



SPORT TO THE PEOPLE

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU z działalności za rok 2017 r.



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

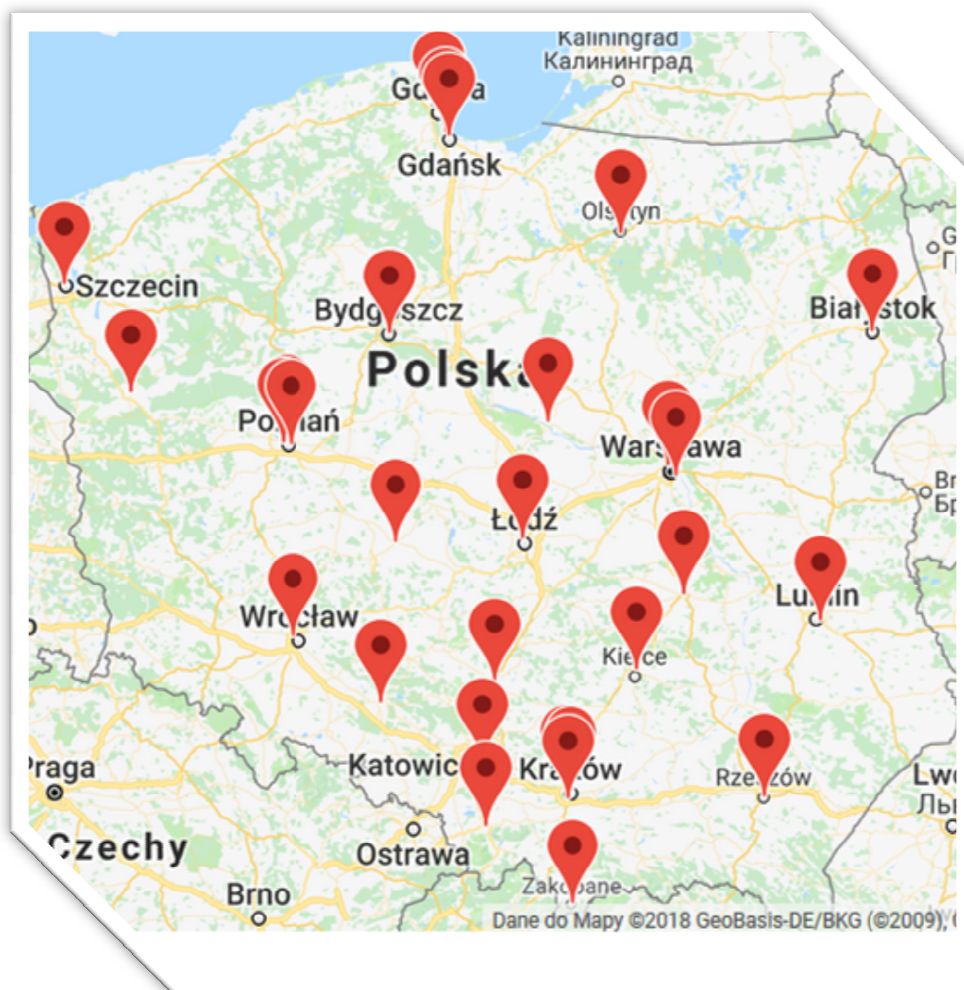
Spis treści	strona
1. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH	4
1.1 Wybrane dane finansowe	
1.2 Bilans	
a) Aktywa	
b) Pasywa	
c) Kapitał własny	
d) Zobowiązania długo- i krótkoterminowe, zmiana instytucji finansowych, analiza zadłużenia.	
1.3 Przepływy finansowe	
a) Analiza płynności finansowej	
1.4 Rachunek zysków i strat	
a) Przychody ze sprzedaży	
b) Koszty	
c) Czynniki i zdarzenia mające istotny wpływ na wyniki z działalności operacyjnej	
2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI	13
2.1 Sytuacja finansowa: analiza rentowności	
2.2 Sytuacja majątkowa: wskaźnik rotacji	
3. INWESTYCJE	15
4. UMOWY ZNACZĄCE	15
5. ISTOTNE WYDARZENIA	18
6. TRANSAKcje Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI	20
7. O INTERSPORT Polska S.A.	20
7.1 Struktura organizacyjna	
7.2 Powiązania organizacyjne i kapitałowe	
7.3 Grupa INTERSPORT	
7.4 Działalność podstawowa	
7.5 Koncepcja sklepu wzorcowego	
7.6 Działania uzupełniające	
7.7 Liczba placówek	
7.8 Stan i struktura zatrudnienia	
7.9 Władze Spółki	
a) Zarząd	
b) Rada Nadzorcza	
c) Ryzyko konfliktu interesów	
d) Wartość wynagrodzeń i nagród	
7.10 Opis Polityki Wynagrodzeń	
7.11 Opis polityki różnorodności	
8. AKCJE I AKCJONARIAT	31
8.1 Struktura akcjonariatu	
8.2 Znaczący akcjonariusze	
8.3 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące	
8.4 Istotne zmiany	
8.5 Opis polityki dywidendy	
8.6 Notowania akcji INTERSPPL na GPW w Warszawie	
9. POLITYKA ASORTYMENTOWA	36
9.1 Oferta handlowa	
9.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia	
9.3 Charakterystyka sprzedaży: struktura, sezonowość	
10. DZIAŁANIA MARKETINGOWE	37
10.1 Wsparcie sprzedaży	
10.2 Klienci lojalnościowi	
10.3 Nagrody i wyróżnienia	
10.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu	
11. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU	41
11.1 Nowy model biznesowy	
11.2 Planowana zmiana roku obrotowego	
11.3 Nowe produkty i usługi	
11.4 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej	
11.5 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w perspektywie roku	
12. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE	44
13. RYZYKA I ZAGROZENIA	44
13.1 Czynniki wewnętrzne	
13.2 Czynniki zewnętrzne	
14. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI	55
14.1 Rynek artykułów sportowych w Polsce	
14.2 Wpływ sytuacji makroekonomicznej	
15. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA	57
16. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	57
OBSZAR	58

Nazwa : INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba : 32-060 Liszki, Cholerzyn 382

Przedmiot podstawowej działalności:

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



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

1. OMÓWIENIE WYNIKÓW za rok 2017 r.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w roku 2017 wypracowała przychody netto ze sprzedaży w wysokości 183.934 tys. zł, czyli o 10,4% niższe wobec 205.201 tys. zł osiągniętych w analogicznym okresie 2016 roku. W roku 2017 roku Spółka zanotowała stratę netto w wysokości 8.999 tys. zł przy stracie netto na poziomie 8.573 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku.

2.1 WYBRANE DANE FINANSOWE

PODSTAWOWE DANE FINANSOWE (dane w tys. zł)	od 01.01.2016 do 31.12.2016	od 01.01.2017 do 31.12.2017
Przychody ze sprzedaży ogółem	205 201	183 934
Wynik brutto na sprzedaży	78 393	69 784
Marża brutto na sprzedaży	38,2%	37,9%
Wynik ze sprzedaży	-5 393	-9 611
Rentowność ze sprzedaży	-2,6%	-5,2%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-7 087	-10 230
Marża EBIT	-3,5%	-5,6%
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	-466	-3 887
Marża EBITDA		
Wynik brutto	-8 961	-10 971
Wynik netto	-8 573	-8 999

WYBRANE DANE FINANSOWE (dane w tys. zł)	Stan na dzień 31.12.2016	Stan na dzień 31.12.2017
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	205 201	183 934
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-7 087	-10 230
III. Zysk (strata) brutto	-8 961	-10 971
IV. Zysk (strata) netto	-8 573	-8 999
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	14 711	-9 171
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 333	-2 665
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-11 387	12 632
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-9	796
IX. Aktywa razem	121 326	122 319
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	107 999	101 804
XI. Zobowiązania długoterminowe	4 940	2 786
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	95 804	91 836
XIII. Kapitał własny	13 327	20 515
XIV. Kapitał zakładowy	1 393	2 288
XV. Liczba akcji (w szt.)	13 933 334	22 880 700
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w zł)	-	-
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	-	-
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję/udział (w zł)	0,96	0,90
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł)	0,96	0,90
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na 1 akcję (w zł)	-	-

BILANS

Wartość sumy bilansowej na dzień 31 grudnia 2017 roku wyniosła 122.319 tys. zł co oznacza wzrost o 0,8% w porównaniu do analogicznego okresu 2016 roku (było: 121.326 tys. zł).

a) AKTYWA

Wartość aktywów Spółki w roku 2017 roku była wyższa o 0,8% w porównaniu do roku 2016 roku. Zmniejszenie poziomu aktywów trwałych w roku 2017 roku o 3.710 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku związane jest głównie z umorzeniem środków trwałych, likwidacją środków trwałych z zamkniętych w 2017 r. sklepów. Wzrost długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 1.914 tys. r/r wynika głównie z aktywowania podatku dochodowego możliwego do odliczenia od dochodu w następnych latach podatkowych. Wyższa wartość aktywów obrotowych wynika przede wszystkim ze zwiększenia stanu zapasów o 4.057 tys. zł tj o 9,6%.

STRUKTURA AKTYWÓW <small>(dane w tys. zł)</small>	stan na dzień	stan na dzień	zmiana %
	31.12.2016	31.12.2017	2017/2016
I. Aktywa trwałe	69 914	66 204	-5,3%
1. Wartości niematerialne i prawne	2 612	3 902	49,4%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	63 185	56 320	-10,9 %
3. Inwestycje długoterminowe	851	802	-5,8%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	3 266	5 180	58,6%
II. Aktywa obrotowe	51 412	56 115	9,1%
1. Zapasy	42 175	46 232	9,6%
2. Należności krótkoterminowe	6 912	6 506	-5,9%
3. Inwestycje krótkoterminowe	1 148	1 944	69,3%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 177	1 433	21,8%
Aktywa razem	121 326	122 319	0,8%

b) PASYWA

Na dzień 31.12.2017 roku wartość kapitałów Spółki była wyższa o 7.188 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. Związane jest to głównie z emisją akcji serii F oraz odnotowaną stratą za 2017 rok.

Zmniejszony poziom zobowiązań długoterminowych w pozycji kredyty i pożyczki a zarazem podobny poziom tej pozycji w zobowiązaniach krótkoterminowych jest efektem przekwalifikowania części zewnętrznych źródeł finansowania. Zmniejszony poziom długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 366 tys. zł wynika z otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową, która jest rozliczana w okresie eksploatacji.

STRUKTURA PASYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 31.12.2016	stan na dzień 31.12.2017	zmiana % 2017/2016
I. Kapitał własny	13 327	20 515	53,9%
1. Kapitał zakładowy	1 393	2 288	64,2%
2. Kapitał zapasowy	20 507	27 226	32,8%
3. Zysk (strata) z lat ubiegłych			
4. Zysk (strata) netto	-8 573	-8 999	5,0%
II. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	107 999	101 804	-5,7%
1. Rezerwy na zobowiązania	1 080	1 004	-7,0%
2. Zobowiązania długoterminowe	4 940	2 786	-43,6%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	95 804	91 836	-4,1%
4. Rozliczenia międzyokresowe*	6 175	6 178	-
Pasywa razem	121 326	122 319	0,8%

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

c) KAPITAŁ WŁASNY

Na dzień 31 grudnia czerwca 2017 r. kapitał własny Spółki wyniósł 20.515 tys. zł i składał się z kapitału zakładowego w wysokości 2.288 tys. zł, kapitału zapasowego w wysokości 27.226 tys. zł, oraz straty netto w kwocie 8.999 tys. zł.

KAPITAŁ PODSTAWOWY

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

KAPITAŁ ZAPASOWY

Zgodnie z art. 396 § 1 Ksh, spółka akcyjna zobligowana jest do przeznaczania 8% corocznego zysku na kapitał zapasowy, który winien być przeznaczony na pokrycie ewentualnych strat, dopóki kapitał zapasowy nie będzie stanowił co najmniej równowartości jednej trzeciej kapitału zakładowego. Na dzień 31.12.2017 r. kapitał zapasowy wynosił 27.226 tys. zł.

ISTOTNE ZMIANY

W roku 2017 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. wzrósł o 53,9% w stosunku do stanu na dzień 31.12.2016 roku. Zgodnie z uchwałą nr 13 podjętą w dniu 30 czerwca 2017 roku przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, strata netto w wysokości 8.573 tys. zł odnotowana w 2016 roku została pokryta z kapitału zapasowego Spółki.

d) ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 31.12.2017 r. łączna wartość zobowiązań Spółki wynosiła 94.622 tys. zł, z czego 2.786 tys. zł stanowiły zobowiązania długoterminowe, a 91.836 tys. zł stanowiły zobowiązania krótkoterminowe. W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku wartość zobowiązań Spółki uległa zmniejszeniu o 6.122 tys. zł, tj. o 6,1% w stosunku do stanu na

koniec 2016 roku. Znaczny udział w łącznych zobowiązaniach Spółki wobec pozostałych jednostek, stanowią zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców, które zmalały z poziomu 76.992 tys. zł na koniec 2016 r. do poziomu 74.813 tys. zł na dzień 31.12.2017 r.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 31.12.2017 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

Zobowiązania długoterminowe (stan na dzień 31.12.2017 r.)

