych poziomach działalności operacyjnej - pomimo większej r/r ilości sklepów.

Narastająco w okresie od 1 kwietnia do 30 września 2020 r. tj. w I półroczu roku obrotowego 2020/2021, Spółka osiągnęła łączne przychody netto ze sprzedaży w wysokości 81.913 tys. zł, czyli o 22,3% niższe w stosunku do analogicznego okresu (było: 105.484 tys. zł). Dynamika obrotów za pośrednictwem kanału eCommerce wzrosła w tym okresie o 80% i stanowiła 13,5% udziału w ogólnej sprzedaży.

W I półroczu roku obrotowego 2020/2021, Spółka osiągnęła stratę brutto na poziomie 6.584 tys. zł, czyli o 2.126 tys. zł większą w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego, głównie ze względu na odnotowaną w I kwartale br. stratę brutto w wysokości 3.882 tys. zł. Strata ta była konsekwencją ograniczenia podstawowej działalności Spółki, która polega na prowadzeniu sprzedaży w sklepach sportowych zlokalizowanych w galeriach handlowych (nastąpiło całkowite zamknięcie sklepów stacjonarnych INTERSPORT w okresie od 1 kwietnia do 3 maja br. w wyniku wprowadzenia w Polsce stanu zagrożenia epidemicznego Covid-19) (szczegóły: raport bieżący nr 48/2020).

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	01.04.2020 30.09.2020	01.04.2019 30.09.2019
EBITDA = (Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację)	-3 118	-1 179

Przychody ze sprzedaży produktów oraz towarów i materiałów Emitenta uległy w analizowanym okresie zmniejszeniu. W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 przychody ze sprzedaży zmniejszyły się w porównaniu z analogicznym okresem o 22,3% (tj. o 23,6mln zł). Wpływ na wartość osiągniętych przychodów ze sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu miał przede wszystkim wprowadzenie w Polsce stanu zagrożenia epidemicznego COVID-19 oraz ograniczenie pracy galerii handlowych, w których Spółka prowadzi działalność.

ANALIZA RENTOWNOŚCI³ - APM

Tabela: Analiza rentowności działalności Spółki (w %)

Wskaźniki rentowności	Formuła	01.04.2020 30.09.2020	01.04.2019 30.09.2019
Marża brutto ze sprzedaży towarów	Zysk / Strata brutto ze sprzedaży towarów / przychody ze sprzedaży towarów	28,4%	33,0%
Rentowność ze sprzedaży	Zysk / Strata ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-10,1%	-4,4%
Rentowność EBIT	Zysk / Strata z działalności operacyjnej / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-7,8%	-3,9%
Rentowność netto	Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-8,0%	-3,9%
Wskaźniki rentowności	Formuła	01.04.2020 30.09.2020	01.01.2019 30.09.2019
Rentowność aktywów ROA**	Zysk / Strata netto / aktywa na koniec okresu	-5,4%	-3,4%
Rentowność kapitałów własnych ROE**	Zysk / Strata netto / kapitał własny na koniec okresu	-38,8%	-15,9%

W I półroczu roku obrotowego 2020/2021:

- Spółka odnotowała marżę brutto ze sprzedaży na poziomie 28,4% w porównaniu do 33% w analogicznym okresie poprzedniego roku.;
- rentowność ze sprzedaży Spółki wyniosła -10,1% w porównaniu do -4,4% w analogicznym okresie.

Wskaźniki ROE oraz ROA W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 oraz na dzień 30.09.2019 roku kształtowały się na ujemnym poziomie odpowiednio od minus 3,4% do minus 5,4% (ROA) oraz od minus 15,9% do minus 38,8% (ROE).

2.2 SYTUACJA MAJĄTKOWA

WSKAŹNIK ROTACJI⁴ - APM

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

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

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

Cykl rotacji	Formuła	stan na dzień 30.09.2020	stan na dzień 30.09.2019
Cykl rotacji zapasów	Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	111,8	89,4
Cykl rotacji należności krótkoterminowych	Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	11,0	9,4
Cykl rotacji zobowiązań bieżących	Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	168,3	115,9

Wskaźnik rotacji zapasów uległ wydłużeniu z 89,4 dni na dzień 30.09.2019 r. r. do 111,8 dni na dzień 30.09.2020 r. Wskaźnik rotacji należności uległ wydłużeniu z 9,4 dni na dzień 30.09.2019 r. do 11 dni na dzień 30.09.2020 r. Cykl rotacji zobowiązań bieżących na dzień 30.09.2020 r. uległ wydłużeniu do 168 dni.

2.3 INWESTYCJE

W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 Spółka poniosła nakłady dotyczące prac inwestycyjnych w wysokości 7.260 ys. zł.

Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych

Do końca roku obrotowego 2020/2021 Spółka nie planuje dodatkowych inwestycji poza bieżącą działalnością.

3. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA

W ocenie Zarządu INTERSPORT Polska S.A. („Spółka”) od 1 kwietnia do 30 września 2020 roku w Spółce nie zaszły istotne wydarzenia poza tym, iż:

1. W dniu 1 kwietnia 2020 r. INTERSPORT przejął prawa i obowiązki najemcy wynikające z umów najmu sklepów „4 Faces” zlokalizowanych w Warszawie (Galeria Północna), Katowicach (Galeria Katowicka) i Poznaniu (CH Avenida) - zgodnie z umową zawartą z OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce [\[szczegóły: raport bieżący nr 18/2020\]](#). Ze względu na trwającą pandemię Covid-19 sklepy zostały uruchomione dopiero po ponownym otwarciu galerii handlowych tj. 4 maja 2020 r.

