

Sieć specjalistycznych sklepów sportowych



Półroczne sprawozdanie
z działalności INTERSPORT Polska S.A.
za okres 01.01. do 30.06.2012 roku



SPIS TREŚCI:

1. Wizytówka firmy	1
2. Struktura akcjonariatu	1
3. Osoby nadzorujące i zarządzające	2
3.1. Zarząd	
3.2. Rada Nadzorcza	
3.3. Wartość wynagrodzeń, nagród	
4. Opis istotnych ryzyk i zagrożeń	3
4.1 Czynniki zewnętrzne	
4.2 Czynniki wewnętrzne	
5. Omówienie wyników finansowych	4
5.1. Wybrane dane finansowe	
5.2. Bilans	
5.3. Rachunek zysków i strat	
5.4. Przepływy finansowe	
6. Zarządzanie finansami (kredyty, pożyczki)	9
7. Stanowisko Zarządu w sprawie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz finansowych w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie	12
8. Opis prowadzonej działalności (liczba placówek, stan zatrudnienia, koncepcja modelowego salonu, polityka asortymentowa i struktura sprzedaży, działania marketingowe, otoczenie branżowe)	13
9. Perspektywy	20
10. Informacje o toczących się postępowaniach	20
11. Transakcje z podmiotami powiązanymi	21
12. Informacje o udzieleniu przez Spółkę poręczeń kredytu, pożyczki lub gwarancji	21
13. Wskazanie czynników i zdarzeń, które będą miały wpływ na osiągnięte wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego półrocza	21
Załącznik nr 1	
Znaczący akcjonariusze oraz stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień publikacji raportu	22

1. Wizytówka firmy

Nazwa : INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba : 32-060 Liszki, Cholerzyn 382

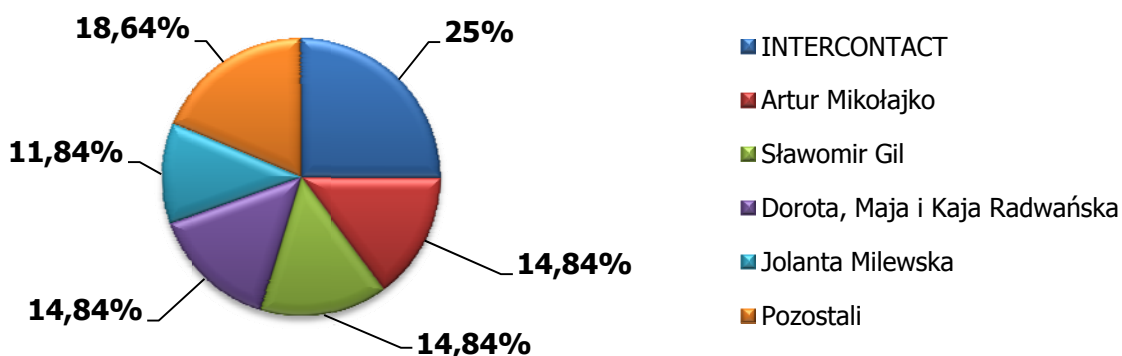
Przedmiot podstawowej działalności:

handel detaliczny - markowymi artykułami sportowymi wiodących producentów na rynku - w specjalistycznych sklepach, które zlokalizowane są w wybranych, prestiżowych centrach handlowych dużych miast.

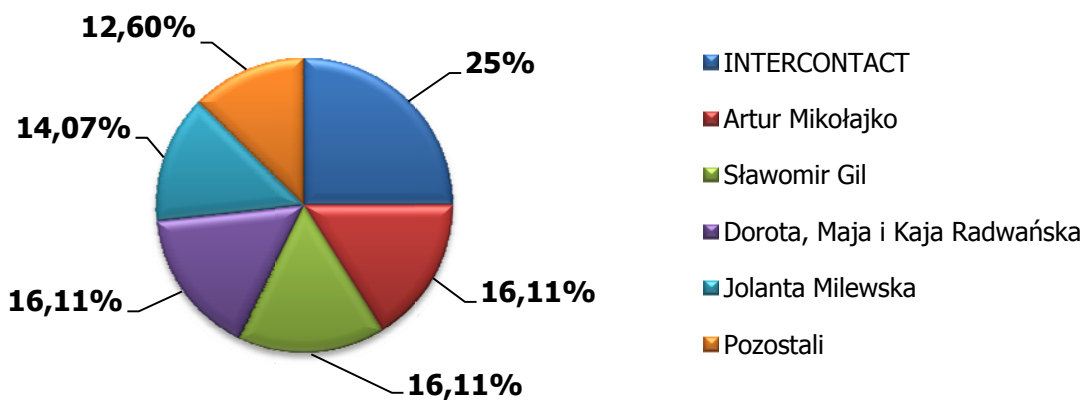
2. Struktura akcjonariatu

Kapitał zakładowy INTERSPORT Polska S.A. wynosi 1.393.333,40 zł i dzieli się na 13.933.334 akcji o wartości nominalnej 10 groszy każda. Łączna liczba akcji uprawnia do oddania 20.600.000 głosów, z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

% udział akcji w kapitale zakładowym



% udział głosów na WZA



3. Osoby nadzorujące i zarządzające w Spółce

W I półroczu 2012 roku nie zostały zawarte umowy między Spółką INTERSPORT Polska S.A. a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.

3.1 Zarząd INTERSPORT Polska S.A.

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

Obecnie w skład Zarządu INTERSPORT Polska S.A. wchodzi:

- Prezes Zarządu: Artur Mikołajko
- Wiceprezes Zarządu: Sławomir Gil

Kadencja ww. członków Zarządu upływa w 2014 roku.

3.2 Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A.

Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A. działa na podstawie przepisów Kodeksu Spółek Handlowych i Statutu Spółki. Obecny skład organu nadzorującego Spółki przedstawia się następująco:

- Artur Olender
- Beata Mikołajko
- Dorota Radwańska
- Klaus Jost
- Łukasz Gil
- Piotr Dygas

W Radzie Nadzorczej Spółki działają: Komisja ds. Wynagrodzeń oraz Komisja ds. Audytu.