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

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
RAIFFEISEN BANK POLSKA SA	4 000	2 733	2022-05-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny

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

Łączne zobowiązania długoterminowe	31.12.2016 r.	31.12.2017 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	4 900	2 733
Zobowiązania długoterminowe z tyt. leasingu	40	53
Razem	4 940	2 786

Stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 31 grudnia 2017 roku zmniejszył się o 43,6% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku – zmniejszenie wynikało z przekwalifikowania części kredytów długoterminowych na krótkoterminowe oraz spłaty rat kapitałowych.

Zobowiązania krótkoterminowe (stan na dzień 31.12.2017 r)

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

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
ALIOR BANK SA	3 622	2018-06-12	Zastaw rejestrowy na zapasach i środkach trwałych; przelew wierzytelności; pełnomocnictwo do rachunku; hipoteka umowna na nieruchomości	Kredyt w rachunku bieżącym

RAIFFEISEN BANK POLSKA SA (część krótkoterminowana kredytu wykazanego w zobowiązaniach długoterminowych)	800	2022-05-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
RAIFFEISEN BANK POLSKA SA	2 342	2018-09-21	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku; przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym
BANK ZACHODNI WBK SA	223	2018-04-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
BANK ZACHODNI WBK SA	4 169	2018-04-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt w rachunku bieżącym

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

Łączne zobowiązania krótkoterminowe	31.12.2016 r.	31.12.2017 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	11 806	11 156
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. leasingu	62	52
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	83 936	80 628
Razem	95 804	91 836

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 31.12.2017 r. wyniósł 11.156 tys. zł i zmniejszył się o 5,5% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.

ZMIANA INSTYTUCJI FINANSOWYCH

W roku 2017 roku Spółka rozpoczęła współpracę z Raiffeisen Bank Polska, co pozwoliło wygasić w całości zaangażowanie kredytowe Spółki w DNB Bank Polska S.A. ([szczegóły: raport bieżący nr 32/2017](#)) oraz rozszerzyła współpracę z Alior Bank S.A. w zakresie factoringu i obsługi gwarancji ([szczegóły: raport bieżący nr 8 / 2017](#) oraz [raport bieżący nr 51/2017](#)).

W wyniku ww. zmian dotyczących współpracy z instytucjami bankowymi (jako etap przejściowy) nastąpiła konwersja należności na zobowiązania pozabilansowe, czyli zamiana kaucji stanowiących zabezpieczenie umów najmu powierzchni handlowych na gwarancje bankowe Alior Bank S.A.

Spółka postanowiła wykorzystywać linie na gwarancje bankowe tylko w jednym banku, nie jak dotychczas we wszystkich, z którymi współpracowała. W związku z powyższym

gwarancje bankowe dotychczas udzielone przez DNB Bank Polska SA oraz gwarancje udzielone dotychczas przez BZ WBK Polska SA zostały przeniesione do Alior Bank SA.

Gwarancje bankowe udzielone INTERSPORT Polaka S.A. dotyczą kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 31 grudnia 2017 roku gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 3.893 tys. zł i 1.108 tys. euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

Analiza zadłużenia – APM¹

Tabela: Wskaźniki zadłużenia Spółki (w %)

Wskaźniki zadłużenia:	Formuła	31.12.2016 r.	31.12.2017 r.
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania i rezerwy ogółem / Pasywa razem	89,0%	83,2%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Zobowiązania długoterminowe / Pasywa razem	4,1%	2,3%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Zobowiązania krótkoterminowe / Pasywa razem	79,0%	75,1%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitał własny	810,4%	496,2%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	Kapitał własny ogółem / Aktywa razem	11,0%	16,8%

2.3 PRZEPŁYWY FINANSOWE *(dane w tys. zł)*

	od 01.01.2016 do 31.12.2016	od 01.01.2017 do 31.12.2017
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej,		
w tym	14 711	-9 171
Zysk (strata) netto	-8 573	-8 999
Amortyzacja	6 621	6 343
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	-31	49
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	803	664
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	1 050	1 000
Zmiana stanu rezerw	-13	-75
Zmiana stanu zapasów	13 989	-4 057
Zmiana stanu należności	-5 589	406
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	6 790	-1 842
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	-941	-2 167
Inne	605	-493
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 333	-2 665
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-11 387	12 632
Przepływy pieniężne razem	-9	796

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

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 r. stan środków pieniężnych uległ zwiększeniu z 1.148 tys. zł (na koniec 2016 r.) do 1.944 tys. zł w roku 2017 r.:

- **działalność operacyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości minus 9.171 tys. zł. Strata netto, która wyniosła 8.999 zł, została skorygowana (in minus) o 172 tys. zł. Najistotniejsze korekty wynikały z amortyzacji (plus 6.343 tys. zł), ze zwiększenia stanu zapasów (minus 4.057 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zobowiązań krótkoterminowych wobec dostawców (minus 2.167 tys. zł);
- **działalność inwestycyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 2.665 tys. zł (głównie były to wydatki poniesione w związku z pracami w zakresie budowy sklepu internetowego Spółki oraz inwestycji odtworzeniowych istniejących sklepów INTERSPORT Polska S.A.);
- **działalność finansowa** wygenerowała dodatnie przepływy pieniężne w łącznej wysokości 12.632 tys. zł – wpływy związane były głównie z przeprowadzoną w I kwartale 2017 r. emisją 8.947.366 Akcji serii F, Akcje serii F obejmowane były po cenie emisyjnej wynoszącej 1,90 zł oraz zaciągniętym kredytem; wydatki dotyczyły głównie spłaty zobowiązań finansowych oraz kosztów obsługi zadłużenia.

Analiza płynności finansowej – APM²

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

Tabela: Wskaźniki płynności Spółki

Wskaźniki płynności	Formuła	31.12.2016 r.	31.12.2017 r.
Wskaźnik płynności bieżącej	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe	0,5	0,6
Wskaźnik płynności szybkiej	(Aktywa obrotowe – Zapasy) / Zobowiązania krótkoterminowe	0,1	0,1

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

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT (dane w tys. zł)

	od 01.01.2016 do 31.12.2016	od 01.01.2017 do 31.12.2017	zmiana % 2017/2016
I. Przychody netto ogółem	205 201	183 934	-10,4%
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	126 808	114 150	-10,0%
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	78 393	69 784	-11,0%
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	83 786	79 395	-5,2%
VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	-5 393	-9 611	78,2%
VII. Pozostałe przychody operacyjne	1 784	1 864	4,5%
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	3 478	2 483	-28,6%
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-7 087	-10 230	44,3%
X. Przychody finansowe	189	290	53,4%
XI. Koszty finansowe	2 063	1 031	-50,0%
XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-8 961	-10 971	22,4%
XIII. Zysk (strata) brutto	-8 961	-10 971	22,4%
XIV. Podatek dochodowy	-388	-1 972	408,2%
XV. Zysk (strata) netto	-8 573	-8 999	5,0%

PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY

Ze względu na fakt, iż w 2016 r. Spółka dokonała zamknięcia trzech nierentownych sklepów oraz czterech w roku 2017 r. poziom przychodów ze sprzedaży w roku 2017 r. uległ zmniejszeniu o 10,4% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego.

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

Przychody netto ze sprzedaży	2016	2017	zmiana % 2017/2016
Styczeń	24 636	21 997	-10,7%
Luty	17 474	14 725	-15,7%
Marzec	13 116	11 608	-11,5%
Kwiecień	17 280	13 191	-23,7%
Maj	17 738	13 604	-23,3%
Czerwiec	17 025	15 509	-8,9%
Lipiec	18 534	15 046	-18,8%
Sierpień	17 919	14 362	-19,9%
Wrzesień	14 357	12 814	-10,7%
Październik	13 646	12 778	-6,4%
Listopad	12 460	14 899	19,6%
Grudzień	21 012	23 401	11,4%
Razem	205 201	183 934	-10,4%

Główne przyczyny znaczących zmian w przychodach netto Spółki w roku 2017 r. to:

- zamknięcie w roku 2017 r. czterech sklepów zlokalizowanych: w Warszawie (CH Złote Tarasy), w Poznaniu (CH Stary Browar), we Wrocławiu (CH Borek, CH Pasaż Grunwaldzki)
- W okresie przejściowym tj. od I-III kwartału 2017 roku, ze względu na przeprowadzenie koniecznej zmiany dostawców części produktów, stan zatowarowania sklepów był niski, co negatywnie wpłynęło na wyniki finansowe Spółki. W IV kwartale 2017 roku sytuacja uległa znacznej poprawie. Spółka zatowarowała sklepy nową kolekcją jesienno-zimową i wyrównała rok do roku stany magazynowe. Otrzymała w ten sposób impuls do odwrócenia negatywnego trendu sprzedaży.

KOSZTY (w tys. zł)	od 01.01.2016 do 31.12.2016	od 01.01.2017 do 31.12.2017	zmiana % 2017/2016
Amortyzacja	6 621	6 343	-4,2%
Zużycie materiałów i energii	4 169	3 822	-8,3%
Usługi obce	44 533	41 472	-6,9%
Podatki i opłaty	2 673	2 366	-11,5%
Wynagrodzenia	18 561	18 530	-0,2%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	3 805	3 891	2,3%
Pozostałe koszty rodzajowe	3 424	2 971	-13,2%
Koszty razem	83 786	79 395	-5,2%

W związku ze zmniejszeniem powierzchni handlowej, zamknięciem sklepów, generowanym niższym poziomem przychodów ze sprzedaży oraz podjęciem działań zwiększających efektywność prowadzonej działalności, poziom kosztów działalności operacyjnej w roku 2017 r. jest niższy w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o 5,2 %.

CZYNNIKI I ZDARZENIA MAJĄCE ISTOTNY WPŁYW NA WYNIKI Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

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

Wynik operacyjny	01.01.2016 31.12.2016	01.01.2017 31.12.2017
Przychody ze sprzedaży, w tym:	205 201	183 934
przychody ze sprzedaży produktów	3 357	3 560
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	201 844	180 374
Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów	126 808	114 150
Zysk brutto ze sprzedaży	78 393	69 784
koszty sprzedaży	77 071	72 300
koszty ogólnego zarządu	6 715	7 095
Zysk ze sprzedaży	-5 393	-9 611
pozostałe przychody operacyjne	1 784	1 864
pozostałe koszty operacyjne	3 478	2 483
Wynik na działalności operacyjnej	-7 087	-10 230

Kluczowy wpływ na poziom wyniku operacyjnego Spółki ma poziom zysku osiąganego ze sprzedaży towarów i materiałów. Zysk na sprzedaży towarów i materiałów Spółki w roku 2017 r. uległ obniżeniu do poziomu 66.224 tys. zł w porównaniu do 75.036 tys. zł w roku 2016 r. Na poziom zysku na sprzedaży towarów i materiałów osiągniętego w roku 2017 r. decydujący wpływ miały: (i) niższe przychody ze sprzedaży towarów i materiałów (21.470 zł mniej w roku 2017 r.) oraz (ii) niższa marża na sprzedaży towarów i materiałów (36,7% w roku 2017 r. w porównaniu do 37,2% w roku 2016 r.).

Koszty sprzedaży (przede wszystkim koszty sieci detalicznej) w roku 2017 r. uległy obniżeniu w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego z 77.071 tys. zł do 72.300 tys. zł. Obniżenie wartości tej pozycji kosztów było wynikiem zamknięcia trzech sklepów w 2016 r. oraz czterech w roku 2017 r.

Koszty ogólnego zarządu w roku 2017 r. nieznacznie zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego z 6.715 tys. zł do 7.095 tys. zł.

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

W roku 2017 roku obniżono koszty działalności operacyjnej o 28,6% tj. o 995 tys. mniej r/r.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł minus 10.230 tys. zł i był niższy w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego kiedy to wyniósł minus 7.087 tys. zł.

Niższa sprzedaż odnotowana w roku 2017 roku oraz poniesione przez Spółkę jednorazowe koszty zamknięcia sklepów rzutowały łącznie na poziom odnotowanej straty.

Zdaniem Zarządu Spółki, poza wymienionymi wyżej czynnikami, nie wystąpiły inne, istotne zdarzenia nadzwyczajne lub sporadyczne, które miały znaczący wpływ na wynik operacyjny Spółki.

2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI

2.1 SYTUACJA FINANSOWA

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

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

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

APM - Alternatywny Pomiar Wyników	2016	2017
EBITDA = (Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację)	-466	-3 887

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

ANALIZA RENTOWNOŚCI³ - APM

Tabela: Analiza rentowności działalności Spółki (w %)

Wskaźniki rentowności	Formuła	2016	2017
Marża brutto ze sprzedaży towarów	Zysk / Strata brutto ze sprzedaży towarów / przychody ze sprzedaży towarów	37,2%	36,7%
Rentowność ze sprzedaży	Zysk / Strata ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-2,6%	-5,2%
Rentowność EBIT	Zysk / Strata z działalności operacyjnej / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-3,5%	-5,6%
Rentowność netto	Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-4,2%	-4,9%
Rentowność aktywów ROA**	Zysk / Strata netto / aktywa na koniec okresu	-7,1%	-7,4%
Rentowność kapitałów własnych ROE**	Zysk / Strata netto / kapitał własny na koniec okresu	-64,3%	-43,9%

W roku 2017 r. Spółka odnotowała spadek marży brutto ze sprzedaży do poziomu 36,7% (w roku 2016 r. było 37,2%).