2. W celu ochrony miejsc pracy i ograniczenia kosztów funkcjonowania firmy⁵ poprzez redukcję wynagrodzeń, na czas trwania zakazu prowadzenia działalności w galeriach handlowych, Spółka wdrożyła w terminie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2020 roku zmiany w zakresie organizacji pracy personelu INTERSPORT ([szczegóły: raport bieżący nr 20/2020](#)).
3. Spółka podjęła rozmowy z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych Oddział w Krakowie, Naczelnikiem Małopolskiego Urzędu Skarbowego w Krakowie oraz Wojewódzkim Urzędem Pracy w Krakowie - mające na celu ograniczenie negatywnego wpływu pandemii Covid-19 na swoją działalność ([szczegóły: raport bieżący nr 23/2020](#)).
4. W dniu 4 maja 2020 r. Spółka ponownie uruchomiła sklepy, które w związku z wprowadzeniem w Polsce stanu zagrożenia epidemicznego COVID-19 oraz ograniczenia pracy galerii handlowych były nieczynne od 14 marca 2020 r. ([szczegóły: raport bieżący nr 24/2020](#)).
5. W dniu 6 maja 2020 r. Spółka otrzymała od Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie I transzę w wysokości 567.011,35 zł (słownie: pięćset sześćdziesiąt siedem tysięcy jedenaście złotych 35/100) dofinansowania do wynagrodzenia pracowników objętych przestojem ekonomicznym albo obniżonym wymiarem czasu pracy, w następstwie wystąpienia COVID-19 ([szczegóły: raport bieżący nr 25/2020](#)). W dniu 13 sierpnia 2020 r. Spółka otrzymała od Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie II transzę w wysokości 1.092.265,28 zł (słownie: jeden milion dziewięćdziesiąt dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt pięć 28/100) dofinansowania do wynagrodzeń pracowników objętych przestojem ekonomicznym albo obniżonym wymiarem czasu pracy w okresie maj-czerwiec br. w następstwie COVID-19 ([szczegóły: raport bieżący nr 35/2020](#)). W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 łączna kwota dofinansowania po rozliczeniu wyniosła 1.711.748 zł (milion siedemset jedenaście tysięcy siedemset czterdzieści osiem).
6. W wyniku prowadzonych negocjacji umowa zawarta z mBank S.A. z siedzibą w Warszawie dotycząca linii wieloproduktowej została przedłużona do dnia 14.08.2020 r., a umowy zawarte z Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie zostały przedłużone wg nowego harmonogramu ([szczegóły: raport bieżący nr 29/2020 oraz nr 45/2020](#)).
7. W dniu 30 czerwca 2020 r. Rada Nadzorcza INTERSPORT podjęła uchwałę dotyczącą wyboru firmy AMZ sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, jako podmiotu mającego pełnić funkcję biegłego rewidenta uprawnionego do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i zbadania

⁵ zgodnie z Ustawą o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw z dnia 31.03.2020 r

sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2020 roku do 31 marca 2021 roku oraz do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i do zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2021 roku do 31 marca 2022 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 30/2020](#)).

8. W dniu 17 sierpnia 2020 roku została zakończona subskrypcja akcji zwykłych na okaziciela serii H Spółki („Akcje Serii H”). Subskrypcja Akcji Serii H miała charakter subskrypcji prywatnej w rozumieniu art. 431 § 2 ust. 1 Kodeksu spółek handlowych. Podstawą emisji Akcji Serii H jest Uchwała nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 27 lutego 2020 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 9/2020 oraz raport bieżący nr 37/2020](#)). Zmiany w kapitale zakładowym zostały zarejestrowane w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 10 listopada 2020 r.
9. W celu ograniczenia negatywnego wpływu pandemii COVID-19 na płynność finansową Spółki, umowa zawarta z mBank S.A. z siedzibą w Warszawie dotycząca linii wieloproduktowej (która została opisana w raporcie bieżącym nr 26 z dnia 19 czerwca 2019 r.) - została przedłużona do dnia 30 października 2020 r. ([szczegóły: raport bieżący nr 38/2020](#)).
10. INTERSPORT zawarł ze Spółką Złote Tarasy Warsaw III S. à r.l. spółka jawna z siedzibą w Warszawie umowę najmu lokalu INTERSPORT o powierzchni 1143 m² lokalizowanego w centrum handlowym „Złote Tarasy” przy ul. Złotej 59 w Warszawie. Lokal został przejęty od 1 września br. i remontowany ([szczegóły: raport bieżący nr 39/2020](#)).
11. W dniu 28 września 2020 r. INTERSPORT zawarł z Polskim Funduszem Rozwoju S.A. z siedzibą w Warszawie Umowę Pożyczki Płynnościowej („Umowa Pożyczki”) w maksymalnej wysokości do kwoty 25.000.000 zł (słownie: dwadzieścia pięć milionów złotych) („Pożyczka”) przyznanej na okres 4 lat w ramach programu rządowego „Tarcza Finansowa Polskiego Funduszu Rozwoju Dla Dużych Firm” na zasadach i z zastrzeżeniem warunków wskazanych w Umowie Pożyczki ([szczegóły: raport bieżący nr 44/2020](#)).
12. We wrześniu 2020 r. Spółka poinformowała o przedłużeniu do dnia 25 października 2020 roku Umowy kredytowej o Kredyt na rachunku bieżącym zawartej z Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie ([szczegóły: raport bieżący nr 45/2020](#)).

Od 30 września 2020 r. tj po zakończeniu I półrocza roku obrotowego 2020/2021 do dnia publikacji niniejszego sprawozdania wystąpiły takie istotne zdarzenia jak poniżej:

1. W dniu 3 listopada 2020 roku otrzymała informację o podpisaniu przez mBank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie przy ul. Senatorskiej 18

(mBank) umowy o kredyt odnawialny oraz aneksu do umowy linii wieloproduktowej ([szczegóły: raport bieżący nr 51/2020](#)). Opisana w raporcie bieżącym nr 52/2019 z dnia 1 października 2019 r. umowa linii wieloproduktowej o wartości 19.000.000 zł (dziewiętnastu milionów złotych) została zastąpiona: a) umową o kredyt odnawialny w wysokości 10.000.000 (dziesięć milionów złotych), z ostatecznym dniem spłaty należności 27 października 2022 r. Umowa jest objęta gwarancją Banku Gospodarstwa Krajowego („BGK”) w ramach portfelowej linii gwarancyjnej Funduszu Gwarancji Płynności PLG-FGP; b) aneksem do umowy linii wieloproduktowej o wartości 9.000.000 zł (dziewięć milionów złotych) z terminem spłaty 29 stycznia 2021 roku.

