



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU z działalności za I półrocze 2017 r.



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

Spis treści

1. KOMENTARZ ZARZĄDU	4
2. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH	5
2.1 Wybrane dane finansowe	5
2.2 Bilans	6
a) Aktywa	6
b) Pasywa	6
c) Kapitał własny	7
d) Zobowiązania długo- i krótkoterminowe, zmiana instytucji finansowych, analiza zadłużenia.	8
2.3 Przepływy finansowe	11
a) Analiza płynności finansowej	12
2.4 Rachunek zysków i strat	12
a) Przychody ze sprzedaży	13
b) Koszty	13
c) Czynniki i zdarzenia mające istotny wpływ na wyniki z działalności operacyjnej	14
3. ZARZĄDZANIE FINANSAMI	15
3.1 Sytuacja finansowa: analiza rentowności	15
3.1 Sytuacja majątkowa: wskaźnik rotacji	17
4. INWESTYCJE	17
5. UMOWY ZNACZĄCE	18
6. ISTOTNE WYDARZENIA	19
7. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI	21
8. O INTERSPORT Polska S.A.	21
8.1 Struktura organizacyjna	22
8.2 Powiązania organizacyjne i kapitałowe	22
8.3 Grupa INTERSPORT	22
8.4 Działalność podstawowa	23
8.5 Koncepcja sklepu wzorcowego	23
8.6 Działania uzupełniające	24
8.7 Liczba placówek	25
8.8 Stan i struktura zatrudnienia	27
8.9 Władze Spółki	27
a) Zarząd	27
b) Rada Nadzorcza	28
c) Ryzyko konfliktu interesów	29
d) Wartość wynagrodzeń i nagród	29
9. AKCJE I AKCJONARIAT	29
9.1 Struktura akcjonariatu	30
9.2 Znaczący akcjonariusze	31
9.3 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące	32
9.4 Istotne zmiany	32
9.5 Opis polityki dywidendy	33
9.6 Notowania akcji INTERSPPL na GPW w Warszawie	34
10. POLITYKA ASORTYMENTOWA	34
10.1 Oferta handlowa	34
10.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia	35
10.3 Charakterystyka sprzedaży: struktura, sezonowość	35
11. DZIAŁANIA MARKETINGOWE	36
11.1 Wsparcie sprzedaży	36
11.2 Klienci lojalnościowi	37
11.3 Nagrody i wyróżnienia	37
12. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU	37
12.1 Nowy model biznesowy	37
12.2 Planowana zmiana roku obrotowego	39
12.3 Nowe produkty i usługi	40
12.4 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej	40
12.5 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w perspektywie roku	40
13. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE	41
14. RYZYKA I ZAGROZENIA	41
14.1 Czynniki wewnętrzne	41
14.2 Czynniki zewnętrzne	49
15. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI	52
15.1 Rynek artykułów sportowych w Polsce	52
15.2 Wpływ sytuacji makroekonomicznej	52
16. BIEGŁY REWIDENT	54
17. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	54
17.1 Prognozy	54
17.2 Oświadczenie w sprawie rzetelności sporządzania sprawozdania	54
17.3 Oświadczenie o wyborze biegłego rewidenta	54
18. OBJAŚNIENIA	55

Nazwa : INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba : 32-060 Liszki, Cholierzyn 382

Przedmiot podstawowej działalności:

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



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



1. KOMENTARZ ZARZĄDU

Za nami I półrocze 2017 roku - okres w którym dokonały się największe od dekady, zmiany w Spółce. W dniu 16 lutego 2017 roku Spółka podpisała trójstronne porozumienie z INTERSPORT Deutschland eG oraz INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH mające na celu uregulowanie wzajemnych zobowiązań, umożliwienie Spółce pozyskania dodatkowych funduszy – poprzez emisję akcji serii F, poprawienie wysokości i struktury kapitałów własnych – w celu dalszego rozwoju i realizacji celów strategicznych oraz dalszego rozwoju marki INTERSPORT w Polsce.

W dniu 9 marca 2017 roku Spółka zawarła z IIC - INTERSPORT International Corporation GmbH z siedzibą w Bernie umowy: 1. Umowa licencyjna INTERSPORT; 2. Umowa licencyjna na marki własne oraz 3. Umowa agencyjna w zakresie zakupów. Na podstawie zawartych Umów z IIC, INTERSPORT Polska S.A., jako licencjodawca, uzyskała bezpośrednio od IIC: (i) wyłączne prawo do używania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, chronionego znaku towarowego INTERSPORT na usługi i produkty, na które zarejestrowany został ten znak towarowy; (ii) wyłączność na importowanie, promowanie, rozpowszechnianie, reklamowanie oraz sprzedawanie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oferowanych i produkowanych przez IIC towarów i usług oznaczonych innymi zarejestrowanymi na rzecz IIC znakami towarowymi, tzw. markami własnymi INTERSPORT; (iii) wyłączne prawo do rozwijania sieci własnych sklepów sportowych, jak również sieci franczyzowej, pod znakiem INTERSPORT; (iv) prawo do nabywania towarów oznaczonych markami własnymi INTERSPORT bezpośrednio od ich producentów przy pośrednictwie agenta, jakim jest IIC.

W związku z wejściem w życie w dniu 24 marca 2017 roku bezpośrednich Umów licencyjnych i Umowy Agencyjnej zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH, Zarząd Spółki podjął uchwałę w sprawie wdrożenia „**Nowego modelu biznesowego IPL**” (RB nr 25/2017), który wpłynie na poprawę pozycji rynkowej i wyników finansowych Spółki.

W kwietniu 2017 r. Spółka zakończyła prywatną subskrypcję akcji serii F. W wyniku przeprowadzonej oferty prywatnej o wartości 17 mln zł, Spółka zawarła umowy objęcia 8.947.366 Akcji serii F. Obecnie Spółka stara się o wprowadzenie ww. akcji na giełdę. Również jeszcze w kwietniu 2017 r. Spółka dokonała zamiany banku finansującego - podpisała z Raiffeisen Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, umowę kredytową i umowę o limit wierzytelności, zastępując DNB Bank Polska SA. W maju br. Spółka podpisała stosowne aneksy do umów z dwoma pozostałymi bankami: Alior Bank S.A. oraz Bank Zachodni WBK S.A. Wszystkie te zmiany pozwoliły zwiększyć finansowanie działalności Spółki.

Za nami szereg bardzo ważnych zmian, które dały podstawy do wdrożenia „Nowego modelu biznesowego Spółki”. Przed nami dwa etapy wdrożenia nowego modelu – jesień 2017 roku jako etap realizacji pierwszych zmian oraz rok 2018 - osiągnięcie pełnego efektu zmian.

Rok 2017 jest okresem przejściowym, w którym Spółka zmienia swój model zatowarowania sklepów. W nowym modelu biznesowym sieć INTERSPORT Polska już rozpoczęła proces zamówień wysoko marżowanych marek własnych INTERSPORT bezpośrednio u producentów (bez pośrednika) - pierwsze dostawy na nowych warunkach będą realizowane od jesieni 2017 r., a pełny efekt zmian będzie widoczny od wiosny 2018 roku.

2. OMÓWIENIE WYNIKÓW I PÓŁROCZA 2017 r.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w I półroczu 2017 roku wypracowała przychody netto ze sprzedaży w wysokości 90.636 tys. zł, czyli o 15,5% niższe wobec 107.269 tys. zł osiągniętych w analogicznym okresie 2016 roku. W I półroczu 2017 roku Spółka zanotowała stratę brutto w wysokości 3.459 tys. zł przy stracie brutto na poziomie 456 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku. EBIT wyniósł -3.125 tys. zł, zaś EBITDA kształtowała się na poziomie 54 tys. zł.