W roku 2017 r. rentowność ze sprzedaży Spółki wyniosła minus 5,2% w porównaniu do minus 2,6% w analogicznym okresie roku poprzedniego. Zmniejszenie poziomu rentowności spowodowane było m.in. rozliczeniem w okresie I kwartału 2017 r. części kosztów zamykanych sklepów.

Wskaźniki ROE oraz ROA w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku kształtowały się na ujemnym poziomie odpowiednio od minus 7,1% do minus 7,4% (ROA) oraz od minus 64,3% do minus 43,9% (ROE). Niskie wskaźniki w tym zakresie są wynikiem poniesionej znaczącej straty netto w 2017 r..

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

2.2 SYTUACJA MAJĄTKOWA

WSKAŹNIK ROTACJI⁴ - APM

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

Cykl rotacji	Formuła	stan na dzień 31.12.2016	stan na dzień 31.12.2017
Cykl rotacji zapasów	Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	75,0	91,7
Cykl rotacji należności krótkoterminowych	Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	12,3	12,9
Cykl rotacji zobowiązań bieżących	Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	149,3	160,0

Wskaźniki zostały obliczone dla liczby dni równej 365

Wskaźnik rotacji zapasów na koniec 2017 roku. uległ wydłużeniu z 75 dni na koniec 2016 r. do 92 dni. Wydłużenie wskaźnika rotacji zapasów związane było ze znacznym zwiększeniem wartości zapasów, przy jednoczesnym zmniejszeniu wartości przychodów ze sprzedaży. Wskaźnik rotacji należności uległ wydłużeniu z 12,3 dni na koniec 2016 r. do 12,9 dni na koniec 2017 roku. Cykl rotacji zobowiązań bieżących na koniec grudnia 2017 r. uległ wydłużeniu do 160 dni. Wydłużenie cyklu rotacji zobowiązań bieżących związane było ze zmniejszeniem wartości przychodów ze sprzedaży.

3. INWESTYCJE

W roku 2017 r. Spółka poniosła wydatki inwestycyjne w wysokości 1,3 mln zł z czego wydatki w zakresie uruchomienia własnego sklepu internetowego wyniosły 0,6 mln zł. Inwestycja w sklep internetowy została rozpoczęta w 2015 r., a zakończona została w maju 2017 r. Łączna wartość poniesionych nakładów na budowę sklepu internetowego wyniosła 1,7 mln zł.

Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych

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

4. UMOWY ZNACZĄCE w roku 2017

- w dniu 31 stycznia 2017 roku zostały podpisane aneksy do umów z Alior Bank S.A. zgodnie z którymi: Umowa o Kredyt w rachunku bieżącym od kwoty 4.400.000 do 3.200.000 PLN została przedłużona do dnia 30.01.2018 r., ostatnim dniem okresu

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

wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 2.100.000 PLN jest 31.01.2017 roku; dniem ostatecznej spłaty jest 10.02.2018 r., ostatnim dniem okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 1.100.000 EUR jest 31.01.2017 roku; dniem ostatecznej spłaty jest 10.02.2018 r.;

- W dniu 16 lutego 2017 roku Spółka podpisała trójstronne porozumienie z INTERSPORT Deutschland eG oraz INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH mające na celu uregulowanie wzajemnych zobowiązań, umożliwienie Spółce pozyskania dodatkowych funduszy, poprawienia wysokości i struktury kapitałów własnych w celu dalszego rozwoju i realizacji celów strategicznych Spółki oraz dalszego rozwoju marki INTERSPORT w Polsce;
- W dniu 9 marca 2017 roku Spółka zawarła z IIC - INTERSPORT International Corporation GmbH z siedzibą w Bernie następujące umowy: 1. Umowa licencyjna INTERSPORT (INTERSPORT Licence Agreement, „ILA”); 2. Umowa licencyjna na marki własne (Exclusive Brands Licence Agreement, „EBLA”) oraz 3. Umowa agencyjna w zakresie zakupów (Purchasing Agency Agreement, „PAA”) Na podstawie zawartych Umów z IIC, INTERSPORT Polska S.A., jako licencjobiorca, uzyska bezpośrednio od IIC: (i) wyłączone 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) wyłączone 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. Ww. umowy zostały zawarte pod warunkiem, że do dnia 24 marca 2017 roku Spółka spłaci całość zadłużenia wobec INTERSPORT Deutschland eG z siedzibą w Heilbronn, Niemcy („IDE”), jakie Spółka miała wobec IDE na dzień 28 lutego 2017 r. oraz że Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki zwołane na dzień 15 marca 2017 r. podejmie uchwałę o zmianie § 9(1) ust. 2 Statutu Spółki zgodnie z wnioskiem INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH („ITC”). Strony potwierdziły również, że z chwilą wejścia w życie Umowy licencyjnej INTERSPORT zawartej z IIC wygasną zawarte przez Spółkę z IDE w 2005 r. umowy sublicencyjne na używanie znaku towarowego „INTERSPORT” oraz znaków towarowych dotyczących marek własnych INTERSPORT na terytorium Polski;
- W dniu 22 marca 2017 roku spełnił się ostatni warunek wejścia w życie bezpośrednich umów licencyjnych zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH z siedzibą w Bernie, Szwajcaria i wygasły umowy sublicencyjne zawarte w 2005 roku pomiędzy Spółką a INTERSPORT Deutschland eG z siedzibą w Heilbronn, Niemcy;

- W związku z wejściem w życie w dniu 24 marca 2017 roku bezpośrednich Umów licencyjnych i Umowy Agencyjnej zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH, Zarząd Spółki podjął uchwałę w sprawie wdrożenia „Nowego modelu biznesowego IPL”, który w jego ocenie wpłynie na poprawę pozycji rynkowej i wyników finansowych Spółki;
- W kwietniu 2017 r. Spółka podpisała z Raiffeisen Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, umowę kredytową i umowę o limit wierzytelności. Łączna wartość zawartych umów wynosi 10 mln zł: umowa kredytu inwestycyjnego w wysokości 4 mln zł, której dniem ostatecznej spłaty jest 31 maja 2022 roku i umowa o limit wierzytelności w wysokości 6 mln zł, której dniem ostatecznej spłaty limitu jest 21 września 2018 roku;
- W maju 2017 roku Bank Zachodni WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu przedłużył ze Spółką umowę kredytową oraz umowę o limit na gwarancje bankowe: - Umowa o kredyt w rachunku bieżącym do kwoty 500.000 PLN (pięćset tysięcy złotych) została przedłużona do dnia 30.09.2017r.; - Umowa o limit na gwarancje bankowe została przedłużona - o najwyższej kwocie wykorzystania 3.000.000 PLN (trzech milionów złotych) w okresie dostępności limitu do dnia 30.09.2017 roku;
- W maju 2017 roku Spółka podpisała aneksy do umów kredytowych z Alior Bank S.A. Zgodnie z podpisanymi aneksami Umowa o Kredyt w rachunku bieżącym w wysokości 4.250.000 PLN została przedłużona do dnia 12 czerwca 2018 r., ostatni dzień okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 4.100.000 PLN to 12 czerwca 2018 roku; dniem ostatecznej spłaty jest 12 czerwca 2019 r., ostatni dzień okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 1.200.000 EUR to 12 czerwca 2018 roku; dniem ostatecznej spłaty jest 12 czerwca 2019 r., dodatkowo została zawarta Umowa Współpracy Wstąpienie w Prawa Wierzycieli (Faktoring Odwrotny) do kwoty 3.000.000,00 PLN, której ostatni dzień okresu wykorzystania przypada na 12 marca 2019 roku, zaś ostateczny termin spłaty to 10 czerwca 2019 roku.
- We wrześniu 2017 roku została podpisana z GOTHAER Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie umowa generalna określająca warunki oraz zasady ubezpieczenia z tytułu prowadzonej przez Spółkę działalności. Umowa została zawarta na okres 2 lat tj. od 25 września 2017 r. do 24 września 2019 r. i jest polisowana w okresach rocznych tj. pierwszy rok polisowy od 25.09.2017 do 24.09.2018, drugi rok polisowy od 25.09.2018 do 24.09.2019 na warunkach nie odbiegających od powszechnie stosowanych do tego rodzaju umów. Umowa nie zawiera postanowień dotyczących kar umownych. Zgodnie z umową ogólna suma ubezpieczenia (wartość ubezpieczonego mienia) wraz z podliczonymi limitami na kradzież w zakresie ubezpieczenia mienia od wszystkich ryzyk wynosi: 284 189 304,82 zł zaś ogólna suma ubezpieczenia (wartość ubezpieczonego mienia) sprzętu elektronicznego od wszystkich ryzyk (w tym limity na kradzież do pełnej wysokości sumy ubezpieczenia) wynosi: 1 148 589,10zł. Podstawowa suma gwarancyjna w ubezpieczeniu odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzonej działalności

i posiadanego mienia wynosi 10 000 000 zł. W skład zakresu ubezpieczenia objętego umową wchodzi również dodatkowa linia ubezpieczenia: ubezpieczenie maszyn od uszkodzeń.

Dodatkowo, została podpisana ze Spółką Colonnade Insurance S.A. Oddział w Polsce umowę ubezpieczenia mienia w transporcie (cargo). Przedmiotowa umowa została zawarta na okres od 25 września 2017 r. do 24 września 2018 r. ([szczegóły: raport bieżący nr 77/2017](#)).

- We wrześniu 2017 roku Bank Zachodni WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu przedłużył ze Spółką umowę kredytową, która została opisana w raporcie bieżącym nr 47 z dnia 29 maja 2017 roku; raporcie bieżącym nr 16 z dnia 27 maja 2015 roku; oraz w raporcie bieżącym nr 19 z dnia 29 maja 2013 roku. Umowa o kredyt w rachunku bieżącym do kwoty 500.000 PLN (pięćset tysięcy złotych) została przedłużona do dnia 30.04.2018r. Pozostałe warunki określone w umowie nie odbiegają od powszechnie stosowanych na rynku. ([szczegóły: raport bieżący nr 78/2017](#)).

5. ISTOTNE WYDARZENIA w roku 2017

W ocenie Zarządu Spółki od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku nie zaszły inne istotne zmiany w sytuacji finansowej ani pozycji handlowej INTERSPORT Polska S.A., poza tym, iż:

- W związku z wygaśnięciem umowy najmu, od dnia 30 stycznia 2017 r. sklep INTERSPORT o powierzchni 1.076 m² zlokalizowany w CH Złote Tarasy w Warszawie został zamknięty,
- W związku z wygaśnięciem umowy najmu, od dnia 13 lutego 2017 roku sklep INTERSPORT o powierzchni 1.130 m² zlokalizowany w CH Stary Browar w Poznaniu został zamknięty;
- W dniu 16 lutego 2017 roku Zarząd poinformował o konieczności podniesienia kapitału zakładowego Spółki w związku z planowaną zmianą modelu zakupu marek własnych INTERSPORT;
- W dniu 22 marca 2017 r. Zarząd podjął uchwałę w sprawie wdrożenia „Nowego modelu biznesowego INTERSPORT Polska S.A.” zgodnie z którym Spółka będzie realizować proces zamówień wysoko marżowych marek własnych INTERSPORT bezpośrednio u producentów w Chinach. W sierpniu 2017 roku Spółka otrzymała pierwszą dostawę na nowych warunkach, a pełny efekt zmian będzie widoczny od wiosny 2018 roku;
- W kwietniu 2017 r. Spółka zakończyła prywatną subskrypcję akcji serii F. W wyniku przeprowadzonej oferty prywatnej Spółka zawarła umowy objęcia 8.947.366 Akcji serii F z 12 osobami. Wartość przeprowadzonej oferty prywatnej wyniosła 17,0 mln zł. Akcje serii F zostały zarejestrowane 26 kwietnia 2017 r.;
- W lipcu 2017 roku Spółka w wyniku obustronnego porozumienia skrócenia okresu umowy najmu zamknęła lokal o powierzchni 816 m² w Centrum Handlowym Borek przy al. Gen. J. Hallera 52 we Wrocławiu ([szczegóły: raport bieżący nr 53](#)),
- Decyzją nr DPI/WE/410/46/17/17 z dnia 23 sierpnia 2017 r. Komisja Nadzoru Finansowego zatwierdziła prospekt emisyjny INTERSPORT Polska S.A. na podstawie

którego, Spółka zamierza ubiegać się o dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym (podstawowym) na GPW w Warszawie – 8.947.366 (słownie: osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F o wartości nominalnej 0,10 zł każda, które były przedmiotem subskrypcji prywatnej w rozumieniu art. 431 § 2 ust. 1 Kodeksu spółek handlowych, opisanej w raporcie bieżącym nr 27 z dnia 5 kwietnia 2017 roku. [raport bieżący nr 65/2017](#)),