2. W dniu 9 grudnia 2020 roku Spółka poinformowała o podpisaniu aneksu do umowy Współpracy Wstąpienie w Prawa Wierzycieli (Faktoring Odwrotny) do kwoty 3.000.000,00 PLN z Alior Bank Spółka Akcyjna. Zgodnie z podpisanym aneksem: ostatni dzień okresu wykorzystania przypada na 10 września 2021 roku, zaś ostateczny termin spłaty to 07 grudnia 2021 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 63/2020](#)).
3. W związku z ogłoszeniem przez Prezesa Rady Ministrów kolejnych ograniczeń wynikających z trwającego w Polsce stanu epidemii COVID-19, sieć INTERSPORT zmuszona była do czasowego zamknięcia sklepów zlokalizowanych w galeriach handlowych w dniach od 7-29 listopada 2020 r. ([szczegóły: raport bieżący nr 52/2020](#)) oraz w dniach od 28 grudnia 2020 do 17 stycznia 2021 r. ([szczegóły: raport bieżący nr 65/2020](#)). Spółka kontynuowała w tych okresach sprzedaż za pośrednictwem kanału e-commerce z magazynu głównego oraz prowadziła sprzedaż hurtową.

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

5. INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba:	Choleryn
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:	Choleryn 382, 32-060 Choleryn
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 licencjodawca 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 od 2017 roku wdraża 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 30.12.2020 roku Spółka prowadzi działalność w 37 sklepach własnych INTERSPORT o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 31.971 m².

5.6 Model sklepu wzorcowego

LOKALIZACJA – największe centra handlowe w wiodących miastach Polski

POWIERZCHNIA SKLEPU – około 1.000 m², co pozwala na pełne zaprezentowanie szerokiego i głębokiego asortymentu markowych artykułów i odzieży sportowej.

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

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

ASORTYMENT – główną ofertę tworzą najlepsze marki wiodących producentów sportowych, dobrze rozpoznawane przez klientów. Ich uzupełnieniem, na poziomie średniej półki cenowej, są stopniowo wprowadzane marki własne INTERSPORT, które docelowo mają stanowić około 25% całego asortymentu oferowanego w salonach. Taka polityka towarowa wyróżnia sklepy INTERSPORT na tle konkurencji. W salonach można nabyć towary specjalistyczne i ogólnosportowe.

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

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

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

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 PRZEPIYU 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 użytkowania, (2) serwis tenisowy - oferujący wymianę naciągu oraz naciąganie rakiet na specjalistycznych urządzeniach firm: *Babolat* lub *Pro Spro*, (3) serwis rolkowy, (4) serwis ostrzenia łyżew, (5) profesjonalny serwis narciarski - prowadzony na w pełni zautomatyzowanych i wydajnych maszynach do regeneracji ślizgów firm *Montana* i *Wintersteiger*.
- Stali klienci mają możliwość uczestniczenia w programie „eKARTA INTERSPORT”, który oparty jest na systemie bonów wartościowych generowanych podczas zakupów. Dodatkowo, karta stałego klienta upoważnia do zniżki serwisowej oraz udziału w specjalnych promocjach sprzedażowych i imprezach sportowych.
- Spółka prowadzi sprzedaż internetową pod adresem www.intersport.pl, co jest szczególnie ważne dla klientów z regionów, gdzie nie ma jeszcze salonów INTERSPORT. Sklep eCommerce spełnia wszystkie standardy obsługi nowoczesnego klienta w modelu sprzedaży wielokanałowej. Dzięki otwartej technologii zastosowanej przy budowie platformy eCommerce możliwy jest bieżący rozwój aplikacji, dostosowujący jej funkcje do zmieniających się potrzeb. Działające systemy gwarantują obsługę dużej ilości odwiedzających w tym samym czasie. Spółka dąży do tego, aby w przyszłości oferta offline i online była taka sama.
- W wybranych placówkach działa **INTERSPORT RENT**. Klient ma możliwość przed zakupem przetestowania najnowszej kolekcji sprzętu zimowego.
- W celu usprawnienia systemu komunikacyjnego z klientem, Spółka posiada **BIURO OBSŁUGI KLIENTA +48 12 44 48 888**, udzielające szybkiej i fachowej informacji na temat usług oraz dostępności asortymentu w poszczególnych salonach.

5.8 Liczba placówek (stan na dzień 30.12.2020 roku)

Siedziba INTERSPORT Polska S.A. i magazyn centralny o powierzchni około 2.500 m² zlokalizowane są w Cholerzynie 382, gm. Liszki k/Krakowa. Poniżej zamieszczamy listę placówek handlowych sieci INTERSPORT Polska S.A..

Tabela: Lista placówek handlowych na dzień 30.12.2020 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 Marcelin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ
15	Gdynia	CH Riviera	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA
16	Opole	GH Solaris Center	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE
17	Częstochowa	GH Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 CZĘSTOCHOWA
18	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 ZAKOPANE
19	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM
20	Szczecin	Galeria Kaskada	Al. Niepodległości 36, 70-404 SZCZECIN
21	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW
22	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 GORZÓW Wlkp.
23	Kielce	Galeria Korona	ul. Warszawska 26, 25-312 KIELCE
24	Kraków	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61, 31-346 KRAKÓW
25	Lublin	Atrium Felicity	Al. Witosa 32, 20-331 LUBLIN
26	Kalisz	Galeria Amber	ul. Górnośląska 82, 62-800 KALISZ
27	Olsztyn	Galeria Warmińska	ul. Tuwima 26, 10-748 OLSZTYN
28	Bydgoszcz	Zielone Arkady	ul. Wojska Polskiego 1, 85-171 BYDGOSZCZ
29	Poznań	CH Posnania	ul. Pleszewska, 61-136 POZNAŃ
30	Gliwice	CH Factory Outlet	ul. Rybnicka 205, 44-122 GLIWICE
31	Poznań	CH Avenida	ul. Matyi 2, 61-586 POZNAŃ
32	Katowice	Galeria Katowicka	ul. 3 Maja 30, 40-097 KATOWICE
33	Warszawa	Galeira Północna	ul. Światowida 17, 03-144 WARSZAWA
34	Warszawa	CH Złote Tarasy	ul. Złota 59, 00-120 WARSZAWA
35	Łódź	Ptak Outlet	ul. Żeromskiego 8, 95-030 RZGÓW
36	Kraków	Futura Factory Outlet	ul. Prof. A. Różańskiego 32, 32-085 Modlniczka
37	Warszawa	Factory Outlet Annopol	ul. Annopol 2, 03-236 WARSZAWA

