

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

z działalności za I półrocze
roku obrotowego 2023/2024



Spis treści		STRONA
1. OMÓWIENIE WYNIKÓW		3
1.1 Dane finansowe		4
1.2 Bilans		5
a) Aktywa		
b) Pasywa		
c) Kapitał własny		
d) Zobowiązania długo- i krótkoterminowe, zmiana instytucji finansowych, analiza zadłużenia.		
1.3 Przepływy finansowe		11
Analiza płynności finansowej		
1.4 Rachunek zysków i strat		12
Przychody ze sprzedaży		
Koszty		
1.5 Czynniki i zdarzenia mające istotny wpływ na wyniki z działalności operacyjnej		14
1.6 Czynniki i zdarzenia o nietypowym charakterze, mające istotny wpływ na sytuację finansową Spółki		15
1.7 Kontynuacja działalności		15
2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI		16
2.1 Sytuacja finansowa: analiza rentowności		
2.2 Sytuacja majątkowa: wskaźnik rotacji		
2.3 Inwestycje		
3. NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA		18
4. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI		20
5. O INTERSPORT Polska S.A.		21
5.1 Struktura organizacyjna		
5.2 Powiązania organizacyjne i kapitałowe		
5.3 Grupa INTERSPORT na świecie		
5.4 Koncepcja INTERSPORT 2.0		
5.5 Podstawowa działalność Spółki		
5.6 Model sklepu wzorcowego		
5.7 Działania uzupełniające		
5.8 Liczba placówek		
5.9 Stan i struktura zatrudnienia		
5.10 Organy Spółki		
6. AKCJE I AKCJONARIAT		33
6.1 Struktura akcjonariatu		
6.2 Znaczący akcjonariusze		
6.3 Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji		
6.4 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące		
6.5 Opis polityki dywidendy		
7. POLITYKA ASORTYMENTOWA		38
7.1 Oferta handlowa		
7.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia		
7.3 Charakterystyka sprzedaży: struktura, sezonowość		
8. DZIAŁANIA MARKETINGOWE		40
8.1 Wsparcie sprzedaży		
8.2 Klienci lojalnościowi		
8.3 Nagrody i wyróżnienia		
8.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu		
9. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU		42
9.1 Nowe produkty i usługi		
9.2 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej		
9.3 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 2.0		
9.4 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w najbliższej perspektywie		
10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE		44
11. RYZYKA I ZAGROZENIA		45
11.1 Czynniki ryzyka związane z działalnością		
11.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem		
12. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI		60
12.1 Rynek artykułów sportowych w Polsce		
12.2 Wpływ sytuacji makroekonomicznej		
13. BIEGŁY REWIDENT		63
14. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU		63
<i>OBJAŚNIENIA dotyczące wyliczania wskaźników</i>		65

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

Przedmiot podstawowej działalności:

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



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

1. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH ZA I PÓŁROCZE 2023/2024

INTERSPORT Polska S.A. w I półroczu roku obrotowego 2023/2024 trwającym od 1 kwietnia do 30 września 2023 roku wypracowała przychody netto ze sprzedaży w wysokości 95.305 tys. zł, czyli o 18,5% niższe wobec 116.898 tys. zł osiągniętych w analogicznym okresie (od 1 kwietnia do 30 września 2022 roku). W tym okresie Spółka zanotowała stratę brutto w wysokości 25.087 tys. zł przy zysku brutto na poziomie 24 tys. zł w analogicznym okresie. EBIT wyniósł -24.047 tys. zł, zaś EBITDA kształtowała się na poziomie -20.842 tys. zł.

1.1 DANE FINANSOWE

PODSTAWOWE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.04.2023 do 30.09.2023	od 01.04.2022 do 30.09.2022
Przychody ze sprzedaży ogółem	95 305	116 898
Wynik brutto na sprzedaży	29 474	39 871
Marża brutto na sprzedaży	30,9%	34,1%
Wynik ze sprzedaży	-21 057	-9 312
Rentowność ze sprzedaży	-22,1%	-8,0%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-24 047	1 280
Marża EBIT	-25,2%	1,1%
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	-20 842	4 575
Marża EBITDA	-21,9%	3,9%
Wynik brutto	-25 087	24
Wynik netto	-24 951	277

WYBRANE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.04.2023 do 30.09.2023	od 01.04.2022 do 30.09.2022
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	95 305	116 898
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-24 047	1 280
III. Zysk (strata) brutto	-25 087	24
IV. Zysk (strata) netto	-24 951	277
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-1 231	-7 861
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-551	-3 009
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 747	8 386
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-35	-2 484
IX. Aktywa razem	108 467	126 440
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	143 989	123 054
XI. Zobowiązania długoterminowe	2 410	14 556
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	136 673	102 913
XIII. Kapitał własny	-35 522	3 386
XIV. Kapitał zakładowy	3 413	3 413
XV. Liczba akcji (w szt.)	89 990 717*	34 130 700
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w zł)	-0,3	0,01
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	-0,3	0,01
XVIII. Wartość księgową na jedną akcję/udział (w zł)	-0,42	0,1
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł)	-0,42	0,1

- liczba akcji na dzień 30.09.2023 uwzględnia nową emisję akcji

1.2 BILANS

Wartość sumy bilansowej na dzień 30 września 2023 roku wyniosła 108.467 tys. zł i była niższa o 14,2% w porównaniu do stanu na dzień 30 września 2022 roku (było: 126.440 tys. zł).

a) AKTYWA

Wartość aktywów Spółki w I półroczu roku obrotowego 2023/2024 zakończonym 30 września 2023 r. była niższa o 14,2% w porównaniu do stanu na dzień 30 września 2022 roku. Zmniejszenie poziomu aktywów trwałych na dzień 30.09.2023 roku o 6.024 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 30.09.2022 roku, związane jest głównie ze spadkiem rzeczowych aktywów trwałych. Wzrost długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 1.175 tys. zł wynika głównie z aktualizacji aktywów z tyt. odroczonego podatku dochodowego. Niższa wartość aktywów obrotowych wynika przede wszystkim ze zmniejszenia stanu zapasów o 7.704 tys. oraz ze zmniejszenia należności krótkoterminowych o 2.367 tys. zł.

STRUKTURA AKTYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 30.09.2023	stan na dzień 30.09.2022	zmiana %
I. Aktywa trwałe	59 273	65 297	-9,2%
1. Wartości niematerialne i prawne	2 753	3 386	-18,7%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	43 155	48 307	-10,7%
3. Należności długoterminowe	5 363	6 778	-20,9%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	8 002	6 826	17,2%
II. Aktywa obrotowe	49 194	61 143	-19,5%
1. Zapasy	43 706	51 410	-15,0%
2. Należności krótkoterminowe	3 245	5 612	-42,2%
3. Inwestycje krótkoterminowe	581	416	39,6%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 662	3 705	-55,1%
Aktywa razem	108 467	126 440	-14,2%

b) PASYWA

Na dzień 30.09.2023 roku wartość kapitałów Spółki była niższa o 38.907 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 30.09.2022 roku. Związane jest to głównie

z odnotowaną stratą za rok obrotowy zakończony 31.03.2023 roku oraz z odnotowaną stratą za I półrocze roku obrotowego 2023/2024.

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

STRUKTURA PASYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 30.09.2023	stan na dzień 30.09.2022	zmiana %
I. Kapitał własny	-35 522	3 386	-1149,1%
1. Kapitał zakładowy	3 413	3 413	0,0%
2. Kapitał zapasowy	1 136	1 136	0,0%
3. Zysk(strata) z lat ubiegłych	-15 120	-1 440	949,9%
4. Zysk (strata) netto	-24 951	277	-9109,6%
II. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	143 989	123 054	17,0%
1. Rezerwy na zobowiązania	1 040	1 518	-31,5%
2. Zobowiązania długoterminowe	2 410	14 556	-83,4%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	136 839	102 913	33,0%
4. Rozliczenia międzyokresowe*	3 700	4 067	-9,0%
Pasywa razem	108 467	126 440	-14,2%

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

c) KAPITAŁ WŁASNY

Na dzień 30.09.2023 r. kapitał własny Spółki wyniósł -35.522 tys. zł i składał się z kapitału zakładowego w wysokości 3.413 tys. zł, kapitału zapasowego w wysokości 1.136 tys. zł, które zostały pomniejszone o straty z poprzednich lat w wysokości 15.120 tys. zł oraz zostały pomniejszone o stratę netto w kwocie 24.951 tys. zł.

KAPITAŁ PODSTAWOWY

Zgodnie z art. 308 § 1 Ksh kapitał zakładowy spółki akcyjnej powinien wynosić co najmniej 100 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. na dzień 30.09.2023 roku wynosiła 3.413.070,00 zł i dzieliła się na 34.130.700 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 30.09.2023 r. kapitał zapasowy Spółki wynosił 1.136 tys. zł.

ISTOTNE ZMIANY

Wg stanu na dzień 30.09.2023 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. wynosi -35.522 tys. zł i spadł o 1.149,1% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2022 roku (był: 3.386 tys. zł).

Zgodnie z uchwałą nr 13 podjętą w dniu 26 września 2023 roku przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, strata netto Spółki za rok obrotowy rozpoczynający się 1 kwietnia 2022 roku i kończący 31 marca 2023 roku w wysokości 12.800.060,79 zł netto zostanie pokryta z zysków Spółki uzyskanych w kolejnych latach.

d) ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 30.09.2023 r. łączna wartość zobowiązań Spółki wynosiła 139.249 tys. zł, z czego 2.410 tys. zł stanowiły zobowiązania długoterminowe, a 136.839 tys. zł stanowiły zobowiązania krótkoterminowe. W okresie od 1 kwietnia - 30 września 2023 roku wartość zobowiązań Spółki uległa zwiększeniu o 21.779 tys. zł, tj. o 18,5% w stosunku do stanu na 30.09.2022 roku. Spłata rat kapitałowych z tyt. umowy pożyczki preferencyjnej podpisanej z Polskim Funduszem Rozwoju SA (raport bieżący nr 53 z 29.09.2021 r., raport bieżący nr 6 z 18.03.2022 r., raport bieżący nr 17 z 24.05.2022 r.), spłata rat kapitałowych z tyt. umowy pożyczki płynnościowej podpisanej z Polskim Funduszem Rozwoju SA (raport bieżący nr 44 z 28.09.2020 r., raport bieżący nr 4 z 11.02.2021 r., raport bieżący nr 16 z 4.03.2021 r.), spłata rat kapitałowych z tyt. umowy o kredyt inwestycyjny z mBank S.A. przyczyniło się do spadku poziomu zobowiązań z tyt. kredytów i pożyczek, które zmniejszyły się z poziomu 43.428 tys. zł na 30.09.2022 r. do poziomu 32.506 tys. zł na dzień 30.09.2023 r.

Znaczny udział w łącznych zobowiązaniach Spółki wobec pozostałych jednostek, stanowią zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców, które wzrosły z poziomu 66.911 tys. zł na 30 września 2022 r. do poziomu 84.245 tys. zł na dzień 30.09.2023 r.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 30.09.2023 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

Zobowiązania długoterminowe (stan na dzień 30.09.2023 r.)

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

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
mBank SA	4 958	173	2024-11-29	Hipoteka umowna na nieruchomości, cesja wierzytelności, zastaw finansowy na środkach pieniężnych, pełnomocnictwo do rachunku, akt poddania się egzekucji, kaucja	Kredyt inwestycyjny
PFR SA	16 567	2 237	2026-03-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach wraz z cesją praw z umowy ubezpieczenia; weksel in blanco; akt poddania się egzekucji	Pożyczka preferencyjna

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

Łączne zobowiązania długoterminowe	30.09.2023 r.	30.09.2022 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	2 410	14 556
Zobowiązania długoterminowe z tyt. leasingu	0	0
Razem	2 410	14 556

Stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30.09.2023 roku zmniejszył się o 12.145 tys. zł tj. o 83,4% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2022 roku – zmniejszenie wynika ze spłaty rat kapitałowych oraz z przekwalifikowania części kredytów długoterminowych na krótkoterminowe.

Zobowiązania krótkoterminowe (stan na dzień 30.09.2023 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
PFR SA	9 616	2024-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach wraz z cesją praw z umowy ubezpieczenia; weksel in blanco; akt poddania się egzekucji	Pożyczka płynnościowa
PFR SA	1 491	2026-03-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach wraz z cesją praw z umowy ubezpieczenia; weksel in blanco; akt poddania się egzekucji	Pożyczka preferencyjna
mBank SA	1 040	2024-11-29	Hipoteka umowna na nieruchomości, cesja wierzytelności, zastaw finansowy na środkach pieniężnych, pełnomocnictwo do rachunku, akt poddania się egzekucji, kaucja	Kredyt inwestycyjny
mBank SA	7 950	2024-01-03	Hipoteka umowna na nieruchomości, cesja wierzytelności, zastaw finansowy na środkach pieniężnych, pełnomocnictwo do rachunku, akt poddania się egzekucji, kaucja	Kredyt w rachunku bieżącym
mBank SA	10 000	2024-05-31	Gwarancja PLG-FGP; akt poddania się egzekucji	Kredyt odnawialny

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

Łączne zobowiązania krótkoterminowe	30.09.2023 r.	30.09.2022 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	30 097	28 872
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. leasingu		
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	106 742	74 041
Razem	136 839	102 913

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30.09.2023 r. wyniósł 30.097 tys. zł i zwiększył się o 4,2% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2022 r.