- W sierpniu 2017 roku, w związku z wygaśnięciem umowy najmu oraz brakiem alternatywnej oferty najmu innego lokalu w tym samym centrum handlowym o który wnioskowała Spółka, sieć INTERSPORT zamknęła sklep o powierzchni 1.071 m² zlokalizowany w CHR Pasaż Grunwaldzki przy Placu Grunwaldzkim 22 we Wrocławiu ([szczegóły: raport bieżący nr 66/2017](#)),
- W dniu 24 sierpnia 2017 roku przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie Wydział XII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zmian par. 5 pkt.1 i par.34 Statutu Spółki wprowadzonych uchwałą nr 16 i uchwałą nr 17 na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki w dniu 30 czerwca 2017 roku ([szczegóły: raport bieżący nr 67/2017](#)),
- Na podstawie Uchwały nr 611/17 z dnia 18 września br. Zarząd Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych postanowił warunkowo zarejestrować w depozycie 8.947.366 (osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F spółki INTERSPORT Polska S.A. o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda oraz oznaczyć je kodem PLINTSP00038 ([szczegóły: raport bieżący nr 73/2017](#)),
- W dniu 19 września 2017 roku Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. powziął Uchwałę Nr 1079/2017 w sprawie dopuszczenia i wprowadzenia do obrotu giełdowego na rynku podstawowym 8.947.366 (osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F spółki INTERSPORT Polska S.A. o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda. Zarząd Giełdy postanowił wprowadzić - wyżej wymienione akcje zwykłe na okaziciela serii F - z dniem 21 września 2017 r. w trybie zwykłym do obrotu giełdowego na rynku podstawowym, pod warunkiem dokonania przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. w dniu 21 września 2017 r. rejestracji tych akcji i oznaczenia ich kodem „PLINTSP00038” ([szczegóły: raport bieżący nr 74/2017](#)),
- W dniu 20 września br. Dział Operacyjny Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych S.A. („KDPW”) opublikował Komunikat nr ONP/2017/160, zgodnie z którym w dniu 21 września 2017 roku nastąpiła rejestracja w KDPW i oznaczenie kodem „PLINTSP00038” - 8.947.366 (osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F Emitenta o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda ([szczegóły: raport bieżący nr 75/2017](#)).

6. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

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

7. O 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.

7.1. 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.

7.2. Powiązania organizacyjne i kapitałowe

UMOWA LICENCYJNA

Dzięki podpisaniu w dniu 9 marca 2017 roku Umów z INTERSPORT International Corporation (IIC), Spółka INTERSPORT Polska S.A. jest wyłącznym w Polsce partnerem

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

UMOWA INWESTYCYJNA

Zgodnie z podpisaną przez INTERSPORT Polska S.A. (IPL) w dniu 27 października 2005 roku Umową Inwestycyjną, spółka INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH - dawniej: INTERCONTACT Werbeagentur GmbH (ITC), posiada 1.666.666 akcji imiennych uprzywilejowanych co do głosu (Akcje serii C1) 1.166.668 akcji zwykłych na okaziciela (Akcje serii C2), 650.000 akcji na okaziciela (Akcje serii E), stanowiących 15,22% kapitału zakładowego i uprawniających do 17,73% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy INTERSPORT Polska S.A.. Spółka ITC jest spółką córką INTERSPORT Deutschlang eG (dawnego sublicencjonodawcy IPL).

7.3 GRUPA INTERSPORT na świecie

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych. Na koniec 2017 roku posiadała na całym świecie 5.647 salonów pod szyldem INTERSPORT (w 2016 roku: 5.509 sklepów) i była obecna w 45 krajach.

Rok 2017 to kolejny rekordowy rok dla Grupy INTERSPORT: sprzedaż na całym świecie wzrosła o 3,3% z 11,1 miliarda Euro do 11,5 miliarda Euro. Wzrost z korektą walutową wyniósł 3,8%.

Restrukturyzacja zarządzania i konsekwentne wdrażanie strategii INTERSPORT 2.0

Pomimo odnotowanego wzrostu Grupa INTERSPORT rozpoczęła wdrażanie Strategii INTERSPORT 2.0 w celu dalszego wzmocnienia swej konkurencyjności na rynkach międzynarodowych, w związku z czym uruchomiono Cyfrowe Centrum Doskonałości w Amsterdamie (INTERSPORT International Services B.V.). Kolejny rozpoczęty międzynarodowy projekt to REB4 ("Wzmocnienie Marek Własnych"), którego celem jest zrównoważone wzmacnianie biznesu marek własnych.

Wyżej wymienione działania mają na celu ugotowanie Grupie INTERSPORT drogi do pomyślnego kształtowania pozycji rynkowej na świecie.

7.4 Podstawowa działalność Spółki

Spółka działa na rozwijającym się w Polsce rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Wg stanu na dzień 31.12.2017 roku sieć INTERSPORT Polska S.A. prowadziła działalność w 31 sklepach o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 28.933 m².

7.5 Koncepcja sklepu wzorcowego

LOKALIZACJA – największe centra handlowe w wiodących miastach Polski

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

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

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

ASORTYMENT – główną ofertę tworzą najlepsze marki wiodących producentów sportowych, dobrze rozpoznawane przez klientów. Ich uzupełnieniem, na poziomie średniej półki cenowej, są stopniowo wprowadzane marki własne INTERSPORT, które 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 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 narciarsko- snowboardowego i tenisowego w INTERSPORT RENT.

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

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

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

SYSTEMY BEZPIECZEŃSTWA – sklepy posiadają pełny system zabezpieczeń antykradzieżowych, obejmujący: specjalne szafki dla klientów na torby i plecaki,

podłączenie alarmowe, bramki elektroniczne, elementy bezpośrednio zabezpieczające towar.

KONTROLA WEWNĘTRZNA – w celu usprawnienia funkcjonowania sklepów, wdrożone są rozbudowane instrukcje działania dla pracowników z podziałem na stanowiska. Kontrolę nad prawidłowym funkcjonowaniem sklepów sprawują poszczególne działy w centrali zgodnie z wyznaczonymi zadaniami.

SYSTEM MONITORINGU PRZEPŁYWU KLIENTÓW – sklepy są wyposażone w profesjonalne liczniki przy bramkach wejściowych rejestrujące odwiedzających je klientów.

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



7.6 Działania uzupełniające

- Sezonowo dostępny jest: (1) serwis rowerowy - oferujący przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymiany elementów składowych roweru, w tym podnoszących komfort użytkowania, (2) serwis tenisowy - oferujący wymianę naciągu oraz naciąganie rakiet na specjalistycznych urządzeniach firm: *Babolat* lub *Pro Spro*, (3) serwis rolkowy, (4) serwis ostrzenia łyżew, (5) profesjonalny serwis narciarski - prowadzony na w pełni zautomatyzowanych i wydajnych maszynach do regeneracji ślizgów firm *Montana* i *Wintersteiger*.
- Stali klienci mają możliwość uczestniczenia w programie „eKARTA INTERSPORT”, który oparty jest na systemie bonów wartościowych generowanych podczas zakupów. Dodatkowo, karta stałego klienta upoważnia do zniżki serwisowej oraz udziału w specjalnych promocjach sprzedażowych i imprezach sportowych.

- Spółka prowadzi sprzedaż internetową pod adresem www.intersport.pl, co jest szczególnie ważne dla klientów z regionów, gdzie nie ma jeszcze salonów INTERSPORT. W maju 2017 roku została uruchomiona nowa platforma eCommerce wykonana w oparciu o uznane na świecie rozwiązanie Magento, które gwarantuje wiele innowacyjnych funkcjonalności ułatwiają jej obsługę operacyjną oraz czyniąc platformę maksymalnie przyjazną dla użytkowników. Platforma sprzedażowa i widoki CMS są zbudowane w sposób responsywny, czyli elastycznie dopasowujący się do urządzenia na którym jest wyświetlana. Dedykowane funkcje zostały dostosowane do wymogów strategii biznesowej Spółki. Sklep eCommerce spełnia wszystkie standardy obsługi nowoczesnego klienta w modelu sprzedaży wielokanałowej:
 - Obsługa eKarty, klienta lojalnościowego i wszystkich promocji, funkcjonujących w sklepach stacjonarnych.
 - Proces Click & Collect - odbiór w salonach stacjonarnych, dostawa kurierem.
 - Mechanizmy sprzedażowe: oferta zestawów produktowych (bundle), pełna paleta promocji katalogowych i koszykowych.
 - Moduł kodów rabatowych i bonów podarunkowych.

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

- W wybranych placówkach działa **INTERSPORT RENT**. Klient ma możliwość przed zakupem przetestowania najnowszej kolekcji sprzętu zimowego.
- W celu usprawnienia systemu komunikacyjnego z klientem, Spółka posiada **BIURO OBSŁUGI KLIENTA +48 801-500-502**, które ma pomóc m.in. w uzyskaniu szybkiej i fachowej informacji na temat usług, dostępności asortymentu w poszczególnych salonach, statusie rozpatrzenia reklamacji oraz zasadach działania programu lojalnościowego.

7.7 Liczba placówek (stan na dzień 31.12.2017 roku)

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

1	Kraków	CH Zakopianka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW
2	Bielsko-Biała	CHR Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA
3	Warszawa	Arkadia	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA
4	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE
5	Łódź	CH Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ
6	Gdańsk	CH Madison	ul. Rajska 10, 80-850 GDAŃSK
7	Kraków	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5, 31-154 KRAKÓW
8	Warszawa	Sadyba Best Mall	ul. Powsińska 31, 02-903 WARSZAWA
9	Gdańsk	Galeria Bałtycka	al. Grunwaldzka 141, 80-264 GDAŃSK
10	Wrocław	Magnolia Park	ul. Legnicka 58, 54 - 203 WROCŁAW
11	Warszawa	Ursynów	ul. Sójki 37, 02-812 WARSZAWA
12	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 POZNAŃ
13	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 BYDGOSZCZ
14	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 BIAŁYSTOK
15	Poznań	CH King Cross Marcellin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ
16	Gdynia	CH Riviera	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA
17	Opole	GH Solaris Center	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE
18	Częstochowa	GH Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 CZĘSTOCHOWA
19	Płock	Galeria Wisła	ul. Wyszogrodzka 144, 09-410 PŁOCK
20	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 ZAKOPANE
21	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM
22	Szczecin	Galeria Kaskada	Al. Niepodległości 36, 70-404 SZCZECIN
23	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW
24	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 GORZÓW Wlkp.
25	Kielce	Galeria Korona	ul. Warszawska 26, 25-312 KIELCE
26	Kraków	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61, 31-346 KRAKÓW
27	Lublin	Atrium Felicity	Al. Witosa 32, 20-331 LUBLIN
28	Kalisz	Galeria Amber	ul. Górnośląska 82, 62-800 KALISZ
29	Olsztyn	Galeria Warmińska	ul. Tuwima 26, 10-748 OLSZTYN
30	Bydgoszcz	Zielone Arkady	ul. Wojska Polskiego 1, 85-171 BYDGOSZCZ
31	Poznań	CH Posnania	ul. Pleszewska, 61-136 POZNAŃ

7.8 Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 31 grudnia 2017 r. w Spółce było zatrudnionych 425 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 24 osoby niepełnosprawne. Spółka prowadziła też stałą współpracę z 48 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonywały dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. Od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku Spółka zatrudniła 141 osób (rozwiązano umowy z 167 osobami). Przeciętne zatrudnienie w okresie od 1 stycznia 2017 r. do 31 grudnia 2017 r. wynosiło 435 osoby.

7.9 Władze spółki

ZARZĄD

Zarząd Spółki pracuje w dwuosobowym składzie. Prezes Zarządu, Pan Artur Mikołajko oraz Wiceprezes Zarządu, Pan Sławomir Gil pełnią swoje funkcje od 18 lipca 1988 roku. Kadencja Prezesa Zarządu Artura Mikołajko zakończy się z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji, tj. za rok rozpoczynający się 1 stycznia 2018 i kończący 31 marca 2019 roku. Kadencja Wiceprezesa Zarządu Sławomira Gil zakończy się z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji, tj. za rok obrotowy rozpoczynający się 1 kwietnia 2019 roku i kończący 31 marca 2020 roku.

RADA NADZORCZA

Rada Nadzorcza INTERSPORT POLSKA S.A. działa na podstawie przepisów Kodeksu Spółek Handlowych, a także Statutu Spółki, które określają w szczególności jej skład i kompetencje oraz na podstawie Regulaminów określających organizację i sposób wykonywania przez nią czynności.

Rada Nadzorcza składa się od pięciu do siedmiu członków, w tym Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy powołuje i odwołuje Radę Nadzorczą oraz ustala liczbę jej członków. Członkowie Rady Nadzorczej wybierają spośród swego grona Przewodniczącego i Zastępcę Przewodniczącego Rady Nadzorczej. Posiedzenia Rady odbywają się co najmniej raz na kwartał i są zwoływane przez Przewodniczącego Rady lub jego zastępcę.

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku Rada Nadzorcza Spółki pracowała w sześciuosobowym składzie.