5.9 Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 30 września 2020 r. w Spółce było zatrudnionych 398 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 16 osób niepełnosprawnych. Spółka prowadziła też stałą współpracę z 41 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonywały dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. Od 1 kwietnia do 30 września 2020 roku Spółka zatrudniła 70 osób (rozwiązano umowy z 57 osobami). Przeciętne zatrudnienie w okresie od 1 kwietnia 2020 r. do 30 września 2020 r. wynosiło 398 osób.

5.10 Organy spółki

ZARZĄD

W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 Zarząd Spółki pracował w trzyosobowym składzie. Funkcję Prezesa Zarządu pełnił Pan Artur Mikołajko, zaś Wiceprezesów Zarządu pełnili Pan Szymon Dąbrowski oraz Pan Marek Kaczmarek.

Dla potrzeb kierowania działalnością Spółki poszczególni członkowie Zarządu pełnią funkcje dyrektorskie:

- Prezes Zarządu Pan Artur Mikołajko - jako Dyrektor Zarządzający,
- Wiceprezes Zarządu Pan Szymon Dąbrowski - jako Dyrektor Handlowy,
- Wiceprezes Zarządu Pan Marek Kaczmarek - jako Dyrektor Operacyjny.

Mandaty każdego z członków Zarządu Spółki wygasną z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Emitenta zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji.

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.

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

W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 Rada Nadzorcza Spółki pracowała w składzie:

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

Wspólna kadencja członków Rady Nadzorczej Spółki zakończyła się z dniem odbycia w dniu 25 listopada 2020 r. Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy rozpoczynającym się 1 kwietnia 2019 roku i kończącym 31 marca 2020 roku.

W dniu 25 listopada 2020 roku Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy powołało na nową 5-letnią kadencję Radę Nadzorczą w składzie:

1. Pan Artur Olender
2. Pan Krzysztof Pieta
3. Pan Janusz Pieta
4. Pan Łukasz Bosowski
5. Pan Tomasz Fugiel
6. Pan Sławomir Gil
7. Pan Wojciech Mamak (członek niezależny)
8. Pan Krzysztof Skowroński (członek niezależny)
9. Pan Piotr Dygas (członek niezależny)

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

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. Spółka spełnia zasadę II.Z.7. stosownie do zasady II.Z.4 zawartych w zbiorze "Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016" w zakresie zadań i funkcjonowania komitetów działających w radzie nadzorczej oraz spełnia normy ustawowe odnośnie funkcjonowania Komitetu Audytu.

Do dnia 30.09.2020 roku w skład:

- Komitetu Audytu wchodził: Wojciech Mamak, Łukasz Bosowski i Jarosław Krotacz. Panowie Wojciech Mamak i Jarosław Krotacz posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży handlowej, w której działa Spółka, zaś Łukasz Bosowski spełniał wymóg posiadania kwalifikacji w dziedzinie rachunkowości lub rewizji finansowej;
- Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji wchodził: Jarosław Krotacz, Wojciech Mamak oraz Janusz Pięta.

Rada Nadzorcza Spółki w dniu 30 listopada 2020 r. dokonała wyboru na kolejną kadencję członków Komitetów działających w ramach organu nadzorczego, jak poniżej:

KOMITET AUDYTU w składzie:

1. Pan Wojciech Mamak (niezależny) – Przewodniczący
2. Pan Łukasz Bosowski – Członek Komitetu Audytu
3. Pan Piotr Dygas (niezależny) – Członek Komitetu Audytu

KOMITET WYNAGRODZEŃ I NOMINACJI w składzie:

1. Pan Krzysztof Skowroński (niezależny) – Przewodniczący
2. Pan Piotr Dygas (niezależny) – Członek Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji
3. Pan Janusz Pięta – Członek Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji

Rada Nadzorcza INTERSPORT potwierdziła, że Komitet Audytu w powołanym składzie spełnia kryteria niezależności ustalone na podstawie ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (Dz. U. z 2017 r., poz. 1089), jak również na podstawie Załącznika II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) (2005/162/WE, Dz.U.U.E.L.2005.52.51 z dnia 25 lutego 2005 r.), do których odsyłają „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”,

stanowiące Załącznik do Uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 13 października 2015 r. oraz posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży handlowej, w której działa Spółka INTERSPORT Polska S.A.

W związku z powyższym od dnia 30 listopada 2020 r. INTERSPORT stosuje zasadę II.Z.7. oraz zasadę II.Z.8. zawartą w zbiorze "Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016" Zarząd i Rada Nadzorcza ([raport bieżący EBI nr 2/2020](#) oraz [raport bieżący EBI 3/2020](#)).

Członkowie Rady Nadzorczej mający powiązania natury ekonomicznej, rodzinnej z akcjonariuszami posiadającymi więcej niż 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu spółki złożyli Zarządowi spółki stosowne zawiadomienia.