Gwarancje bankowe udzielone INTERSPORT Polaka S.A. dotyczą kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 30.09.2023 roku gwarancje zabezpieczyły beneficjentów na łączną kwotę: 4.917 tys. zł i 1.229 tys. Euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

Analiza zadłużenia – APM¹

Tabela: Wskaźniki zadłużenia Spółki (w %)

Wskaźniki zadłużenia:	Formuła	30.09.2023	30.09.2022
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem* / Pasywa razem	132,7%	97,3%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Zobowiązania długoterminowe / Pasywa razem	2,2%	11,5%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Zobowiązania krótkoterminowe / Pasywa razem	126,2%	81,4%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	Zobowiązania ogółem* / Kapitał własny	-405,4%	3 643,2%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	Kapitał własny ogółem / Aktywa razem	32,7%	2,7%

* zobowiązania i rezerwy na zobowiązania

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

1.3 PRZEPIŁYWY FINANSOWE

(w tys. zł)

od 01.04.2023 od 01.04.2022
do 30.09.2023 do 30.09.2022

Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	-1 231	-7 861
Zysk (strata) netto	-24 951	277
Amortyzacja	3 205	3 295
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	-	-
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	936	1 003
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	-284	362
Zmiana stanu rezerw	-398	-139
Zmiana stanu zapasów	9 431	-5 319
Zmiana stanu należności	-237	-4 510
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	10 079	6 122
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	989	989
Inne	-1	-9 941
Przeptywy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-551	-3 009
Przeptywy pieniężne netto z działalności finansowej	1 747	8 386
Przeptywy pieniężne razem	-35	-2 484

Przeptywy pieniężne w okresie od 1 kwietnia do 30 września 2023 r. wyniosły -35 tys. zł:

- **działalność operacyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 1.231 tys. zł. Strata netto, która wyniosła 24.951 tys. zł, została skorygowana (in plus) o 23.720 tys. zł.

Najistotniejsze korekty wynikały z amortyzacji (plus 3.205 tys. zł), ze zwiększenia stanu zapasów (plus 9.431 tys. zł), ze zwiększenia stanu zobowiązań krótkoterminowych wobec dostawców (plus 10.079 tys. zł) ;

- **działalność inwestycyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 551 tys. zł (głównie były to wydatki poniesione na inwestycje w istniejące sklepy);
- **działalność finansowa** wygenerowała dodatnie przepływy pieniężne w łącznej wysokości 1.747 tys. zł, związane jest to głównie z otrzymanymi wpłatami na kapitał oraz ze spłatą zobowiązań finansowych oraz kosztów obsługi zadłużenia.

Analiza płynności finansowej – APM²

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

Tabela: Wskaźniki płynności Spółki

Wskaźniki płynności	Formuła	30.09.2023	30.09.2022
Wskaźnik płynności bieżącej	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe	0,36	0,59
Wskaźnik płynności szybkiej	(Aktywa obrotowe – Zapasy) / Zobowiązania krótkoterminowe	0,04	0,09

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

	od 01.04.2023 do 30.09.2023	od 01.04.2022 do 30.09.2022
I. Przychody netto ogółem	95 305	116 898
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	65 831	77 027
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	29 474	39 871
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	50 531	49 183
VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	-21 057	-9 312
VII. Pozostałe przychody operacyjne	2 159	13 128
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	5 149	2 536
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-24 047	1 280
X. Przychody finansowe	3	5
XI. Koszty finansowe	1 043	1 261
XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-25 087	24
XIII. Zysk (strata) brutto	-25 087	24
XIV. Podatek dochodowy	-136	-253
XV. Zysk (strata) netto	-24 951	277

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

PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY

INTERSPORT Polska S.A. w okresie od 1 kwietnia - 30 września 2023 roku odnotowała łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 95.305 tys. zł czyli o 18,5% niższe w porównaniu do łącznych obrotów w okresie od 1 kwietnia - do 30 września 2022 roku (było: 116.898 tys. zł).

KOSZTY <i>(w tys. zł)</i>	od 01.04.2023 do 30.09.2023	od 01.04.2022 do 30.09.2022	zmiana %
Amortyzacja	3 205	3 295	-2,7%
Zużycie materiałów i energii	2 884	2 740	5,2%
Usługi obce	27 598	25 956	6,3%
Podatki i opłaty	1 082	1 333	-18,8%
Wynagrodzenia	11 968	11 691	2,4%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	2 126	2 193	-3,1%
Pozostałe koszty rodzajowe	1 668	1 974	-15,5%
Koszty razem	50 531	49 183	2,7%

Spółka cały czas podejmuje działania, które mają na celu zwiększenie efektywności prowadzonej działalności. Poziom kosztów działalności operacyjnej w I półroczu roku 2023/2024 jest wyższy w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o 2,7 %. Spowodowane jest to głównie wyższymi kosztami prowadzenia działalności (wyższe koszty mediów, wynagrodzeń, usług, itp.).

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

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

Wynik operacyjny	od 01.04.2023 do 30.09.2023	od 01.04.2022 do 30.09.2022
Przychody ze sprzedaży, w tym:	95 305	116 898
przychody ze sprzedaży produktów	645	445
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	94 660	116 453
Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów	65 831	77 027
Zysk brutto ze sprzedaży	29 474	39 871
koszty sprzedaży	46 909	45 470
koszty ogólnego zarządu	3 622	3 713
Zysk ze sprzedaży	-21 057	-9 312
pozostałe przychody operacyjne	2 159	13 128
pozostałe koszty operacyjne	5 149	2 536
Wynik na działalności operacyjnej	-24 047	1 280

Kluczowy wpływ na poziom wyniku operacyjnego Spółki ma poziom zysku osiąganego ze sprzedaży towarów i materiałów. Zysk brutto ze sprzedaży w I półroczu roku obrotowego 2023/2024 uległ obniżeniu do poziomu 29.474 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku (było: 39.871 tys. zł). Na poziom zysku na sprzedaży towarów i materiałów osiągniętego w I półroczu roku obrotowego 2023/2024 decydujący wpływ miały niższe przychody ze sprzedaży towarów i materiałów (21.593 tys. zł mniej w porównaniu do analogicznego okresu).

Koszty sprzedaży (przede wszystkim koszty sieci detalicznej oraz logistyki i magazynu Spółki) w I półroczu 2023/2024 r. zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 45.470 tys. zł do 46.909. zł. Wynika to głównie wyższymi kosztami mediów, transportu, usług, itp.

Koszty ogólnego zarządu w I półroczu 2023/2024 r. zmniejszyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 3.713 tys. zł do 3.622 tys. zł.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł -24.047 tys. zł .

Poza wymienionymi wyżej czynnikami, w I półroczu roku obrotowego 2022/2023 wystąpiły istotne zdarzenia o nietypowym charakterze związane z wojną w Ukrainie oraz poziomem inflacji, które miały negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

1.6 CZYNNIKI I ZDARZENIA O NIETYPOWYM CHARAKTERZE, MAJĄCE ISTOTNY WPŁYW NA SYTUACJĘ FINANSOWĄ SPÓŁKI W I PÓŁROCZU ROKU OBROTOWEGO 2023/2024.

W okresie I półrocza roku obrotowego 2023/2024 istotnym nietypowym wydarzeniem mającym wpływ na gospodarkę w kraju oraz na świecie miały skutki nadal trwającego kryzysu gospodarczego będącego wynikiem wojny na Ukrainie.

24 lutego 2022 roku wybuchła wojna w Ukrainie. Sytuacja gospodarcza i polityczna wpłynęła na wahania kursów walut, wzrost cen energii oraz inflacji, jak również wzrost stóp procentowych, a co za tym idzie na podejście Klientów, którzy odkładali decyzje zakupowe na później w związku z niepewną sytuacją.

Spółka na bieżąco monitorowała sytuację gospodarczą w kraju i na świecie, podejmując działania mające na celu niwelowanie jej skutków, jednak wydarzenia te wpłynęły na bieżącą sprzedaż, co odbiło się negatywnie na wynikach finansowych w roku obrotowym.

Wśród konsumentów pogorszeniu uległa ocena bieżącej sytuacji gospodarstw domowych, ocena przyszłej sytuacji finansowej, ocena przyszłej sytuacji gospodarczej kraju, jak również wdrażanie strategii oszczędnościowych. W konsekwencji tego, nastroje konsumenckie Polaków spadają i osiągnęły poziom najniższy od ponad 15 lat.

1.7 KONTYNUACJA DZIAŁANOŚCI

Przyjęcie założenia kontynuacji działalności, pomimo wystąpienia formalnych przesłanek wskazujących na istotną niepewność, co do zdolności Spółki do kontynuacji działalności, w postaci ujemnych kapitałów własnych na kwotę (-)35.522 tys. zł, poniesionej straty za okres objęty sprawozdaniem w kwocie 24.951 tys. zł oraz ujemnej wartości kapitału obrotowego w kwocie (-) 87.479 tys. zł, opiera się na następujących faktach:

- podniesieniu po dniu 30.09.2023 r. kapitałów o kwotę 30.924 tys. zł (zarejestrowano w dniu 7.11.2023 r.) w drodze emisji akcji objętych przez Inwestora
- planowanych dalszym podniesieniu kapitałów o kwotę stanowiącą równowartość 3.000 tys. eur zgodnie z umową inwestycyjną z dnia 19.04.2023 r.

Łączna kwota kapitału wniesionego do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania

i planowanego do wniesienia w ciągu najbliższych miesięcy na podstawie umowy inwestycyjnej przewyższa wartość ujemnych kapitałów własnych na dzień 30.09.2023 r.

Nowy Inwestor: EpicentrK Llc działa między innymi w tej samej branży co Spółka i prowadzi na Ukrainie działalność handlową polegającą na sprzedaży artykułów sportowych pod marką INTERSPORT. Zarząd Spółki we współpracy z Inwestorem, opracował plan rozwoju Spółki i działań operacyjnych 16ptymalizujących koszty oraz wykorzystania środków z emisji akcji, który przewiduje odwrócenie dotychczasowych negatywnych trendów w działalności Spółki.

Sprawozdanie finansowe Spółki zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej przez Spółkę w okresie co najmniej 12 miesięcy od dnia bilansowego. Zarząd Spółki, w związku z dokapitalizowaniem oraz opracowanym planem rozwoju, nie stwierdza na dzień podpisania niniejszego sprawozdania finansowego istnienia faktów i okoliczności, które wskazywałyby na istotne zagrożenia dla możliwości kontynuacji działalności przez Spółkę w okresie 12 miesięcy od dnia bilansowego na skutek zamierzonego lub przymusowego zaniechania bądź istotnego ograniczenia przez Spółkę dotychczasowej działalności.

2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI

2.1 SYTUACJA FINANSOWA

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

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

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

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

APM – Alternatywny Pomiar Wyników	01.04.2023 30.09.2023	01.04.2022 30.09.2022
EBITDA = (Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację)	-20 842	4 575

Przychody ze sprzedaży produktów oraz towarów i materiałów Emitenta uległy zmniejszeniu w analizowanym okresie. W I półroczu roku obrotowego 2023/2024 przychody ze sprzedaży zmniejszyły się w porównaniu z analogicznym okresem o 18,5% (tj. o 21,6 mln zł).

ANALIZA RENTOWNOŚCI³ - APM

Tabela: Analiza rentowności działalności Spółki (w %)

Wskaźniki rentowności	Formuła	01.04.2023 30.09.2023	01.04.2022 30.09.2022
Marża brutto ze sprzedaży towarów	Zysk / Strata brutto ze sprzedaży towarów / przychody ze sprzedaży towarów	30,5%	33,9%
Rentowność ze sprzedaży	Zysk / Strata ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-22,1%	-8,0%
Rentowność EBIT	Zysk / Strata z działalności operacyjnej / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-25,2%	1,1%
Rentowność netto	Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-26,2%	0,2%
Wskaźniki rentowności	Formuła	01.04.2023 30.09.2023	01.01.2022 30.09.2022
Rentowność aktywów ROA**	Zysk / Strata netto / aktywa na koniec okresu	-23,0%	0,2%
Rentowność kapitałów własnych ROE**	Zysk / Strata netto / kapitał własny na koniec okresu	70,2%	8,2%

W I półroczu roku obrotowego 2023/2024:

- Spółka odnotowała marżę brutto ze sprzedaży towarów na poziomie 30,5% w porównaniu do 33,9% w analogicznym okresie poprzedniego roku;
- rentowność ze sprzedaży Spółki wyniosła -22,1% w porównaniu do -8% w analogicznym okresie.

Wskaźniki ROE oraz ROA W I półroczu roku obrotowego 2023/2024 oraz na dzień 30.09.2023 roku kształtowały się odpowiednio minus 23,0% (ROA) oraz plus 70,4% (ROE).

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

2.2 SYTUACJA MAJĄTKOWA

WSKAŹNIK ROTACJI ⁴- APM

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

Cykl rotacji	Formuła	stan na dzień 30.09.2023	stan na dzień 30.09.2022
Cykl rotacji zapasów	Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	82,5	79,2
Cykl rotacji należności krótkoterminowych	Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	6,1	8,6
Cykl rotacji zobowiązań bieżących	Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	201,6	114,0

Wskaźnik rotacji zapasów uległ wydłużeniu z 79,2 dni na dzień 30.09.2022 r. do 82,5 dni na dzień 30.09.2023 r. Wskaźnik rotacji należności uległ skróceniu z 8,6 dni na dzień 30.09.2022 r. do 6,1 dnia na dzień 30.09.2023 r. Cykl rotacji zobowiązań bieżących na dzień 30.09.2023 r. uległ wydłużeniu do 201,6 dni.

2.3 INWESTYCJE

W I półroczu roku obrotowego 2023/2024 Spółka poniosła nakłady dotyczące prac inwestycyjnych w wysokości 510,2 tys. zł.

Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych

Do końca roku obrotowego 2023/2024 Spółka planuje wydatki inwestycyjne na poziomie 500 tys. zł.

3. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA

W ocenie Zarządu INTERSPORT Polska S.A. („Spółka”) od 1 kwietnia do 30 września 2023 roku w Spółce nie zaszły istotne wydarzenia poza tym, iż:

1. W dniu 19 kwietnia 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował, że zawarł z EpicentrK LLC z siedzibą w Kijowie, Ukraina („Inwestor”) oraz

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

partnerem biznesowym Inwestora - Paravita Holding Limited z siedzibą w Nikozji, Cypr („Partner), umowę inwestycyjną dotyczącą wspólnej inwestycji w Spółkę („Umowa”) ([szczegóły: raport bieżący nr 11/2023](#)).