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

Wartość wynagrodzeń dla każdej osoby zarządzającej i nadzorującej Spółkę INTERSPORT Polska S.A. jest opisana w tabeli poniżej:

Wynagrodzenie Członków Zarządu i Rady Nadzorczej	01.01.-30.06.2012 (dane w tys. zł)
1. Wynagrodzenie Zarządu:	369
- Sławomir Gil	177
- Artur Mikołajko	192

2. Wynagrodzenie Rady Nadzorczej:	75
- Łukasz Gil	12
- Beata Mikołajko	12
- Klaus Jost	12
- Artur Olender	15
- Dorota Radwańska	12
- Piotr Dygas	12
Razem	444

4. Opis istotnych ryzyk i zagrożeń w działalności Spółki

W opinii Zarządu INTERSPORT Polska S.A. najistotniejszymi czynnikami ryzyka i zagrożeń w perspektywie drugiego półrocza 2012 roku są:

4.1 Czynniki zewnętrzne

4.1.1 Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce

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

4.1.2 Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

Wyniki finansowe INTERSPORT Polska S.A. mogą się zmieniać pod wpływem wahań kursu euro do złotego, z uwagi na:

(1) powiązanie płatności z tytułu umów najmu lokali sklepowych z kursem euro: płatności stanowią równowartość w złotych kwoty umownej wyrażonej w euro, co oznacza, że osłabienie kursu złotego względem euro może zwiększyć poziom kosztów Spółki z tytułu usług obcych,

(2) rozliczanie z kontrahentami zagranicznymi dostaw towarów w euro. Osłabienie kursu złotego wobec euro może oznaczać wyższe koszty zakupu towarów co może przełożyć się na podniesienie cen detalicznych części oferty INTERSPORT. W I połowie 2012 roku transakcje w euro stanowiły około 20% wartości wszystkich zakupów Spółki.

4.1.3 Ryzyko aury (pogodowe)

Branża sportowa charakteryzuje się dużą sezonowością sprzedaży, na którą wpływ ma m.in. kształtowanie się pogody w poszczególnych sezonach 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) spowodują czasowy spadek popytu na sezonowe artykuły i odzież sportową, co przełoży się na poziom przychodów Spółki.

4.2 Czynniki wewnętrzne

4.2.1 Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu

INTERSPORT Polska S.A. współpracuje z około 190 dostawcami różnego rodzaju sprzętu i odzieży sportowej. Specyfiką branży jest zamawianie sezonowych kolekcji asortymentu ze znacznym wyprzedzeniem, w zależności od grupy towarów, sięgającym 6 – 9 miesięcy. Istnieje ryzyko, że jedna lub kilka zamówionych kolekcji zostanie dostarczona Spółce z opóźnieniem, lub nie zostanie dostarczona wcale, co powodowałoby powstanie luki w asortymencie proponowanym klientom, a w konsekwencji utratę części planowanych przychodów ze sprzedaży.

Spółka ogranicza powyższe ryzyko, konstruując ofertę na bazie kilku konkurencyjnych marek (różnych dostawców) dla głównych grup towarów sezonowych. Taka polityka umożliwia zaoferowanie klientowi szerokiego wyboru nawet w przypadku ewentualnego opóźnienia czy braku jednej lub kilku dostaw.

4.2.2 Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

Źródła finansowania działalności INTERSPORT Polska S.A., oprócz środków własnych, stanowią przede wszystkim, co typowe dla przedsiębiorstwa handlowego, zobowiązania krótkoterminowe z tytułu dostaw i usług oraz zobowiązania długoterminowe z tytułu zawartych kredytów na zakup majątku trwałego. W ocenie Zarządu, przy założeniu kontynuowania współpracy z dostawcami, dywersyfikacji umów z bankami na dzisiejszych warunkach, zagrożenie co do nieterminowego wywiązywania się przez Spółkę z zaciągniętych zobowiązań handlowych i kredytowych jest znikome.

5. Omówienie wyników finansowych za I półrocze 2012 roku

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w I półroczu 2012 roku odnotowała wzrost przychodów ze sprzedaży towarów i usług o 27,4 % w porównaniu do analogicznego okresu zeszłego roku, osiągając przychód w wysokości 124.929 tys. zł, wobec 98.089 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku. W I półroczu 2012 roku zysk brutto wyniósł 5.152 tys. zł wobec straty w wysokości 1.135 tys. zł w I półroczu 2011 roku.

5.1 Wybrane dane finansowe

Poniżej przedstawiamy podstawowe dane finansowe Spółki.

WYBRANE DANE FINANSOWE	Stan na 31.12.2011	I półrocze 2011	I półrocze 2012
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	194 079	98 089	124 929
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-11 597	- 100	6 477
III. Zysk (strata) brutto	-14 847	- 1 135	5 152
IV. Zysk (strata) netto	-12 383	- 1 135	4 015
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	4 116	-2 344	7 233
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-7 844	-2 891	-791
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	5 273	5 636	-6 675
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	1 545	401	-233
IX. Aktywa razem	167 001	146 962	155 307
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	136 771	105 484	121 062
XI. Zobowiązania długoterminowe	27 257	22 638	17 573
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	100 161	73 641	92 744
XIII. Kapitał własny	30 230	41 478	34 245
XIV. Kapitał zakładowy	1 393	1 393	1 393
XV. Liczba akcji (w szt.)	13 933 334	13 933 334	13 933 334
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w PLN)	-0,89	-0,08	0,29
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w PLN)	-0,89	-0,08	0,29
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję/udział (w PLN)	2,17	2,98	2,46
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w PLN)	2,17	2,98	2,46
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w PLN)	0	0	0

5.2 Bilans

Wartość sumy bilansowej na dzień 30 czerwca 2012 roku wyniosła 155.307 tys. zł i w porównaniu do analogicznego okresu 2011 roku oznacza to wzrost o 5,7% (146.962 tys. zł).