2.1 WYBRANE DANE FINANSOWE

PODSTAWOWE DANE FINANSOWE <i>(dane w ty.</i>	od 01.01.2016 do 30.06.2016	od 01.01.2017 do 30.06.2017
Przychody ze sprzedaży ogółem	107 269	90 636
Wynik brutto na sprzedaży	42 267	36 532
Marża brutto na sprzedaży	39,4%	40,3%
Wynik ze sprzedaży	521	-3 085
Rentowność ze sprzedaży	0,5%	
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	436	-3 125
Marża EBIT	0,4%	
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	3 779	54
Marża EBITDA	3,5%	0,06%
Wynik brutto	-456	-3 459
Wynik netto	-381	-2 804

WYBRANE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.01.2016 do 30.06.2016	Stan na dzień 31.12.2016	od 01.01.2017 do 30.06.2017
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	107 269	205 201	90 636
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	436	-7 087	-3 125
III. Zysk (strata) brutto	-456	-8 961	-3 459
IV. Zysk (strata) netto	-381	-8 573	-2 804
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	7 518	14 711	-13 283
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 813	-3 333	-1 554
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-5 872	-11 387	14 490
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-167	-9	-347
IX. Aktywa razem	127 218	121 326	115 040
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	105 698	107 999	88 330
XI. Zobowiązania długoterminowe	8 067	4 940	3 159
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	90 196	95 804	77 896
XIII. Kapitał własny	21 520	13 327	26 710
XIV. Kapitał zakładowy	1 393	1 393	2 288
XV. Liczba akcji (w szt.)	13 933 334	13 933 334	22 880 700
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w zł)	-	-	-
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	-	-	-
XVIII. Wartość księgową na jedną akcję/udział (w zł)	1,54	0,96	1,17
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł)	1,54	0,96	1,17
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na 1 akcję (w zł)	-	-	-

BILANS

Wartość sumy bilansowej na dzień 30 czerwca 2017 roku wyniosła 115.040 tys.zł co oznacza spadek o 9,6% w porównaniu do analogicznego okresu 2016 roku (było:127.218 tys.zł).

a) AKTYWA

Wartość aktywów Spółki w I półroczu 2017 roku była mniejsza o 9,6% w porównaniu do I półrocza 2016 roku. Zmniejszenie poziomu aktywów trwałych w I półroczu 2017 roku o 3.656 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku związane jest głównie z umorzeniem środków trwałych. Niższa wartość aktywów obrotowych wynika przede wszystkim ze zmniejszenia stanu zapasów o 13.234 tys. zł tj o 26,6%. Poziom zapasów Spółki jest niższy w porównaniu do stanu na koniec ostatniego roku obrachunkowego o około 13,4 %.

Niższa wartość zapasów związana jest ze zmniejszeniem stanu towaru marek własnych INTERSPORT (ze względu na zmianę modelu zakupowego) oraz zmniejszeniem powierzchni sprzedaży.

STRUKTURA AKTYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień	stan na dzień	zmiana %
	30.06.2016	30.06.2017	2017/2016
I. Aktywa trwałe	72 035	68 379	-5,1%
1. Wartości niematerialne i prawne	2 771	4 146	49,6%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	65 433	59 271	-9,4%
3. Inwestycje długoterminowe	851	813	-4,5%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 980	4 149	39,2%
II. Aktywa obrotowe	55 183	46 661	-15,4%
1. Zapasy	49 767	36 533	-26,6%
2. Należności krótkoterminowe	2 319	6 931	198,9%
3. Inwestycje krótkoterminowe	990	801	-19,1%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 107	2 396	13,7%
Aktywa razem	127 218	115 040	-9,6%

b) PASYWA

Na dzień 30.06.2017 roku wartość kapitałów Spółki była wyższa o 5.190 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. Związane jest to głównie z emisją akcji serii F oraz z odnotowaną stratą za 2016 rok oraz stratą za I półrocze 2017 roku.

Zmniejszony poziom zobowiązań długoterminowych w pozycji kredyty i pożyczki a zarazem podobny poziom tej pozycji w zobowiązaniach krótkoterminowych jest efektem przekwalifikowania części zewnętrznych źródeł finansowania. Zmniejszony poziom rozliczeń międzyokresowych o 368 tys. zł wynika z otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową, która jest rozliczana w okresie eksploatacji.

STRUKTURA PASYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 30.06.2016	stan na dzień 30.06.2017	zmiana % 2017/2016
I. Kapitał własny	21 520	26 710	24,1%
1. Kapitał zakładowy	1 393	2 288	64,2%
2. Kapitał zapasowy	20 508	27 226	32,8%
3. Zysk (strata) z lat ubiegłych	-	-	-
4. Zysk (strata) netto	-381	-2 804	636,0%
II. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	105 698	88 330	-16,4%
1. Rezerwy na zobowiązania	1 075	1 283	19,3%
2. Zobowiązania długoterminowe	8 067	3 159	-60,8%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	90 196	77 896	-13,6%
4. Rozliczenia międzyokresowe*	6 360	5 992	-5,8%
Pasywa razem	127 218	115 040	-9,6%

*Rozliczenia międzyokresowe (wykazywane po stronie pasywów) Spółki związane są z rozliczeniem 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 czerwca 2017 r. kapitał własny Spółki wyniósł 26.710 tys. zł i składał się z kapitału zakładowego w wysokości 2.288 tys. zł, kapitału zapasowego w wysokości 27.226 tys. zł, oraz straty netto w kwocie 2.804 tys. zł.

KAPITAŁ PODSTAWOWY

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

KAPITAŁ ZAPASOWY

Zgodnie z art. 396 § 1 Ksh, spółka akcyjna zobligowana jest do przeznaczania 8% corocznego zysku na kapitał zapasowy, który winien być przeznaczony na pokrycie ewentualnych strat, dopóki kapitał zapasowy nie będzie stanowił co najmniej równowartości jednej trzeciej kapitału zakładowego. Na dzień 30.06.2017 r. kapitał zapasowy wynosił 27.226 tys. zł.

ISTOTNE ZMIANY

W I półroczu 2017 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. wzrósł o 24,1% w stosunku do stanu na dzień 30.06.2016 roku. Zgodnie z uchwałą nr 13 podjętą w dniu 30 czerwca 2017 roku przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, strata netto w wysokości 8.573 tys. zł odnotowana w 2016 roku została pokryta z kapitału zapasowego Spółki.

d) ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 30.06.2017 r. łączna wartość zobowiązań Spółki wynosiła 81.055 tys. zł, z czego 3.159 tys. zł stanowiły zobowiązania długoterminowe, a 77.896 tys. zł stanowiły zobowiązania krótkoterminowe. W okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2017 roku

wartość zobowiązań Spółki uległa zmniejszeniu o 19.689 tys. zł, tj. o 19,5% w stosunku do stanu na koniec 2016 roku. Znaczny udział w łącznych zobowiązaniach Spółki wobec pozostałych jednostek, stanowią zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców, które zmalały z poziomu 76.992 tys. zł na koniec 2016 r. do poziomu 60.260 tys. zł na dzień 30.06.2017 r.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 30.06.2017 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

Zobowiązania długoterminowe (stan na dzień 30.06.2017 r.)

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

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
RAIFFEISEN BANK POLSKA SA	4 000	3 133	2022-05-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny

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

Łączne zobowiązania długoterminowe	31.12.2016 r.	30.06.2017 r.
Zobowiązania finansowe	4 940	3 159
Inne zobowiązania długoterminowe	0	0
Razem	4 940	3 159

Stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30 czerwca 2017 roku zmniejszył się o 60,8% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku – zmniejszenie wynikało z przekwalifikowania części kredytów długoterminowych na krótkoterminowe.

Zobowiązania krótkoterminowe (stan na dzień 30.06.2017 r)

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

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
ALIOR BANK SA	3 825	2018-06-12	Zastaw rejestrowy na zapasach i środkach trwałych; przelew wierzytelności; pełnomocnictwo do rachunku; hipoteka umowna na nieruchomości	Kredyt w rachunku bieżącym
RAIFFEISEN BANK POLSKA SA	800	2022-05-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
RAIFFEISEN BANK POLSKA SA	2 734	2018-09-21	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku; przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym
BANK ZACHODNI WBK SA	110	2018-04-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych; weksel in blanco; pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
BANK ZACHODNI WBK SA	4 764	2017-09-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt w rachunku bieżącym

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

Łączne zobowiązania krótkoterminowe	31.12.2016 r.	30.06.2017 r.
Zobowiązania finansowe	11 868	12 265
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	83 936	65 631
Razem	95 804	77 896

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30.06.2017 r. wyniósł 12.233 tys. zł i zmniejszył się o 10,3% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.

Dodatkowo, w lipcu 2017 r. Spółka podpisała umowy z akcjonariuszami: Arturem Mikołajko oraz Sławomirem Gilem, na podstawie których udzielili oni Spółce w dniu 31 lipca 2017 r. pożyczek pieniężnych na łączną kwotę 400.000 zł. Na mocy umów Artur Mikołajko udzielił Spółce pożyczki w wysokości 150 tys. zł, a Sławomir Gil udzielił Spółce pożyczki w wysokości 250 tys. zł. Spółka zobowiązała się do zwrotu ww. kwot w terminie do 30 grudnia 2017 roku. Zabezpieczeniem umów są weksle do kwoty pożyczek wraz

z odsetkami. Zarząd INTERSPORT Polska S.A. podkreśla, że celem umów pożyczek zawartych pomiędzy Prezesem Arturem Mikołajko i Wiceprezesem Sławomirem Gilem było otrzymanie dodatkowych upustów od INTERSPORT Austria GmbH, który dostarczy jednorazowo Spółce marki własne INTERSPORT w okresie drugiego półrocza 2017 r. Wcześniejsza przedpłata zmniejszy koszt zakupu towaru, co przyczyni się do poprawy marży na sprzedaży towarów zakupionych od ww. kontrahenta.