2. W dniu 29 sierpnia 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. zawarł Aneks do umowy inwestycyjnej dotyczącej wspólnej inwestycji w Spółkę z EpicentrK Llc z siedzibą w Kijowie, Ukraina („Inwestor”) oraz partnerem biznesowym Inwestora - Paravita Holding Limited z siedzibą w Nikozji, Cypr („Partner) ([szczegóły: raport bieżący nr 23/2023](#)).
3. W dniu 13 września 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował, iż Uchwałą Rady Nadzorczej Pan Marek Kaczmarek został powołany na stanowisko Prezesa Zarządu Spółki na nową 3-letnią kadencję ([szczegóły: raport bieżący nr 25/2023](#)).
4. W dniu 25 września 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. zawarł Aneks do umowy inwestycyjnej dotyczącej wspólnej inwestycji w Spółkę z EpicentrK Llc z siedzibą w Kijowie, Ukraina („Inwestor”) oraz partnerem biznesowym Inwestora - Paravita Holding Limited z siedzibą w Nikozji, Cypr („Partner) ([szczegóły: raport bieżący nr 26/2023](#)).
5. W dniu 26 września 2023 roku poinformował o podpisaniu z Wiener TU S.A. Vienna Insurance Group z siedzibą w Warszawie umowę generalną określającą warunki oraz zasady ubezpieczenia z tytułu prowadzonej przez Spółkę działalności ([szczegóły: raport bieżący nr 29/2023](#)).

Od 30 września 2023r. tj. po zakończeniu I półrocza roku obrotowego 2023/2024 do dnia publikacji niniejszego sprawozdania wystąpiły takie istotne zdarzenia jak poniżej:

1. W dniu 19 października 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował, że Spółka otrzymała informację od EpicentrK Llc z siedzibą w Kijowie, Ukraina („Inwestor”) oraz partnerem biznesowym Inwestora - Paravita Holding Limited z siedzibą w Nikozji, Cypr („Partner) o spełnieniu warunków zawieszających wskazanych w ([szczegóły: raport bieżący nr 31/2023](#)).
2. W dniu 25 października 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował o odwołaniu prokury łącznej udzielonej Piotrowi Mierzwie oraz udzieleniu prokury łącznej Elżbiecie Filipek ([szczegóły: raport bieżący nr 35/2023](#)).
3. W dniu 31 października 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował o zarejestrowaniu przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia zmian Statutu Spółki ([szczegóły: raport bieżący nr 36/2023](#)).
4. W dniu 7 listopada 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował o powziętej informacji o zarejestrowaniu przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia zmian Statutu Spółki w związku ze zmianą wysokości i struktury kapitału zakładowego Spółki ([szczegóły: raport bieżący nr 37/2023](#)).
5. W dniu 17 listopada 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował o zmianach w składzie Rady Nadzorczej. Uchwałą NWZ Pani Iuliia

Maksymenko oraz Pan Aivars Bunde zostali powołani na stanowisko członka Rady Nadzorczej Spółki [\[szczegóły: raport bieżący nr 44/2023\]](#).

6. W dniu 4 grudnia 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował o zarejestrowaniu przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia zmian Statutu Spółki [\[szczegóły: raport bieżący nr 46/2023\]](#).
7. W dniu 15 grudnia 2023 roku INTERSPORT Polska S.A. poinformował o otrzymaniu informacji o podpisaniu przez Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie Aneksów do Umów zawartych ze Spółką [\[szczegóły: raport bieżący nr 49/2023\]](#).

4. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

Zgodnie z art. 90i i 90j ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych:

1. Rada Nadzorcza wydaje zgodę za zawarcie istotnej transakcji z podmiotem powiązany;
2. Przez istotną transakcję należy rozumieć transakcję zawieraną przez spółkę z podmiotem powiązany, której wartość przekracza 5% sumy aktywów w rozumieniu ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, ustalonych na podstawie ostatniego zatwierdzonego sprawozdania finansowego spółki („Istotna transakcja”);
3. Przez podmiot powiązany należy rozumieć podmiot powiązany („Podmiot powiązany”) w rozumieniu międzynarodowych standardów rachunkowości przyjętych na podstawie rozporządzenia (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 lipca 2002 r. w sprawie stosowania międzynarodowych standardów rachunkowości (Dz.Urz. UE L 243 z 11.09.2002, str. 1, z późn. zm. - Dz.Urz. UE Polskie wydanie specjalne rozdz. 13, t. 29, str. 609). W przypadku transakcji, których przedmiotem są świadczenia powtarzające się, które mają być spełniane na podstawie umowy zawartej na czas określony, za wartość transakcji uznaje się sumę świadczeń za cały czas trwania umowy. W przypadku transakcji, których przedmiotem są świadczenia powtarzające się, które mają być spełniane na podstawie umowy zawartej na czas nieokreślony, za wartość transakcji uznaje się sumę świadczeń przewidzianych w umowie w pierwszych trzech latach jej obowiązywania;
4. Zgoda Rady Nadzorczej na zawarcie istotnej transakcji z podmiotem powiązany nie jest wymagana, gdy transakcja jest zawierana na warunkach rynkowych w ramach zwykłej działalności spółki

W okresie sprawozdawczym INTERSPORT Polska S.A. zawarł z OTCF S.A. z siedzibą w Krakowie oraz LARIX Janusz Pieta Spółka komandytowo-akcyjna z siedzibą w Bielsku-Białej wyłącznie transakcje na warunkach rynkowych w ramach zwykłej działalności spółki.

5. INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba:	Choleryn
Forma prawna:	Spółka akcyjna
Przepisy prawa, na podstawie których i zgodnie z którymi działa Spółka:	INTERSPORT Polska S.A. została utworzona na podstawie przepisów Kodeksu handlowego i działa zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych. Spółka jako spółka publiczna działa również w oparciu o regulacje określające funkcjonowanie rynku kapitałowego.
Kraj:	Polska
Adres:	Choleryn 382, 32-060 Choleryn
Telefon:	(+48) 124448100, 124448103
Poczta elektroniczna:	biuro@intersport.pl
Strona internetowa:	www.intersport.pl

INTERSPORT Polska S.A. została wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000216182. Spółce nadano numer identyfikacyjny NIP: 6760016553. Spółka posiada numer identyfikacyjny REGON: 003900187.

5.1. Struktura organizacyjna

INTERSPORT Polska S.A. nie tworzy grupy kapitałowej, w której byłaby podmiotem dominującym, jak również nie należy do grupy kapitałowej, w której byłaby podmiotem zależnym. Spółka nie jest bezpośrednio lub pośrednio podmiotem posiadającym lub kontrolowanym.

5.2. Powiązania organizacyjne i kapitałowe

UMOWA LICENCYJNA

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

- I. wyłączne prawo do używania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, chronionego znaku towarowego INTERSPORT na usługi i produkty, na które zarejestrowany został ten znak towarowy;
- II. wyłączność na importowanie, promowanie, rozpowszechnianie, reklamowanie oraz sprzedawanie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oferowanych i produkowanych przez IIC towarów i usług oznaczonych innymi zarejestrowanymi na rzecz IIC znakami towarowymi, tzw. markami własnymi INTERSPORT;
- III. wyłączne prawo do rozwijania sieci własnych sklepów sportowych, jak również sieci franczyzowej, pod znakiem INTERSPORT;
- IV. prawo do nabywania towarów oznaczonych markami własnymi INTERSPORT bezpośrednio od ich producentów przy pośrednictwie agenta, jakim jest IIC

5.3 GRUPA INTERSPORT na świecie

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych. Z obrotami przekraczającymi 13,7 mld euro w 2022 roku i ponad 5.300 specjalistycznymi sklepami sportowymi w 42 krajach, Grupa INTERSPORT należy do wiodących światowych sprzedawców detalicznych artykułów sportowych.

IIC INTERSPORT – pierwsza w historii międzynarodowa grupa detaliczna zajmująca się sportem, która stała się największym sprzedawcą detalicznym sprzętu sportowego na świecie została założona pod koniec lat 60 w Szwajcarii przez 10 krajowych organizacji zakupowych.

Grupa INTERSPORT zrzesza podmioty, które: (1) prowadzą samodzielną działalność gospodarczą, (2) mają prawo do posługiwania się znakiem towarowym INTERSPORT i handlowania markami własnymi INTERSPORT, (3) dokonują wspólnych zakupów, (4) korzystają ze wspólnego modelu działalności gospodarczej, ujętego w formie ujednoczonych międzynarodowo standardów.

Grupa INTERSPORT dzięki indywidualnemu podejściu oraz zrozumieniu lokalnych klientów, jest w stanie zapewnić najlepsze porady, wskazówki oraz wartości dla wszystkich swoich usług i produktów.

Zaangażowani we wspieranie społeczności sportowej, która utwierdza w przekonaniu, że sport jest dla każdego. Pracownicy Grupy INTERSPORT są zawsze gotowi, aby pomóc wybrać idealną parę butów, znaleźć odpowiednią odzież lub wybrać sprzęt najlepiej dostosowany do indywidualnych potrzeb.

5.4 Koncepcja INTERSPORT 2.0

Systematycznie modyfikowany oraz ulepszany wprowadzany na całym świecie koncept INTERSPORT 2.0 jest odpowiedzią na potrzeby klientów nowej generacji, którzy są szczególnie otwarci na nowe technologie tzn. swobodnie poruszają się w sieci połączeń, aktywnie korzystają z urządzeń mobilnych, posiadają konta na wielu portalach społecznościowych i korzystają w procesie zakupowym z wielu kanałów komunikacji takich jak: social media, livechaty, serwisy z opiniami, e-sklepy, porównywarki ofert - a dodatkowo cenią przeżycia, emocje oraz swój wolny czas.

Zgodnie z przyjętą przez Zarząd INTERSPORT Polska S.A. „Strategią rozwoju na lata 2020-2024” wdrażany przez Spółkę w Polsce koncept zakłada po pierwsze: zintegrowaną wielokanałową dystrybucję towaru oraz dostęp do specjalnych produktów marek strategicznych; po drugie: zarządzanie kategoriami produktów w celu dostosowania oferty asortymentowej do potrzeb lokalnego rynku w oparciu o wyniki sprzedaży i pojemności sklepów, po trzecie: automatyczne uzupełnianie zapasów w celu szybszej dostawy towarów na półki i pełne wykorzystanie potencjału sprzedażowego marek własnych INTERSPORT.

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

Zarząd szczególnie stawia na dalszy rozwój sprzedaży e-commerce.

5.5 Podstawowa działalność Spółki

INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się w Polsce rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Wg stanu na dzień 30.09.2023 roku Spółka prowadziła działalność w 34 sklepach własnych INTERSPORT zlokalizowanych w 23

aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 31 239,97 m².

Spółka prowadzi również sprzedaż w sklepie internetowym pod adresem www.intersport.pl oraz sprzedaż internetową w innych kanałach e-commerce.

5.6 Model sklepu wzorcowego

LOKALIZACJA – centra handlowe i parki handlowe w większych miastach Polski

POWIERZCHNIA SKLEPU – około 700 m² – 3.000 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.

FLAGSHIP (ok. 2.500 m²) – wizytówka sieci INTERSPORT – prezentacja pełnej oferty. Kreator marki, prezentujący prestiż jednej z największych sieci sklepów sportowych na świecie. Udostępniający klientom fachowe doradztwo w każdej z głównych dyscyplin sportowych. Sprzedaż towaru, serwis sprzętu sportowego o każdej porze roku, a także wszystkie elementy sprzedaży omnichannelowej.

INTERSPORT 2.0/Light/3.0 (800-2.500 m²) – koncept charakteryzuje się nie tylko unikalnym designem, ale również przestrzenią z przyjazną dla klientów nawigacją pomiędzy kluczowymi strefami – WOMEN, MEN i YOUNG ATHLETES. Całość uzupełnia indywidualny i dynamiczny charakter w każdej z wiodących kategorii sportowych, do których należą sportstyle, bieganie, fitness, outdoor, pływanie, piłka nożna, rowery, tenis oraz narciarstwo zimą wraz z profesjonalnym serwisem.

OUTLET (800-2.500 m²) – sklep oferujący markowe produkty sportowe: zarówno odzież, obuwie jak i akcesoria, z poprzednich sezonów w przystępnych cenach. Oferta wzbogacona jest o końcówki serii i „rozmiarów”, ale także o specjalnie zamówione oferty Strategic Brands/Private Labels pochodzące z ubiegłorocznych kolekcji.

ALPINE STORE (200-700 m²) – oferta całoroczna oparta jest o kolekcje outdoorowe, które uzupełniane są w okresie zimowym pełną ofertą narciarską, a w okresie letnim – rowerową. Istotnym dopełnieniem konceptu jest obecność zarówno serwisu sprzętu sportowego oraz wypożyczalni, a także realizacja filozofii omnichannel.

RETAIL PARK (700-2.500 m²) – salony zlokalizowane w Retail Parkach, co umożliwia łatwy dostęp bezpośrednio z parkingu, ułatwiając zakup i obsługę serwisową gabarytowego sprzętu sportowego (nart, rowerów). Charakter lokalizacji uniezależnia w większym stopniu od ewentualnych zagrożeń związanych z ograniczeniami „pandemicznymi” (lockdowny).

ASORTYMENT – główną ofertę tworzą najlepsze marki wiodących producentów sportowych (Strategic Brand), dobrze rozpoznawane przez klientów. Ich uzupełnieniem, na poziomie średniej półki cenowej, są stopniowo wprowadzane marki własne INTERSPORT (Private Label), które docelowo mają stanowić około 20%-25% całego asortymentu oferowanego w salonach. Taka polityka towarowa wyróżnia sklepy INTERSPORT na tle konkurencji. W salonach można nabyć towary specjalistyczne i ogólno-sportowe.

USŁUGI – Spółka kładzie duży nacisk na fachową obsługę klienta, nie ograniczając się jedynie do sprzedaży towaru. Klient ma możliwość serwisowania sprzętu zakupionego zarówno w sieci INTERSPORT jak i poza nią.

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.

POZOSTAŁE USŁUGI SERWISOWE – w wybranych sklepach 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 tyżew.

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

SYSTEMY BEZPIECZEŃSTWA – sklepy posiadają pełny system zabezpieczeń antykradzieżowych, obejmujący: podłączenie alarmowe, bramki elektroniczne, elementy bezpośrednio zabezpieczające towar.

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

SYSTEM MONITORINGU 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. Stawia na poprawę komunikacji marketingowej, w szczególności budując pozytywny wizerunek marki zarówno w obszarze sprzedaży e-commerce, programów partnerskich jak i mediów społecznościowych.