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:

- 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 Pięta i Janusz Pięta 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 INTERSPORT Polska S.A. określone zostały w następujących dokumentach:

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

W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 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 01.04.2020 r. do 30.09.2020 r.	*Inne świadczenia uzyskane w okresie od 01.04.2020 r. do 30.09.2020 r.
Artur Mikołajko	180,1	16,0
Marek Kaczmarek	140,0	9,9
Szymon Dąbrowski	174,0	0,8
Zarząd Spółki (łącznie):	494,1	26,7
Artur Olender	15	0
Krzysztof Pieta	12	0
Wojciech Mamak	12	0
Jarosław Krotacz	12	0
Łukasz Bosowski	12	0
Janusz Pieta	12	0
Tomasz Fugiel	12	0
Stawomir Gil	12	0
Rada Nadzorcza Spółki (łącznie):	99	0

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

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

Opis polityki wynagrodzeń

Wynagrodzenia pracowników INTERSPORT Polska S.A. są ustalane zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, wytycznymi organu nadzoru oraz regulacjami wewnętrznymi Spółki między innymi takimi jak: Regulamin Pracy, Regulamin Wynagradzania, Regulamin Premiowania, Regulamin Programu Kafeteryjnego. Zasady wynagradzania uwzględniają sytuację finansową Spółki. Wynagrodzenia są finansowane i wypłacane ze środków Spółki. Spółka dokonuje rozróżnienia pomiędzy wynagrodzeniem zasadniczym o charakterze stałym obejmującym płatności i świadczenia, które należą się pracownikom za wykonaną pracę i które nie zależą od żadnych kryteriów związanych z wynikami oraz wynagrodzeniem zmiennym, które jest 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 celu ochrony miejsc pracy i ograniczenia kosztów funkcjonowania Spółki poprzez redukcję wynagrodzeń, na czas trwania zakazu prowadzenia działalności w galeriach handlowych, wdrożyła w terminie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2020 roku zmiany w zakresie organizacji pracy personelu INTERSPORT polegające na wprowadzeniu:

- a) przestoju ekonomicznego dla pracowników niefunkcjonujących sklepów oraz pracowników centrali, którzy ze względu na zamknięcie sklepów nie mogą realizować swoich kluczowych zadań - oznacza to obniżenie o 50% wynagrodzenia brutto, ale nie mniej niż do minimalnego wynagrodzenia brutto;
- b) obniżenie wymiaru czasu pracy do 4/5 etatu dla pracowników, którzy są konieczni do utrzymania ciągłości funkcjonowania Spółki, a tym samym zmniejszenie im wynagrodzenia brutto o 20%;
- c) wstrzymaniu podpisywania nowych umów ze zleceniobiorcami. Spółka informuje, że na dzień 31.03.2020 wygasły wszystkie umowy cywilno-prawne zleceniobiorców,

którzy przy normalnym funkcjonowaniu sklepów wspierali sprzedaż ([szczegóły: raport bieżący nr 20/2020](#)).

Spółka otrzymała w tym okresie z Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie wsparcie w postaci dofinansowania do wynagrodzeń pracowników w wysokości jak poniżej:

OKRES	KWOTA WSPARCIA w zł
Kwiecień 2020	470 603,52
Maj 2020	519 740,68
Czerwiec 2020	525 016,00
Lipiec 2020	76 474,18
Sierpień 2020	57 873,43
Wrzesień 2020	62 040,47
ŁĄCZNIE	1.711.748,28 zł

W związku z przepisami Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych „Polityka wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A.” została przyjęta jako odrębny dokument Uchwałą nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 31 sierpnia 2020 roku.

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

Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego postanowieniem z dnia 10 listopada 2020 r. o sygnaturze KR.XII NS-REJ.KRS/15751/20/77 – dokonał zmiany § 5 ust. 1 Statutu INTERSPORT Polska S.A. w związku ze zmianą wysokości i struktury kapitału zakładowego Spółki.

Rejestracja zmiany wysokości kapitału zakładowego Spółki jest wynikiem subskrypcji prywatnej (w rozumieniu art. 431 § 2 ust. 1 Kodeksu spółek handlowych) 3.750.000 Akcji Serii H, o zakończeniu której Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 37 z dnia 17 sierpnia 2020 roku.

Podstawą emisji Akcji Serii H jest Uchwała nr 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 27 lutego 2020 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 9/2020](#)).

Po rejestracji przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego wprowadzonych zmian, wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. wynosiła 3.413.070,00 zł i dzieliła się na 34.130.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda oraz uprawniała do oddania łącznie 40.097.366 głosów (słownie: czterdzieści milionów dziewięćdziesiąt siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do oddania dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

Nowe akcje serii H stanowiły 10,99% udziału w kapitale zakładowym Spółki (słownie: dziesięć i dziewięćdziesiąt dziewięć dziesiątych procenta) i uprawniały do oddania 9,35% głosów na WZA (słownie: dziewięć i trzydzieści pięć dziesiątych procenta).

Ujawniony w rejestrze (w wyniku zmiany) kapitał zakładowy Spółki INTERSPORT Polska S.A. dzielił się na:

- 5.966.666* akcji imiennych uprzywilejowanych stanowiących 17,48% udziału w kapitale zakładowym Spółki i uprawniających do oddania 11.933.332 głosów, co stanowi 29,76% w ogólnej liczbie głosów na WZA,
- 28.164.034* akcji zwykłych na okaziciela stanowiących 82,52% udziału w kapitale zakładowym Spółki i uprawniających do oddania 28.164.034 głosów, co stanowi 70,24% w ogólnej liczbie głosów na WZA.

Na dzień 10 listopada 2020 r. struktura kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. przedstawiała się następująco:

- 4.300.000 (cztery miliony trzysta tysięcy) akcji imiennych uprzywilejowanych serii A,
- 700.000 (siedemset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A,
- 3.500.000 (trzy miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii B,
- 1.666.666 (jeden milion sześćset sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt sześć) akcji imiennych uprzywilejowanych serii C1,
- 1.166.668 (jeden milion sto sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt osiem) akcji zwykłych na okaziciela serii C2,
- 100.000 (sto tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D,

- 2.500.000 (dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii E,
- 8.947.366 (osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F,
- 7.500.000 (siedem milionów pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii G
- 3.750.000 (trzy miliony siedemset pięćdziesiąt tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii H.

W dniu 2 grudnia 2020 roku, na podstawie art. 334 § 2 Kodeksu spółek handlowych, zgodnie z § 9 pkt. 9 Statutu Spółki, na wniosek akcjonariuszy: Pani Jolanty Milewskiej oraz Pani Doroty Radwańskiej, Zarząd Spółki dokonał konwersji (zamiany) łącznie 43.000 akcji imiennych serii A uprzywilejowanych co do głosu (każda akcja dawała prawo do dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu) na akcje zwykłe serii A na okaziciela. Podstawą prawną konwersji ww. akcji była uchwała Zarządu INTERSPORT Polska S.A. z dnia 2 grudnia 2020 roku.