ZMIANA INSTYTUCJI FINANSOWYCH

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

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

Spółka postanowiła wykorzystywać linie na gwarancje bankowe tylko w jednym banku, nie jak dotychczas we wszystkich, z którymi współpracowała. W związku z powyższym gwarancje bankowe dotychczas udzielone przez DNB Bank Polska SA, z którym Spółka zakończyła współpracę, oraz gwarancje udzielone dotychczas przez BZ WBK Polska SA zostały przeniesione do Alior Bank SA.

Gwarancje bankowe udzielone INTERSPORT Polaka S.A. dotyczą kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 30 czerwca 2017 roku gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 1.228 tys. zł i 601 tys. euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

Analiza zadłużenia – APM¹

Tabela: Wskaźniki zadłużenia Spółki (w %)

Wskaźniki zadłużenia:	Formuła	31.12.2016 r.	30.06.2017 r.
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem / Pasywa razem	89,0%	76,8%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Zobowiązania długoterminowe / Pasywa razem	4,1%	2,7%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Zobowiązania krótkoterminowe / Pasywa razem	79,0%	67,7%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitał własny	810,4%	330,7%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	Kapitał własny ogółem / Aktywa razem	11,0%	23,2%

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

2.3 PRZEPIŁYWY FINANSOWE (dane w tys. zł)

	od 01.01.2016 do 30.06.2016	od 01.01.2017 do 30.06.2017
Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	7 518	-13 283
Zysk (strata) netto	-381	-2 804
Amortyzacja	3 343	3 179
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	-31	38
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	319	313
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	167	586
Zmiana stanu rezerw	-17	204
Zmiana stanu zapasów	6 398	5 643
Zmiana stanu należności	-979	-20
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	99	-17 532
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	-1 400	-2 285
Inne		-605
Przeptywy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 813	-1 554
Przeptywy pieniężne netto z działalności finansowej	-5 872	14 490
Przeptywy pieniężne razem	-167	-347

W okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2017 r. stan środków pieniężnych uległ zmniejszeniu z 1.148 tys. zł (na koniec 2016 r.) do 801 tys. zł w I półroczu 2017 r.:

- **działalność operacyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości minus 13.283 tys. zł. Strata netto, która wyniosła 2.804 zł, została skorygowana (in minus) o 10.479 tys. zł. Najistotniejsze korekty wynikały z amortyzacji (plus 3.179 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zapasów (5.643 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zobowiązań krótkoterminowych wobec dostawców (17.532 tys. zł);
- **działalność inwestycyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 1.554 tys. zł (głównie były to wydatki poniesione w związku z pracami w zakresie budowy sklepu internetowego Spółki oraz inwestycji odtworzeniowych istniejących sklepów INTERSPORT Polska S.A.);
- **działalność finansowa** wygenerowała dodatnie przepływy pieniężne w łącznej wysokości 14.490 tys. zł – wpływy związane były głównie z przeprowadzoną w I kwartale 2017 r. emisją 8.947.366 Akcji serii F, Akcje serii F obejmowane były po cenie emisyjnej wynoszącej 1,90 zł; wydatki dotyczyły głównie spłaty zobowiązań finansowych oraz kosztów obsługi zadłużenia.

Analiza płynności finansowej – APM²

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

Tabela: Wskaźniki płynności Spółki

Wskaźniki płynności	Formuła	31.12.2016 r.	30.06.2017 r.
Wskaźnik płynności bieżącej	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe	0,5	0,6
Wskaźnik płynności szybkiej	(Aktywa obrotowe – Zapasy) / Zobowiązania krótkoterminowe	0,1	0,1

2.4 RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT (dane w tys. zł)

	od 01.01.2016 do 30.06.2016	od 01.01.2017 do 30.06.2017	zmiana % 2017/2016
I. Przychody netto ogółem	107 269	90 636	-15,5%
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	65 002	54 104	-16,8%
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	42 267	36 532	-13,6%
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	41 746	39 617	-5,1%
VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	521	-3 085	-692,1%
VII. Pozostałe przychody operacyjne	913	1 110	21,6%
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	998	1 150	15,2%
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	436	-3 125	-816,7%
X. Przychody finansowe	189	249	31,7%
XI. Koszty finansowe	1 081	583	-46,1%
XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-456	-3 459	658,6%
XIII. Zysk (strata) brutto	-456	-3 459	658,6%
XIV. Podatek dochodowy	-75	-655	773,3%
XV. Zysk (strata) netto	-381	-2 804	636,0%

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

PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY

Ze względu na fakt, iż w 2016 r. Spółka dokonała zamknięcia trzech nierentownych sklepów oraz dwóch w I kwartale 2017 r. poziom przychodów ze sprzedaży w I półroczu 2017 r. uległ zmniejszeniu o około 15,5% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego.

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

Przychody netto ze sprzedaży	2016	2017	zmiana % 2017/2016
Styczeń	24 636	21 997	-10,7%
Luty	17 474	14 725	-15,7%
Marzec	13 116	11 608	-11,5%
Kwiecień	17 280	13 191	-23,7%
Maj	17 738	13 604	-23,3%
Czerwiec	17 025	15 509	-8,9%
Razem	107 269	90 636	-15,5%

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

- zamknięcie w I kwartale 2017 r. dwóch sklepów zlokalizowanych w Warszawie (CH Złote Tarasy) oraz w Poznaniu (CH Stary Browar),
- znacznie niższy stan zapasów oferowanych towarów – zwłaszcza marek własnych, co wpłynęło na efektywność sprzedaży w sieci handlowej INTERSPORT Polska S.A. (stan zapasów na koniec I półrocza 2017 r. był niższy o 13.234 tys. zł w porównaniu do stanu na koniec I półrocza 2016 r.),

KOSZTY (w tys. zł)	od 01.01.2016 do 30.06.2016	od 01.01.2017 do 30.06.2017	zmiana % 2017/2016
Amortyzacja	3 343	3 179	-4,9%
Zużycie materiałów i energii	1 812	1 869	3,1%
Usługi obce	22 326	21 353	-4,4%
Podatki i opłaty	1 375	1 220	-11,3%
Wynagrodzenia	9 412	9 023	-4,1%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	1 942	1 897	-2,3%
Pozostałe koszty rodzajowe	1 536	1 076	-29,9%
Koszty razem	41 746	39 617	-5,1%

W związku ze zmniejszeniem powierzchni handlowej, zamknięciem sklepów, generowanym niższym poziomem przychodów ze sprzedaży oraz podjęciem działań zwiększających efektywność prowadzonej działalności, poziom kosztów działalności operacyjnej w I połowie 2017 r. jest niższy w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o około 5,1%.

CZYNNIKI I ZDARZENIA MAJĄCE ISTOTNY WPŁYW NA WYNIKI Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

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

Wynik operacyjny	01.01.2016 30.06.2016	01.01.2017 30.06.2017
Przychody ze sprzedaży, w tym:	107 269	90 636
przychody ze sprzedaży produktów	1 348	1 362
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	105 921	89 274
Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów	65 002	54 104
Zysk brutto ze sprzedaży	42 267	36 532
koszty sprzedaży	38 498	36 105
koszty ogólnego zarządu	3 248	3 512
Zysk ze sprzedaży	521	-3 085
pozostałe przychody operacyjne	913	1 110
pozostałe koszty operacyjne	998	1 150
Wynik na działalności operacyjnej	436	-3 125

Kluczowy wpływ na poziom wyniku operacyjnego Spółki ma poziom zysku osiąganego ze sprzedaży towarów i materiałów. Zysk na sprzedaży towarów i materiałów Spółki w I półroczu 2017 r. uległ obniżeniu do poziomu 35.170 tys. zł w porównaniu do 40.919 tys. zł w I półroczu 2016 r. Na poziom zysku na sprzedaży towarów i materiałów osiągniętego w I półroczu 2017 r. decydujący wpływ miały: (i) niższe przychody ze sprzedaży towarów i materiałów (16.647 zł mniej w I półroczu 2017 r.) oraz (ii) wyższa marża na sprzedaży towarów i materiałów (39,4% w I półroczu 2017 r. w porównaniu do 38,6% w I półroczu 2016 r.).

Koszty sprzedaży (przede wszystkim koszty sieci detalicznej oraz logistyki i magazynu Spółki) w I półroczu 2017 r. uległy obniżeniu w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego z 38.498 tys. zł do 36.105 tys. zł. Obniżenie wartości tej pozycji kosztów było wynikiem zamknięcia trzech sklepów w 2016 r. oraz dwóch w I kwartale 2017 r.