OBSŁUGA ZAMÓWIEŃ INTERNETOWYCH – w celu usprawnienia realizacji wysyłek e-commerce oraz multiplikacji możliwości odsprzedaży towaru wszystkie salony stacjonarne wraz z dostępnym zapasem zostały włączone do sprzedaży Internetowej. W każdym salonie zostało wydzielone stanowisko do pakowania przesyłek e-commerce. Personel na salonach został odpowiednio przeszkolony i wyposażony w niezbędne narzędzia. Przydział zamówień Internetowych do poszczególnych salonów odbywa się dzięki zaprogramowanym algorytmom decyzyjnym. W decyzji przydziału brany jest pod uwagę szereg czynników jak np.: zapas, priorytet salonu, liczba dostępnych pracowników do pakowania. Wysyłki Internetowe realizowane z magazynu centralnego jak i z salonów są pakowane wg obecnie przyjętych standardów. Wysyłkę zamówień internetowych z salonów nadzoruje biuro obsługi klienta.

5.7 Działania uzupełniające

- Coatorocznie 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*. Wyżej wymienione usługi dostępne są z poziomu wszystkich salonów z różnym czasem realizacji. Szczegółowy opis usług serwisowych został zamieszczony na stronie Internetowej <https://www.intersport.pl/serwisy>.

- Dotychczas obowiązujący program eKarta Intersport jest w trybie wygaszania. Zastąpi go nowy program lojalnościowy Club Intersport. W ramach nowego programu klienci będą mogli zbierać punkty, wymieniać je na nagrody. Stali klienci otrzymają dostęp do szeregu udogodnień jak np. szybkie zwroty, wydłużony czas zwrotu, udział w specjalnych promocjach, możliwość personalizacji konta. Start nowego programu lojalnościowego jest planowy na pierwszy kwartał roku kalendarzowego 2024.
- Spółka prowadzi sprzedaż internetową pod adresem www.intersport.pl, co jest szczególnie ważne dla klientów z regionów, gdzie nie ma jeszcze salonów INTERSPORT. Sklep eCommerce spełnia wszystkie standardy obsługi nowoczesnego klienta w modelu sprzedaży omnichannel. Poprzez platformę sklepu Internetowego klienci mogą dokonywać rezerwacji, składać zamówienia z odbiorem osobistym w ulubionym salonie oraz realizować zamówienia Click&Collect. Dzięki otwartej technologii „headless” 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 bez utraty płynności działania sklepu. Spółka dąży do tego, aby w przyszłości oferta online była znacznie poszerzona.
- W celu usprawnienia systemu komunikacyjnego z klientem, Spółka posiada **BIURO OBSŁUGI KLIENTA +48 12 44 48 888**, udzielające szybkiej i fachowej informacji na temat usług oraz dostępności asortymentu w poszczególnych salonach. Dodatkowo na sklepie Internetowym dostępny jest czat do szybkiej komunikacji z specjalistami biura obsługi klienta.

5.8 Liczba placówek (stan na dzień 20.12.2023 roku)

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

Tabela: Lista placówek handlowych na dzień 20.12.2023 r.

1	Kraków	PH Zakopianka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW
2	Bielsko-Biała	Galeria Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA
3	Warszawa	Arkadia Westfield	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA
4	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE
5	Łódź	Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ
6	Kraków	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5, 31-154 KRAKÓW
7	Warszawa	Sadyba Best Mall	ul. Powsińska 31, 02-903 WARSZAWA

8	Gdańsk	Galeria Bałtycka	al. Grunwaldzka 141, 80-264 GDAŃSK
9	Wrocław	Magnolia Park	ul. Legnicka 58, 54 - 203 WROCŁAW
10	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 POZNAŃ
11	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 BYDGOSZCZ
12	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 BIAŁYSTOK
13	Poznań	King Cross Marcelin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ
14	Gdynia	CH Riviera	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA
15	Opole	GH Solaris Center	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE
16	Częstochowa	GH Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 CZĘSTOCHOWA
17	Zakopane	Wierchy	ul. Krupówki 60, 34-500 ZAKOPANE
18	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM
19	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW
20	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 GORZÓW Wlkp.
21	Kraków	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61, 31-346 KRAKÓW
22	Lublin	Atrium Felicity	Al. Witosa 32, 20-331 LUBLIN
23	Kalisz	Galeria Amber	ul. Górnośląska 82, 62-800 KALISZ
24	Olsztyn	Galeria Warmińska	ul. Tuwima 26, 10-748 OLSZTYN
25	Poznań	CH Posnania	ul. Pleszewska, 61-136 POZNAŃ
26	Gliwice	CH Factory Outlet	ul. Rybnicka 205, 44-122 GLIWICE
27	Poznań	CH Avenida	ul. Matyi 2, 61-586 POZNAŃ
28	Katowice	Galeria Katowicka	ul. 3 Maja 30, 40-097 KATOWICE
29	Warszawa	Galeria Północna	ul. Światowida 17, 03-144 WARSZAWA
30	Warszawa	CH Złote Tarasy	ul. Złota 59, 00-120 WARSZAWA
31	Olsztyn	Dekada	ul. Partyzantów 63, 10-402 Olsztyn
32	Zielona Góra	Focus Mall	ul. Wrocławska 17, 65-427 Zielona Góra
33	Warszawa	Galeria Mokotów	ul. Wotoska 12, 02-675 Warszawa
34	Warszawa	Atrium Promenada	ul. Ostrobramska 75c, 04-175 Warszawa

5.9 Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 30 września 2023 r. w Spółce było zatrudnionych 321 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 13 osób niepełnosprawnych. Spółka prowadziła też stałą współpracę z 18 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonywały dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. Od 1 kwietnia do 30 września 2023 roku Spółka zatrudniła 59 osób (rozwiązano umowy z 95 osobami). Przeciętne zatrudnienie w okresie od 1 kwietnia 2023 r. do 30 września 2023 r. wynosiło 334 osób.

5.10 Organy spółki

ZARZĄD

Zarząd Spółki

Marek Kaczmarek – Prezes Zarządu

Zarząd Spółki prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje ją we wszystkich czynnościach sądowych i pozasądowych. Wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki, nie zastrzeżone przepisami prawa lub postanowieniami Statutu Spółki dla walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy lub Rady Nadzorczej, należą do kompetencji Zarządu Spółki. W przypadku Zarządu jednoosobowego do składania oświadczeń i podpisywania w imieniu Spółki uprawniony jest Prezes Zarządu samodzielnie. W przypadku Zarządu wieloosobowego do składania oświadczeń i podpisywania w imieniu Spółki wymagane jest współdziałanie dwóch członków Zarządu lub jednego członka Zarządu łącznie z prokurentem.

Kompetencje i zasady pracy Zarządu INTERSPORT Polska S.A. określone zostały w następujących dokumentach:

- Statut Spółki INTERSPORT Polska S.A.
- Regulamin Zarządu.
- Kodeks spółek handlowych.

RADA NADZORCZA

W roku obrotowym 2023/2024 Rada Nadzorcza Spółki pracowała w składzie:

1. Pan Janusz Pięta – Przewodniczący Rady (od dnia 28 października 2021 roku)
2. Pan Krzysztof Pięta
3. Pan Łukasz Bosowski
4. Pan Wojciech Mikulski
5. Pan Krzysztof Skowroński (członek niezależny)
6. Pan Piotr Dygasiński (członek niezależny)
7. Pan Wojciech Mamak (członek niezależny)
8. Pani Iuliia Maksymenko (od dnia 17 listopada 2023 roku)
9. Pan Aivars Bunde (od dnia 17 listopada 2023 roku).

Wspólna kadencja członków Rady Nadzorczej Spółki zakończy się z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy rozpoczynającym się 1 kwietnia 2024 roku i kończącym 31 marca 2025 roku.

Krzysztof Pięta pełni funkcję od 30 czerwca 2017 roku, Wojciech Mamak pełni funkcję od 27 września 2017 roku, Łukasz Bosowski i Janusz Pięta pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 26 lipca 2019 r., Piotr Dygas i Krzysztof Skowroński pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej od 25 listopada 2020 r., Wojciech Mikulski pełni funkcję członka Rady Nadzorczej od 29 marca 2021 roku.

Wszyscy członkowie Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. nie wykonują działalności usługowej na rzecz innych konkurencyjnych podmiotów w stosunku do INTERSPORT Polska S.A.; nie uczestniczą w spółce konkurencyjnej jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej lub jako członek organu spółki kapitałowej oraz nie uczestniczą w innej konkurencyjnej osobie prawnej jako członek jej organu.

Nie zostali również wpisani do Rejestru Dłużników Niewypłacalnych, prowadzonego na podstawie ustawy o KRS.

Komitet Audytu oraz Komitet Wynagrodzeń i Nominacji

W ramach Rady Nadzorczej Spółki funkcjonuje komitet audytu (zwany Komitetem Audytu) i Komitet Wynagrodzeń i Nominacji. Komitet Audytu oraz Komitet Wynagrodzeń i Nominacji działają w ramach Rady Nadzorczej. W skład działającego w ramach Rady Komitetu Audytu wchodzi: Wojciech Mamak, Łukasz Bosowski i Krzysztof Skowroński. Przewodniczącym Komitetu Audytu jest Wojciech Mamak – niezależny członek Rady Nadzorczej.

Panowie Wojciech Mamak i Łukasz Bosowski posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży handlowej, w której działa Spółka, zaś Łukasz Bosowski spełnia wymóg posiadania kwalifikacji w dziedzinie rachunkowości lub rewizji finansowej.

W skład działającego w ramach Rady Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji wchodzi: Janusz Pięta, Krzysztof Skowroński i Piotr Dygas. Przewodniczącym Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji jest Krzysztof Skowroński – niezależny członek Rady Nadzorczej.

Zarząd Spółki ocenia, że Wojciech Mamak, Krzysztof Skowroński i Piotr Dygas spełniają kryteria niezależności ustalone na podstawie ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (Dz. U. z 2023 r., poz. 1015 z późniejszymi zmianami), jak również na podstawie Załącznika II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów nie wykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) [2005/162/WE, Dz.U.U.E.L.2005.52.51 z dnia 25 lutego 2005 r.], do których odsyłają „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”, stanowiące Załącznik do Uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

z dnia 13 października 2015 r. oraz posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży handlowej, w której działa Spółka INTERSPORT Polska S.A.

Konflikt interesów w organach administracyjnych, zarządzających i nadzorczych oraz wśród osób zarządzających wyższego szczebla

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

- członkowie Rady Nadzorczej Panowie: Krzysztof Pięta i Janusz Pięta są współnikami firmy LARIX, od której Spółka nabywa produkty i akcesoria sportowe.
- członek Rady Nadzorczej Pan Wojciech Mikulski jest powiązany biznesowo ze Spółką OTCF S.A. z siedzibą w Krakowie, od której Spółka nabywa produkty i akcesoria sportowe.

Według wiedzy Zarządu Spółki brak jest umów i porozumień ze znaczącymi akcjonariuszami, klientami, dostawcami lub innymi osobami, na mocy których byli by wybierani członkowie Zarządu lub Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A.

Szczegółowe kompetencje i zasady pracy Rady Nadzorczej określone zostały w następujących dokumentach:

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

W I półroczu roku obrotowego 2023/2024 posiedzenia Rady Nadzorczej odbywały się regularnie zgodnie z przyjętym harmonogramem. Na posiedzeniach Rady zapadały uchwały w sprawach objętych porządkiem obrad. Członkowie Rady Nadzorczej mający powiązania natury ekonomicznej, rodzinnej z akcjonariuszami posiadającymi więcej niż 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu spółki złożyli Zarządowi spółki stosowne zawiadomienia.

WARTOŚĆ WYNAGRODZEŃ I NAGRÓD

Wynagrodzenie członków Zarządu INTERSPORT Polska S.A. ustalane jest przez Radę Nadzorczą Spółki, zaś członków Rady Nadzorczej przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

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

Osoba	Wynagrodzenie wypłacone w okresie od 01.04.2023 r. do 30.09.2023 r.	*Inne świadczenia uzyskane w okresie od 01.04.2023 r. do 30.09.2023 r.
Marek Kaczmarek	300,00	226,33
Zarząd Spółki (łącznie):	300,00	226,33
Krzysztof Pieta	12,00	0,18
Wojciech Mamak	14,40	0,00
Łukasz Bosowski	14,40	0,22
Janusz Pieta	16,20	0,24
Wojciech Mikulski	12,00	0,00
Krzysztof Skowroński	15,60	0,23
Piotr Dygas	13,20	0,00
Rada Nadzorcza Spółki (łącznie):	97,80	0,87

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

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

Opis polityki wynagrodzeń

Polityka Wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej została uchwalona przez Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 31 sierpnia 2020 roku (szczegóły: raport bieżący nr 41/2020 z dnia 31 sierpnia 2020 roku).

Wynagrodzenia pracowników INTERSPORT Polska S.A. są ustalane zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, wytycznymi organu nadzoru oraz regulacjami wewnętrznymi Spółki między innymi takimi jak: Regulamin Pracy, Regulamin Wynagradzania, Regulamin Premiowania, Regulamin Programu

Kafeteryjnego. Zasady wynagradzania uwzględniają sytuację finansową Spółki. Wynagrodzenia są finansowane i wypłacane ze środków Spółki. Spółka dokonuje rozróżnienia pomiędzy wynagrodzeniem zasadniczym o charakterze stałym obejmującym płacności i świadczenia, które należą się pracownikom za wykonaną pracę i które nie zależą od żadnych kryteriów związanych z wynikami oraz wynagrodzeniem zmiennym, zarówno niepieniężnym jak i pieniężnym, które są zależne od wyników Spółki.

W Spółce funkcjonują również pozafinansowe składniki wynagrodzeń. Sposób przyznawania, rodzaj oraz wysokość pozafinansowych składników wynagrodzeń uzależniona jest od stażu pracy w Spółce oraz od zajmowanego stanowiska. Ich sposób funkcjonowania w danym roku uzależniony jest od sytuacji finansowej Spółki, a szczegóły regulują przepisy wewnętrzne Spółki. W I półroczu roku obrotowego 2023/24 nie nastąpiły żadne istotne zmiany w polityce wynagrodzeń.

Opis polityki różnorodności

Spółka nie posiada odrębnego dokumentu pod nazwą „Polityka Różnorodności”, w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów chociaż w praktyce stosuje zasadę równego traktowania wszystkich pracowników, niezależnie od płci, wieku, niepełnosprawności, rasy, religii, narodowości, przekonań politycznych, wyznania, czy orientacji seksualnej. Zarząd Spółki rozważa możliwość wdrożenia w przyszłości stosownej polityki różnorodności, o ile okaże się ona niezbędna dla zachowania różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów.

6. AKCJE I AKCJONARIAT

6.1 Struktura akcjonariatu

Na dzień publikacji niniejszego raportu wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. wynosi 7.008.947,70 zł i dzieli się na 70.089.477 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Łączna liczba akcji uprawnia do oddania 72.007.977 głosów (słownie: siedemdziesiąt dwa miliony siedem tysięcy dziewięćset siedemdziesiąt siedem) z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do oddania dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki w tym:

- 1) 681.834 (sześćset osiemdziesiąt jeden tysięcy osiemset trzydzieści cztery) akcji imiennych serii A⁽¹⁾,
- 2) 4.318.166 (cztery miliony trzysta osiemnaście tysięcy sto sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii A⁽¹⁾,

- 3) 3.500.000 (trzy miliony pięćset tysięcy) akcji na okaziciela serii B,
- 4) 1.236.666 (jeden milion trzysta trzydzieści sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt sześć) akcji imiennych serii C1,
- 5) 430.000 (czterysta trzydzieści tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii C1
- 6) 1.166.668 (jeden milion sto sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt osiem) akcji na okaziciela serii C2,
- 7) 100.000 (sto tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D,
- 8) 2.500.000 (dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii E,
- 9) 8.947.366 (osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F,
- 10) 7.500.000 (siedem milionów pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii G,
- 11) 3.750.000 (trzy miliony siedemset pięćdziesiąt tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii H,
- 12) 35.958.777 (trzydzieści pięć milionów dziewięćset pięćdziesiąt osiem tysięcy siedemset siedemdziesiąt siedem) akcji zwykłych serii I.

6.2 Znaczący akcjonariusze

Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (20 grudnia 2023 r.) wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu.

Tabela: Znaczący akcjonariusze INTERSPORT Polska S.A. na dzień 20.12.2023 r.

Posiadacz akcji	Seria akcji	Rodzaj akcji	Liczba akcji	Łączna liczba akcji	RAZEM udział w akcjach	Liczba głosów na WZ	Łączna liczba głosów	RAZEM udział w głosach
Krzysztof Pięta	C1	imienne, uprzywilejowane	1 236 666	7 691 229	10,97%	2 473 332	8 927 895	12,40%
	C2	zwykłe na okaziciela	1 166 668			1 166 668		
	E	zwykłe na okaziciela	650 000			650 000		
	F	zwykłe na okaziciela	3 157 895			3 157 895		
	B, D, H	zwykłe na okaziciela	1 050 000			1 050 000		
	C1	zwykłe na okaziciela	430 000			430 000		
Janusz Pięta	F	zwykłe na okaziciela	3 157 895	3 857 895	5,50%	3 157 895	3 857 895	5,36%
	B, D	zwykłe na okaziciela	700 000			700 000		
OTCF S.A.	G	zwykłe na okaziciela	10 000 000	10 000 000	14,27%	10 000 000	10 000 000	13,89%
Paravita	I	Imienne zwykłe	35 958 777	35 958 777	51,30%	35 958 777	35 958 777	49,94%
Pozostali	A	imienne, uprzywilejowane	681 834	12 581 576	17,95%	1 363 668	13 263 410	18,42%
	A, B, D, E, F, G	zwykłe na okaziciela	11 899 742			11 899 742		
WSZYSTKIE AKCJE			70 089 477	70 089 477	100%	72 007 977	72 007 977	100%

Przy czym:

- 1) Janusz Pięta wspólnie z osobą, co do której istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie (tj. Krzysztofem Piętą), posiada 11 549 124 akcji Emitenta, co stanowi 16,48% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 12 785 790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 17,76% ogólnej liczby głosów;
- 2) Krzysztof Pięta wspólnie z osobą, co do której istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie (tj. Januszem Piętą), posiada 11 549 124 akcji Emitenta, co stanowi 16,48% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 12 785 790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 17,76% ogólnej liczby głosów;
- 3) Spółka OTCF S.A. kontrolowana przez Igora Klaję oraz Łukasz Bosowski i Wojciech Mikulski zawarli ustne porozumienie co do nabycia Akcji serii G, a więc porozumienie, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 Ustawy o Ofercie. Wymienione podmioty posiadają łącznie 10.000.000 akcji Emitenta, stanowiących 14,27% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 10.000.000 głosów na Walnym Zgromadzeniu, stanowiących 13,89% ogólnej liczby głosów.

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

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

- (1) W dniu 11 maja 2023 roku, na wniosek akcjonariuszy spółki: Pana Artura Mikołajki, Pana Sławomira Gila, Pani Mai Radwańskiej ora Kai Radwańskiej, Zarząd Spółki powziął uchwałę w sprawie konwersji łącznie 2.706.666 akcji imiennych uprzywilejowanych co do głosu (każda akcja dawała prawo do dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu) na akcje zwykłe na okaziciela. W wyniku dokonanej zmiany ogólna liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu INTERSPORT Polska S.A., wynosiła po konwersji 36.049.200 głosów. [\(szczegóły: raport bieżący nr 16/2023\)](#).
- (2) W dniu 15 maja 2023 roku Spółka otrzymała od Pana Artura Mikołajko oraz Pana Sławomira Gila zawiadomienie z art. 69 ust. 1 pkt 1 Ustawy o ofercie - w sprawie zmiany dotychczas posiadanego stanu akcji i udziału ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta [\(szczegóły: raport bieżący nr 17/2023\)](#).

- (3) W dniu 26 czerwca 2023 roku Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. wydał oświadczenie w sprawie asymilacji w depozycie papierów wartościowych 2.706.666 akcji zwykłych na okaziciela serii A oznaczonych kodem ISIN PLINTSP00111 z akcjami Spółki będącymi w obrocie giełdowym, pod wspólnym kodem PLINTSP00038 [\(szczegóły: raport bieżący nr 18/2023\)](#).
- (4) W dniu 20 października 2023 roku Zarząd Spółki poinformował o zakończeniu subskrypcji akcji imiennych zwykłych serii I Spółki [\(szczegóły: raport bieżący nr 32/2023\)](#).
- (5) W dniu 7 listopada 2023 roku Zarząd Spółki poinformował o rejestracji przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia podwyższenia kapitału zakładowego INTESPORT Polska S.A., które było wynikiem subskrypcji prywatnej 35.958.777 akcji serii I [\(szczegóły: raport bieżący nr 37/2023\)](#).
- (6) W dniu 9 listopada 2023 roku Spółka otrzymała od Paravita Holding Limited zawiadomienie z art. 69 ust. 1 pkt 1 Ustawy o ofercie o przekroczeniu progu 33 i 1/3 ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu [\(szczegóły: raport bieżący nr 39/2023\)](#).
- (7) W dniu 10 listopada 2023 roku Spółka otrzymała od Pana Krzysztofa Piety i Pana Janusza Piety zawiadomienie o zmniejszeniu łącznie udziału w ogólnej liczbie głosów poniżej 33% na Walnym Zgromadzeniu [\(szczegóły: raport bieżący nr 40/2023\)](#).
- (8) W dniu 15 listopada 2023 roku Spółka otrzymała zawiadomienie o zmniejszeniu łącznie udziału w ogólnej liczbie głosów poniżej 15% na Walnym Zgromadzeniu przez OTCF S.A. i Wojciecha Mikulskiego [\(szczegóły: raport bieżący nr 41/2023\)](#).
- (9) W dniu 21 listopada 2023 roku Spółka otrzymała zawiadomienie o zmniejszeniu łącznie udziału w ogólnej liczbie głosów poniżej 15% na Walnym Zgromadzeniu przez Igora Klaję, OTCF S.A. i Wojciecha Mikulskiego [\(szczegóły: raport bieżący nr 45/2023\)](#).
- (10) W dniu 5 grudnia 2023 roku Spółka otrzymała od Pani Gałyny Fedorowiny Geregi zawiadomienie z art. 69 ust. 1 pkt 1 Ustawy o ofercie o przekroczeniu progu 33 i 1/3 ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu przez Paravita Holding Limited [\(szczegóły: raport bieżący nr 47/2023\)](#).
- (11) W dniu 6 grudnia Spółka poinformowała o otrzymaniu od Solidez OG Foundation zawiadomienia z art. 69 ust. 1 pkt 1 Ustawy o ofercie o przekroczeniu progu 33 i 1/3 ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu przez Paravita Holding Limited [\(szczegóły: raport bieżący nr 48/2023\)](#).

6.4 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (20 grudnia 2023 roku) wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (30 sierpnia 2023 r.) odrębnie dla każdej z osób.

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

Tabela: Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

osoba zarządzająca /nadzorująca	łącznie ilość akcji na dzień przekazania poprzedniego raportu okresowego	zmiany w strukturze własności w okresie od 30.08.2023 r. do 20.12.2023 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze 2023/2024 r. tj.20.12.2023
Krzysztof Pieta Członek Rady Nadzorczej	7 691 229 akcji	bez zmian	7 691 229 akcji, stanowiących 10,97% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 12,40% głosów na WZA
Janusz Pieta Członek Rady Nadzorczej	3 857 895 akcji	bez zmian	3.857.895 akcji stanowiących 5,50% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 5,36% głosów na WZA
Łukasz Bosowski Członek Rady Nadzorczej	2 500 akcji	bez zmian	2 500 akcji stanowiących 0,01% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 0,01%głosów na WZA
Wojciech Mikulski Członek Rady Nadzorczej	2 500 akcji	bez zmian	2 500 akcji stanowiących 0,01% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 0,01%głosów na WZA

6.5 Opis polityki dywidendy




Nadrzędną zasadą INTERSPORT Polska S.A. odnośnie polityki dywidendy jest realizowanie wypłat stosownie do wielkości wypracowanego zysku i bieżących możliwości Spółki. Zarząd, zgłaszając propozycje dotyczące możliwości wypłaty dywidendy, kieruje się koniecznością zapewnienia Spółce płynności finansowej oraz kapitału niezbędnego do rozwoju działalności, w tym niezbędnego do utrzymania pożądanego stanu zapasów zapewniającego efektywną sprzedaż oraz ewentualne inwestycje w zakresie pozyskania nowych sklepów. Należy zaznaczyć, iż Zarząd przy podejmowaniu decyzji odnośnie rekomendacji wypłaty dywidendy w przyszłości będzie brał pod uwagę w szczególności bieżącą i przyszłą sytuację finansową Spółki,

cele strategiczne oraz efektywność planowanych projektów inwestycyjnych. Uchwałę w sprawie podziału zysku i wypłaty dywidendy podejmuje zwyczajne Walne Zgromadzenie, biorąc pod uwagę m.in. rekomendację Zarządu w tym zakresie, przy czym rekomendacja Zarządu nie ma wiążącego charakteru dla zwyczajnego Walnego Zgromadzenia.

7. POLITYKA ASORTYMENTOWA

7.1 Oferta handlowa

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

MARKI WIODĄCE m.in	MARKI UZUPEŁNIAJĄCE m.in	MARKI WŁASNE INTERSPORT
		
ok. 20 marek	ok. 50 marek	6 marek

Wiodącymi markami są:

NIKE, ADIDAS, UNDER ARMOUR, UVEX, VIKING, 4F, CUBE, CHAMPION, SALEWA, COLUMBIA, NORTH FACE

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

Ofertę sprzedaży uzupełniają marki:

K2, REEBOK, CMP, SILVINI, AQUA SPEED, KEEN, MEINDL, PROTEST, ODLO, MAKE US STRONG, BLACK DIAMOND, REUSCH, JOMA, MIZUNO, BROOKS

Marki własne oferowane przez Intersport to: McKinley, Genesis, Energetics, Firefly, ProTouch, Nakamura.

7.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia

Spółka współpracuje z licznymi dostawcami. W I półroczu roku obrotowego 2023/2024 zakończonym 30.09.2023 r. znaczny udział w całości zakupów generowały firmy: NIKE Retail B.V., Adidas Poland Sp. z o.o., LARIX Janusz Pięta S.K.A., Intersport Austria Gesellschaft m.b.H., OTCF S.A., SKI TEAM Polska Sp. z o.o., OBER ALP AG-SPA, BIKEMAN Sp. z o.o., Ski System Sp. z o.o., CHAMPION EUROPE S.R.L.

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. INTERSPORT Polska S.A. ma możliwość przesuwania odbiorów w czasie bądź kasowania zamówień zgodnie z trendami sprzedażowymi. W wybranych przypadkach oraz ustaleniach indywidualnych z dostawcami INTERSPORT Polska S.A. ma również możliwość dokonywania zwrotów posezonalnych niesprzedanego asortymentu

7.3 Charakterystyka sprzedaży

STRUKTURA SPRZEDAŻY

W I półroczu roku obrotowego 2023/2024 trwającego od 1 kwietnia do 30 września 2023 r. znaczący udział w obrotach (99,4%) miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (0,6%) generowały usługi między innymi: serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego oraz usługi transportowe w ramach sprzedaży wysyłkowej.

SEZONOWOŚĆ I CYKLICZNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI

Sprzedaż INTERSPORT Polska S.A. podlega wahaniom związanym z sezonowością. Jest ona uzależniona od pór roku oraz warunków pogodowych i charakterystyczna dla całej branży sportowej. Specyfiką prowadzonej przez Spółkę działalności jest fakt, że sprzedaż detaliczna w okresie wiosna-lato od kwietnia do września (tj. w I półroczu roku obrotowego Spółki) jest zawsze mniejsza niż sprzedaż w okresie jesień –zima od października do marca (tj. II półroczu roku obrotowego Spółki). Po zmianie roku obrotowego trwającego obecnie od 1 kwietnia do 31 marca, dysproporcja między półroczami jest znacznie zwiększona.