Aktywa

Wzrost wartości aktywów Spółki jest głównie efektem zwiększenia poziomu zapasów o 9.233 tys. zł w porównaniu do I półrocza 2011 roku. Wynika to głównie ze wzrostu stanu asortymentu potrzebnego do zatowarowania większej, w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku, ilości sklepów INTERSPORT w Polsce.

Poniżej przedstawiamy strukturę aktywów na dzień 30.06.2012 roku oraz 30.06.2011 roku.

Struktura aktywów	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2012 od 01.01.2012 do 30.06.2012	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	
Aktywa trwałe	88 728	87 851	+1%
Wartości niematerialne i prawne	3 716	4 035	-7,9%
Rzeczowe aktywa trwałe	82 094	82 559	-0,6%
Inwestycje długoterminowe	820	611	+34,2%
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 098	646	+224,8%
Aktywa obrotowe	66 579	59 111	+12,6%
Zapasy	60 536	51 303	+18%
Należności krótkoterminowe	2 236	3 805	-41,2%
Inwestycje krótkoterminowe	2 518	1 607	+56,7%
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 289	2 396	-46,2%
Aktywa razem	155 307	146 962	+5,7%

Pasywa

Zwiększenie wartości pasywów Spółki w porównaniu do 2011 roku jest głównie efektem podwyższenia poziomu zobowiązań krótkoterminowych o 19.103 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. Wynika to głównie z większej ilości sklepów w I półroczu 2012 w stosunku do I półrocza 2011 roku oraz z większej ilości towarów w związku z Mistrzostwami Europy w piłce nożnej EURO 2012. Zmniejszony poziom zobowiązań długoterminowych wynika z bieżących, terminowych spłat rat kapitałowych jak również z przekwalifikowania części kredytów z długoterminowych na krótkoterminowe. Zmniejszony poziom rozliczeń międzyokresowych o 409 tys. zł wynika z otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową, która jest rozliczana w okresie eksploatacji hali.

Poniżej przedstawiamy strukturę pasywów na dzień 30.06.2012 roku oraz 30.06.2011 roku.

Struktura pasywów	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2012 od 01.01.2012 do 30.06.2012	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	
Kapitał własny	34 245	41 478	-17,4%
Rezerwy na zobowiązania	2 758	809	+240,9%
Zobowiązania długoterminowe	17 573	22 638	-22,4%
Kredyty i pożyczki	17 450	22 467	-22,3%
Inne zobowiązania finansowe	123	171	-28,1%
Zobowiązania krótkoterminowe	92 744	73 641	+25,9%
Kredyty i pożyczki	16 492	15 871	+3,9%
Z tytułu dostaw i usług	68 943	53 441	+29%
Z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń i innych	5 313	2 750	+93,2%
Z tytułu wynagrodzeń	1 099	1 088	+1%
Pozostałe	737	399	+84,7%
Fundusze specjalne	160	92	+73,9%
Rozliczenia międzyokresowe	7 987	8 396	-4,9%
Pasywa razem	155 307	146 962	+5,7%

5.3 Rachunek zysków i strat

Poniżej przedstawiamy uproszczony rachunek zysków i strat za I półrocze 2012 roku oraz I półrocze 2011 roku.

Rachunek zysków i strat	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2012 od 01.01.2012 do 30.06.2012	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	
Przychody netto ogółem	124 929	98 089	+27,4%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	72 536	55 621	+30,4%
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	52 393	42 468	+23,4%
Koszty sprzedaży	42 677	38 774	+10,1%
Koszty ogólnego Zarządu	3 170	3 726	-14,9%
Zysk (strata) ze sprzedaży	6 546	-32	
Pozostałe przychody operacyjne	705	514	+37,2%
Pozostałe koszty operacyjne	774	582	+33%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	6 477	-100	
Przychody finansowe	286	230	+24,3%
Koszty finansowe	1 611	1 265	+27,4%
Zysk (strata) z działalności gospodarczej	5 152	-1 135	
Zysk (strata) brutto	5 152	-1 135	
Zysk (strata) netto	4 015	-1 135	

5.3.1 Przychody.

Przychody ze sprzedaży towarów i usług w I półroczu 2012 roku były o 27,4% wyższe w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku i kształtowały się następująco:

1. z działalności podstawowej prowadzonej w salonach INTERSPORT:

- styczeń - 26 966 tys. PLN (+29,1% w stosunku do tego samego okresu 2011 roku)
- luty - 20 781 tys. PLN (+15,8% w stosunku do tego samego okresu 2011 roku)
- marzec – 15 459 tys. PLN (+8,5% w stosunku do tego samego okresu 2011 roku)
- kwiecień -16.194 tys. PLN (+7,7% w stosunku do tego samego okresu 2011 roku),
- maj – 16.162 tys. PLN (+10,4% w stosunku do tego samego okresu 2011 roku),
- czerwiec - 16.044 tys. PLN (+4,7% w stosunku do tego samego okresu 2011 roku)

2. z dodatkowej sprzedaży produktów UEFA EURO 2012:

- czerwiec - 13.323 tys. PLN.

5.3.2 Koszty.

Poniżej przedstawiamy poniesione koszty w I półroczu 2012 roku oraz I półroczu 2011 roku.

Koszty według rodzaju	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2012 od 01.01.2012 do 30.06.2012	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	
Amortyzacja	3 271	3 401	-3,8%
Zużycie materiałów i energii	2 704	2 780	-2,7%
Usługi obce	23 663	20 553	+15,1%
Podatki i opłaty	1 680	1 949	-13,8%
Wynagrodzenia	9 042	9 553	-5,3%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	1 737	1 657	+4,8%
Pozostałe koszty rodzajowe	3 750	2 607	+43,8%
Koszty razem	45 847	42 500	+7,9%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	72 536	55 621	+30,4%

Suma kosztów za I półrocze 2012 roku jest wyższa o 3.347 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu 2011 roku. Pomimo większej liczby sklepów w porównaniu do analogicznego okresu 2011 roku oraz indeksacją niektórych pozycji po stronie kosztów Spółka zmniejszyła koszty działalności, m.in. w pozycji zużycie materiałów i energii oraz wynagrodzenia. Wzrost kosztów w pozycji: usługi obce związany jest głównie z obsługą większej ilości sklepów, indeksacją kosztów oraz kosztami związanymi z obsługą EURO 2012.