Koszty ogólnego zarządu w I półroczu 2017 r. nieznacznie zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego z 3.248 tys. zł do 3.512 tys. zł.

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

W I półroczu 2017 roku obniżono koszty działalności operacyjnej o 5,1% tj. o 2.129 tys. mniej r/r.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł minus 3.125 tys. zł i był niższy w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego kiedy to wyniósł 436 tys. zł.

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

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

3. ZARZĄDZANIE FINANSAMI

3.1 SYTUACJA FINANSOWA

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

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

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

APM - Alternatywny Pomiar Wyników	01.01.2016	2016	01.01.2017
	30.06.2016		30.06.2017
EBITDA = (Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację)	3 779	-467	54

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

ANALIZA RENTOWNOŚCI³ - APM

Tabela: Analiza rentowności działalności Spółki (w %)

Wskaźniki rentowności	Formuła	01.01.2016 30.06.2016	2016	01.01.2017 30.06.2017
Marża brutto ze sprzedaży towarów	Zysk / Strata brutto ze sprzedaży towarów / przychody ze sprzedaży towarów	38,6%	37,2%	39,4%
Rentowność ze sprzedaży	Zysk / Strata ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	0,5%	-2,6%	-3,4%
Rentowność EBIT	Zysk / Strata z działalności operacyjnej / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	0,4%	-3,5%	-3,4%
Rentowność netto	Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-0,4%	-4,2%	-3,1%
Rentowność aktywów ROA**	Zysk / Strata netto / aktywa na koniec okresu	-0,3%	-7,1%	-2,4%
Rentowność kapitałów własnych ROE**	Zysk / Strata netto / kapitał własny na koniec okresu	-1,8%	-64,3%	-10,5%

W I półroczu 2017 r. Spółka odnotowała wzrost marży brutto ze sprzedaży do poziomu 39,4% (w I półroczu 2016 r. było 38,6%).

W I półroczu 2017 r. rentowność ze sprzedaży Spółki wyniosła minus 3,4% w porównaniu do 0,5% w analogicznym okresie roku poprzedniego. Zmniejszenie poziomu rentowności spowodowane było m.in. rozliczeniem w okresie I kwartału 2017 r. części kosztów zamykanych sklepów.

Wskaźniki ROE oraz ROA w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2017 roku kształtowały się na ujemnym poziomie odpowiednio od minus 0,3% do minus 2,4% (ROA) oraz od minus 1,8% do minus 10,5% (ROE). Niskie wskaźniki w tym zakresie były wynikiem ponoszenia znaczących strat netto w poprzednich latach.

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

3.2 SYTUACJA MAJĄTKOWA

WSKAŹNIK ROTACJI⁴ - APM

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

Cykl rotacji	Formuła	stan na dzień 31.12.2016	*stan na dzień 30.06.2017
Cykl rotacji zapasów	Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	75,0	72,6
Cykl rotacji należności krótkoterminowych	Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	12,3	13,8
Cykl rotacji zobowiązań bieżących	Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	149,3	130,4

*/ Wskaźniki na 30.06.2017 r zostały obliczone dla liczby dni równej 180, pozostałe dla liczby dni równej 365

Wskaźnik rotacji zapasów na koniec I półrocza 2017 r. uległ skróceniu z 75 dni na koniec 2016 r. do 72,6 dni. Skrócenie wskaźnika rotacji zapasów związane było ze znacznym zmniejszeniem wartości zapasów, przy jednoczesnym zmniejszeniu wartości przychodów ze sprzedaży. Wskaźnik rotacji należności uległ wydłużeniu z 12,3 dni na koniec 2016 r. do 13,8 dni na koniec I półrocza 2017 r. Cykl rotacji zobowiązań bieżących na koniec czerwca 2017 r. uległ skróceniu do 130,4 dni. Skróceniu cyklu rotacji zobowiązań bieżących związane było ze spłatą części zobowiązań z tytułu dostaw i usług środkami pozyskanymi z emisji Akcji serii F.

4. INWESTYCJE

W I połowie 2017 r. Spółka poniosła niewielkie wydatki dotyczące nakładów odtworzeniowych. INTERSPORT Polska S.A. poniosła również wydatki w zakresie uruchomienia własnego sklepu internetowego, które wyniosły 0,6 mln zł. Inwestycja w sklep internetowy została rozpoczęta w 2015 r., a zakończona została w maju 2017 r. łączna wartość poniesionych nakładów na budowę sklepu internetowego wyniosła 1,7 mln zł.

Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych

W drugiej połowie 2017 roku Spółka nie planuje dodatkowych inwestycji poza bieżącą działalnością.

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

5. UMOWY ZNACZĄCE

- w dniu 31 stycznia 2017 roku zostały podpisane aneksy do umów z Alior Bank S.A. zgodnie z którymi: Umowa o Kredyt w rachunku bieżącym od kwoty 4.400.000 do 3.200.000 PLN została przedłużona do dnia 30.01.2018 r., ostatnim dniem okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 2.100.000 PLN jest 31.01.2017 roku; dniem ostatecznej spłaty jest 10.02.2018 r., ostatnim dniem okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 1.100.000 EUR jest 31.01.2017 roku; dniem ostatecznej spłaty jest 10.02.2018 r.;
- W dniu 16 lutego 2017 roku Spółka podpisała trójstronne porozumienie z INTERSPORT Deutschland eG oraz INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH mające na celu uregulowanie wzajemnych zobowiązań, umożliwienie Spółce pozyskania dodatkowych funduszy, poprawienia wysokości i struktury kapitałów własnych w celu dalszego rozwoju i realizacji celów strategicznych Spółki oraz dalszego rozwoju marki INTERSPORT w Polsce;
- W dniu 9 marca 2017 roku Spółka zawarła z IIC - INTERSPORT International Corporation GmbH z siedzibą w Bernie następujące umowy: 1. Umowa licencyjna INTERSPORT (INTERSPORT Licence Agreement, „ILA”); 2. Umowa licencyjna na marki własne (Exclusive Brands Licence Agreement, „EBLA”) oraz 3. Umowa agencyjna w zakresie zakupów (Purchasing Agency Agreement, „PAA”) Na podstawie zawartych Umów z IIC, INTERSPORT Polska S.A., jako licencjobiorca, uzyska bezpośrednio od IIC: (i) wyłączone prawo do używania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, chronionego znaku towarowego INTERSPORT na usługi i produkty, na które zarejestrowany został ten znak towarowy; (ii) wyłączość na importowanie, promowanie, rozpowszechnianie, reklamowanie oraz sprzedawanie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oferowanych i produkowanych przez IIC towarów i usług oznaczonych innymi zarejestrowanymi na rzecz IIC znakami towarowymi, tzw. markami własnymi INTERSPORT; (iii) wyłączone prawo do rozwijania sieci własnych sklepów sportowych, jak również sieci franczyzowej, pod znakiem INTERSPORT; (iv) prawo do nabywania towarów oznaczonych markami własnymi INTERSPORT bezpośrednio od ich producentów przy pośrednictwie agenta, jakim jest IIC. Ww. umowy zostały zawarte pod warunkiem, że do dnia 24 marca 2017 roku Spółka spłaci całość zadłużenia wobec INTERSPORT Deutschland eG z siedzibą w Heilbronn, Niemcy („IDE”), jakie Spółka miała wobec IDE na dzień 28 lutego 2017 r. oraz że Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki zwołane na dzień 15 marca 2017 r. podejmie uchwałę o zmianie § 9(1) ust. 2 Statutu Spółki zgodnie z wnioskiem INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH („ITC”). Strony potwierdziły również, że z chwilą wejścia w życie Umowy licencyjnej INTERSPORT zawartej z IIC wygasną zawarte przez Spółkę z IDE w 2005 r. umowy sublicencyjne na używanie znaku towarowego „INTERSPORT” oraz znaków towarowych dotyczących marek własnych INTERSPORT na terytorium Polski;