8. DZIAŁANIA MARKETINGOWE

8.1 Wsparcie sprzedaży

W I półroczu roku obrotowego 2023/2024 INTERSPORT Polska S.A. zorganizowała szereg działań promocyjno-reklamowych, których głównym celem było wspieranie sprzedaży oraz budowa świadomości marki wśród konsumentów. Spółka realizowała kampanie przy użyciu mediów digitalowych (programmatic, Google, remarketing, porównywarki cenowe, działania afiliacyjne), radia, telewizji oraz mediów społecznościowych. W realizację kampanii Spółka zaangażowała kluczowych dostawców oraz ambasadorów marki.

W tym okresie Spółka komunikowała kluczowe kategorie takie jak: sportstyle, turystyka, rowery/rolki, bieganie, piłka nożna, pływanie oraz, fitness/trenning.

- W ramach współpracy z kluczowymi dostawcami zrealizowano kilkanaście kampanii komunikujących nowe kolekcje/technologie marek: Nike Structure running, Nike Mbappe, Nike trening METCON 9, Nike FTB Ready Pack, Adidas FREE HIKER, Adidas CRAZYFAST, Nike Pegasus, CUBE Protest, Herschel w kategoriach outdoor, running, football, kids, rowey. Komunikacja obejmowała zarówno materiały BTL w sklepach, jak i digital oraz social media.
- W kwietniu 2023 Spółka organizowała ogólnofirmową akcję „Dzień Ziemi” w ramach której pracownicy spółki angażowali się w sprzątanie terenów wokół firmy oraz sadzenie drzew. Akcja była promowana kampanią video w kanałach Social Media. Celem kampanii było propagowanie działań minimalizujących negatywny wpływ na Naszą planetę. Zasięg akcji to 100k wyświetleń.
- W czerwcu miała miejsce ogólnopolska kampania wspierająca wyprzedaż. Emitowana była w radio FM oraz online (reklama w samym radio online osiągnęła 0,5 mln odsłon). W portalach horyzontalnych (WP, Onet, Agora) zobaczyło ją ponad 1 mln unikalnych użytkowników z naszej grupy docelowej. Kampania dodatkowo emitowana była w GDN, Social Media oraz innych portalach w modelu programmatic, osiągając zasięgi ponad 12 mln.
- Na przełomie sierpnia i września 2023 roku została zrealizowana kampania wizerunkowo-sprzedażowa pod hasłem *Back To School*, wspierająca kategorie: rowery, rolki, sportstyle, bieganie, turystyka. Kampania ta była wspierana reklamą w popularnych kanałach telewizyjnych o łącznym zasięgu 3 mln wyświetleń.
- W całym okresie 6 miesięcy pierwszej połowy 2023 roku realizowane były intensywne kampanie performance w różnych kanałach E-commerce, takich jak:

SEM, SEO, Social Media, RTB, programy partnerskie o łącznym zasięgu 3,5 mln użytkowników.

- W I półroczu 2023/2024 roku została zoptymalizowana wyszukiwarka sklepu internetowego. Rozwiązanie z wykorzystaniem technologii elasticsearch oraz skanerem kodów kreskowych zostało przygotowane do obsługi sprzedaży click&collect. Nowa wersja wyszukiwarki została wyposażona w podpowiedzi produktowe oraz lematyzację fraz. Celem tych działań była poprawa doświadczeń zakupowych i zwiększenie konwersji
- W kwietniu 2023 Spółka zintegrowała i uruchomiła zewnętrzne narzędzie do monitoringu rynku w zakresie cen, ofert oraz opinii. Dzięki automatyzacji procesu zbierania informacji możliwe jest reagowanie na potrzeby rynkowe w czasie rzeczywistym. Celem tego projektu było przyspieszenie reakcji na potrzeby konsumentów oraz zwiększenie atrakcyjności cenowej oferty.
- W maju 2023 roku Spółka uruchomiła w sklepie Internetowym funkcjonalność zbierania i publikacji opinii o produkcie. Klienci, którzy dokonali zakupu mają możliwość oceny produktu oraz serwisu oraz pozostawienia opinii. Publikacja tych treści na karcie produktu ułatwia klientom dokonanie wyboru na podstawie opinii innych konsumentów.
- W lipcu 2023 roku Spółka wprowadziła usprawnienie w sklepie Internetowym w zakresie logowania oraz zakładania konta. Nowa funkcjonalności umożliwia logowanie oraz zakładanie konta za pomocą profilu google lub FB. To działanie miało na celu uproszczenie korzystania z sklepu Internetowego – zwłaszcza w wersji mobile oraz poprawę doświadczeń zakupowych.

8.2 Klienci lojalnościowi

Prace nad całościową przebudową programu lojalnościowego Spółka INTERSPORT Polska S.A. rozpoczęła w ostatnim kwartale roku finansowego 2022/2023. Prace prowadzone są z uwzględnieniem dobrych praktyk i doświadczeń w ramach INTERSPORT GRUP. Spółka planuje zakończenie prac i uruchomienie programu lojalnościowego w 4 kwartale roku finansowego 2023/2024. W pierwszym półroczu roku finansowego 2023/2024 Spółka umożliwiła klientom subskrypcję newslettera wraz z dedykowaną komunikacją ofert specjalnych oraz kodów promocyjnych przeznaczonych wyłącznie dla stałych klientów.

8.3 Nagrody i wyróżnienia

W I półroczu roku obrotowego zakończonym 30 września 2023 Spółka INTERSPORT Polska S.A. nie brała udziału w konkursach, czy analizach dotyczących swojej działalności i w związku z tym, nie otrzymała żadnych nagród ani wyróżnień

8.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

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

9. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU

W roku obrotowym 2023/2024 Spółka realizuje przyjętą przez Zarząd „STRATEGIĘ INTERSPORT Polska S.A. na lata 2020-2024”, która wskazuje najważniejsze kierunki działań na kolejny okres. Biorąc pod uwagę pozyskanie Nowego Inwestora, Zarząd Spółki rozpoczął pracę nad przygotowaniem aktualizacji strategii na lata 2023-2027.

9.1 Optymalizacja sieci handlowej

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

Wg stanu na dzień publikacji sprawozdania 20.12.2023 r. Spółka prowadzi działalność handlową w 34 sklepach własnych INTERSPORT o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 31 239,97 m².

9.2 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 3.0

INTERSPORT Polska S.A. systematycznie wdraża w Polsce nowy koncept sklepu. Jako naturalna konsekwencja rozwoju formatu INTERSPORT 2.0 planowane jest wdrożenie nowego konceptu salonów INTERSPORT 3.0. Nowe salony, których implementacja ma nastąpić w najbliższym czasie, mają prezentować ofertę sieci zarówno w wariantcie najbardziej prestiżowym – INTERSPORT FLAGSHIP, jak również standardowym – INTERSPORT 3.0/HEART. Planowane jest nie tylko

otwarcie nowych lokalizacji jak i dalszy remont już istniejących zgodnie z nowymi założeniami. W październiku Spółka przeprowadziła remodeling sklepu w CH Zakopianka wg koncepcji opartej na hasle The Heart of Sport, gdzie w Centrum jest główna kategoria, jaką jest Performance. Akcent kładziony jest na technologię produktów. Koncept wyróżnia ściana z butami na środku sklepu oraz komfortowe przestrzenie, jak również bardzo szeroki wybór asortymentu. Innowacyjne jest zastosowanie ekranów cyfrowych.

9.3 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na branżę i emitenta w najbliższej perspektywie.

Działalność operacyjna Spółki jest w dużej mierze uzależniona od polityki rządowej i gospodarczej prowadzonej w Polsce. Do zasadniczych czynników wpływających na rentowność Spółki należy zaliczyć: stawki podatkowe, stawki ceł, wysokość podstawowych stóp procentowych ustalanych przez banki centralne, politykę w zakresie inflacji, a także szereg innych zmiennych makroekonomicznych, warunkujących m.in. kursy wymiany walut, w tym w szczególności kurs USD oraz EUR, w relacji pomiędzy sobą i względem polskiej waluty.

Na działalność INTERSPORT Polska S.A. istotny wpływ mają czynniki makroekonomiczne, do których m.in. można zaliczyć tempo wzrostu PKB, wysokość inflacji, poziom wydatków konsumpcyjnych oraz zmiany regulacji prawnych, jak również wzrost kosztów energii i paliw oraz wskaźnik zakupowy.

Do istotnych czynników mających wpływ na działalność operacyjną Spółki należą:

- konkurencja ze strony innych podmiotów,
- warunki pogodowe w poszczególnych porach roku,
- dostępność lokalizacji dla potencjalnych nowych sklepów INTERSPORT oraz możliwość utrzymania na pożądanym warunkach już funkcjonujących sklepów,
- trendy związane z nawykami konsumentów (zarówno w zakresie trendów dotyczących uprawiania sportu, jak również trendów w zakresie popularności danych centr handlowych),
- skuteczna polityka zakupowo-sprzedażowa Spółki, w tym również skuteczność zarządzania "Nowym modelem działalności" INTERSPORT Polska S.A.,
- zmiany w poziomie wynagrodzeń w Polsce, istotnie wpływające na rentowność działalności poszczególnych sklepów,
- opóźnienia w dostawach oraz kasacje zamówionych produktów wynikające z ogólnoswiatowego kryzysu w łańcuchu dostaw, spowodowanego przestojami fabryk związanymi z sytuacją pandemiczną
- opóźnienia w dostawach oraz kasacje zamówionych produktów wynikające z braku surowców do produkcji towarów.

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

10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE

W dniu 17 kwietnia 2019 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie Wydział X Gospodarczy do spraw upadłościowych i restrukturyzacyjnych, X GUp 361/19, ogłosił upadłość Samuri INVESTMENTS Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w upadłości z siedzibą w Warszawie („Samuri”). INTERSPORT Polska S.A. zgłosiła swoją wierzytelność do masy upadłości. Na liście wierzycieli sporządzonej przez syndyka prowadzącego postępowanie upadłościowe została uwzględniona wierzytelność Spółki w kwocie 1.436.494,96 zł.

W dniu 14 czerwca 2023 roku Spółka otrzymała nakaz zapłaty wydany przez Sąd Okręgowy w Krakowie Wydział IX Gospodarczy, w sprawie o sygn. sygn. akt IX GNc 105/2, z powództwa Alicji Wiśniewskiej prowadzącej działalność gospodarczą pod firma FIRMA Produkcyjno – Handlowa HAUER Alicja Wiśniewska. Wartość przedmiotu sporu 197.845,00 zł.

Spółka złożyła sprzeciw od nakazu zapłaty podnosząc, że należność dochodzona przez Stronę powodową została w części zapłacona z uwagi na ustalony między Stronami „komisowy” sposób rozliczeń, a w pozostałej części jest jeszcze niewymagalna z uwagi na fakt, że dotyczy towaru, który nie został jeszcze sprzedanych odbiorcom końcowym.

W niniejszej sprawie nie została wyznaczona jeszcze pierwsza rozprawa. Z uwagi na komisowy charakter współpracy znaczna część należności dochodzonej pozwem została już zapłacona.

3. W dniu 13 września 2023 roku Spółka złożyła do Komendy Rejonowej Policji Warszawa VII zawiadomienie o popełnieniu przestępstwa na szkodę Spółki w związku ze stwierdzeniem kradzieży środków pieniężnych w łącznej kwocie 800.691,59 PLN. W ocenie Spółki nadal jest możliwe odzyskanie skradzionych środków, niemniej jednak został zawiązany odpis aktualizujący na całą kwotę. Po stwierdzeniu kradzieży zostało przeprowadzone dochodzenie wewnętrzne w Spółce w wyniku, którego zostały zrewidowane i poprawione procedury wewnętrzne w zakresie obiegu i kontroli gotówki.

Poza wyżej wymienionym, w okresie od 1 kwietnia - 30 września 2023 roku nie toczyły się żadne nowe postępowania sądowe/arbitrażowe, w których Spółka byłaby stroną.

11.RYZYKA I ZAGROŻENIA

Ryzyko związane z realizacją celów strategicznych

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

Ryzyko związane z uprawianiem przez kadre sportów podwyższonego ryzyka

Osoby zarządzające Spółką oraz pełniące funkcje kierownicze w Spółce to pasjonaci różnych dyscyplin sportu. Uprawiają sport na poziomie zaawansowanym i często uczestniczą w imprezach oraz wyprawach o podwyższonym stopniu ryzyka. Wiąże się to z możliwością doznania kontuzji, która spowodowałaby dłuższą nieobecność w pracy, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki. Ryzyko zakłócenia z tego powodu bieżącej działalności Spółki jest minimalizowane poprzez wyznaczanie zastępstw na czas nieobecności menadżerów oraz prowadzenie strategicznych projektów w wieloosobowych zespołach.

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

Spółka, realizując założoną strategię rozwoju, podpisuje umowy najmu lokali w nowobudowanych centrach handlowych lub innych obiektach, które nie są jeszcze ukończone. Istnieje ryzyko, że z przyczyn niezależnych od Spółki budowa centrum handlowego lub innego obiektu, w którym Spółka planuje otwarcie sklepu, zostanie opóźniona lub całkowicie wstrzymana, co mogłoby spowodować zmniejszenie dynamiki rozwoju sieci sprzedaży, a w konsekwencji nieosiągnięcie założonych wyników finansowych Spółki, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki. Czynnikiem, który odgrywa istotną rolę w rozwoju sieci sprzedaży w kraju, a tym samym realizację strategii rozwoju, jest dostępność nowych, atrakcyjnych lokalizacji dla potrzeb

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

Ryzyko związane z lokalizacją sklepów INTERSPORT Polska S.A.

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

Ryzyko związane ze znakami towarowymi używanymi przez INTERSPORT Polska S.A.

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 IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH zostały szerzej opisane w czynniku ryzyka „Ryzyko utraty licencji INTERSPORT”. Wystąpienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Spółki.

Ryzyko utraty licencji INTERSPORT

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

i ofert specjalnych. Wystąpienie takie okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko utraty strategicznego partnera z Grupy INTERSPORT

Spółka współpracuje z Grupą INTERSPORT zajmująca się sprzedażą detaliczną artykułów sportowych, w tym pod markami własnymi. Nie można wykluczyć sytuacji nieprzewidzianego załamania sportowego rynku europejskiego, spadku wyników finansowych Grupy INTERSPORT, czy też wycofania się Grupy INTERSPORT z rynku polskiego z innych powodów. Istnieje ryzyko utraty przez Spółkę wiodącego partnera, co oznaczałoby utratę wsparcia ze strony Grupy INTERSPORT, utratę możliwości posługiwania się marką INTERSPORT lub spadek wartości tej marki, utratę alternatywnego źródła zaopatrzenia oraz zmniejszenie konkurencyjności warunków zakupu asortymentu katalogowego i ofert specjalnych. Wystąpienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Spółki.

Ryzyko znacznego podwyższenia cen zakupu asortymentu

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

Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu

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

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Branża, w której działa Spółka, charakteryzuje się sezonowością sprzedaży. Zdecydowanie można wyodrębnić sezon wiosenno-letni i jesienno-zimowy. Każda z grup towarowych ma nieco inny rytm i charakter sprzedaży w ciągu roku. Na koniec każdego sezonu Spółka przeprowadza planową wyprzedaż końcowych partii asortymentu z danego sezonu, która obniża stany asortymentu na zapasach i poprawia płynność Spółki, ale z drugiej strony może istotnie obniżyć rentowność sprzedaży. Istnieje jednak ryzyko, że po danym sezonie Spółka nadal będzie magazynować towary, które nie znalazły nabywców ani w okresie sprzedaży podstawowej, ani w okresie wyprzedaży posezonalnych, o wartości przewyższającej zakładany wcześniej poziom. Spowodowałyby 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.

Sezonowy charakter sprzedaży wymusza dopasowanie kampanii reklamowych, pozycjonowania do okresu w którym występuje sezon na daną kategorię produktową. Komunikacja marketingowa oraz sama reklama planowana jest z dużym wyprzedzeniem. Istnieje ryzyko niedopasowania okresu kampanii do okresu w którym wystąpi faktyczny popyt na dany asortyment. Może to przyczynić się do obniżenia sprzedaży przy jednoczesnym wzroście kosztu prowadzenia działalności.

Ryzyko sprowadzenia wadliwego towaru

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

Ryzyko reklamacji wadliwego towaru przez klientów

Istnieje ryzyko, że towary zakupione od dostawców będą miały wady, w tym wady ukryte, co wpłynie na zwiększenie reklamacji składanych przez klientów Spółki. W przypadku zasadnej reklamacji klient ma prawo żądać naprawy towaru albo

wymiany towaru na nowy, żądać obniżenia ceny albo może odstąpić od umowy sprzedaży i dochodzić zwrotu zapłaconej ceny. Ponadto przysługuje mu także odszkodowanie za poniesioną szkodę. Wystąpienie znacznej liczby reklamacji może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko zwiększenia udziału zwrotów z sprzedaży online

Podniesienie współczynnika konwersji oraz liczby użytkowników w kanale online nie ma wpływu na ostateczną decyzję konsumenta, który może oddać produkt po jego otrzymaniu. Klienci kupujący online są 3 krotnie bardziej skłonni do zwrotu produktów. Istnieje ryzyko złej prezentacji produktu lub zmiany nawyków konsumenckich, które w efekcie zwiększy udział zwrotów. Wymusi to na INTERSPORT Polska S.A. utrzymanie budżetu do obsługi zwrotów w szybkim czasie. Dodatkowo większa ilość zwrotów wpływa na zwiększenie udziału kosztu reklamy, logistyki i obsługi w generowanym przychodzie Spółki.

Ryzyko aury (pogodowe)

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

Ryzyko rotacji pracowników

Wykwalifikowany i doświadczony w branży sportowej personel, służący klientowi fachową pomocą przy wyborze specjalistycznego sprzętu, stanowi jedną z istotnych przewag konkurencyjnych sieci sklepów INTERSPORT Polska. Istnieje ryzyko zwiększenia się rotacji personelu bezpośrednio obsługującego klienta, jak również wyspecjalizowanych specjalistów odpowiedzialnych za utrzymanie i rozwój technologii wykorzystywanych przez Spółkę przy ciągłym wzroście znaczenia technologii informatycznych w branży retail, które może wpłynąć negatywnie na obroty lub marże generowane przez sklepy i mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki. Prowadzenie i rozwój kanału e-commerce w INTERSPORT Polska S.A. nie jest możliwe bez posiadania dedykowanych kompetencji w tym obszarze. Z uwagi na dynamiczny

rozwój sektora e-commerce na rynku odczuwalny jest wyraźny niedobór kompetencji, szczególnie w zakresie technologicznym. Wymusza to wielokroć korzystanie z kompetencji zewnętrznych firm doradczych. Istnieje ryzyko opóźnienia w realizacji strategicznych projektów oraz pogorszenia efektywności operacyjnej w kanale e-commerce.

Ryzyko związane z płacami minimalnymi oraz presją płacową pracowników

W perspektywie ostatnich kilku lat zauważalna jest tendencja do ciągłego podnoszenia wynagrodzenia minimalnego za pracę, silna presja płacowa ze strony pracowników, przy ograniczonej podaży wykwalifikowanych pracowników oraz wprowadzania innych środków w celu ustalenia minimalnego poziomu wynagrodzenia pracowników i osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych. Zwiększanie minimalnego poziomu wynagrodzenia pracowników i osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych może istotnie wpływać na poziom kosztów pracowniczych Spółki i mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane ze zbiorowym prawem pracy

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

Ryzyko związane z czasowym wstrzymaniem lub ograniczeniem sprzedaży

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

wprowadzane przez władze Państwowe w związku z pandemią czasowe lockdowny dotyczące poszczególnych regionów lub całego terytorium Polski.

Ryzykiem o dużym znaczeniu dla obszaru utrzymania płynności sprzedaży jest infrastruktura teleinformatyczna, na którą składają się: sieć teleinformatyczna oraz użytkowane systemy informatyczne. Infrastruktura podatna jest na zagrożenia związane z celowym działaniem osób trzecich, jak i działania tzw. Siły wyższej. Zagrożenia mogą skutkować całkowitą utratą możliwości sprzedaży lub jej znacznemu ograniczeniu. Wystąpienie powyżej opisanych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Spółki.

Ryzyko związane z wysokim zadłużeniem

Poziom zadłużenia Spółki należy oceniać jako wysoki (wskaźnik ogólnego zadłużenia na 30 września 2023 r. wynosi 132,7%). Spółka nie może zagwarantować, że będzie w stanie zapewnić finansowanie swojej działalności na korzystnych dla niego warunkach oraz, że będzie w stanie spłacać odsetki oraz kapitał lub wypełniać inne zobowiązania wynikające z umów kredytowych i umów pożyczek. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie utrzymać bądź pozyskać dodatkowego finansowania zgodnie ze swoimi oczekiwaniami, może być zmuszony do zmiany swojej strategii lub refinansowania istniejącego zadłużenia. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie zrefinansować istniejącego zadłużenia, zadłużenie Spółki może zostać postawione w stan wymagalności, w całości lub w części. Wzrastające zadłużenie Spółki może również spowodować przekroczenie kowenantów i w rezultacie ograniczenie w całości lub w części finansowania dłużnego. W przypadku postawienia w stan wymagalności znacznej części kredytów lub pożyczek, Spółka może zostać zmuszona do sprzedaży części lub wszystkich swoich aktywów celu spłaty tego zadłużenia. W związku z powyższym wzrasta również ekspozycja i wrażliwość Spółki na poziom stóp procentowych. Każda z powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

Źródła finansowania działalności Spółki, oprócz środków własnych, stanowią przede wszystkim zobowiązania krótkoterminowe z tytułu zawartych umów kredytowych na zakup towarów od dostawców, zobowiązania długoterminowe z tytułu zawartych umów kredytowych na cele inwestycyjne oraz zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców towarów. Nie można wykluczyć, że w przypadku nagłego skrócenia terminów płatności przez największych dostawców oraz żądania spłaty zobowiązań finansowych, Spółka mogłaby zostać zmuszona do poszukiwania innych źródeł finansowania, co w zależności od rozwoju przyszłej sytuacji Spółki i rynków

finansowych, mogłoby doprowadzić do powstania problemów z terminowym regulowaniem przez nią zobowiązań. Istnieje również ryzyko utraty płynności finansowej i niewypłacalności Spółki, co w konsekwencji wiązałoby się z koniecznością złożenia wniosku o ogłoszenie upadłości lub otwarcie postępowania restrukturyzacyjnego. Wystąpienie takich okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki. Dodatkowo potencjalna utrata udzielonych kredytów może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Utrata płynności finansowej spółki i brak realizacji zobowiązań krótkoterminowych wobec dostawców usług może skutkować blokadą podstawowych działań operacyjnych jak: realizacja wysyłek kurierskich, realizacja kampanii reklamowych, obsługa płatności Internetowych.

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, rosnące skomplikowanie infrastruktury teleinformatycznej oraz konieczność zapewnienia jej stabilnego i nieprzerwanego funkcjonowania w trybie 24/7. Dodatkowo wzrostowi mogą ulec koszty towarów oferowanych w sieci detalicznej prowadzonej przez Spółkę (m.in. w wyniku umocnienia się USD względem PLN, kosztów pracy). Ma to również wpływ na wysokość realizowanych marż, w sytuacji ograniczonej możliwości renegotjowania zawartych już kontraktów.

Wraz ze zmianą sytuacji rynkowej pojawiło się wiele nowych sklepów Internetowych, a te które już istniały znacząco zwiększyły swoje przychody. Błyskawiczny wzrost e-commerce spowodował zwiększenie kosztów prowadzenia biznesu (reklama, transport, hosting, prowizje) przy jednoczesnym rozdrobnieniu klientów. W/w koszty mogą nadal rosnąć wraz z towarzyszącym wzrostem konkurencji. Każdy z powyższych czynników oraz spowodowany nimi wzrost kosztów operacyjnych i innych kosztów, przy jednoczesnym braku odpowiedniego wzrostu przychodów Spółki, może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi i innymi potencjalnymi roszczeniami

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

Ryzyko związane z prawem o ochronie konkurencji i konsumentów

Spółka w swojej działalności zobowiązana jest przestrzegać przepisów z zakresu prawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w tym regulacji wynikających m.in. z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275), ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz. U. z 2022 r., poz. 1233 z późn. zm.) czy też ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2023 r., poz. 845). Naruszenie przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów może rodzić odpowiedzialność cywilnoprawną Spółki wobec innych przedsiębiorców lub konsumentów, w szczególności na zasadach określonych w ustawie z dnia 21 kwietnia 2017 r. o roszczeniach o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji (Dz. U. z 2017 r., poz. 1132 z późn. zm.), a także odpowiedzialność administracyjną, zwłaszcza na podstawie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na gruncie tej ustawy naruszenie przepisów antymonopolowych, stosowanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone lub praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, naruszenie zasad koncentracji lub chronionych prawem interesów konsumentów, może skutkować wszczęciem postępowania przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W razie stwierdzenia naruszeń przepisów prawa o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może na podstawie decyzji, obok stosowania innych środków, nałożyć na podmiot naruszający powyżej wskazane regulacje karę pieniężną, w tym karę do wysokości 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

Dotyczy to także nieumyślnych naruszeń przepisów prawa w powyżej wskazanym zakresie. Wystąpienie takich okoliczności w przypadku Spółki, zwłaszcza w zakresie konieczności zapłaty wysokiej kary pieniężnej, mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z zarządzaniem asortymentem

Spółka wprowadza zmiany w oferowanym asortymencie, a tym samym, często dokonuje zamówienia i realizuje zakupów towarów. Rodzi to ryzyko niedopasowania asortymentu do popytu klientów związane np. ze zmianami pogodowymi czy aktualnymi trendami konsumenckimi. Istnieje zagrożenie związane z przeszacowaniem lub niedoszacowaniem ilości zakupionych towarów. W przypadku przeszacowania, Spółka może mieć ograniczone możliwości zwrotu towarów lub ich zbytu. Rozwój i udział w sprzedaży kanału online wymusza ciągły monitoring cen analogicznych asortymenty w sklepach konkurencyjnych. Brak zasobów, narzędzi lub niewłaściwe zarządzanie polityką cenową może spowodować spadek konkurencyjności oferty INTERSPORT Polska S.A. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z zabezpieczeniami ustanowionymi na części majątku Spółki

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

Ryzyko związane z wzrostem konkurencji w kanale online

Globalna rewolucja cyfrowa wpłynęła na dynamiczny rozwój e-commerce, w konsekwencji zwiększyła się liczba konkurentów a konsumenci stają się coraz bardziej świadomi. Działając w takim otoczeniu konkurencyjnym INTERSPORT Polska S.A. może mieć trudności z przyciągnięciem uwagi konsumentów oraz ich utrzymaniem przy marce na dłużej. Mając na uwadze w/w czynniki prawdopodobny jest wzrost wydatków na pozyskanie i utrzymanie konsumenta przy zachowaniu obecnej marży. Może to wpłynąć negatywnie na wyniki finansowe spółki.

Ryzyko związane z wykorzystywanymi technologiami

Elementem istotnym funkcjonowania Spółki jest jej środowisko teleinformatyczne oraz rosnące znaczenie kanału sprzedaży online, który sam w sobie stanowi kompleksowe rozwiązanie technologiczne. Ciągły wzrost skomplikowania technicznego wykorzystywanych rozwiązań, jak również sama ich ilość stanowi ogromne ryzyko w zakresie ich monitorowania, utrzymania, ale także zapewnienia pełnej spójności dla obszaru integracji pomiędzy tymi rozwiązaniami. Każdy z tych elementów ma bezpośredni wpływ na procesy operacyjne spółki, których zachwianie wpływa bezpośrednio na obraz finansowy Spółki oraz jej wyniki.

Dodatkowym ryzykiem obszaru wykorzystywanych technologii jest konieczność dostosowywania się do zaleceń i wymagań zewnętrznych dostawców systemów teleinformatycznych, jak również konieczność zapewnienia przez Spółkę poprawnego działania pozostałych, powiązanych elementów środowiska teleinformatycznego, w tym aktualizację procedur zapewnienia ciągłości ich działania. Dostosowanie się Spółki do tych warunków może skutkować koniecznością poniesienia znacznych nakładów, które mogą mieć wpływ na jej wynik.

11.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Spółki

Ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną w Polsce

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

Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce

Poziom przychodów Spółki uzależniony jest od siły nabywczej ludności Polski, która zmienia się w zależności od koniunktury gospodarczej, w tym: dynamiki wzrostu

gospodarczego, poziomu bezrobocia, konsumpcji indywidualnej, wskaźników optymizmu konsumentów, poziomu kursu euro wobec złotego oraz polityki fiskalnej państwa. Istnieje ryzyko, że w przypadku gwałtownego lub długotrwałego osłabienia koniunktury gospodarczej może nastąpić zmniejszenie popytu na dobra oferowane przez Spółkę. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko załamania koniunktury na artykuły sportowe

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

Ryzyko wzrostu konkurencji w sektorze działalności Spółki

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

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

System prawa polskiego, w tym prawa podatkowego, charakteryzuje się małą stabilnością. Przepisy prawa, w tym prawa podatkowego, prawa pracy i prawa ubezpieczeń społecznych, ulegają znacznym zmianom, często o charakterze fundamentalnym, a przy tym równie często bez możliwości zapewnienia adresatom poszczególnym norm prawnych właściwego czasu na przystosowanie się do

zmieniających się regulacji (brak lub znaczne skrócone *vacatio legis*). Istnieje również ryzyko występowania odmiennych interpretacji określonych przepisów prawnych przez stosujące je organy administracji publicznej i sądy, przy czym odmiennosc interpretacji regulacji prawnych może zaistnieć zarówno na linii Spółka – organ lub sąd stosujący daną regulację, jak i pomiędzy sądami i organami. Istnieje ryzyko, iż Spółka nie będzie w stanie przystosować się w przewidzianym prawem okresie do zachodzących zmian systemu prawa, lub że przystosowanie się do nich będzie skutkowało powstaniem znacznych wydatków i kosztów po stronie Spółki. Zachodzące zmiany w przepisach prawa i ich wykładni mogą przy tym skutkować powstaniem po stronie osób trzecich dodatkowych roszczeń, jak również zwiększeniem obowiązków ciążących na Spółce, co może wiązać się m.in. z koniecznością restrukturyzacji zatrudnienia lub zmiany zasad prowadzenia działalności przez Spółkę. Zaistnienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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

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

Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

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

zmniejszenie jego marży. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z poziomem stóp procentowych

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

Ryzyko zmiany gustów nabywców

Spółka działa na rynku, na którym istotne są subiektywne czynniki wyboru asortymentu przez klientów, związane z postrzeganiem marki, modą i zmianami preferencji. Czynniki te są zróżnicowane dla nabywców poszczególnych grup asortymentu. Spółka prowadzi zdywersyfikowaną politykę asortymentowo-cenową, aby zminimalizować powyższe ryzyko nietrafienia w gusta nabywców. Spółka bierze udział w prezentacjach i testach sezonowej oferty asortymentu sportowego oraz zapoznaje się i synchronizuje własne akcje marketingowe z planowanymi kampaniami promocyjnymi producentów. Istnieje jednak ryzyko, że oferta sklepów INTERSPORT Polska będzie odbiegać od preferencji klientów w danym sezonie, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko likwidacji bądź upadłości firm dostawczych

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

Ryzyko dostawców rozwiązań technologicznych

Obecnie wszystkie kluczowe procesy operacyjne Spółki oparte są o narzędzia zewnętrznych dostawców działających w ramach środowiska teleinformatycznego Spółki. Część procesów jest całkowicie uzależniona od sprawnego działania tych

narzędzi. Dostawcy tych narzędzi działają wg własnych strategii, jak również podlegają regulacjom prawnym narzucanym przez organy ustawodawcze, przez co mimo umów zawartych z tymi dostawcami może wymagać od Spółki dodatkowych nakładów inwestycyjnych, bądź poszukiwania nowych dostawców. Konsekwencje działań dostawców i koszty lub niezbędne inwestycje wymagane od Spółki z tego tytułu mogą być na tyle istotne, że może mieć to duży, negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki.

12. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI

12.1 RYNEK ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH W POLSCE

Rynek artykułów sportowych w poprzednich latach rósł dynamicznie, wspierany przez rozwijającą się infrastrukturę sportową oraz modę na zdrowy styl życia, która skutkuje wzrostem liczby Polaków uprawiających sport (w tym np. jazdy na rowerze, biegania rekreacyjnego, czy rolkarstwa).

Według raportu Multisport 56% aktywnych Polaków przyznaje, że chcieliby zwiększyć częstotliwość podejmowanych aktywności. Tylko 13% ankietowanych powiedziało, że w związku ze zmieniającą się sytuacją ekonomiczną w kraju chcą ograniczyć lub całkowicie zrezygnować z wydatków na aktywność fizyczną.

Coraz więcej Polaków to osoby aktywne fizycznie, jednak rynek posiada jeszcze duży potencjał, bo około 52% społeczeństwa to osoby, które nie uprawiają sportu nawet jeden raz w tygodniu.

Według Statista eksperci oczekują dynamicznego wzrostu rynku odzieży i obuwia sportowego do około 1 mld euro w 2026 roku.

Według Statista w 2021 roku wartość polskiego rynku odzieży i obuwia sportowego, odzieży i obuwia w stylu sportowym (odzież lifestylowa, sneakersy) oraz dziecięcej odzieży sportowej wyniosła 1,52 mld euro (+8,3% r/r). W prognozie z czerwca 2022 Statista oczekiwała dynamicznego wzrostu rynku w latach 2023-2026 - średniorocznie o 11,9% do 2,34 mld euro w 2026(1).

Źródło: (1) Monitoring Branżowy, Analizy Sektorowe 4 października 2022 roku, Departament Analiz Ekonomicznych, Zespół Analiz Sektorowych PKO BP

GŁÓWNE KANAŁY DYSTRYBUCJI W POLSCE







- **Sieci sklepów sportowych**, takie jak: Decathlon Polska, Martes Sport, SportsDirect (SD), INTERSPORT Polska, czyli sieci sportowe oferujące szeroką

gamę artykułów sportowych, posiadające kadre sprzedawców pomocnych w zakresie doboru sprzętu;

- **Sklepy monobrandowe**, głównie czołowych marek światowych takich jak: NIKE, ADIDAS, PUMA, REEBOK, czyli oferujące wyłącznie towar jednej, znanej marki; nastawione na grono stałych klientów przywiązanych do tej marki;
- **Stoiska sportowe w sklepach wielkopowierzchniowych** (dyskonty, supermarkety, hipermarkety), posiadające - na dużej hali sprzedażowej - niewydzielone stoisko, oferujące sezonowe artykuły do uprawiania popularnych dyscyplin; sklepy te nastawione są na mniej wymagającego - klienta masowego, a większość towarów należy do niższego segmentu cenowego;
- **Specjalistyczne sklepy sportowe** - rowerowe, outdoorowe, runningowe, snowboardowe, oferujące bardzo specjalistyczny sprzęt z wybranej dziedziny sportu zlokalizowane przeważnie na małej powierzchni;
- **Internetowe sklepy sportowe**, takie jak: Decathlon Polska, Martes Sport, INTERSPORT Polska, czyli e-commerce sieci sportowych oferujących szeroką gamę artykułów sportowych;
- **Internetowe specjalistyczne sklepy sportowe**, rowerowe, outdoorowe, runningowe, snowboardowe, oferujące bardzo specjalistyczny sprzęt z wybranej dziedziny sportu;
- **Internetowe sklepy monobrandowe**, głównie czołowych marek światowych takich jak: NIKE, ADIDAS, PUMA, REEBOK, NEW BALANCE, SALOMON, NORTH FACE oferujące wyłącznie towar jednej znanej marki.
- **Marketplace, takie jak:** Allegro, Empik, Amazon, Zalando, Morele, posiadające multikategoryjną ofertę sportową wszystkich znanych marek oferowaną przez wielu sprzedawców, często w atrakcyjnych cenach.
- Istniejące oraz nowopowstające eCommerce'y (eobuwie, Modivo, sCommerce, Sportano, 8a itp.) oferujące szeroki wybór asortymentu oraz profesjonalny serwis sprzedażowy.

Rynek artykułów i odzieży sportowej jest mocno uzależniony od zasobów finansowych Polaków oraz koniunktury gospodarczej, dlatego też każdy wzrost dochodu rozporządzalnego przekłada się także na zwiększenie wydatków na artykuły sportowe.

KLUCZOWE TRENDY ORAZ CZYNNIKI WZROSTU

-  **Rozwój infrastruktury sportowej** – postępujące budowy oraz remonty ogólnodostępnych obiektów sportowych
-  **Trendy konsumenckie** – moda na zdrowy styl życia, która skutkuje wzrostem liczby Polaków podejmujących aktywność fizyczną
-  **Nowe technologie** – rozwój technologii cyfrowych i sprzedaż za pośrednictwem e-commerce (dwucyfrowe wzrosty w ostatnich latach)
-  **Programy socjalne** – programy socjalne, takie jak rozszerzenie programu Rodzina 500+, obniżenie podatków czy zerowy PIT dla młodych
-  **Wzrost udziału sieci sklepów sportowych** – ekspansja największych graczy oraz duża popularność sklepów oferujących różnorodny asortyment
-  **Zmiany klimatu** – spadek udziału sportów zimowych w ogólnej sprzedaży

Rosnąca infrastruktura sportowa oraz moda na zdrowy tryb życia sprawia, że Polacy coraz chętniej podejmują aktywność fizyczną. Bogacenie się społeczeństwa i dostępność towarów sprawia, że potencjalni klienci szukają specjalistycznej odzieży oraz sprzętu dedykowanego dla uprawianej przez nich dyscypliny sportu. Dominującym segmentem w polskim rynku artykułów sportowych jest nadal odzież sportowa, ale trend wskazuje na umacnianie się kategorii związanych ze sprzętem i akcesoriami sportowymi

Jednocześnie, w związku ze zmieniającym się klimatem, branża sportowa od kilku lat odnotowuje spadek udziału sportów zimowych w ogólnej sprzedaży, a wzrost kategorii całorocznych takich jak: bike, running, football, sport style, training oraz outdoor. Pandemia spowodowała wzrost popularności kategorii: rowery, czy rolkarstwo. Wiodącymi producentami na rynku nadal pozostają marki: Adidas oraz Nike. INTERSPORT jako jeden z nielicznych posiada w swojej ofercie produkty superbrandu, jakim jest Nike.

Rynek artykułów sportowych w ostatnich latach konsoliduje się. Wiele nierentownych sklepów zostało w ostatnich latach zamkniętych. Obecnie branża sportowa kładzie silny nacisk na rozwój nowych technologii cyfrowych oraz sprzedaż za pośrednictwem kanału e-commerce, który w ostatnich latach odnotowuje wzrosty.

INTERSPORT jest jedną z około 20 największych i dysponujących największą liczbą placówek sieci sklepów sportowych funkcjonujących w Polsce.

Do kluczowych zmiennych makroekonomicznych o szczególnym znaczeniu, charakteryzujących stan gospodarki i w rezultacie znacząco wpływających na popyt na produkty oferowane przez INTERSPORT Polska S.A., należą:

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

13. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Biegłym rewidentem dokonującym badania sprawozdań finansowych Spółki jest:

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

Adres: ul. Na Barciach 4/u3, 31-423 Kraków

W dniu 10 maja 2022 r. Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska podjęła uchwałę dotyczącą wyboru firmy AMZ sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, jako podmiotu mającego pełnić funkcję biegłego rewidenta uprawnionego do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2022 roku do 31 marca 2023 roku oraz do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i do zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2023 roku do 31 marca 2024 roku. W imieniu AMZ Sp. z o.o. działa Beata Grenda, Kluczowy Biegły Rewident wpisany na listę biegłych rewidentów pod numerem 13575.

14. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

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

Spółka nie publikowała prognozy finansowej na I półrocze roku obrotowego 2023/2024.

Choleryn, dnia 20 grudnia 2023 r.

Marek Kaczmarek – Prezes Zarządu _____

OBJAŚNIENIA

Alternatywne Pomiary Mierników ("APM")

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

Wskaźnik ogólnego zadłużenia = zobowiązania ogółem / pasywa razem. Wskaźnik ogólnego zadłużenia to miernik finansowy prezentujący stopień zabezpieczenia spłaty zadłużenia majątkiem przedsiębiorstwa. Zmiany wartości wskaźnika ogólnego zadłużenia w czasie obrazują zmiany poziomu finansowania z kapitału obcego (niższy poziom wskaźnika oznacza spadek finansowania obcego oraz obniżenie ryzyka związanego ze spłatą zobowiązań). Wskaźnik ogólnego zadłużenia jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego ogółem = zobowiązania ogółem / kapitał własny ogółem Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych pozwala mierzyć stopień zaangażowania kapitału obcego w stosunku do kapitału własnego i określa wielkość posiadanych przez firmę zobowiązań obcych przypadających na jednostkę kapitału własnego firmy. Wskaźnik ten określa możliwość pokrycia zobowiązań kapitałem własnym. Wzrost wartości wskaźnika w poszczególnych okresach oznacza wzrost udziału długu w finansowaniu działalności firmy. Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi = kapitały własne ogółem / aktywa ogółem Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi informuje o udziale środków własnych w finansowaniu działalności przedsiębiorstwa. Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego = zobowiązania krótkoterminowe / pasywa ogółem Wskaźnik relacji zobowiązań krótkoterminowych do pasywów ogółem pokazuje w jakim stopniu spółka finansuje działalność kapitałem krótkoterminowym. Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Wskaźnik zadłużenia długoterminowego = zobowiązania długoterminowe / pasywa ogółem Wskaźnik relacji zobowiązań długoterminowych do pasywów ogółem informuje w jakim stopniu przedsiębiorstwo finansuje działalność kapitałem długoterminowym. Wskaźnik zadłużenia długoterminowego jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych

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

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

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

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

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

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

Rentowność netto = Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów. Wskaźnik rentowności netto wskazuje jaki % przychodów stanowi zysk netto. Otrzymany wynik informuje o tym, w jakim stopniu sprzedaż jest opłacalna (marża zysku netto) oraz w jaki sposób przedsiębiorstwo zarządza stosunkiem kosztów do przychodów. Wskaźnik rentowności netto jest powszechnie stosowany do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

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

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

Cykl rotacji zapasów = Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w analizowanym okresie. Wskaźnik cyklu rotacji zapasów umożliwia analizę poziomu odnowialności 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.