Od dnia 1 stycznia do 29 czerwca 2017 r.:

1. Pan Artur Olender – Przewodniczący
2. Pani Beata Mikołajko - Wiceprzewodnicząca
3. Pan Łukasz Gil
4. Pani Dorota Radwańska
5. Pan Piotr Dygas
6. Pan Mathias Boenke

W dniu 30 czerwca 2017 roku do Rady Nadzorczej został powołany Pan Krzysztof Pięła ([szczegóły w raporcie bieżącym nr 55/2017](#))

Od dnia 30 czerwca do 31 sierpnia 2017 r.:

1. Pan Artur Olender – Przewodniczący
2. Pani Beata Mikołajko - Wiceprzewodnicząca
3. Pan Łukasz Gil
4. Pani Dorota Radwańska
5. Pan Piotr Dygas
6. Pan Mathias Boenke
7. Krzysztof Pięła

W dniu 31 sierpnia 2017 roku z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki zrezygnowali: Pani Dorota Radwańska oraz Pan Piotr Dygas ([szczegóły w raportach bieżących: nr 68/2017 i nr 69/2017](#)).

Od dnia 1 września do 26 września 2017 r.:

1. Pan Artur Olender – Przewodniczący
2. Pani Beata Mikołajko - Wiceprzewodnicząca
3. Pan Łukasz Gil
4. Pan Mathias Boenke
5. Krzysztof Pięła

W dniu 27 września 2017 roku do Rady Nadzorczej został powołany Pan Wojciech Mamak i Jarosław Krotacz ([szczegóły w raporcie bieżącym nr 80/2017](#))

Od dnia 27 września do 31 grudnia 2017 roku:

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

Komisja ds. audytu i komisja ds. wynagrodzeń

W ramach Rady Nadzorczej Spółki funkcjonuje komisja ds. audytu (zwana Komisją Audytu) i komisja ds. wynagrodzeń oraz komisja ds. nominacji (jako jeden organ, zwany Komisja Wynagrodzeń i Nominacji). Komisja Audytu oraz Komisja Wynagrodzeń i Nominacji działają w ramach Rady Nadzorczej.

W okresie od 1 stycznia do 31 sierpnia 2017 roku skład działających w Radzie Nadzorczej komisji przedstawiał się następująco:

- Komisja Audytu w składzie: Artur Olender, Łukasz Gil, Piotr Dygas.
- Komisja Wynagrodzeń i Nominacji w składzie: Piotr Dygas, Dorota Radwańska, Mathias Boenke.

W okresie od 1 września do 26 września 2017 roku skład działających w Radzie Nadzorczej komisji przedstawiał się następująco:

- Komisja Audytu w składzie: Artur Olender, Łukasz Gil.
- Komisja Wynagrodzeń i Nominacji w składzie: Mathias Boenke.

W okresie od 27 września do 31 grudnia 2017 roku skład działających w Radzie Nadzorczej komisji przedstawiał się następująco:

- Komisja Audytu w składzie: Wojciech Mamak, Łukasz Gil, Jarosław Krotacz
- Komisja Wynagrodzeń i Nominacji w składzie: Jarosław Krotacz, Mathias Boenke, Wojciech Mamak.

W dniu 22 marca 2018 r. Pan Mathias Boenke zrezygnował z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki ([szczegóły w raporcie bieżącym: nr 6/2018](#)).

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.

Kadencja członków Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. zakończy się z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji.

Na dzień 31.12.2017 r. Wojciech Mamak i Jarosław Krotacz spełniają kryteria niezależności ustalone na podstawie ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (Dz. U. z 2017 r., poz. 1089), jak również na podstawie Załącznika II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) (2005/162/WE, Dz.U.U.E.L.2005.52.51 z dnia 25 lutego 2005 r.), do których odsyłają „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”, stanowiące Załącznik do Uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 13 października 2015 r.; a Łukasz Gil spełnia ponadto wymóg posiadania kwalifikacji w dziedzinie rachunkowości lub rewizji finansowej.

RYZIKO KONFLIKTU INTERESÓW

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

- pomiędzy członkami Zarządu i Rady Nadzorczej występują określone powiązania natury rodzinnej (dotyczy powiązań pomiędzy Arturem Mikołajko i Beatą Mikołajko oraz Sławomirem Gilem i Łukaszem Gilem);
- Mathias Boenke jest powiązany z Grupą INTERSPORT – należąca do tej grupy spółka INTERCONTACT Werbeagentur GmbH jest akcjonariuszem INTERSPORT Polska S.A., a spółka z tej grupy IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH jest licencjodawcą znaków towarowych wykorzystywanych w działalności Spółki;
- członek Rady Nadzorczej Krzysztof Pieła jest współnikiem firmy LARIX, Janusz Pieła – sp. j., od której Spółka nabywa produkty i akcesoria sportowe.

WARTOŚĆ WYNAGRODZEŃ I NAGRÓD

Wynagrodzenia członków Zarządu ustalane jest przez Radę Nadzorczą Spółki.

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

Osoba	Wynagrodzenie wypłacone w okresie od 01.01. do 31.12.2017 r.	*Inne świadczenia uzyskane przez członków organów Spółki w okresie od 01.01. do 31.12.2017 r.
Artur Mikołajko	360 000	32 072
Sławomir Gil	330 000	28 583
Zarząd Spółki (łącznie):	690 000	60 655
Artur Olender	30 000	2 569
Beata Mikołajko	24 000	0
Łukasz Gil	24 000	1 414
Mathias Boenke	24 000	0
Dorota Radwańska**	16 000	904
Piotr Dygas**	16 000	822
Krzysztof Pieła***	12 067	0
Wojciech Mamak****	6 267	0
Jarosław Krotacz****	6 267	0
Rada Nadzorcza Spółki (łącznie):	158 601	5 709

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

** Dorota Radwańska i Piotr Dygas pełnili funkcje członków Rady Nadzorczej Spółki do dnia 31.08.2017 r.

***Krzysztof Pieła został powołany na członka Rady Nadzorczej Spółki w dniu 30.06.2017 r.

**** Wojciech Mamak i Jarosław Krotacz zostali powołani na członków Rady Nadzorczej Spółki w dniu 27.09.2017 r.

Wynagrodzenie członków Zarządu dokonuje rozróżnienia pomiędzy wynagrodzeniem zasadniczym o charakterze stałym obejmującym płatności i świadczenia, które uwzględniają pełnioną funkcję. Zmienna część wynagrodzenia uzależniona jest od wyników Spółki. Zasady wypłaty odpraw dla członków Zarządu uregulowane są w dokumentach wewnętrznych Spółki.

7.10 Opis polityki wynagrodzeń

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

W Spółce funkcjonują również pozafinansowe składniki wynagrodzeń. Sposób przyznawania, rodzaj oraz wysokość pozafinansowych składników wynagrodzeń uzależniona jest od stażu pracy w Spółce oraz od zajmowanego stanowiska. Ich sposób funkcjonowania w danym roku uzależniony jest od sytuacji finansowej Spółki, a szczegóły regulują przepisy wewnętrzne Spółki.

W 2017 roku nie nastąpiły żadne istotne zmiany w polityce wynagrodzeń.

7.11 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.

8.AKCJE I AKCJONARIAT

8.1 Struktura akcjonariatu

Kapitał zakładowy Spółki wynosi 2.288.070,00 zł (dwa miliony dwieście osiemdziesiąt osiem tysięcy siedemdziesiąt złotych) i dzieli się na 22.880.700 (dwadzieścia dwa miliony osiemset osiemdziesiąt tysięcy siedemset) akcji o wartości nominalnej 0,10 zł (zero złotych dziesięć groszy) każda, w tym:

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

Łączna liczba akcji uprawnia do oddania 29.047.366 głosów (słownie: dwadzieścia dziewięć milionów czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do oddania dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

8.2 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 (10 kwietnia 2018 r.) wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu.

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

Tabela: Znaczący akcjonariusze INTERSPORT Polska S.A.

Posiadacz akcji	Seria akcji	Rodzaj akcji	Liczba akcji	Łączna liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów na WZ	Udział w ogólnej liczbie głosów na WZ (%)
INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH	C1	imienne, uprzywilejowane	1 666 666	3 483 334	15,22%	5 150 000	17,73%
	C2, E	zwykłe na okaziciela	1 816 668				
Krzysztof Pięta	F	zwykłe na okaziciela	3 157 895	3 457 895	15,11%	3 457 895	11,90%
	B, D	zwykłe na okaziciela	300 000				
Janusz Pięta	F	zwykłe na okaziciela	3 157 895	3 357 895	14,68%	3 357 895	11,56%
	B, D	zwykłe na okaziciela	200 000				
Artur Mikołajko	A	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	8,38%	3 168 054	10,91%
	B, D	zwykłe na okaziciela	668 054				
Sławomir Gil	A	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	8,38%	3 168 054	10,91%
	B, D	zwykłe na okaziciela	668 054				
Dorota Radwańska	A	imienne, uprzywilejowane	833 334	1 009 671	4,41%	1 843 005	6,34%
	B, D	zwykłe na okaziciela	176 337				
Jolanta Milewska	A	imienne, uprzywilejowane	750 000	1 150 000	5,03%	1 900 000	6,54%
	A	zwykłe na okaziciela	400 000				

Zarząd Spółki wskazuje, iż:

- 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 6.815.790 akcji INTERSPPL, co stanowi 29,79% w kapitale zakładowym Spółki, zapewniających 6.815.790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 23,46% 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 6.815.790 akcji INTERSPPL, co stanowi 29,79% w kapitale zakładowym Spółki, zapewniających 6.815.790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 23,46% 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, na dzień 31 sierpnia 2017 roku (tj. dzień w którym złożyła rezygnację z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki) posiadała 1.712.432 akcje INTERSPPL, co stanowi 7,48% w kapitale zakładowym Spółki, zapewniających 2.962.423 głosy na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 10,20% ogólnej liczby głosów.

8.3 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 (10 kwietnia 2018 roku), wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (13 listopada 2017 roku) odrębnie dla każdej z osób.

Tabela: Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

osoba zarządzająca /nadzorująca	łączna ilość akcji na dzień przekazania raportu za III kwartał 2017 13.11.2017r.	zmiany w strukturze własności w okresie od 13.11.2017 r. do 10.04.2018 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za rok 2017 r. (10.04.2018 r.)
Artur Mikołajko Prezes Zarządu	1.918.054 akcji	bz	1.918.054 akcji <u>co stanowi:</u> 8,38% udział w kapitale zakładowym oraz 10,91% udział głosów na WZA
Sławomir Gil Wiceprezes Zarządu	1.918.054 akcji	bz	1.918.054 akcji <u>co stanowi:</u> 8,38% udział w kapitale zakładowym oraz 10,91% udział głosów na WZA
Dorota Radwańska *Członek Rady Nadzorczej	1.009.671 akcji	bz	1.009.671 akcji <u>co stanowi:</u> 4,41 % udział w kapitale zakładowym oraz 6,34% udział głosów na WZA
Łukasz Gil Członek Rady Nadzorczej	4 500 akcji	bz	4 500 akcji <u>co stanowi:</u> 0,02% udział w kapitale zakładowym oraz 0,01% udział głosów na WZA
Krzysztof Pięła **Członek Rady Nadzorczej	3.457.895 akcji	bz	3.457.895 akcji <u>co stanowi:</u> 15,11% udział w kapitale zakładowym oraz 11,90% udział głosów na WZA

*Dorota Radwańska złożyła rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki 31.08.2017 r.

** Krzysztof Pięła został powołany na członka Rady Nadzorczej Spółki w dniu 30.06.2017 r.

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

8.4 Istotne zmiany

ZMIANY W KAPITALE ZAKŁADOWYM

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku nastąpiły następujące zmiany w kapitale zakładowym Spółki:

- 1) W dniu 15 marca 2017 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwałę Nr 4 w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję nowych akcji serii F, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy w całości prawa poboru wszystkich akcji serii F oraz zaoferowania tych akcji w drodze subskrypcji prywatnej, dematerializacji oraz ubiegania się o dopuszczenie praw do akcji serii F oraz akcji serii F

do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Uchwała przewidywała emisję nie mniej niż 1 i nie więcej niż 10.526.316 Akcji serii F. W ramach subskrypcji prywatnej 8.947.366 Akcji serii F zostało objętych przez inwestorów wskazanych przez Zarząd INTERSPORT Polska S.A.. Akcje serii F zostały objęte przez 12 osób. W skutek emisji Akcji serii F kapitał zakładowy INTERSPORT Polska S.A. został podwyższony o kwotę 894.736,60 złotych, tj. do kwoty 2.288.070,00 złotych. W dniu 26 kwietnia 2017 roku Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego postanowieniem o sygnaturze KR.XII NS-REJ.KRS/11370/17/650 zarejestrował zmianę wysokości i struktury kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. oraz zmianę Statutu Spółki w zakresie dotyczącym par. 5 pkt. 1, par. 91 pkt.2, par. 32, dokonanych na podstawie uchwał nr 4, 5, 6 i 7 na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki w dniu 15 marca 2017 roku.

Nowa struktura kapitału zakładowego Spółki przedstawia się następująco:

- 4.500.000 (cztery miliony pięćset tysięcy) akcji imiennych uprzywilejowanych serii A
- 500.000 (pięćset 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.