- W dniu 22 marca 2017 roku spełnił się ostatni warunek wejścia w życie bezpośrednich umów licencyjnych zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH z siedzibą w Bernie, Szwajcaria i wygasły umowy sublicencyjne zawarte w 2005 roku pomiędzy Spółką a INTERSPORT Deutschland eG z siedzibą w Heilbronn, Niemcy;
- W związku z wejściem w życie w dniu 24 marca 2017 roku bezpośrednich Umów licencyjnych i Umowy Agencyjnej zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH, Zarząd Spółki podjął uchwałę w sprawie wdrożenia „Nowego modelu biznesowego IPL”, który w jego ocenie wpłynie na poprawę pozycji rynkowej i wyników finansowych Spółki;
- W kwietniu 2017 r. Spółka podpisała z Raiffeisen Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, umowę kredytową i umowę o limit wierzytelności. Łączna wartość zawartych umów wynosi 10 mln zł: umowa kredytu inwestycyjnego w wysokości 4 mln zł, której dniem ostatecznej spłaty jest 31 maja 2022 roku i umowa o limit wierzytelności w wysokości 6 mln zł, której dniem ostatecznej spłaty limitu jest 21 września 2018 roku;
- W maju 2017 roku Bank Zachodni WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu przedłużył ze Spółką umowę kredytową oraz umowę o limit na gwarancje bankowe: - Umowa o kredyt w rachunku bieżącym do kwoty 500.000 PLN (pięćset tysięcy złotych) została przedłużona do dnia 30.09.2017r.; - Umowa o limit na gwarancje bankowe została przedłużona - o najwyższej kwocie wykorzystania 3.000.000 PLN (trzech milionów złotych) w okresie dostępności limitu do dnia 30.09.2017 roku;
- W maju 2017 roku Spółka podpisała aneksy do umów kredytowych z Alior Bank S.A. Zgodnie z podpisanymi aneksami Umowa o Kredyt w rachunku bieżącym w wysokości 4.250.000 PLN została przedłużona do dnia 12 czerwca 2018 r., ostatni dzień okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 4.100.000 PLN to 12 czerwca 2018 roku; dniem ostatecznej spłaty jest 12 czerwca 2019 r., ostatni dzień okresu wykorzystania Umowy o limit na produkty o charakterze gwarancyjnym do kwoty 1.200.000 EUR to 12 czerwca 2018 roku; dniem ostatecznej spłaty jest 12 czerwca 2019 r., dodatkowo została zawarta Umowa Współpracy Wstąpienie w Prawa Wierzycieli (Faktoring Odwrotny) do kwoty 3.000.000,00 PLN, której ostatni dzień okresu wykorzystania przypada na 12 marca 2019 roku, zaś ostateczny termin spłaty to 10 czerwca 2019 roku.

6. ISTOTNE WYDARZENIA

W ocenie Zarządu Spółki od 1 stycznia do 30 czerwca 2017 roku nie zaszły inne istotne zmiany w sytuacji finansowej ani pozycji handlowej INTERSPORT Polska S.A., poza tym, iż:

- W związku z wygaśnięciem umowy najmu, od dnia 30 stycznia 2017 r. sklep INTERSPORT o powierzchni 1.076 m² zlokalizowany w CH Złote Tarasy w Warszawie został zamknięty,

- W związku z wygaśnięciem umowy najmu, od dnia 13 lutego 2017 roku sklep INTERSPORT o powierzchni 1.130 m² zlokalizowany w CH Stary Browar w Poznaniu został zamknięty;
- W dniu 16 lutego 2017 roku Zarząd poinformował o konieczności podniesienia kapitału zakładowego Spółki w związku z planowaną zmianą modelu zakupu marek własnych INTERSPORT;
- W dniu 22 marca 2017 r. Zarząd podjął uchwałę w sprawie wdrożenia „Nowego modelu biznesowego INTERSPORT Polska S.A.” zgodnie z którym Spółka będzie realizować proces zamówień wysoko marżowych marek własnych INTERSPORT bezpośrednio u producentów w Chinach. W sierpniu 2017 roku Spółka otrzymała pierwszą dostawę na nowych warunkach, a pełny efekt zmian będzie widoczny od wiosny 2018 roku;
- W kwietniu 2017 r. Spółka zakończyła prywatną subskrypcję akcji serii F. W wyniku przeprowadzonej oferty prywatnej Spółka zawarła umowy objęcia 8.947.366 Akcji serii F z 12 osobami. Wartość przeprowadzonej oferty prywatnej wyniosła 17,0 mln zł. Akcje serii F zostały zarejestrowane 26 kwietnia 2017 r.;

dotatkowo po 30 czerwca:

- W lipcu 2017 r. Spółka podpisała umowy z akcjonariuszami: Arturem Mikołajko oraz Sławomirem Gilem, na podstawie których udzielili oni Spółce w dniu 31 lipca 2017 r. pożyczek pieniężnych na łączną kwotę 400.000 zł. Na mocy umów Artur Mikołajko udzielił Spółce pożyczki w wysokości 150 tys. zł, a Sławomir Gil udzielił Spółce pożyczki w wysokości 250 tys. zł. Spółka zobowiązała się do zwrotu ww. kwot w terminie do 30 grudnia 2017 roku. Zabezpieczeniem umów są weksle do kwoty pożyczek wraz z odsetkami. Oprocentowanie pożyczek wynosi 2,9% w stosunku rocznym. Zarząd Spółki wskazuje, że celem ww. umów pożyczek było otrzymanie dodatkowych upustów od INTERSPORT Austria GmbH, który dostarczy jednorazowo Spółce marki własne INTERSPORT w okresie drugiego półrocza 2017 r. Wcześniejsza przedpłata zmniejszy koszt zakupu towaru co przyczyni się do poprawy marży na sprzedaży towarów zakupionych od ww. kontrahenta;
- W lipcu 2017 roku Spółka w wyniku obustronnego porozumienia skrócenia okresu umowy najmu zamknęła lokal o powierzchni 816 m² w Centrum Handlowym Borek przy al. Gen. J. Hallera 52 we Wrocławiu ([szczegóły: raport bieżący nr 53](#)),
- Decyzją nr DPI/WE/410/46/17/17 z dnia 23 sierpnia 2017 r. Komisja Nadzoru Finansowego zatwierdziła prospekt emisyjny INTERSPORT Polska S.A. na podstawie którego, Spółka zamierza ubiegać się o dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym (podstawowym) na GPW w Warszawie – 8.947.366 (słownie: osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F o wartości nominalnej 0,10 zł każda, które były przedmiotem subskrypcji prywatnej w rozumieniu art. 431 § 2 ust. 1 Kodeksu spółek handlowych, opisanej w raporcie bieżącym nr 27 z dnia 5 kwietnia 2017 roku.

- W sierpniu 2017 roku, w związku z wygaśnięciem umowy najmu oraz brakiem alternatywnej oferty najmu innego lokalu w tym samym centrum handlowym o który wnioskuje Spółka, sieć INTERSPORT zamknęła sklep o powierzchni 1.071 m² zlokalizowany w CHR Pasaż Grunwaldzki przy Placu Grunwaldzkim 22 we Wrocławiu (szczegóły: raport bieżący nr 66/2017).

7. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

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

8. O INTERSPORT Polska S.A.

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

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

8.1. 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.

8.2. Powiązania organizacyjne i kapitałowe

UMOWA LICENCYJNA

Dzięki podpisaniu w dniu 9 marca 2017 roku Umów z INTERSPORT International Corporation (IIC), Spółka INTERSPORT Polska S.A. jest wyłącznym w Polsce partnerem biznesowym Grupy INTERSPORT. Na podstawie zawartych Umów z IIC, INTERSPORT Polska S.A., jako licencjobiorca, uzyskał bezpośrednio od IIC: (i) wyłączne prawo do używania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, chronionego znaku towarowego INTERSPORT na usługi i produkty, na które zarejestrowany został ten znak towarowy; (ii) wyłączność na importowanie, promowanie, rozpowszechnianie, reklamowanie oraz sprzedawanie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oferowanych i produkowanych przez IIC towarów i usług oznaczonych innymi zarejestrowanymi na rzecz IIC znakami towarowymi, tzw. markami własnymi INTERSPORT; (iii) wyłączne prawo do rozwijania sieci własnych sklepów sportowych, jak również sieci franczyzowej, pod znakiem INTERSPORT; (iv) prawo do nabywania towarów oznaczonych markami własnymi INTERSPORT bezpośrednio od ich producentów przy pośrednictwie agenta, jakim jest IIC.

UMOWA INWESTYCYJNA

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

8.3 GRUPA INTERSPORT na świecie

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych. Roczna sprzedaż prowadzona w ponad 5 400 sklepów zrzeszonych pod szyldem INTERSPORT kształtuje się na poziomie 11 mld € łącznie z podatkiem VAT.

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 ujednoliconych międzynarodowo standardów.

Grupa INTERSPORT jest obecnie reprezentowana w 66 krajach na pięciu kontynentach. Po Europie, Kanadzie, Bliskim Wschodzie, Azji i Australii, nadszedł czas na Amerykę Południową. Do 2020 roku w Chile planowane jest uruchomienie ponad 40 sklepów pod szyldem INTERSPORT.

8.4 Podstawowa działalność Spółki

Sieć INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się w Polsce rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Wg stanu na dzień 30.06.2017 roku Spółka prowadziła działalność w 33 sklepach własnych INTERSPORT zlokalizowanych w 23 aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 30.820 m².