5.3.3 Podstawowe dane finansowe.

Poniżej przedstawiamy dane dotyczące wyników Spółki w I półroczu 2012 roku oraz I półroczu 2011 roku.

Podstawowe dane finansowe	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2012 od 01.01.2012 do 30.06.2012	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	
Przychody ze sprzedaży ogółem	124 929	98 089	+27,4%
Wynik brutto na sprzedaży	52 393	42 468	+23,4%
Marża brutto na sprzedaży	41,9%	43,3%	-3,2%
Wynik ze sprzedaży	6 546	-32	
Marża na sprzedaży	5,2%	-	
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	6 477	-100	
Marża EBIT	5,2%	-	
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	9 748	3 301	+195,3%
Marża EBITDA	7,8%	3,4%	+129,4%
Wynik brutto	5 152	-1 135	
Wynik netto	4 015	-1 135	

W I półroczu 2012 roku Spółka zanotowała zysk brutto na poziomie 5.152 tys. zł przy stracie brutto na poziomie 1.135 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku. Jest to rekordowy wynik w historii firmy osiągnięty w I półroczu.

5.4 Przepływy finansowe.

Poniżej przedstawiamy dane dotyczące przepływów finansowych Spółki w I półroczu 2012 r. oraz I półroczu 2011 r.

Wyszczególnienie	W tys. PLN	
	Rok 2012 od 01.01.2012 do 30.06.2012	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	7 233	-2 344
Zysk (strata) netto	4 015	-1 135
Amortyzacja	3 271	3 401
Zmiana stanu rezerw	1 597	0
Zmiana stanu zapasów	8 267	11 434
Zmiana stanu należności	1 345	-1 124
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-13 094	-13 683
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	404	-2 289
Inne	1 428	1 052
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-791	-2 891
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-6 675	5 636
Przepływy pieniężne razem	-233	401

W I półroczu 2012 roku Spółka wygenerowała:

- Dodatnie przepływy z działalności operacyjnej co spowodowane było głównie osiągniętym zyskiem netto oraz zmianą stanu zapasów.
- Ujemne przepływy z działalności inwestycyjnej co związane było głównie z rozwojem sieci
- Ujemne przepływy z działalności finansowej związane z terminowymi spłatami rat kapitałowych

6. Zarządzanie finansami w I półroczu 2012 roku.

W prezentowanym okresie sprawozdawczym sytuacja finansowa Spółki była stabilna. Spółka przewiduje, iż zrealizowane inwestycje w nowe sklepy w najbliższej przyszłości powinny przynieść wymierne korzyści finansowe.

Spółka otworzyła w I półroczu 2012 roku dwa nowe salony:

- w kwietniu 2012 roku - sklep o powierzchni 815 m² w CH Nova Park w Gorzowie Wlkp.,
- w maju 2012 roku – sklep o powierzchni 714 m² w Galerii Korona w Kielcach.

Jednocześnie ze względu na wygaśnięcie umowy najmu Spółka zamknęła w lutym 2012 roku salon o powierzchni 955 m² w CH Plaza w Krakowie.

W I półroczu 2012 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. wzrósł o 13,3% w stosunku do 2011 roku. Zgodnie z uchwałą podjętą w dniu 25.06.2012 roku przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, odnotowana w 2011 roku strata netto została pokryta z kapitału zapasowego.

6.1 Zaciągnięte przez Spółkę kredyty i pożyczki.

Na dzień 30 czerwca 2012 roku stan zobowiązań długoterminowych zmniejszył się o 22,4% w stosunku do I połowy 2011 roku - zmniejszenie wynika z bieżących, terminowych spłat rat kapitałowych jak również z przekwalifikowania części kredytów z długoterminowych na krótkoterminowe.

Stan zobowiązań krótkoterminowych na dzień 30.06.2012 r. wyniósł 92.744 tysł zł i zwiększył się o 25,9% w stosunku do I połowy 2011 r. Główną pozycję w tym obszarze stanowią zobowiązania wobec dostawców oraz zobowiązania z tytułu kredytów. Wielkość tej zmiany wynika głównie z większej ilości sklepów w I półroczu 2012 w stosunku do I półrocza 2011 roku oraz z większej ilości towarów w związku z EURO 2012.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 30.06.2012 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Siedziba	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy (w tys. zł PLN)	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty (w tys. zł PLN)	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
Raiffeisen Bank Polska SA	Warszawa	8 169,00	4 265,00	2018-05-30	Hipoteka zwykła i kaucyjna na nieruchomości, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny
BANK DNB NORD POLSKA SA	Warszawa	12 000,00	9 700,00	2021-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych; przelew wierzytelności	Kredyt inwestycyjny
Bank PeKaO SA	Warszawa	1 752,24	471,00	2014-05-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel In blanco, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny
BANK DNB NORD POLSKA SA	Warszawa	2 800,00	2 008,00	2016-11-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych oraz zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt inwestycyjny

Raiffeisen Bank Polska SA	Warszawa	Do 8 300	1 006,00	2013-09-30	Hipoteka zwykła na nieruchomości, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy; cesja wierzytelności	Linia celowa wielowalutowa
---------------------------	----------	----------	----------	------------	---	----------------------------

ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Siedziba	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy (w tys. zł PLN)	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty (w tys. zł PLN)	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
Bank Handlowy	Warszawa	Do 4 000,00	3 788,00	2012-10-17	Zastaw rejestrowy na zapasach; weksel in blanco	Kredyt w rachunku bieżącym
Bank PeKaO SA	Warszawa	Do 9 800,00	4 264,00	2012-11-30	Przewłaszczenie towarów handlowych oraz weksle własne in blanco, zastaw rejestrowy na zapasach oraz środkach trwałych	Linia celowa wielowalutowa
BANK DNB NORD POLSKA SA	Warszawa	Do 6 000,00	5 184,00	2013-05-31	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych oraz zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym
Bank PeKaO SA	Warszawa	1 752,24	615,00	2014-05-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel In blanco, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny
BANK DNB NORD POLSKA SA	Warszawa	2 800,00	559,00	2016-11-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych oraz zapasach; przelew wierzytelności	Kredyt inwestycyjny
BANK DNB NORD POLSKA SA	Warszawa	12 000,00	1 200,00	2021-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych; przelew wierzytelności	Kredyt inwestycyjny
Raiffeisen Bank Polska SA	Warszawa	8 169,00	882,00	2018-05-30	Hipoteka zwykła i kaucyjna na nieruchomości, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny

W pierwszym półroczu 2012 roku banki współpracujące z INTERSPORT Polska S.A. udzielały gwarancji bankowych dotyczących kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na 30 czerwca 2012 r. gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 1.280 tys. zł i 1.778 tys. euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

6.2 Ocena zarządzania zasobami finansowymi.

W prezentowanym okresie sprawozdawczym sytuacja finansowa Spółki była stabilna.

6.3 Ocena możliwość finansowania zamierzeń inwestycyjnych.

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

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

Spółka nie publikowała prognozy finansowej na rok 2012.

8. Opis organizacji Spółki oraz jej otoczenia branżowego.

INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Spółka jest w Polsce liderem wśród sieci sklepów sportowych, posiadającym obecnie 32 salony zlokalizowane w 21 największych miastach Polski. Łączna powierzchnia sprzedaży wynosi ponad 34 tys.m².

8.1 Powiązania organizacyjne lub kapitałowe emitenta z innymi podmiotami

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

Zgodnie z podpisaną przez INTERSPORT Polska S.A. w 2005 roku Umową Inwestycyjną, spółka ITC (Intercontact Werbeagentur GmbH obecnie pod nazwą **Intercontact Beteiligungsgesellschaft mbH**), posiada 1.666.666 akcji imiennych uprzywilejowanych co do głosu (Akcje serii C1) 1.166.668 akcji zwykłych na okaziciela (Akcje serii C2), 650.000 akcji na okaziciela (Akcje serii E) stanowiących 25% kapitału zakładowego i dających prawo do 25% głosów na WZ Emitenta.

8.2 GRUPA INTERSPORT na świecie.

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych. W 39 krajach znajduje się ponad 5320 sklepów z tym znakiem, których łączne roczne przychody przekraczają 10 mld euro.

Grupa INTERSPORT zrzesza podmioty:

- (1) prowadzące samodzielność działalność gospodarczą,
- (2) przy wykorzystaniu znaku towarowego INTERSPORT i marek własnych INTERSPORT,
- (3) dokonujące wspólnych zakupów,
- (4) korzystające ze wspólnego modelu działalności gospodarczej, ujętego w formie ujednoliconych międzynarodowo standardów.

8.3 Opis prowadzonej działalności.

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki INTERSPORT Polska S.A. jest handel detaliczny artykułami sportowymi w specjalistycznych sklepach sportowych o powierzchni około 1000 m², zlokalizowanych w prestiżowych centrach handlowych dużych miast Polski.



W okresie sprawozdawczym podstawowe zasady zarządzania Spółką nie uległy zmianie.

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

- Stali klienci Spółki uczestniczą w **programie „INTERSPORT dla Aktywnych”**, który oparty jest na systemie bonów rabatowych generowanych podczas zakupów. Dodatkowo, karta stałego klienta upoważnia do udziału w specjalnych promocjach sprzedażowych.
- W wybranych placówkach działa **INTERSPORT RENT** - system wypożyczenia topowych modeli nart zjazdowych, biegowych oraz rakiet tenisowych. Klient ma obecnie możliwość przed zakupem przetestowania najnowszej kolekcji sprzętu zimowego i tenisowego.
- Z myślą o dzieciach Spółka uruchomiła **SYSTEM WYMIANY NART DZIECIĘCYCH – INTERSPORT TECNO Pro**, który umożliwia rodzicom co roku (w okresie czterech lat) wymianę nart na nowe, za niewielką dopłatą. Oferta dotyczy nart dziecięcych o długości 70-110 cm. Kiedy dziecko wyrośnie z nart 110 cm Spółka udziela 10 proc. rabatu na zakup nowych, dłuższych nart.

- Spółka prowadzi również sprzedaż internetową pod adresem www.esklep.intersport.pl, co jest szczególnie ważne dla klientów z regionów, gdzie nie ma jeszcze salonów INTERSPORT.
- W celu usprawnienia systemu komunikacyjnego z klientem, Spółka posiada **BIURO OBSŁUGI KIENTA +48 801-500-502**, które ma pomóc m.in. w uzyskaniu szybkiej i fachowej informacji na temat usług, dostępności asortymentu w poszczególnych salonach, statusie rozpatrzenia reklamacji oraz zasadach działania programu lojalnościowego.

8.4 Liczba placówek (stan na dzień 30.06.2012 roku).

MAGAZYN CENTRALNY		gm. Liszki k/Krakowa	Cholerzyn 382	2500 m ²
SALONY SPRZEDAŻY				
1	Kraków	CH Zakopianka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW	1.228 m ²
2	Bytom	CH Plejada	ul. Dolnośląska 25, 41-923 BYTOM	462 m ²
3	Wrocław	CH Borek	al. Gen. Hallera 52, 50-984 WROCŁAW	1.282 m ²
4	Bielsko-Biała	CHR Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA	916 m ²
5	Warszawa	Arkadia	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA	1.546 m ²
6	Poznań	CH M1	ul. Szwajcarska 14, POZNAŃ	636 m ²
7	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE	1033 m ²
8	Łódź	CH Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ	900 m ²
9	Gdańsk	CH Madison	ul. Rajska 10, 80-850 GDAŃSK	450 m ²
10	Kraków	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5, 31-154 KRAKÓW	869 m ²
11	Warszawa	Złote Tarasy	ul. Złota 59, 00-819 WARSZAWA	1077 m ²
12	Poznań	Stary Browar	ul. Półwiejska 32, 61-888 POZNAŃ	1130 m ²
13	Wrocław	Pasaż Grunwaldzki	pl. Grunwaldzki 22, 50-363 WROCŁAW	1071 m ²
14	Warszawa	Sadyba Best Mall	ul. Powsińska 31, 02-903 WARSZAWA	802 m ²
15	Gdańsk	Galeria Bałtycka	al. Grunwaldzka 141, 80-264 GDAŃSK	1022 m ²
16	Wrocław	Magnolia Park	ul. Legnicka 58, 54 - 203 WROCŁAW	1147 m ²
17	Warszawa	Ursynów	ul. Sójki 37, 02-812 WARSZAWA	908 m ²
18	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 POZNAŃ	1062 m ²
19	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 BYDGOSZCZ	1024 m ²
20	Łódź	przy CH Alma	ul. Kilińskiego 122, 90-013 ŁÓDŹ	2154 m ²
21	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 BIAŁYSTOK	886 m ²