- 2) W związku ze złożonym wnioskiem Pani Jolanty Danuty Milewskiej Zarząd Spółki podjął w dniu 5 kwietnia 2017 r. uchwałę w sprawie konwersji akcji imiennych uprzywilejowanych na akcje zwykłe na okaziciela. Na podstawie wymienionej uchwały dokonano konwersji 400.000 sztuk akcji INTERSPPL imiennych serii A, uprzywilejowanych co do prawa głosu na Walnym Zgromadzeniu w ten sposób, że jedna akcja uprzywilejowana dawała prawo do 2 głosów na Walnym Zgromadzeniu, na 400.000 sztuk akcji INTERSPPL zwykłych serii A na okaziciela, uprawniających po konwersji do 1 głosu z każdej akcji. W dniu 30 czerwca 2017 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwałę nr 17 w sprawie zmiany par. 5 pkt 1 Statutu Spółki, na podstawie której odzwierciedlono powyższą konwersję w brzmieniu Statutu Spółki. W dniu 24 sierpnia 2017 roku ww. zmiany zostały zarejestrowane przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.
- 3) Zgodnie z Uchwałą nr 13 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia INTERSPORT Polska S.A. podjętą na posiedzeniu w dniu 30 czerwca 2017 roku, strata netto Spółki za 2016 rok w wysokości 8.573 tys. zł netto została pokryta z kapitału zapasowego Spółki.

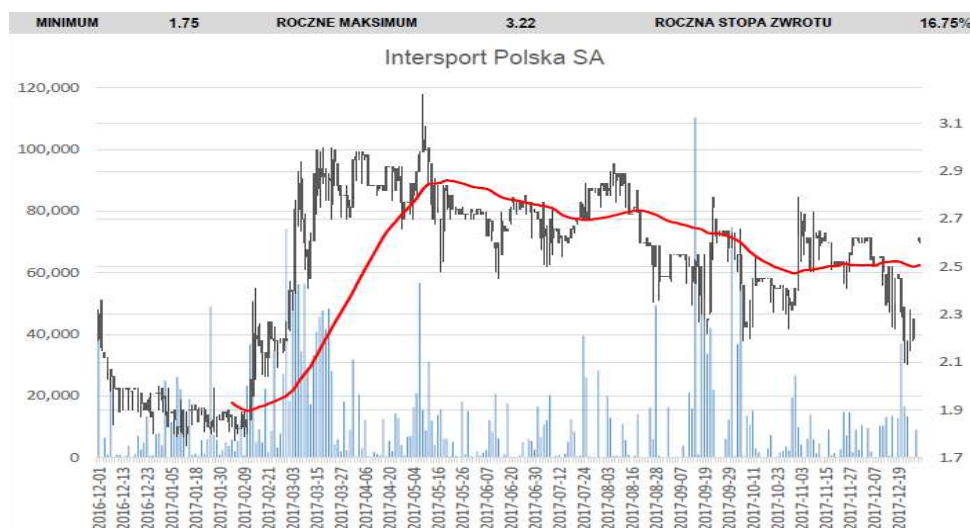
ZMIANY W ZNACZNYCH PAKIETACH AKCJI

W wyniku transakcji pakietowych przeprowadzonych w dniu 20 lipca 2017 roku Pan Artur Mikołajko (Prezes Zarządu) oraz Pan Sławomir Gil (Wiceprezes Zarządu) sprzedali - każdy z osobna - pakiet 150.000 sztuk akcji Panu Krzysztofowi Piele (Członkowi Rady Nadzorczej); natomiast Pani Dorota Radwańska (Członek Rady Nadzorczej) sprzedała Panu Januszowi Piele (Znaczemu Akcjonariuszowi Spółki) pakiet 200.000 sztuk akcji ([szczegóły: raporty bieżące nr 58/2017; nr 58/2017, nr 59/2017, nr 60/2017, nr 61/2017, nr 62/2017](#)).

8.5 Opis polityki dywidendy

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

8.6 Notownia akcji INTERSPPL na GPW w Warszawie



9.POLITYKA ASORTYMENTOWA

9.1 Oferta handlowa

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

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

OFERTY SPECJALNE wiodących marek – to modele niedostępne w sprzedaży katalogowej, zaprojektowane na specjalne zamówienie dla Grupy INTERSPORT i dostępne wyłącznie w sklepach tej sieci. INTERSPORT ma obecnie najbogatszy wybór ofert specjalnych marek strategicznych na świecie.

MARKI UZUPEŁNIAJĄCE (alfabetycznie) – Abus, Accent, Activita, Aim, Anon, B2, Babolat, Barts, Basis, Bauer, Benlee, Bestway, Bolle, Brunotti, Butterfly, Campagnolo, Camping Gas, Cat, Cep, Citadel, Coleman, Columbia, Contim, Continental, Craft, Cressi, Dalbello, Deuter, Dunlop, Ecco, Elan, Feba, Fila, Gabel, Garmin, Garmont, Geobike, Giro, Goggle, Grangers, Gri Sport, Hanna, Hektor, Helly Hansen, Icebreaker, JJW, Keen, Kettler, Killtec, Komperdel, Lange, Leki, Lonsdale, Lowe Alpine, MacTronic, Mammut, Mechanics, Meindl, Mikasa, Mueller, Nikwax, Nordica, Nutrend, Olang, O'Neill, Only Hot, Oshee, Packlon, Phenix, Polar, Powerblade, Protest, Quiksilver, Raibaru, Reda, Relax, Reusch, Rider, Romet, Roxy, Salewa, Schildkrot, Sea To Summit, Seac Sub, Shimano, Shock, Sidas, Sigma, SMJ, Spalding, Spotlite, Spree, Suunto, Tempish, Topeak, Toro, Trelock, Tusa, Viking, Vision, Wilson, X-Bionic, Xenofit, x-socks, Ziener.

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

9.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia

INTERSPORT Polska S.A. współpracuje z ponad 100 dostawcami. W roku 2017 roku znaczny procent udziału w całości zakupów generowała firma Adidas Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (marka Adidas i Reebok) – 19,64% udziału w całości zakupów.

INTERSPORT Polska S.A. ma możliwość negocjowania korzystnych warunków współpracy z wybranym dostawcą, dokonania zmiany na kontrahenta oferującego korzystniejsze

warunki współpracy w obrębie danej grupy towarowej lub wybranie alternatywnego kanału zaopatrzenia w magazynie centralnym Grupy INTERSPORT.

9.3 Charakterystyka sprzedaży

STRUKTURA

W roku 2017 roku znaczący udział w obrotach (98,1%) INTERSPORT Polska S.A. miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (1,9%) generowały usługi między innymi: serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego. W roku 2017 roku największy procentowy udział w strukturze sprzedaży miały takie grupy towarów jak: turystyka, narciarstwo sprzęt, rowery oraz fitness trening. W porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku największą dynamikę sprzedaży odnotowano w grupach towarowych: bielizna, narciarstwo tekstylia oraz sprzęt.

SEZONOWOŚĆ I CYKLICZNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI

Sprzedaż sieci INTERSPORT Polska S.A. podlega wahaniom związanym z sezonowością - charakterystyczną dla całej branży sportowej. Jest ona uzależniona od pór roku i warunków pogodowych. Dążąc do zniwelowania czynnika sezonowości wpływającego na działalność Spółki, dokonano istotnej zmiany w polityce grup towarowych. Zmniejszono procentowy udział towarów zimowych w ogólnej sprzedaży, na rzecz towarów całorocznych. Wydzielono w sklepach stałe, całoroczne strefy do prezentacji oferty m.in.: footballu, runningu, fitnessu, outdooru i pływania. Wzmacniając sprzedaż całorocznych grup towarowych, Spółka dąży do uniezależnienia się od zmiennej zimy oraz wyrównywania poziomu przychodów ze sprzedaży w poszczególnych kwartałach.

10.DZIAŁANIA MARKETINGOWE

10.1 Wsparcie sprzedaży

W roku 2017 roku sieć INTERSPORT Polska S.A. zorganizowała szereg działań promocyjnych – reklamowych zgodnych z wewnętrznym planem marketingowym, których głównym celem było wspieranie sprzedaży. Realizowane kampanie wykorzystywały zarówno narzędzia komunikacji BTL oraz ATL.

W pierwszej połowie 2017 roku sieć INTERSPORT Polska przeprowadziła szereg działań wspierających sprzedaż i produkty z kluczowych kategorii:

- W lutym 2017 roku, w ramach wsparcia kategorii fitness została zorganizowana wraz z marką Reebok kampania nowej kolekcji butów fitness Everchill TR oraz aktywacja dla uczestników klubów Calypso;
- W marcu 2017 roku, w ramach wsparcia kategorii football, przeprowadzono kampanię piłkarską „Never Follow” z marką Adidas, wspierającą nową kolekcję butów ACE;

- Od marca do kwietnia 2017 roku zrealizowano 3 kampanie biegowe wspierające nowe kolekcje z wiodącymi markami takimi jak: Adidas i Asics oraz Salomon w kategorii trial running. Dwie z nich zawierały aktywację konsumencką dla klientów opartą na mechanizmie „prezent do zakupu”.
- Do czerwca 2017 roku marka INTERSPORT była obecna wizerunkowo na organizowanych lokalnie biegach rekreacyjnych, półmaratonach, maratonach i triathlonach - głównie w miastach gdzie znajdują się sklepy INTERSPORT. Podczas największego w Polsce Orlen Maratonu w Warszawie, sieć INTERSPORT zorganizowała stoisko sprzedażowe z punktem badania stopy gdzie miała możliwość kontaktu z rzeszą obecnych i potencjalnych klientów.
- W sezonie wiosenno-letnim, zorganizowano również szereg działań wspierających sprzedaż rowerów. Zrealizowano kilka promocji pro sprzedażowych rowerów Giant i Romet. Wraz z marką Giant przeprowadzono kampanię komunikującą nową kolekcję rowerów Giant dostępną w sklepach INTERSPORT.
- Z marką Salomon przeprowadzono kampanię wspierającą asortyment turystyczny, polegającą na organizacji konkursu, w którym główną nagrodą był aktywny weekend w Annecy.

W czerwcu 2017 roku w Polsce odbyły się Mistrzostwa Europy w piłce nożnej UEFA EURO UNDER 21. INTERSPORT był sponsorem narodowym oraz oficjalnym sklepem sportowym tych Mistrzostw. Na mocy ww. umowy Spółka sprzedawała oficjalne produkty Mistrzostw w swoich sklepach oraz podczas meczy rozgrywanych na stadionach w 6 miastach w Polsce: w Bydgoszczy, w Gdyni, w Kielcach, w Krakowie, w Lublinie i Tychach. Łącznie uruchomiono 7 stoisk sprzedażowych. Ponadto logo INTERSPORT było widoczne na bandach, na tablicach sponsorskich. Ekspozycja logo INTERSPORT była mocno zauważalna w Polsce zwłaszcza podczas transmisji meczy z reprezentacją Polski.

W drugiej połowie 2017 roku sieć INTERSPORT Polska przeprowadziła następujące działania wspierających sprzedaż produktów z kluczowych kategorii:

- W sierpniu i wrześniu 2017 r. w okresie „back to school” zrealizowano kampanię piłkarską z marką Adidas oraz promocję „Piłka za 1 zł przy zakupach produktów football”.
- W ramach wsparcia kategorii running/trial running zorganizowano 2 kampanie z markami takimi jak: Asics i Salomon, w ramach których przeprowadzono aktywacje konsumenckie wspierające odsprzedaż kampanijnych produktów.
- Na przełomie września i października 2017 r. zrealizowano dużą kampanię z marką Reebok wspierającą kategorię fitness/trening;
- W listopadzie 2017 r. rozpoczęto komunikację marketingową sportów zimowych, a w szczególności butów narciarskich. Wraz z marką Head przeprowadzono kampanię przedstawiającą technologię formowania termicznego buta w celu dopasowania go do stopy. W komunikacji wykorzystano różne formy reklamy w Internecie oraz w social mediach.

- Od października do grudnia 2017 r. przeprowadzono trójetapową kampanię wizerunkowo-produktową pod hasłem „Stać Cię na więcej”, w której wykorzystano zarówno media tradycyjne jak OOH, gazetki, radia i rozgłośnie w centrach handlowych, jak również Internet i szereg aktywacji w social mediach angażujących fanów marki.

10.2 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 przysyłaniem 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.

10.3 Nagrody i wyróżnienia



W roku 2017 roku sieć INTERSPORT Polska S.A. została laureatem rankingu konsumentów i otrzymała tytuł „Gwiazdy Jakości Obsługi 2017. Badanie przeprowadzono wśród 45.000 firm z 200 branż, na multiplatformie złożonej z portalu jakoscobslugi.pl oraz aplikacji mobilnej Premia360. Dodatkowo przy współpracy z ekspertami z SecretClient® przeprowadzono badanie ankietowe metodą CAWI na próbie 1737 respondentów. Oprócz oceny jakości obsługi, dla każdej marki badano także prawdopodobieństwo rekomendacji na 2017 rok (wskaźnik NPS).