8.5 Koncepcja sklepu wzorcowego

LOKALIZACJA – największe centra handlowe w wiodących miastach Polski

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

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

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

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

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

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

USŁUGI SERWISOWE – w każdym sklepie w sezonie letnim dostępny jest: (1) **serwis rowerowy** - oferujący przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymianę elementów składowych roweru, w tym elementów podnoszących komfort użytkowania, (2) **serwis**

tenisowy - oferujący wymianę naciągu oraz naciąganie rakiet na specjalistycznych urządzeniach firm: *Babolat* lub *Pro Spro*, (3) **serwis rolkowy**, (4) **serwis ostrzenia łyżew**.

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

SYSTEMY BEZPIECZEŃSTWA – sklepy posiadają pełny system zabezpieczeń antykradzieżowych, obejmujący: specjalne szafki dla klientów na torby i plecaki, podłączenie alarmowe, bramki elektroniczne, elementy bezpośrednio zabezpieczające towar.

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

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

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



8.6 Działania uzupełniające

- Sezonowo dostępny jest: (1) serwis rowerowy - oferujący przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymiany elementów składowych roweru, w tym podnoszących komfort użytkowania, (2) serwis tenisowy - oferujący wymianę naciągu oraz naciąganie rakiet na specjalistycznych urządzeniach firm: *Babolat* lub *Pro Spro*, (3) serwis rolkowy, (4) serwis ostrzenia łyżew, (5) profesjonalny serwis narciarski - prowadzony na w pełni zautomatyzowanych i wydajnych maszynach do regeneracji ślizgów firm *Montana* i *Wintersteiger*.

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

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

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

8.7 Liczba placówek (stan na dzień 30.06.2017 roku)

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

1	Kraków	CH Zakopianka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW
2	Bielsko-Biała	CHR Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA
3	Warszawa	Arkadia	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA
4	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE
5	Łódź	CH Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ
6	Gdańsk	CH Madison	ul. Rajska 10, 80-850 GDAŃSK
7	Kraków	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5, 31-154 KRAKÓW
8	Warszawa	Sadyba Best Mall	ul. Powsińska 31, 02-903 WARSZAWA
9	Gdańsk	Galeria Bałtycka	al. Grunwaldzka 141, 80-264 GDAŃSK
10	Wrocław	Magnolia Park	ul. Legnicka 58, 54 - 203 WROCŁAW
11	Warszawa	Ursynów	ul. Sójki 37, 02-812 WARSZAWA
12	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 POZNAŃ
13	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 BYDGOSZCZ
14	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 BIAŁYSTOK
15	Poznań	CH King Cross MarceLin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ
16	Gdynia	CH Riviera	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA
17	Opole	GH Solaris Center	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE
18	Częstochowa	GH Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 CZĘSTOCHOWA
19	Płock	Galeria Wisła	ul. Wyszogrodzka 144, 09-410 PŁOCK
20	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 ZAKOPANE
21	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM
22	Szczecin	Galeria Kaskada	Al. Niepodległości 36, 70-404 SZCZECIN
23	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW
24	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 GORZÓW Wlkp.
25	Kielce	Galeria Korona	ul. Warszawska 26, 25-312 KIELCE
26	Kraków	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61, 31-346 KRAKÓW
27	Lublin	Atrium Felicity	Al. Witosa 32, 20-331 LUBLIN
28	Kalisz	Galeria Amber	ul. Górnośląska 82, 62-800 KALISZ
29	Olsztyn	Galeria Warmińska	ul. Tuwima 26, 10-748 OLSZTYN
30	Bydgoszcz	Zielone Arkady	ul. Wojska Polskiego 1, 85-171 BYDGOSZCZ
31	Poznań	CH Posnania	ul. Pleszewska, 61-136 POZNAŃ
32	*Wrocław	CH Borek	Al. Gen. J. Hallera 52, 53-324 WROCŁAW
33	*Wrocław	Pasaż Grunwaldzki	pl. Grunwaldzki 22, 50-363 WROCŁAW

** sklepy zamknięte po 30 czerwca 2017 r.*

8.8 Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 30 czerwca 2017 r. w Spółce było zatrudnionych 435 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 27 osób niepełnosprawnych. Spółka prowadziła też stałą współpracę z 50 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonywały dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. Od 1 stycznia do 30 czerwca 2017 roku Spółka zatrudniła 76 osób (rozwiązano umowy z 88 osobami). Przeciętne zatrudnienie w okresie od 1 stycznia 2017 r. do 30 czerwca 2017 r. wynosiło 440 osób.

8.9 Władze spółki

ZARZĄD

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

RADA NADZORCZA

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

Artur Olender, Beata Mikołajko i Łukasz Gil pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2004 r. Dorota Radwańska pełni funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2005 r. Piotr Dygas pełni funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od czerwca 2010 r. Mathias Boenke pełni funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od czerwca 2015 r. Krzysztof Pięta pełni funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 30 czerwca 2017 r.

Komisja ds. audytu i komisja ds. wynagrodzeń

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

i Nominacji działają w ramach Rady Nadzorczej. W skład Komitetu Audytu zgodnie z uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 16 września 2015 r. wchodzi: Artur Olender, Łukasz Gil i Piotr Dygas. W skład Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji zgodnie z uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 16 września 2015 r. wchodzi: Dorota Radwańska, Mathias Boenke i Piotr Dygas.

Zarząd Spółki ocenia, że na dzień 30.06.2017 r. Artur Olender i Piotr Dygas spełniają kryterium niezależności w rozumieniu art. 86 ust. 4 i 5 ustawy z dnia 7 maja 2009 r. o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz o nadzorze publicznym (tekst jednolity: Dz. U. z 2016 r., poz. 1000 z późn. zm.), a Artur Olender spełnia ponadto wymóg posiadania kwalifikacji w dziedzinie rachunkowości lub rewizji finansowej. Zarząd Spółki ocenia również, że Piotr Dygas i Dorota Radwańska spełniają kryteria niezależności ustalone na podstawie ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (Dz. U. z 2017 r., poz. 1089), jak również na podstawie Załącznika II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) (2005/162/WE, Dz.U.U.E.L.2005.52.51 z dnia 25 lutego 2005 r.), do których odsyłają „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”, stanowiące Załącznik do Uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 13 października 2015 r.

RYZYKO KONFLIKTU INTERESÓW

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

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

WARTOŚĆ WYNAGRODZEŃ I NAGRÓD

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

Osoba	Wynagrodzenie wypłacone w okresie od 01.01. do 30.06.2017 r.	*Inne świadczenia uzyskane przez członków organów Spółki w okresie od 01.01. do 30.06.2017 r.
Artur Mikołajko	180	15,8
Sławomir Gil	165	14,5
Zarząd Spółki (łącznie):	345	30,3
Artur Olender	15	2,6
Beata Mikołajko	12	0
Łukasz Gil	12	1,4
Mathias Boenke	12	0
Dorota Radwańska	12	0,9
Piotr Dygas	12	0,8
Krzysztof Pięta**	0	0
Rada Nadzorcza Spółki (łącznie):	75	5,7

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

** Krzysztof Pięta został powołany na członka Rady Nadzorczej Spółki w dniu 30 czerwca 2017 r.

9. AKCJE I AKCJONARIAT

9.1 Struktura akcjonariatu

Od dnia 26 kwietnia 2017 roku wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. wynosi 2.288.070,00 zł i dzieli się na 22.880.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. łączna liczba akcji uprawnia do oddania 29.047.366 głosów (słownie: dwadzieścia dziewięć milionów czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do oddania dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

AKCJONARIAT INTERSPORT Polska S.A. na dzień 30.08.2017 r.	%udział wg liczby głosów	%udział wg liczby akcji
Intercontact (Grupa INTERSPORT)	17,73 %	15,22%
Krzysztof Pięta - członek RN	11,90 %	15,11%
Janusz Pięta	11,56 %	14,68%
Artur Mikołajko - Prezes Zarządu	10,91 %	8,38%
Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu	10,91 %	8,38%
Dorota Radwańska - członek RN	6,34 %	4,41%
Jolanta Milewska	5,16 %	3,28%
Pozostali	25,49%	30,54%

9.2 Znaczący akcjonariusze

Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (30 sierpnia 2017 r.) wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu.

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

Tabela: Znaczący akcjonariusze INTERSPORT Polska S.A.