22	Poznań	CH King Cross Marcellin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ	2526 m ²
23	Gdynia	CH Wzgórze	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA	2592 m ²
24	Opole	GH Solaris	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE	740 m ²
25	Częstochowa	Galeria Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 Częstochowa	1165 m ²
26	Płock	Galeria Wisła	ul. Wyszogrodzka 144, 09-410 PŁOCK	665 m ²
27	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 ZAKOPANE	727 m ²
28	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM	758 m ²
29	Szczecin	Galeria Kaskada	Al. Niepodległości 36, 70-404 SZCZECIN	993 m ²
30	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW	823 m ²
31	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 Gorzów WLKP	815 m ²
32	Kielce	Galeria Korona	ul. Warszawska 26, 25-312 KIELCE	714 m ²

8.5 Stan i struktura zatrudnienia.

Na dzień 30.06.2012 r. w INTERSPORT Polska S.A. było zatrudnionych 475 pracowników na podstawie umów o pracę. Ponadto, Spółka prowadzi stałą współpracę z 60 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonują dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. W strukturze wiekowej pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę dominują osoby w wieku od 26 do 35 roku życia (do 25 lat – 20,00% 26-35 lat – 62,95% 36-45 – 14,53%; 46-50 lat – 1,47%; ponad 50 lat – 1,05%). W stosunku do 30.06.2011 roku nastąpił spadek zatrudnienia o 1,02% (zatrudnienie ogółem na dzień 30.06.2011 roku wynosiło 488 osób).

Od początku 2012 roku Spółka zatrudniła 65 osób (zostały zwolnione 73 osoby). Wskaźnik rotacji zatrudnienia w I półroczu 2012 roku wyniósł 0,15.

8.6 Koncepcja modelowego salonu sportowego

INTERSPORT Polska S.A. na bazie dwudziestodwuletniego doświadczenia Zarządu Spółki oraz w oparciu o kilkudziesięcioletnie doświadczenie grupy INTERSPORT wypracowała koncepcję wzorcowego sklepu INTERSPORT w Polsce.

Lokalizacja – największe centra handlowe w wiodących miastach Polski

Powierzchnia sklepu – ok. 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 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 stanowić będą do max. 25% całego asortymentu oferowanego w salonach. Taka polityka towarowa wyróżnia sklepy INTERSPORT na tle konkurencji. Spółka oferuje pełną gamę towarów dla około 40 dyscyplin sportu, proponując klientowi wybór co najmniej trzech różnych producentów, na kilku poziomach cenowych. W salonach można nabyć towary specjalistyczne i ogólnie sportowe.

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

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

Serwis rowerowy, tenisowy, rolkowy, łyżwowowy – w każdym sklepie w sezonie letnim 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, a w sezonie zimowym uruchamiany jest serwis ostrzenia łyżew.

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

Systemy bezpieczeństwa – sklepy posiadają pełny system zabezpieczeń antykradzieżowych, obejmujący bramki elektroniczne wraz z klipsami, specjalne szafki dla klientów na torby i plecaki, podłączenie alarmowe.

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

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

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

8.7 Polityka asortymentowa INTERSPORT.

Spółka współpracuje z około 190 dostawcami. Około 70% całorocznych zakupów realizowane jest w systemie zamówień przedsezonowych, składanych z półrocznym wyprzedzeniem. Kolejne 30% dostaw to artykuły zamawiane na bieżąco w ciągu roku, będące uzupełnieniem brakującego asortymentu.

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

Spółka uzupełnia ofertę asortymentową dla klienta, o marki własne oraz oferty specjalne INTERSPORT, czyli modele wiodących producentów zaprojektowane na specjalne zamówienie i dostępne wyłącznie w sklepach Grupy INTERSPORT. Polityka asortymentowa Spółki zakłada, że marki własne INTERSPORT stanowić będą do max. 25% całego asortymentu oferowanego w salonach.

8.8 Struktura sprzedaży w I półroczu 2012 roku.

W I półroczu 2012 roku znaczący udział w obrotach (98,9%) INTERSPORT Polska S.A. miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (1,1%) generowały usługi serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolnego. Spółka posiada w sprzedaży około 10 000 tysięcy artykułów do uprawiania 40 popularnych dyscyplin sportowych.

W I półroczu 2012 roku największy procentowy udział w strukturze sprzedaży miały następujące grupy towarów: narciarstwo sprzęt, turystyka, narciarstwo tekstylia, rowery, team sport.

8.9 Działania marketingowe.

W I półroczu 2012 roku Spółka zorganizowała szereg działań promocyjno – reklamowych zgodnych z wewnętrznym planem marketingowym, których głównym celem było wspieranie sprzedaży. Realizowane kampanie wykorzystywały zarówno techniki komunikacji BTL oraz ATL.

I połowa 2012 w sieci INTERSPORT była zdominowana przez piłkę nożną w kontekście Mistrzostw UEFA EURO 2012. Dzięki uzyskanemu tytułowi „Oficjalnego Sklepu Sportowego z Licencjonowanymi Produktami UEFA EURO 2012™”, INTERSPORT miał prawo do sprzedaży oficjalnych produktów z logo UEFA EURO 2012 w swojej sieci oraz jako jedyny prowadził sprzedaż tych produktów na stadionach i w Fan Zonach podczas Mistrzostw w Polsce.