10.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

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

INTERCLUB - Młodzieżowy Klub Sportowy

Sieć INTERSPORT Polska docenia takie wartości jak: aktywny wypoczynek, sportowa rywalizacja, dążenie do celu, optymizm i odwaga. Dlatego też, w 2017 roku Spółka wspierała działalność Młodzieżowego Klubu Sportowego INTERCLUB, który realizuje autorskie programy nauczania czterech dyscyplin: gimnastyka, rolki, narciarstwo oraz rowery. Zajęcia prowadzone są przez profesjonalistów i miłośników sportów.

MULTITESTY NARCIARSKIE

W 2017 roku sieć INTERSPORT Polska zorganizowała dla stałych klientów, dwie edycje Multitestów Narciarskich w Austrii. Uczestnicy testów - pod okiem fachowców z branży sportowej – poznali najnowsze trendy oraz przetestowali najnowszą kolekcję sprzętu zimowego wiodących producentów na świecie.

AKTYWNA KADRA – program dla pracowników

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

ZAKRĘCONA AKCJA

W firmie INTERSPORT Polska, już od kilku lat z inicjatywy pracowników zbierane są nakrętki z butelek plastikowych. Pracownicy chętnie zapełniają pudełko nakrętkami, angażując w tą akcję także swoje rodziny. Zebrane nakrętki są przekazywane dla wybranych podopiecznych.

FUNDACJA ISKIERKA

W roku 2017 Spółka po raz pierwszy zaangażowała się w pomoc Fundacji ISKIERKA, która pomaga dzieciom z chorobą nowotworową. Fundacja produkuje kartki świąteczne i kalendarze, z których dochód przeznaczony jest na sprzęt i terapię dla dzieci walczących z chorobą nowotworową.

FUNDACJA WSPÓLNA NADZIEJA

Fundacja powstała by pomagać dzieciom oraz ich rodzinom, które zmagają się z poważnymi chorobami. Kilka razy w ciągu roku organizowane są wyjazdy dla dzieci na kolonie letnie i ferie zimowe. Aby zadbać o aktywny wypoczynek, Spółka przekazała na wyjazdy piłki i sprzęt sportowy.

GWIAZDKA DLA ZWIERZĄT

W okresie przedświątecznym, w siedzibie Spółki w Cholerzynie, została zorganizowana zbiórka darów dla Schroniska dla Bezdomnych Zwierząt przy ul. Rybnej 3 w Krakowie.

JAGUAR WINTER CUP 2017

W dniach 25-26 listopada 2017 został rozegrany międzynarodowy turniej piłki nożnej dla dziewcząt i chłopców JAGUAR WINTER CUP. W turnieju wzięło udział 18 zespołów z Polski i zagranicy. INTERSPORT Polska S.A. ufundował nagrody dla zwycięskich drużyn.

BIEGI CHARYTATYWNE

Pracownicy INTERSPORT Polska S.A. z ogromną chęcią biorą udział w biegach charytatywnych, które są organizowane w wielkich miastach jak np. Poland Business Run, Wings for Life World Run. Łącząc idee zdrowego stylu życia z pomaganiem innym.

MIKOŁAJKI 2017

W grudniu Jednostka Państwowej Straży Pożarnej JRG 4 z pomocą INTERSPORT Polska S.A. zorganizowała Mikołajki dla dzieci ze Specjalnego Ośrodka Szkolno Wychowawczego na ul. Zamoyskiego w Krakowie oraz Zespołu Szkolno Przedszkolnego z Oddziałami Integracyjnymi w Przegini Duchownej. Strażacy zorganizowali pokazy udzielania pierwszej pomocy, natomiast Spółka przekazała na ten cel piłki, które wzbogaciły paczki mikołajkowe.

PLACÓWKA OPIEKUŃCZO-WYCHOWAWCZA W WIĘCBORKU

W ubiegłym roku kilkakrotnie Spółka przekazała obuwie sportowe, dla podopiecznych Placówki opiekuńczo-wychowawczej w Więcborku.

11.PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU

11.1 Nowy model biznesowy

W marcu 2017 r. sieć INTERSPORT Polska S.A. opublikowała nowy model biznesowy działalności. W związku z wejściem w życie w dniu 24 marca 2017 r. bezpośrednich umów licencyjnych i umowy agencyjnej zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH oraz w związku z podjęciem przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 15 marca 2017 r. uchwały nr 4 w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję nowych akcji serii F, które umożliwiło Spółce pozyskanie dodatkowego finansowania poprzez emisję nowych akcji, Zarząd w dniu 22 marca 2017 r. podjął uchwałę w sprawie wdrożenia nowego modelu biznesowego Spółki, który w ocenie Zarządu istotnie wpłynie na poprawę pozycji rynkowej i wyników finansowych Spółki.

Nowy model biznesowy Spółki zakłada:

- I. Uzyskanie samodzielnej licencji marki INTERSPORT - bezpośredni dostęp do zakupu marek własnych:**
 - 1) Od 2005 r. Spółka funkcjonowała w oparciu o sublicencję marki INTERSPORT i kupowała towary oznaczone markami własnymi INTERSPORT za pośrednictwem INTERSPORT Deutschland eG, po cenach zakupu obowiązujących w tej niemieckiej spółdzielni. W związku z uzyskaniem przez Spółkę samodzielnej licencji, od dnia 24 marca 2017 r. Spółka może kupować towary oznaczone markami własnymi INTERSPORT bezpośrednio u producentów (dostawców) w Azji i w Europie, po cenach wynegocjowanych przez IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH, największego podmiotu na rynku sprzedaży detalicznej artykułów sportowych na świecie.
 - 2) Dostęp do korzystnych cen zakupu marek własnych INTERSPORT, stwarza nowe możliwości biznesowe:

- a) Spółka może zaproponować klientom niższe ceny detaliczne dotąd oferowanych produktów, co powinno wpłynąć na wzrost sprzedaży, ze względu na poprawę ich konkurencyjności.
 - b) Spółka uzyska również dostęp do asortymentu na niższym poziomie cenowym, który dotychczas nie był oferowany przez niemieckiego pośrednika. Stwarza to dodatkowe możliwości oferowania klientom produktów o lepiej dopasowanej strukturze cenowej do realiów polskiego rynku.
 - c) Dzięki niższym cenom zakupu, Spółka oczekuje realizacji wyższych marż niż dotychczas, jak również będzie mógł bardziej elastycznie reagować na aktualne trendy sprzedażowe. Powinno to również skutkować poprawą rotacji towarów oznaczonych markami własnymi.
 - d) Biorąc pod uwagę powyższe, Spółka zamierza docelowo zwiększyć dwukrotnie udział towarów oznaczonych markami własnymi INTERSPORT w swojej ofercie - do poziomu około 25% sprzedaży.
- 3) Nowe produkty zamawiane przez Spółkę bezpośrednio u producentów pojawią się w sklepach INTERSPORT Polska od wiosny 2018 roku.

II. Marki strategiczne - dostęp do rabatów, większa selektywność:

Przy realizowaniu szybszych płatności do dostawców Spółka ma możliwość otrzymania dodatkowych rabatów. Dodatkowo dzięki zwiększeniu udziału marek własnych w sprzedaży, Spółka ma możliwość bardziej selektywnego podejścia do wyboru kolekcji marek strategicznych. Oba te czynniki (dodatkowe rabaty i większa selektywność) powinny wpłynąć na poprawę marży realizowanej na sprzedaży.

III. Uruchomienie nowej platformy internetowej w drugim kwartale 2017 roku, zintegrowanej ze sprzedażą w sklepach stacjonarnych:

Wdrożenie tego nowoczesnego rozwiązania, w powiązaniu z dostępem do produktów z niższego poziomu cenowego, powinno pozwolić znacząco zwiększać obroty w e-sklepie. Zakładamy, że docelowo udział sprzedaży internetowej może sięgnąć 10% sprzedaży ogółem.

IV. Zakończenie procesu optymalizacji sieci sklepów:

W roku 2017 roku Spółka zamknęła cztery sklepy. Jednorazowe koszty zamknięć tych sklepów obciążają wyniki bieżące, ale w dłuższej perspektywie, fakt rezygnacji z trzech nierentownych placówek wpłynie pozytywnie na wyniki Spółki.

V. Rozwój:

IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH - licencjodawca marki INTERSPORT - opracował model rozwoju nowych formatów sklepów sportowych, które są obecnie testowane w kilku krajach. Oprócz modelowej koncepcji sklepu ogólnosportowego INTERSPORT, proponowane jest wdrażanie formatów sklepów specjalistycznych np. fitness - running, team sport, outdoor oraz budget. Spółka analizuje możliwość wprowadzenia nowych konceptów na polskim rynku i planuje powrót do rozwoju sieci sprzedaży po skutecznym przeprowadzeniu restrukturyzacji i wdrożeniu nowego modelu biznesowego.

11.2 Planowana zmiana roku obrotowego

W związku ze zmianą roku obrotowego i podatkowego Spółki, dokonaną stosownie do Uchwały nr 16 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 30 czerwca 2017 roku w sprawie zmiany roku obrotowego i podatkowego oraz zmiany par. 34 Statutu Spółki, ostatni rok obrotowy i podatkowy Spółki ustalony według zasad obowiązujących przed przyjęciem ww. uchwały, kończy się w dniu 31 grudnia 2017 roku, a kolejny rok obrotowy i podatkowy Spółki rozpoczynający się w dniu 1 stycznia 2018 roku zakończy się z dniem 31 marca 2019 roku.

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

11.3 Nowe produkty i usługi

Spółka w roku 2017 roku podjęła działania zmierzające do tego, aby od wiosny 2018 roku w sklepach INTERSPORT Polska pojawiła się zwiększona oferta marek własnych INTERSPORT, która nie była dotychczas prezentowana klientom. Spółka planuje, aby ww. produkty były lepiej dopasowane w strukturze cenowej do realiów polskiego rynku.

11.4 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej

Spółka kontynuuje proces optymalizacji sieci handlowej uruchamiając nowe salony w atrakcyjnych lokalizacjach oraz zmniejszając powierzchnię sprzedaży mniej rentownych lokali handlowych.

W roku 2017 roku zamknięte zostały cztery sklepy INTERSPORT:

Lokalizacja	Powierzchnia	Zamknięcie	Uwagi
CH Złote Tarasy w Warszawie	1.076 m ²	30.01.2017	zakończenie umowy najmu
CH Stary Browar w Poznaniu	1.130 m ²	13.02.2017	zakończenie umowy najmu
CH Borek we Wrocławiu	816 m ²	24.07.2017	obustronne porozumienie skrócenia okresu umowy najmu
CH Pasaż Grunwaldzki	1.071 m ²	31.08.2017	zakończenie umowy najmu

Stan na dzień 31.12.2016		Stan na dzień 31.12.2017		% Zmiana 2017/2016
Ilość sklepów	m ²	Ilość sklepów	m ²	
35	33 026	31	28 933	-12,39%

11.5 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w perspektywie 2018 roku

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

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

12.POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE

W roku 2017 roku nie toczyły się postępowania przed organami rządowymi, postępowania sądowe lub arbitrażowe, które to postępowania mogły mieć lub miały istotny wpływ na sytuację finansową lub rentowność Spółki.

13.RYZYKA I ZAGROŻENIA

13.1 CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

Ryzyko związane z realizacją celów strategicznych

Spółka nie gwarantuje, że cele strategiczne, przedstawione w opublikowanym w dniu 22 marca 2017 r. raporcie bieżącym nr 25, zostaną osiągnięte. 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 menadżerską sportów podwyższonego ryzyka

Osoby zarządzające Spółką oraz pełniące funkcje kierownicze w przedsiębiorstwie Spółki to pasjonaci różnych dyscyplin sportu. Uprawiają sport na poziomie zaawansowanym i często uczestniczą w imprezach oraz wyprawach o podwyższonym stopniu ryzyka. Wiąże

się to z możliwością doznania kontuzji, która spowodowałaby dłuższą nieobecność w pracy. Ryzyko zakłócenia z tego powodu bieżącej działalności spółki jest minimalizowane poprzez wyznaczanie zastępstw na czas nieobecności menadżerów oraz prowadzenie strategicznych projektów w wieloosobowych zespołach.

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

Spółka, realizując założoną strategię rozwoju, często podpisuje umowy najmu lokali w nowobudowanych centrach handlowych, które nie są jeszcze ukończone. Istnieje ryzyko, że z przyczyn niezależnych od Spółki budowa centrum handlowego, w którym Spółka planuje otwarcie sklepu, zostanie opóźniona lub całkowicie wstrzymana, co mogłoby spowodować zmniejszenie dynamiki rozwoju sieci sprzedaży, a w konsekwencji nieosiągnięcie założonych wyników finansowych Spółki, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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

Ryzyko związane z lokalizacją sklepów INTERSPORT Polska

Spółka posiada sklepy zlokalizowane w galeriach handlowych różnych miast w Polsce. Popularność i atrakcyjność poszczególnych galerii handlowych podlega istotnym zmianom, m.in. w związku z prowadzonymi przez nie działaniami marketingowymi, otwarciem nowych konkurencyjnych galerii i in. Nieprawidłowa analiza potencjału danej lokalizacji lub pogorszenie jej atrakcyjności i popularności wśród klientów skutkuje ryzykiem, że prowadzony w niej sklep nie zrealizuje zakładanego poziomu sprzedaży lub marży lub osiągnie je w dłuższym horyzoncie czasowym niż początkowo zakładany. Nie można również wykluczyć, że historycznie rentowne sklepy w przyszłości realizować będą poziomy sprzedaży czy marż na niesatysfakcjonujących poziomach lub umowy ich najmu mogą zostać wypowiedziana lub nieprzedłużone na pożądanym warunkach. Może to być

spowodowane np. otwieraniem innych, konkurencyjnych sklepów w okolicy, zmianą postrzegania danej lokalizacji, błędną polityką marketingową lub zwiększeniem kosztu najmu danego sklepu. Wystąpienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiąganе wyniki i sytuację finansową Spółki.