Akcjonariusz	Seria	Rodzaj akcji	Liczba akcji	Liczba akcji	%Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów na WZA	% Udział w ogólnej liczbie głosów na WZA
INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft	C1	Imienne, uprzywilejowane	1 666 666	3 483 334	15,22%	5 150 000	17,73%
	C2, E	Zwykłe na okaziciela	1 816 668				
Krzysztof Pieła	F	Zwykłe na okaziciela	3 457 895	3 457 895	15,11%	3 457 895	11,90%
Janusz Pieła	F	Zwykłe na okaziciela	3 357 895	3 357 895	14,68%	3 357 895	11,56%
Artur Mikołajko	A	Imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	8,38%	3 168 054	10,91%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	668 054				
Sławomir Gil	A	Imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	8,38%	3 168 054	10,91%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	668 054				
Dorota Radwańska	A	Imienne, uprzywilejowane	833 334	1 009 671	4,41%	1 843 005	6,34%
	B, D	Zwykłe na okaziciela	176 337				
Jolanta Milewska	A	Imienne, uprzywilejowane	750 000	750 000	3,28%	1 500 000	5,16%

Zarząd Spółki wskazuje, iż:

- 1) Janusz Pieła 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 Pieła), posiada 6.815.790 akcji INTERSPPL, co stanowi 29,79% w kapitale zakładowym Spółki, zapewniających 6.815.790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 23,46% ogólnej liczby głosów;
- 2) Krzysztof Pieła 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 Pieła), posiada 6.815.790 akcji INTERSPPL, co stanowi 29,79%

w kapitale zakładowym Spółki, zapewniających 6.815.790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 23,46% ogólnej liczby głosów;

- 3) Dorota Radwańska wspólnie z osobami, co do których istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie, posiada 1.712.432 akcje INTERSPPL, co stanowi 7,48% w kapitale zakładowym Spółki, zapewniających 2.962.423 głosy na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 10,20% ogólnej liczby głosów.

9.3 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (30 sierpnia 2017 roku), wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (5 maja 2017 roku) odrębnie dla każdej z osób.

Tabela: Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

osoba zarządzająca /nadzorująca	łącznie ilość akcji na dzień przekazania raportu za I kwartał 2017 r (05.05.2017 r.)	zmiany w strukturze własności w okresie od 05.05.2017 r. do 30.08.2017 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze 2017 r. (30.08.2017 r.)
Artur Mikołajko Prezes Zarządu	2 068 054 akcji	sprzedaż 150.000 akcji	1.918.054 akcji <u>co stanowi:</u> 8,38% udział w kapitale zakładowym oraz 10,91% udział głosów na WZA
Sławomir Gil Wiceprezes Zarządu	2 068 054 akcji	sprzedaż 150.000 akcji	1.918.054 akcji <u>co stanowi:</u> 8,38% udział w kapitale zakładowym oraz 10,91% udział głosów na WZA
Dorota Radwańska Członek Rady Nadzorczej	1 216 692 akcji	sprzedaż 207.021 akcji	1.009.671 akcji <u>co stanowi:</u> 4,41 % udział w kapitale zakładowym oraz 6,34% udział głosów na WZA
Łukasz Gil Członek Rady Nadzorczej	4 500 akcji	bez zmian	4 500 akcji <u>co stanowi:</u> 0,02% udział w kapitale zakładowym oraz 0,01% udział głosów na WZA
Krzysztof Pięta * Członek Rady Nadzorczej	3 157 895	zakup 300.000 akcji	3.457.895 akcji <u>co stanowi:</u> 15,11% udział w kapitale zakładowym oraz 11,90% udział głosów na WZA

* Krzysztof Pięta został powołany na członka Rady Nadzorczej Spółki w dniu 30 czerwca 2017 r.

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

9.4 Istotne zmiany

ZMIANY W KAPITALE ZAKŁADOWYM

W okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2017 roku nastąpiły następujące zmiany w kapitale zakładowym Spółki:

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

Nowa struktura kapitału zakładowego Spółki przedstawia się następująco:

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

2) W związku ze złożonym wnioskiem Pani Jolanty Danuty Milewskiej Zarząd Spółki podjął w dniu 5 kwietnia 2017 r. uchwałę w sprawie konwersji akcji imiennych uprzywilejowanych na akcje zwykłe na okaziciela. Na podstawie wymienionej uchwały

dokonano konwersji 400.000 sztuk akcji INTERSPPL imiennych serii A, uprzywilejowanych co do prawa głosu na Walnym Zgromadzeniu w ten sposób, że jedna akcja uprzywilejowana dawała prawo do 2 głosów na Walnym Zgromadzeniu, na 400.000 sztuk akcji INTERSPPL zwykłych serii A na okaziciela, uprawniających po konwersji do 1 głosu z każdej akcji. W dniu 30 czerwca 2017 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwałę nr 17 w sprawie zmiany par. 5 pkt 1 Statutu Spółki, na podstawie której odzwierciedlono powyższą konwersję w brzmieniu Statutu Spółki. W dniu 24 sierpnia 2017 roku ww. zmiany zostały zarejestrowane przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

- 3) Zgodnie z Uchwałą nr 13 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia INTERSPORT Polska S.A. podjętą na posiedzeniu w dniu 30 czerwca 2017 roku, strata netto Spółki za 2016 rok w wysokości 8.573 tys. zł netto została pokryta z kapitału zapasowego Spółki.

ZMIANY W ZNACZNYCH PAKIETACH AKCJI

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

9.5 Opis polityki dywidendy

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

9.6 Notownia akcji INTERSPPL na GPW w Warszawie

Kurs odniesienia:	1,97 zł (30-12-2016)
Data początkowa:	02-01-2017
Data końcowa:	30-06-2017
Zmiana:	+38,58%
Zmiana:	0,76 zł
Minimum:	1,75 zł (13-01-2017)
Maksimum:	3,22 zł (09-05-2017)
Średni:	2,51 zł
Wolumen obrotu:	1 699 477 szt
Średni wolumen:	13 705 szt
Obroty:	4,287 mln
Średnie obroty:	0,035 mln

10. POLITYKA ASORTYMENTOWA

10.1 Oferta handlowa

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

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

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

MARKI UZUPEŁNIAJĄCE (alfabetycznie) – Abus, Accent, Activita, Aim, Anon, B2, Babolat, Barts, Basis, Bauer, Benlee, Bestway, Bolle, Brunotti, Butterfly, Campagnolo, Camping Gas, Cat, Cep, Citadel, Coleman, Columbia, Contim, Continental, Craft, Cressi, Dalbello, Deuter, Dunlop, Ecco, Elan, Feba, Fila, Gabel, Garmin, Garmont, Geobike, Giro, Goggle, Grangers, Gri Sport, Hanna, Hektor, Helly Hansen, Icebreaker, JJW, Keen, Kettler, Killtec, Komperdel, Lange, Leki, Lonsdale, Lowe Alpine, MacTronic, Marmot, Mechanics, Meindl,

Mikasa, Mueller, Nikwax, Nordica, Nutrend, Olang, O'Neill, Only Hot, Oshee, Packlon, Phenix, Polar, Powerblade, Protest, Quiksilver, Raibaru, Reda, Relax, Reusch, Rider, Romet, Roxy, Salewa, Schildkrot, Sea To Summit, Seac Sub, Shimano, Shock, Sidas, Sigma, SMJ, Spalding, Spotlite, Spree, Suunto, Tempish, Topeak, Toro, Trelock, Tusa, Viking, Vision, Wilson, X-Bionic, Xenofit, x-socks, Ziener.

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

10.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia

INTERSPORT Polska S.A. współpracuje z ponad 100 dostawcami. W I połowie 2017 roku znaczny procent udziału w całości zakupów generowały firmy: (1) Adidas Poland sp. z o.o. (marka Adidas i Reebok) – 21,8% udziału w całości zakupów, (2) Giant Polska (marka Giant) - 11,7% udziału w całości zakupów.

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

10.3 Charakterystyka sprzedaży

STRUKTURA

W I półroczu 2017 roku znaczący udział w obrotach (98,5%) INTERSPORT Polska S.A. miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (1,5%) generowały usługi między innymi: serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego. W I półroczu 2017 roku największy procentowy udział w strukturze sprzedaży miały takie grupy towarów jak: turystyka, rowery i narciarstwo-sprzęt. W porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku największą dynamikę sprzedaży odnotowano w grupach towarowych: rowery i bielizna.

SEZONOWOŚĆ I CYKLICZNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI

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

11. DZIAŁANIA MARKETINGOWE

11.1 Wsparcie sprzedaży

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

W sezonie wiosenno-letnim Spółka wspierała marketingowo przede wszystkim kluczowe kategorie takie jak: rowery, piłka nożna, fitness, running i turystyka, jak również wyprzedaż zimy.