W sklepach organizowane były różne promocje mające na celu wsparcie odsprzedaży produktów EURO 2012. Wraz z marką Adidas – jednym z głównych sponsorów Mistrzostw – Spółka zrealizowała 2 kampanie piłkarskie zawierające różne aktywacje dla klientów jak na przykład konkurs dla dzieci i młodzieży „Podaj Piłkę”, w którym laureaci podawali piłkarzom piłki w rozgrywanych w Polsce meczach EURO 2012. Podobne kampanie piłkarskie realizowane były z markami Nike, który był sponsorem koszulek reprezentacji Polski oraz Puma.

Dodatkowo w czerwcu br., podczas Mistrzostw EURO 2012 organizowanych w Polsce, INTERSPORT uruchomił łącznie na stadionach i w Oficjalnych Strefach Kibica 28 stoisk sprzedażowych z prawie 150 kasami. Przy organizacji tych stoisk pracowało prawie 500 osób. Aktywacja sprzedaży na stadionach i Fan Zonach podczas trzeciego co do wielkości eventu sportowego na świecie była bardzo dużym wyzwaniem dla firmy. Zarząd spółki jest zadowolony ze sprawnej organizacji przedsięwzięcia oraz osiągniętego wyniku sprzedażowego. Łącznie w Polsce INTERSPORT sprzedał ponad 300 tys. licencjonowanych produktów UEFA EURO 2012™, w tym 120 tys. koszulek i 45 tys. piłek.



Liczne działania marketingowe i PR-owe oraz fakt, że Spółka miała wyłączność na sprzedaż oficjalnych produktów UEFA EURO 2012 na stadionach i Fan Zonach poza efektem sprzedażowym, miały również wymiar wizerunkowy wpływający na wzrost rozpoznawalności marki INTERSPORT w Polsce.

Oprócz piłki nożnej, Spółka wspierała w I połowie 2012 roku również inne ważne kategorie sportowe takie jak: running, rowery, turystyka i fitness.

W sezonie wiosenno-letnim 2012 roku Spółka aktywnie wspierała „running” – wciąż intensywnie rozwijającą się w Polsce dyscyplinę sportu.

W związku z powyższym:

- W kwietniu zrealizowano wraz z marką Asics międzynarodową kampanię „Więcej energii w każdym kroku”;
- Od wiosny do jesieni marka INTERSPORT jest jednym z głównych sponsorów, organizowanej przez Radiową Trójkę i Fundację Bieganie, akcji „Biegam Bo Lubię”;

- W okresie maj – czerwiec został zrealizowany na łamach Gazety Wyborczej oraz portalu www.polskabięga.sport.pl cykl porad eksperta INTERSPORT, w którym doradca biegowy INTERSPORT odpowiadał na pytania biegaczy;
- 27 maja 2012 r. został zorganizowany już po raz piąty bieg rekreacyjny ProTouch Cracovia INTERRUN na Rynku Głównym w Krakowie z udziałem wybitnych osobistości świata kultury i mediów. Celem eventu była popularyzacja tej dyscypliny sportu wśród Polaków. Uczestnicy biegu głównego mieli do wyboru dystans 5 lub 10 km. Dodatkowo w ramach imprez towarzyszących zorganizowano również biegi dla najmłodszych: 1200 m dla dzieci i młodzieży szkolnej oraz 100 m dla przedszkolaków. Łącznie, we wszystkich biegach, wzięło udział 3300 biegaczy.



W I połowie 2012 r. INTERSPORT zrealizował największą w historii Spółki kampanię telewizyjną i kampanię rowerową marki Genesis.

Kampania telewizyjna przeprowadzona została w kwietniu 2012 r. Prawie 2000 spotów zostało wyemitowanych zarówno w telewizji publicznej (TVP1, TVP2, Polsat, TVN), jak i w kanałach tematycznych. Dzięki wysokiemu wskaźnikowi GRP kampania była zauważalna, spoty oglądnięto miliony widzów.

W działaniach ATL-owych kampanii rowerowej marki Genesis wykorzystano takie nośniki jak billboardy w miastach gdzie zlokalizowane są sklepy INTERSPORT, prasę branżową, i internet. Dodatkowo poza wsparciem POS w sklepach pojawili się specjalnie dedykowani doradcy rowerowi oraz interaktywne kioski multimedialne, w których można było sprawdzić wszystkie szczegóły oferty Genesis.

Dodatkowo, w I połowie 2012 roku Spółka wydała dla klientów kilka publikacji w formie katalogów (turystycznego - opartego na marce McKinley i rowerowego marki Genesis) oraz gazetki promocyjne (wiosennej i letniej), które zwiększyły konkurencyjność INTERSPORT względem oferty innych firm na rynku. Gazetki promocyjne były wydawane w milionowych nakładach i kolportowane do domów i mieszkań na tzw. „klamkę”, jak również dystrybuowane wraz z prasą codzienną w miastach gdzie znajdują się sklepy INTERSPORT. Promocyjna oferta zawarta w gazetkach wspierana była działaniami marketingowymi prowadzonymi w internecie.

W kwietniu i maju 2012 r. przy okazji otwarcia nowych salonów w Gorzowie Wielkopolskim i Kielcach zrealizowano dwie duże kampanie lokalne w tych miastach. Informacja o planowanym otwarciu oraz specjalnej ofercie INTERSPORT zaprezentowana została w internecie oraz w dystrybuowanej do mieszkańców miast gazetce promocyjnej.

Sieć INTERSPORT zrealizowała również 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 „INTERSPORT dla aktywnych” do odwiedzenia i zakupów w sieci INTERSPORT.