W wyniku dokonanej konwersji wygasło uprzywilejowanie 43.000 akcji serii A będących przedmiotem konwersji, wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. nie uległa zmianie i na dzień 30.12.2020 r. wynosi 3.413.070,00 zł.

Zmianie uległa ogólna liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu INTERSPORT Polska S.A.:

- Przed konwersją łączna ilość akcji uprawniała do oddania 40.097.366 głosów, z uwagi na fakt uprzywilejowania akcji imiennych co do głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie;
- Po konwersji łączna ilość akcji uprawniać będzie do oddania 40.054.366 głosów, z uwagi na utratę uprzywilejowania zamienianych akcji.

W wyniku dokonanej w dniu 2 grudnia 2020 r. konwersji akcji imiennych struktura kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. wynosi 3.413.070,00 zł i dzieli się na 34.130.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Łączna liczba akcji Spółki uprawnia do oddania 40.054.366 głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

Na dzień 2 grudnia 2020 r. struktura kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. przedstawiała się następująco:

- 4.257.000 (cztery miliony dwieście pięćdziesiąt siedem tysięcy) akcji imiennych uprzywilejowanych serii A,
- 743.000 (siedemset tysięcy czterdzieści trzy) akcji zwykłych na okaziciela serii A,
- 3.500.000 (trzy miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii B,
- 1.666.666 (jeden milion sześćset sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt sześć) akcji imiennych uprzywilejowanych serii C1,

- 1.166.668 (jeden milion sto sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt osiem) akcji zwykłych na okaziciela serii C2,
- 100.000 (sto tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D,
- 2.500.000 (dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii E,
- 8.947.366 (osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F,
- 7.500.000 (siedem milionów pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii G
- 3.750.000 (trzy miliony siedemset pięćdziesiąt tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii H.

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 (30 grudnia 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. na dzień 30.12.2020 r.

Posiadacz akcji	Seria akcji	Rodzaj akcji	Liczba akcji	Łączna liczba akcji	RAZEM udział w kapitale zakładowym	Łączna liczba głosów	RAZEM udział w ogólnej liczbie głosów
Krzysztof Pięta	C1	imienne, uprzywilejowane	1 666 666	7 691 229	22,53%	9 357 895	23,36%
	C2	zwykłe, na okaziciela	1 166 668				
	E	zwykłe, na okaziciela	650 000				
	F	zwykłe, na okaziciela	3 157 895				
	B,D	zwykłe, na okaziciela	300 000				
	H	zwykłe, na okaziciela	750 000				
Janusz Pięta	F	zwykłe, na okaziciela	3 157 895	3 857 895	11,30%	3 857 895	9,63%
	B,D	zwykłe, na okaziciela	200 000				
	H	zwykłe, na okaziciela	500 000				
OTCF S.A. z os. powiązanymi	G	zwykłe, na okaziciela	7 500 000	10 000 000	29,30%	10 000 000	24,97%
	H	zwykłe, na okaziciela	2 500 000				
Artur Mikołajko	A	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	5,62%	3 168 054	7,91%
	B,D	zwykłe, na okaziciela	668 054				
Sławomir Gil	A	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	5,62%	3 168 054	7,91%
	B,D	zwykłe, na okaziciela	668 054				
Dorota Radwańska z os. powiązanymi	A	imienne, uprzywilejowane	1 128 500	1 128 500	3,31%	2 257 000	5,63%

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 11 549 124 akcji Emitenta, co stanowi 33,84% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 13 215 790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 32,99% 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 11 549 124 akcji Emitenta, co stanowi 33,84% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 13 215 790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 32,99% 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 1.128.500 akcji Emitenta, co stanowi 3,31% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 2.257.000 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 5,63% ogólnej liczby głosów;
- 4) Spółka OTCF S.A. kontrolowana przez Igora Klaję oraz 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 10.000.000 akcji Emitenta, stanowiących 29,30% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 10.000.000 głosów na Walnym Zgromadzeniu, stanowiących 24,97% ogólnej liczby głosów.

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

W związku z konwersją 43.000 Akcji serii A imiennych (akcje uprzywilejowane co do głosu) na akcje na okaziciela, Spółka dokonała przeliczenia liczby głosów z posiadanych akcji oraz ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów dla ww. osób ([szczegóły: raport bieżący nr 62/2020](#)).

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

W związku z zakończeniem subskrypcji prywatnej (w rozumieniu art. 431 § 2 ust. 1 Kodeksu spółek handlowych) 3.750.000 Akcji Serii H ([szczegóły: raport bieżący nr 37/2020](#)) oraz rejestracji zmiany wysokości kapitału zakładowego Spółki przez Sąd

Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego [\[szczegóły: raport bieżący nr 54/2020\]](#) Spółka otrzymała zawiadomienia od Akcjonariuszy w sprawie zmiany dotychczas posiadanego stanu akcji i udziału ogólnej liczby głosów na WZA Spółki w wyniku czego:

1. Pan Krzysztof Pięta nabył 750.000 akcji serii H i posiada obecnie 7 691 229 akcji Emitenta stanowiących 22,53% udziału w kapitale zakładowym Emitenta i uprawniających do oddania łącznie 9 357 895 głosów na Walnym Zgromadzeniu INTERSPORT, co stanowi 23,34% udziału w ogólnej liczbie głosów [\[szczegóły: raport bieżący nr 56/2020\]](#). Po konwersji akcji imiennych uprzywilejowanych nastąpiła zmiana w ogólnej liczbie głosów i od dnia 2 grudnia br. wynosi 23,36% udziału w głosach na WZA.
2. Pan Janusz Pięta nabył 500.000 akcji serii H i posiada 3 857 895 akcji Emitenta stanowiących 11,30% udziału w kapitale zakładowym Emitenta i uprawniających do oddania łącznie 3 857 895 głosów na Walnym Zgromadzeniu INTERSPORT, co stanowi 9,62% udziału w ogólnej liczbie głosów [\[szczegóły: raport bieżący nr 57/2020\]](#). Po konwersji akcji imiennych uprzywilejowanych nastąpiła zmiana w ogólnej liczbie głosów i od dnia 2 grudnia br. wynosi 9,63% udziału w głosach na WZA.

Wg stanu na dzień 30 grudnia br. Panowie Krzysztof i Janusz Pięta posiadają łącznie 11 549 124 akcji Emitenta, stanowiących 33,84% udziału w kapitale zakładowym Emitenta i uprawniających do oddania łącznie 13 215 790 głosów na Walnym Zgromadzeniu INTERSPORT, co stanowi 32,99% udziału w ogólnej liczbie głosów.

3. Spółka OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce nabyła 2.500.000 akcji serii H i łącznie z osobami powiązanymi posiada 10.000.000 akcji stanowiących 29,30% kapitału zakładowego INTERSPORT Polska, które uprawniają do oddania 10.000.000 głosów stanowiących 24,94% udziału w ogólnej liczbie głosów na WZA Spółki [\[szczegóły: raport bieżący nr 55/2020\]](#).

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 (30 grudnia 2020 roku) wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (30 września 2020 r.) odrębnie dla każdej z osób.

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

Tabela: Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

osoba zarządzająca /nadzorująca	łącznie ilość akcji na dzień przekazania poprzedniego raportu okresowego	zmiany w strukturze własności w okresie od 31.08.2020 r. do 30.12.2020 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze 2020/2021 r. tj.30.12.2020
Krzysztof Pieta Członek Rady Nadzorczej	6 941 229 akcji	750 000	7 691 229 akcji, stanowiących 22,53% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 23,36% głosów na WZA
Janusz Pieta Członek Rady Nadzorczej	3 357 895 akcji	500 000	3.857.895 akcji stanowiących 11,30% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 9,63% głosów na WZA
Artur Mikotajko Prezes Zarządu	1 918 054 akcji	bez zmian	1.918.054 akcji stanowiących 5,62% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 7,91% głosów na WZA
Sławomir Gil Członek Rady Nadzorczej	1 918 054 akcji	bez zmian	1.918.054 akcji stanowiących 5,62% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 7,91% 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, Mammut, 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, Spotlight, 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 I półroczu roku obrotowego 2020/2021 trwającego od 1 kwietnia do 30 września 2020 r. znaczny udział w całości zakupów generowały firmy: NIKE EUROPEAN OPERATIONS NETHERLANDS B.V. (marka Nike), ADIDAS POLAND sp. z o.o. (marki Adidas i Reebok) oraz Romet Sp. z o.o. (marka Romet).

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 I półroczu roku obrotowego 2020/2021 trwającego od 1 kwietnia do 30 września 2020 r. znaczący udział w obrotach (99,6%) miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (0,4%) generowały usługi między innymi: serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego.

SEZONOWOŚĆ I CYKLICZNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI

Sprzedaż INTERSPORT Polska S.A. podlega wahaniom związanym z sezonowością. Jest ona 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 półroczu roku obrotowego Spółki) jest zawsze mniejsza niż sprzedaż w okresie jesień – zima od października do marca (tj. II półroczu roku obrotowego Spółki). Po zmianie roku obrotowego trwającego obecnie od 1 kwietnia do 31 marca, dysproporcja między półroczami jest znacznie zwiększona.

8. DZIAŁANIA MARKETINGOWE

8.1 Wsparcie sprzedaży

W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 sieć INTERSPORT Polska S.A. zorganizowała szereg działań promocyjno – reklamowych, których głównym celem było wspieranie sprzedaży. Spółka realizowała kampanie głównie w mediach digitalowych nastawione na performance w celu wsparcia platformy e-commerce,

która zwłaszcza w okresie zamknięcia sklepów stacjonarnych była kluczowym źródłem sprzedaży.

W tym okresie Spółka komunikowała kluczowe kategorie takie jak: fitness/trening, rowery, running, sportstyle oraz outdoor.

- W ramach współpracy z dystrybutorami zrealizowano kilka kampanii komunikujących nowe kolekcje/technologie marek Adidas, Nike, Reebok, Salomon, New Balance w kategoriach fitness, running, outdoor. Komunikacja obejmowała zarówno materiały BTL w sklepach, jak i digital oraz social media.
- W sierpniu i wrześniu 2020 roku, w ramach kampanii Back2Sport, Spółka przygotowała aktywację z influencerami w Social Mediach połączoną z konkursem konsumenckim.
- Pod koniec września 2020 roku rozpoczęła się kampania wizerunkowa pod hasłem *Wherever You Take The Outdoors* wspierająca kategorię Turystyka. Partnerem kampanii była marka Adidas prezentująca nową kolekcję butów turystycznych z linii Terrex. Kampania osiągnęła ok. 8 mln zasięgu docierając bezpośrednio do docelowej target grupy.
- W całym okresie 6 miesięcy pierwszej połowy 2020 roku realizowane były intensywne kampanie performance w różnych kanałach E-commerce takich jak SEM, SEO, sieci afiliacyjne, Social Media i inne.
- W kwietniu oraz na przelocie września i października 2020 r., Spółka uczestniczyła w dwóch edycjach ogólnopolskiej akcji rabatowej „Stylowe Zakupy”. Jest to kampania realizowana przez magazyny Twój Styl i Show, która już na stałe zapisała się w świadomości klientów.

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 bieżącym roku sieć INTERSPORT Polska S.A. została laureatem największego w Polsce badania satysfakcji konsumentów i otrzymała tytuł „Gwiazdy Jakości Obsługi 2020”.

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

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 prosprzedażowych.

INTERCLUB - Młodzieżowy Klub Sportowy

Sieć INTERSPORT Polska docenia takie wartości jak: aktywny wypoczynek, sportowa rywalizacja, dążenie do celu, optymizm i odwaga. Dlatego też, Spółka wspiera 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.

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 I półroczu roku obrotowego 2020/2021 Spółka realizowała przyjętą przez Zarząd „STRATEGIĘ INTERSPORT Polska S.A. na lata 2020-2024”, która wskazuje najważniejsze kierunki działań.

9.1 Optymalizacja sieci handlowej

Spółka kontynuuje proces optymalizacji sieci handlowej w celu obniżenia kosztów prowadzonej działalności oraz podniesienia rentowności sprzedaży i systematycznie modernizuje sklepy w celu podniesienia standardu sprzedaży.

Wg stanu na dzień publikacji sprawozdania (30.12.2020 r.) Spółka prowadzi działalność handlową w 37 sklepach własnych INTERSPORT o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 31.971 m² (było na dzień 30.06.2020 r.- 33 sklepów o łącznej powierzchni 29.354 m²).

9.2 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 2.0

Sieć INTERSPORT Polska systematycznie wdraża w Polsce nowy koncept sklepu w formacie INTERSPORT 2.0. Pierwszy w Polsce pilotażowy salon został otwarty w Galerii Krakowskiej w Krakowie. Planowane w tym roku otwarcie pierwszego w Warszawie sklepu nowej generacji w formacie INTERSPORT 2.0. ze względu na rozprzestrzenianie się koronawirusa COVID-19 zostało przesunięte z marca br. na 4 maja 2020 roku.

Ten 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 m² – 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. W I półroczu roku obrotowego 2020/2021 zmodernizowano w tym formacie trzy sklepy – 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.

Wobec faktu, wprowadzenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej⁶ stanu zagrożenia epidemicznego a następnie epidemii - Spółka podjęła szereg działań mających na celu ograniczenie negatywnego wpływu pandemii COVID-19 na bieżącą działalność i przygotowania się do funkcjonowania w nowej rzeczywistości (szczegóły: raport bieżący nr 20/2020, raport bieżący nr 23/2020, raport bieżący nr 25/2020, raport bieżący nr 29/2020, raport bieżący nr 35/2020 oraz raport bieżący nr 38/2020).

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.

⁶ zgodnie z rozporządzeniem Ministra Zdrowia z dnia 13 marca 2020 roku

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 - 30 września 2020 roku nie toczyły się żadne nowe postępowania w których Spółką byłaby stroną.

11. RYZYKA I ZAGROŻENIA

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 nietwarceniem 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 naruszenia chronionych znaków towarowych wykorzystywanych przez Spółkę przez osoby trzecie, a także powstania uszczerbku na wizerunku i dobrym imieniu Spółki czy obniżenia przychodów lub marż w związku z takimi naruszeniami. Nie można wykluczyć, iż niektóre działania Spółki mogą naruszać prawa osób trzecich związane z należącymi do nich znakami towarowymi, co może prowadzić do powstania znaczących kosztów lub strat po stronie Spółki, a także negatywnie wpłynąć na jego reputację. Nie można wykluczyć ryzyka, że zarejestrowane znaki towarowe, zarówno należące do Spółki jak i do osób trzecich, w tym Grupy INTERSPORT, zostaną zakwestionowane. Istnieje ryzyko, że Spółka utraci kontrolę nad własnymi znakami towarowymi lub też utraci możliwość korzystania ze znaków towarowych należących do osób trzecich, w tym Grupy INTERSPORT. W szczególności istnieje ryzyko, iż osoby trzecie, w tym Grupa INTERSPORT, dokonają rozporządzenia przysługującymi im znakami towarowymi z pominięciem lub naruszeniem interesów Spółki. Ryzyka związane ze znakami licencjonowanymi od 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 postępowania 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 postępowania 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, osiąganе 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 wieloma 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 30 września 2020 r. wynosi 86,2%). 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 Spółkę. Zaistnienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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

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

Ryzyko 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 osiągnane 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

GLÓWNE KANAŁY DYSTRYBUCJI W POLSCE

- **sieci sklepów sportowych „premium”** takie jak: INTERSPORT Polska , Go Sport;
- **pozostałe sieci sklepów sportowych**, takie jak: Decathlon Polska, Martes Sport, SportsDirect (SD), 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:

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

13. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Biegłym rewidentem dokonującym badania sprawozdań finansowych Spółki jest:

Nazwa (firma): **AMZ Sp. z o.o. w Krakowie**

Adres: **ul. Strzelców 6A/1, 31-422 Kraków**

W dniu 30 czerwca 2020 r. Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska podjęła uchwałę dotyczącą wyboru firmy AMZ sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, jako podmiotu mającego pełnić funkcję biegłego rewidenta uprawnionego do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2020 roku do 31 marca 2021 roku oraz do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i do zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2021 roku do 31 marca 2022 roku [szczegóły raport bieżący nr 30/2020]. W imieniu AMZ Sp. z o.o. działa Marek Zych, Kluczowy Biegły Rewident wpisany na listę biegłych rewidentów pod numerem 11406.

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 I półrocze roku obrotowego 2020/2021.

Cholerzyn, dnia 30 grudnia 2020 r.

Artur Mikołajko – Prezes Zarządu _____

Marek Kaczmarek – Wiceprezes Zarządu _____

OBJAŚNIENIA

Alternatywne Pomiary Mierników ("APM")

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

Wskaźnik ogólnego zadłużenia = $\text{zobowiązania ogółem} / \text{pasywa razem}$. 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 = $\text{zobowiązania ogółem} / \text{kapitał własny ogółem}$. 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 = $\text{kapitały własne ogółem} / \text{aktywa ogółem}$. 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 = $\text{zobowiązania krótkoterminowe} / \text{pasywa ogółem}$. 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 = $\text{zobowiązania długoterminowe} / \text{pasywa ogółem}$. Wskaźnik relacji zobowiązań długoterminowych do pasywów ogółem informuje w jakim stopniu przedsiębiorstwo finansuje działalność kapitałem długoterminowym. Wskaźnik zadłużenia długoterminowego jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik płynności bieżącej = $\text{aktywa obrotowe ogółem} / \text{zobowiązania krótkoterminowe}$. Wskaźnik płynności bieżącej pokazuje jaka jest zdolność firmy do regulowania krótkoterminowych zobowiązań środkami obrotowymi. Jest to jeden ze standardowych wskaźników płynności finansowej przedsiębiorstwa, który pozwala ocenić zdolność podmiotu do utrzymania płynności finansowej. Wskaźnik płynności

bieżącej jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik płynności szybkiej = (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.