Ryzyko związane ze znakami towarowymi używanymi przez Spółkę

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

Ryzyko utraty licencji INTERSPORT

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

INTERSPORT oraz innych znaków towarowych (marek własnych INTERSPORT), utratę możliwości posługiwania się znakiem INTERSPORT po roku od końca obowiązywania Umowy, utratę alternatywnego źródła zaopatrzenia oraz zmniejszenie konkurencyjności warunków zakupu asortymentu katalogowego i ofert specjalnych. Wystąpienie takie okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko znacznego podwyższenia cen zakupu asortymentu

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

Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu

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

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

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

Ryzyko sprowadzenia wadliwego towaru

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

Ryzyko reklamacji wadliwego towaru przez klientów

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

Ryzyko aury (pogodowe)

Branża sportowa charakteryzuje się dużą sezonowością sprzedaży, na którą wpływ ma m.in. kształtowanie się pogody w poszczególnych porach roku sprzyjających uprawianiu danej dyscypliny sportu. Istnieje ryzyko, że występujące anomalie (zaburzenia pogodowe, takie jak zimne i deszczowe lato, opóźniająca się lub ciepła i mało śnieżna zima) mogą spowodować czasowy spadek popytu na sezonowe artykuły i odzież sportową, co może przełożyć się na poziom przychodów Spółki i może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko rotacji pracowników

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

Ryzyko związane z płacami minimalnymi

W perspektywie ostatnich kilku lat zauważalna jest tendencja do ciągłego podnoszenia wynagrodzenia minimalnego za pracę oraz wprowadzania innych środków w celu ustalenia minimalnego poziomu wynagrodzenia pracowników i osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych. Zwiększanie minimalnego poziomu wynagrodzenia

pracowników i osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych może istotnie wpływać na poziom kosztów pracowniczych Spółki i mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane ze zbiorowym prawem pracy

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

Ryzyko związane z czasowym wstrzymaniem lub ograniczeniem sprzedaży

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

Ryzyko związane z wysokim zadłużeniem

Poziom zadłużenia INTERSPORT Polska S.A. należy oceniać jako wysoki (wskaźnik ogólnego zadłużenia na 31 grudnia 2017 r. wynosi 83,2%). 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 INTERSPORT Polska S.A. może zostać postawione w stan wymagalności, w całości lub w części. Wzrastające zadłużenie Spółki może również spowodować przekroczenie kowenantów i w rezultacie ograniczeniem w całości lub w części finansowania dłużnego. W przypadku postawienia w stan wymagalności znacznej części kredytów lub pożyczek, Spółka może zostać zmuszony do

sprzedaży części lub wszystkich swoich aktywów w celu spłaty tego zadłużenia. W związku z powyższym wzrasta również ekspozycja i wrażliwość Spółki na poziom stóp procentowych. Każda z powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

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

Ryzyko związane z potencjalnym wzrostem kosztów operacyjnych

Koszty operacyjne, w szczególności koszty najmu lokali lub zaangażowanego personelu i inne koszty Spółki mogą wzrosnąć przy jednoczesnym braku odpowiedniego wzrostu przychodów. Do czynników, które mogą spowodować wzrost kosztów operacyjnych i innych kosztów, należą między innymi: inflacja, wzrost podatków i innych zobowiązań publicznoprawnych, zmiany w polityce rządowej, przepisach prawa lub innych regulacjach, wzrost kosztów pracy, surowców, energii, wzrost kosztów finansowania kredytów i pożyczek, działania podejmowane przez podmioty konkurencyjne, utrata przydatności ekonomicznej aktywów. Dodatkowo wzrostowi mogą ulec koszty towarów oferowanych w sieci detalicznej Spółki (m.in. w wyniku umocnienia się USD względem PLN, kosztów pracy). Ma to również wpływ na wysokość realizowanych marż, w sytuacji ograniczonej możliwości renegocjowania 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 zobowiązany jest przestrzegać przepisów z zakresu prawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w tym regulacji wynikających m.in. z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r., poz. 229 z późn. zm.), ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.) czy też ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2016 r., poz. 3 z późn. zm.). Naruszenie przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów może rodzić odpowiedzialność cywilnoprawną Spółki wobec innych przedsiębiorców lub konsumentów, a także odpowiedzialność administracyjną, zwłaszcza na podstawie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na gruncie tej ustawy naruszenie przepisów antymonopolowych, stosowanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone lub praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, naruszenie zasad koncentracji lub chronionych prawem interesów konsumentów, może skutkować wszczęciem postępowania przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W razie stwierdzenia naruszeń przepisów prawa o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może na podstawie decyzji, obok stosowania innych środków, nałożyć na podmiot naruszający powyżej wskazane regulacje karę pieniężną, w tym karę do wysokości 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Dotyczy to także nieumyślnych naruszeń przepisów prawa w powyżej wskazanym zakresie. Wystąpienie takich okoliczności w przypadku Spółka, zwłaszcza w zakresie konieczności zapłaty wysokiej kary pieniężnej, mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z zarządzaniem asortymentem

Spółka wprowadza zmiany w oferowanym asortymencie, a tym samym, często dokonuje zamówienia i realizuje zakupów towarów. Rodzi to ryzyko niedopasowania asortymentu do popytu klientów związane np. ze zmianami pogodowymi czy aktualnymi trendami konsumenckimi. Istnieje zagrożenie związane z przeszacowaniem lub niedoszacowaniem ilości zakupionych towarów. W przypadku przeszacowania, Spółka może mieć ograniczone

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

Ryzyko związane z zabezpieczeniami ustanowionymi na części majątku Spółki

Z uwagi na korzystanie przez Spółkę z obcych źródeł finansowania w postaci kredytów, a także z uwagi na wymagane zabezpieczenie płatności z tytułów umów najmu, Spółka ustanowiła na części majątku zabezpieczenia (zastawy i hipoteki), stanowiące zabezpieczenie realizacji powyższych umów. Taka forma zabezpieczenia jest ogólnie przyjęta na rynku. Ustanowienie zastawów może spowodować utratę przez Spółkę części aktywów w przypadku zaprzestania wywiązywania się ze zobowiązań z tytułu zawartych umów, co mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

13.2 CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną na rynkach działalności Spółki.

Spółka prowadzi działalność operacyjną w Polsce. Część sprzedawanych przez Spółkę towarów produkowana jest na Dalekim Wschodzie. W związku z tym, działalność Spółki jest ściśle związana z sytuacją makroekonomiczną w Polsce i w tym regionie, a na wyniki finansowe generowane przez Spółkę mają wpływ m.in.: tempo wzrostu PKB, zmiany kursów walutowych, poziom inflacji, stopa bezrobocia, polityka fiskalna państw oraz siła nabywcza pieniądza na ww. rynkach. Powyższe czynniki oddziałują na kształtowanie się poziomu płac realnych, budżetów gospodarstw domowych, poziomu zamożności społeczeństwa oraz wskaźników koniunktury 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 Spółka konkuruje z wieloma sklepami. Polityka części konkurentów skierowana jest na niższy i średni segment cenowy sprzedawanych artykułów, podczas gdy polityka Spółki – na średni i wyższy. Istnieje ryzyko, że polityka innych sieci sklepów sportowych ulegnie zmianie i skoncentrują się na tym samym kliencie, do którego skierowana jest oferta Spółki. Ponadto, istnieje ryzyko rozbudowy sieci sklepów sportowych konkurujących ze Spółką lub wejścia na polski rynek nowych podmiotów zagranicznych. Powyższe procesy mogłyby spowodować zagęszczenie konkurencji i obniżenie przewagi Spółki. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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

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

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

Spółka wskazuje, iż część istotnych umów zawartych przez niego została poddana pod właściwość prawa obcego, a spory z nich wynikające pod jurysdykcję sądów zagranicznych, w tym arbitrażowych. Dotyczy to w szczególności umów zawartych z IIC-

INTERSPORT International Corporation GmbH. Organy Spółki nie posiadają pełnej wiedzy w zakresie stosowania prawa obcego, w tym jego wykładni, jak i działania sądów zagranicznych, w tym arbitrażowych, oraz ich orzecznictwa. Istnieje ryzyko, iż postanowienia umowy zawartej przez Spółkę na gruncie prawa obcego jak i poddanie sporu pod osąd sądu zagranicznego, w tym arbitrażowego, mogą wywoływać skutki nie w pełni zamierzone przez Spółkę i prowadzić do zwiększenia kosztów działalności Spółki. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko ograniczenia czasu pracy handlu w weekendy

Sklepy INTERSPORT Polska są zlokalizowane w centrach handlowych, które przyciągają klientów znacznie wydłużonymi godzinami pracy oraz umożliwiające robienie zakupów w soboty i niedziele. Obecnie centra handlowe odnotowują największy przepływ klientów i najwyższe obroty w weekendy. Wprowadzanie od marca 2018 roku ustawowo wolnych od handlu niedziel może mieć wpływ na zmniejszenie przychodów i osłabienie wyników finansowych Spółki, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

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

Ryzyko związane z poziomem stóp procentowych

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

Ryzyko zmiany gustów nabywców

Spółka działa na rynku, na którym istotne są subiektywne czynniki wyboru asortymentu przez klientów, związane z postrzeganiem marki, modą i zmianami preferencji. Czynniki te są zróżnicowane dla nabywców poszczególnych grup asortymentu. Spółka prowadzi zdywersyfikowaną politykę asortymentowo-cenową, aby zminimalizować powyższe ryzyko nietrafienia w gusta nabywców. Spółka bierze udział w prezentacjach i testach sezonowej oferty asortymentu sportowego oraz zapoznaje się i synchronizuje własne akcje marketingowe z planowanymi kampaniami promocyjnymi producentów. Istnieje

jednak ryzyko, że oferta sklepów Spółka będzie odbiegać od preferencji klientów w danym sezonie, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółka.

Ryzyko likwidacji bądź upadłości firm dostawczych

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

14. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI

14.1 RYNEK ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH w Polsce

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

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

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

14.2 WPŁYW SYTUACJI MAKROEKONOMICZNEJ

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

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

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

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

Tabela: Podstawowe dane i prognozy makroekonomiczne dotyczące Polski

Podstawowe dane makroekonomiczne	Jednostka	2017 - Prognoza	2018 - Prognoza
Realne PKB	% r/r	3,0	3,2
Popyt krajowy	% r/r	3,1	3,3
Spożycie ogółem	% r/r	3,4	3,5
Wskaźnik inflacji średniorocznej (CPI)	%	1,3	2,2
Wynagrodzenie brutto realne	% r/r	4,9	4,8
Przeciętne zatrudnienie w GN	% r/r	1,5	1,3
Stopa bezrobocia w Polsce (na koniec danego roku)	%	8,3	8,6
Średni kurs USD (NBP)	PLN/USD	4,1	4,0
Średni kurs EUR (NBP)	PLN/EUR	4,2	4,0

Źródło: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową (Stan i prognoza koniunktury gospodarczej, 1 luty 2017 r.)

15. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Biegłym rewidentem dokonującym przeglądu i badania informacji finansowych INTERSPORT Polska S.A. za rok 2017 oraz I półrocze 2017 roku:

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

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

Wynagrodzenie netto w tys. zł podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych wypłacone lub należne za:	od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 r.
Badanie rocznego sprawozdania finansowego	32 000
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego	16 000
Usługi doradztwa podatkowego	-
Pozostałe usługi	-

16. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

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

Spółka nie publikowała prognozy finansowej na rok 2017.

Oświadczenie o rzetelności sporządzenia sprawozdania

Niniejszym wspólnie oświadczamy, że wedle naszej najlepszej wiedzy półroczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości, odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową INTERSPORT Polska S.A. oraz jej wynik finansowy.

Oświadczenie o wyborze biegłego rewidenta

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

Choleryn, dnia 10 kwietnia 2018 r.

Artur Mikołajko – Prezes Zarządu

Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu

Alternatywne Pomiary Mierników ("APM")

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

WSKAŹNIKI ZADŁUŻENIA

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.

WSKAŹNIKI PŁYNNOŚCI

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

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

WSKAŹNIKI RENTOWNOŚCI

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

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

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

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

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

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

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

WSKAŹNIKI ROTACJI

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

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

Cyk rotacji zobowiązań bieżących = Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w analizowanym okresie.

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