8.10 Otoczenie branżowe Spółki.

W Polsce sprzedaż artykułów sportowych koncentruje się wokół trzech głównych kanałów dystrybucji:

- **wielkopowierzchniowe sklepy sportowe**, takie jak: Go Sport Polska, Decathlon Polska, czyli sieci sportowe oferujące szeroką gamę artykułów sportowych, posiadające wykwalifikowaną kadrę sprzedawców pomocnych w zakresie doboru sprzętu;
- **sklepy monobrandowe**, głównie czołowych marek światowych takich jak: NIKE, ADIDAS, PUMA, REEBOK czyli, oferujące wyłącznie towar jednej, znanej marki; nastawione na grono stałych klientów przywiązanych do tej marki;
- **stoiska sportowe w hipermarketach**, takich jak: MAKRO, TESCO 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.

9. Perspektywy

Rynek artykułów sportowych w Polsce znajduje się w fazie rozwoju, któremu sprzyja panująca obecnie moda na aktywne spędzanie wolnego czasu i prowadzenie zdrowego trybu życia. Rozwijająca się lokalnie infrastruktura sportowa oraz łatwy dostęp do bogatej oferty sprzętowej zachęcają klientów do zmiany przyzwyczajeń i systematycznego zwiększania wydatków na sport i rekreację w swoich budżetach domowych.

Biorąc pod uwagę drzemający w całej branży potencjał wzrostu, INTERSPORT Polska S.A. jako lider sprzedaży asortymentu sportowego ma w najbliższej perspektywie duże możliwości rozwoju. Spółka jest członkiem największej na świecie grupy zakupowej zrzeszonej pod marką INTERSPORT i posiada dostęp do najlepszych ofert handlowych wiodących producentów. Zwiększa to znacznie jej przewagę konkurencyjną na polskim rynku i wpływa pozytywnie na stałe poszerzanie grona klientów lojalnościowych.

9.1 Strategia rozwoju do końca 2012.

Spółka nie planuje do końca 2012 roku uruchamiania nowych lokalizacji.

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

Spółka nie jest stroną w istotnych postępowaniach sądowych, arbitrażowych i administracyjnych, opisanych w § 87 ust. 7 pkt. 7 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku.

11. Transakcje z podmiotami powiązanymi.

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

12. Informacje o udzieleniu przez Spółkę poręczeń kredytu, pożyczki lub gwarancji.

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

13. Wskazanie czynników i zdarzeń, które w ocenie Zarządu będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego półrocza.

Handel artykułami sportowymi jest w dużej mierze zależny od warunków pogodowych, które wpływają pozytywnie lub negatywnie na panujące na rynku nastroje konsumenckie. W ostatnich latach zdarzają się anomalie pogodowe (wcześniejsza lub opóźniona zima), które bezpośrednio generują lub hamują sprzedaż w salonach INTERSPORT. Dlatego też, ostatni kwartał 2012 roku będzie dla Spółki najważniejszym okresem rozliczeniowym.

Cholerzyn, dnia 27 sierpnia 2012 r.



Artur Mikołajko – Prezes Zarządu



Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu

Załącznik nr 1 do „Półrocznego sprawozdania z działalności emitenta”.

I. Znaczący akcjonariusze oraz stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące.

Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (31 sierpnia 2012 roku) 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:

Akcjonariusz	liczba akcji na dzień 31 sierpnia 2012 roku	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZA	% udział głosów na WZA
INTERCONTACT Beteiligungsge- sellschaft mbH	- 1.666.666 akcji imiennych serii C1 - 1.166.668 akcji na okaziciela serii C2 - 650.000 akcji na okaziciela serii E	25,00%	5 150 000	25,00%
Artur Mikołajko	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 812.500 akcji na okaziciela serii B - 5554 akcji na okaziciela serii D	14,84%	3 318 054	16,11%
Sławomir Gil	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 812.500 akcji na okaziciela serii B - 5554 akcji na okaziciela serii D	14,84%	3 318 054	16,11%
Jolanta Milewska	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 399.941 akcji na okaziciela serii B	11,84%	2 899 941	14,07%
Dorota Radwańska Maja Radwańska Kaja Radwańska -jako współwłaścicielki	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 812.500 akcji na okaziciela serii B - 5554 akcji na okaziciela serii D	14,84%	3 318 054	16,11%

Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta wraz ze wskazaniem zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji emitenta w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego -15.05.2012 roku.

osoba zarządzająca / nadzorująca	łączna ilość akcji na dzień przekazania raportu za I kwartał (15.05.2012)	zmiany w strukturze własności w okresie od 15.05.-31.08.2012 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze (31.08.2012)
INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH	3 483 334	bez zmian	3 483 334 akcji tj. 25,00% w kapitale zakładowym
Artur Mikołajko	2 068 054	bez zmian	2 068 054 akcji tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Sławomir Gil	2 068 054	bez zmian	2 068 054 akcji tj. 14,84% w kapitale zakładowym

Dorota Radwańska Maja Radwańska Kaja Radwańska - jako współwłaścicielki	2 068 054	bez zmian	2 068 054 akcji (jako współwłaściciel) tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Jolanta Milewska	1 649 941	bez zmian	1 655 495 akcji tj. 11,84% w kapitale zakładowym

Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu (31.08.2012 roku), wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (15.05.2012 roku), odrębnie dla każdej z osób.

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

osoba zarządzająca /nadzorująca	funkcja	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I kwartał (15.05.2012)	zmiany w strukturze własności w okresie od 15.05.-31.08.2012 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze (31.08.2012)
Artur Mikołajko	Prezes Zarządu	2 068 054	bez zmian	2 068 054 tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Sławomir Gil	Wiceprezes Zarządu	2 068 054	bez zmian	2 068 054 tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Dorota Radwańska (jako współwłaścicielka z Kają i Mają Radwańską)	Członek Rady Nadzorczej	2 068 054	bez zmian	2 068 054 akcji (jako współwłaściciel) tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Łukasz Gil	Członek Rady Nadzorczej	4 500	bez zmian	4 500 akcji tj. 0,03% w kapitale zakładowym

Wg informacji posiadanych przez Zarząd, pozostałe osoby nadzorujące nie posiadają akcji INTERSPORT Polska S.A. W I półroczu 2012 roku Spółka nie zawierała umów, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

Cholerzyn, dnia 31 sierpnia 2012 r.



Artur Mikołajko – Prezes Zarządu



Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu