

LIST PREZESA DO AKCJONARIUSZY

Szanowni Państwo,

Miniony rok obfitował dla Spółki w wiele ważnych wydarzeń w kilku obszarach. Miał też dwie zupełnie różne odstępny, na co wpływ miała pandemia COVID-19.

Przychody. Od I do III kwartału roku obrotowego 2019/2020 - przychody netto ze sprzedaży wyniosły 159.529 tys. zł i były o 19,2% wyższe w stosunku do analogicznego okresu, a w IV kwartale 2019/2020 - przychody netto ze sprzedaży wyniosły 49.171 tys. zł i były o 18,0% niższe w stosunku do analogicznego okresu, głównie za sprawą drastycznego spadku obrotów związanego z rozwojem w Polsce pandemii koronawirusa COVID-19.

Nowy Zarząd. Od dnia 1 stycznia 2020 roku Zarząd pracuje w trzyosobowym składzie. Funkcję Prezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Zarządzającego pełni Artur Mikołajko, funkcję Wiceprezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Handlowego pełni Szymon Dąbrowski, funkcję Wiceprezesa Zarządu i jednocześnie Dyrektora Operacyjnego pełni Marek Kaczmarek.

Nowa strategia. W dniu 28 lutego 2020 roku Uchwałą Zarządu została przyjęta „STRATEGIA INTERSPORT Polska S.A. na lata 2020-2024”, która wskazuje misję, wizję marki Intersport oraz najważniejsze kierunki działań wpływające na wzrost sprzedaży, wzrost marży, płynność finansową, optymalizację procesów oraz personel.

Spółka kontynuuje rozwój konceptu INTERSPORT 2.0, który zakłada po pierwsze: zintegrowaną wielokanałową dystrybucję towaru oraz dostęp do specjalnych produktów marek strategicznych; po drugie: zarządzanie kategoriami produktów w celu dostosowania oferty asortymentowej do potrzeb lokalnego rynku w oparciu o wyniki sprzedaży i pojemności sklepów, po trzecie: automatyczne uzupełnianie zapasów w celu szybszej dostawy towarów na półki i pełne wykorzystanie potencjału sprzedażowego marek własnych INTERSPORT.

Istotnym elementem nowej strategii jest również kategoryzowanie sklepów i koncentracja na wiodących kategoriach: sportstyle, running, fitness&training, outdoor, pływanie, team sport, narciarstwo oraz rowery i rolki. Ważne jest również wykorzystanie potencjału wszystkich dostępnych kanałów komunikacji marketingowej z klientem. Zarząd szczególnie stawia na dalszy rozwój sprzedaży e-commerce.

Optymalizacja sieci. Sieć INTERSPORT Polska systematycznie od 2019 roku wdraża w Polsce nowy koncept sklepu w formacie INTERSPORT 2.0. Pierwszy pilotażowy salon został otwarty w Galerii Krakowskiej w Krakowie, a planowane na marzec 2020 otwarcie pierwszego w Warszawie sklepu nowej generacji zostało przesunięte ze względu na COVID, sklep został uruchomiony 4 maja 2020 r.. Dodatkowo Spółka zmodernizowała powierzchnię sprzedaży w pięciu sklepach zlokalizowanych: w Galerii Solaris w Opolu, w Galerii Bałtyckiej w Gdańsku, w centrum handlowym Focus w Bydgoszczy, w Galerii Jurajskiej w Częstochowie oraz w centrum handlowym Alfa w Białymstoku.

COVID 19. W związku z rozprzestrzenianiem się w Polsce pandemii koronawirusa Spółka w okresie od lutego do połowy marca 2020 roku odnotowywała znaczące spadki ilości klientów w sklepach, wynikające m.in. z zalecenia ograniczenia przemieszczania się i unikania dużych skupisk ludzkich. Od 14 marca do 4 maja 2020 roku Spółka została zmuszona do zamknięcia sklepów zlokalizowanych w centrach handlowych, kontynuowała natomiast prowadzenie sprzedaży e-commerce i podjęła działania ograniczające koszty.

Nowe emisje akcji. W minionym roku obrotowym Spółka podjęła działania w kierunku zwiększenia kapitałów własnych – zakończono emisję serii G oraz w dniu 27 lutego 2020 roku NZWA Spółki powzięło Uchwałą w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego poprzez emisję nowych akcji serii H (emisja została zakończona w dniu 17.08.2020 r.).

Pragnę podziękować wszystkim Akcjonariuszom za zaufanie i wiarę w potencjał INTERSPORT Polska. Jestem przekonany, że zmiany których dokonaliśmy w minionym roku pozwolą osiągnąć zamierzone cele.

Z poważaniem,

Artur Mikołajko Prezes Zarządu INTERSPORT Polska S.A. / 31.08.2020