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

- W ramach wsparcia kategorii fitness w lutym 2017 roku została zorganizowana wraz z marką Reebok kampania nowej kolekcji butów fitness Everchill TR oraz aktywacja dla uczestników klubów Calypso;
- W marcu 2017 roku, w ramach wsparcia kategorii football, przeprowadzono kampanię piłkarską „Never Follow” z marką Adidas, wspierającą nową kolekcję butów ACE;
- Od marca do kwietnia 2017 roku zrealizowano 3 kampanie biegowe wspierające nowe kolekcje z wiodącymi markami takimi jak: Adidas i Asics oraz Salomon w kategorii trial running . Dwie z nich zawierały aktywację konsumencką dla klientów opartą na mechanizmie „prezent do zakupu”.
- Do czerwca 2017 roku Spółka była obecna wizerunkowo na organizowanych lokalnie biegach rekreacyjnych, półmaratonach, maratonach i triathlonach - głównie w miastach gdzie znajdują się sklepy INTERSPORT. Podczas największego w Polsce Orlen Maratonu w Warszawie, sieć INTERSPORT zorganizowała stoisko sprzedażowe z punktem badania stopy gdzie miała możliwość kontaktu z rzeszą obecnych i potencjalnych klientów.
- W sezonie wiosenno-letnim, zorganizowano również szereg działań wspierających sprzedaż rowerów. Zrealizowano kilka promocji pro sprzedażowych rowerów Giant i Romet. Wraz z marką Giant przeprowadzono kampanię komunikującą nową kolekcję rowerów Giant dostępną w INTERSPORT.
- Z marką Salomon przeprowadzono kampanię wspierającą asortyment turystyczny, w ramach której zorganizowano konkurs gdzie nagrodą główną był aktywny weekend w Annency.

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

11.2 Klienci lojalnościowi

Sieć INTERSPORT Polska posiada aktywny program lojalnościowy oparty na nagradzaniu zakupów bonem. Poza regularnym funkcjonowaniem programu, Spółka zrealizowała dodatkowo szereg działań promocyjnych dedykowanych wyłącznie stałym klientom. Poza przesyłaniem informacji o nowościach oraz promocjach rabatowych i wyprzedających, przeprowadzone zostały liczne akcje promocyjne aktywizujące uczestników programu „eKARTA INTERSPORT” do odwiedzenia i zakupów w sieci INTERSPORT.

11.3 Nagrody i wyróżnienia



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

12. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU

12.1 Nowy model biznesowy

W marcu 2017 r. sieć INTERSPORT Polska S.A. opublikowała nowy model biznesowy działalności. W związku z wejściem w życie w dniu 24 marca 2017 r. bezpośrednich umów licencyjnych i umowy agencyjnej zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation

GmbH oraz w związku z podjęciem przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 15 marca 2017 r. uchwały nr 4 w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję nowych akcji serii F, które umożliwiło Spółce pozyskanie dodatkowego finansowania poprzez emisję nowych akcji, Zarząd w dniu 22 marca 2017 r. podjął uchwałę w sprawie wdrożenia nowego modelu biznesowego Spółki, który w ocenie Zarządu istotnie wpłynie na poprawę pozycji rynkowej i wyników finansowych Spółki.

Nowy model biznesowy Spółki zakłada:

I. Uzyskanie samodzielnej licencji marki INTERSPORT - bezpośredni dostęp do zakupu marek własnych:

1) Od 2005 r. Spółka funkcjonowała w oparciu o sublicencję marki INTERSPORT i kupowała towary oznaczone markami własnymi INTERSPORT za pośrednictwem INTERSPORT Deutschland eG, po cenach zakupu obowiązujących w tej niemieckiej spółdzielni.

W związku z uzyskaniem przez Spółkę samodzielnej licencji, od dnia 24 marca 2017 r. Spółka może kupować towary oznaczone markami własnymi INTERSPORT bezpośrednio u producentów (dostawców) w Azji i w Europie, po cenach wynegocjowanych przez IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH, największego podmiotu na rynku sprzedaży detalicznej artykułów sportowych na świecie.

2) Dostęp do korzystnych cen zakupu marek własnych INTERSPORT, stwarza nowe możliwości biznesowe:

a) Spółka może zaproponować klientom niższe ceny detaliczne dotąd oferowanych produktów, co powinno wpłynąć na wzrost sprzedaży, ze względu na poprawę ich konkurencyjności.

b) Spółka uzyska również dostęp do asortymentu na niższym poziomie cenowym, który dotychczas nie był oferowany przez niemieckiego pośrednika. Stwarza to dodatkowe możliwości oferowania klientom produktów o lepiej dopasowanej strukturze cenowej do realiów polskiego rynku.

c) Dzięki niższym cenom zakupu, Spółka oczekuje realizacji wyższych marż niż dotychczas, jak również będzie mógł bardziej elastycznie reagować na aktualne trendy sprzedażowe. Powinno to również skutkować poprawą rotacji towarów oznaczonych markami własnymi.

d) Biorąc pod uwagę powyższe, Spółka zamierza docelowo zwiększyć dwukrotnie udział towarów oznaczonych markami własnymi INTERSPORT w swojej ofercie - do poziomu około 25% sprzedaży.

3) Nowe produkty zamawiane przez Spółkę bezpośrednio u producentów pojawią się w sklepach INTERSPORT Polska od wiosny 2018 roku.

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

Dzięki nowej emisji akcji, Spółka zamierza pozyskać dodatkowe środki, które pozwolą jej m.in. na realizowanie szybszych płatności do dostawców i w związku z tym może otrzymać od nich dodatkowe rabaty. Dodatkowo, zwiększenie udziału marek własnych w sprzedaży,

pozwole na bardziej selektywne podejście do wyboru kolekcji towarów zamawianych od marek strategicznych. Oba te czynniki (dodatkowe rabaty i większa selektywność) powinny wpłynąć na poprawę marży realizowanej na sprzedaży marek strategicznych.

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

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

IV. Zakończenie procesu optymalizacji sieci sklepów:

W I półroczu 2017 roku - w związku z planowym zakończeniem okresu obowiązywania umów najmu - Spółka zamknęła dwa sklepy. Jednorazowe koszty zamknięć tych sklepów obciążają wyniki bieżące, ale w dłuższej perspektywie, fakt rezygnacji z nierentownych placówek wpłynie pozytywnie na wyniki Spółki.

V. Rozwój:

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

12.2 Planowana zmiana roku obrotowego

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

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

12.3 Nowe produkty i usługi

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

12.4 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej

Spółka kontynuuje proces optymalizacji sieci handlowej uruchamiając nowe salony w atrakcyjnych lokalizacjach oraz zmniejszając powierzchnię sprzedaży mniej rentownych lokali handlowych. W związku z wygaśnięciem umów najmu w I półroczu 2017 roku dwa sklepy INTERSPORT zostały zamknięte: sklep INTERSPORT o powierzchni 1.076 m² zlokalizowany w CH Złote Tarasy w Warszawie oraz sklep INTERSPORT o powierzchni 1.130 m² zlokalizowany w CH Stary Browar w Poznaniu.

Dodatkowo po 30 czerwca 2017 roku:

- w wyniku obustronnego porozumienia skrócenia okresu umowy najmu, Spółka zamknęła w dniu 24 lipca br. sklep INTERSPORT o powierzchni 816 m² zlokalizowany w CH Borek we Wrocławiu ([szczegóły: raport bieżący nr 53/2017](#));
- w związku z zakończeniem okresu umowy najmu oraz brakiem alternatywnej oferty najmu innego lokalu w tym samym centrum handlowym (o który wniosowała Spółka) sieć INTERSPORT zamknie w dniu 31 sierpnia 2017 roku sklep INTERSPORT o powierzchni 1.071 m² zlokalizowany w CH Pasaż Grunwaldzki we Wrocławiu ([szczegóły: raport bieżący nr 66/2017](#));

Od dnia 1 września 2017 r. Spółka prowadzić będzie działalność w 31 sklepach sportowych INTERSPORT zlokalizowanych w 23 aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 28.933 m², czyli o 6,1% mniej w stosunku do stanu na dzień 30 czerwca 2016 roku (było: 33 sklepów, o łącznej powierzchni – 30.820 m²). Wszystkie obecnie funkcjonujące w Polsce sklepy INTERSPORT - są sklepami własnymi Spółki.

12.5 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w perspektywie 2017 roku

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

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

13. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE

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

14. RYZYKA I ZAGROŻENIA

14.1 CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

Ryzyko związane z realizacją celów strategicznych

Spółka nie gwarantuje, że cele strategiczne, przedstawione w opublikowanym w dniu 22 marca 2017 r. raporcie bieżącym nr 25, zostaną osiągnięte. Przyszła pozycja, przychody i zyski Spółki zależą od jego zdolności do opracowania i realizacji skutecznej długoterminowej strategii. Wszelkie decyzje podjęte w wyniku niewłaściwej oceny sytuacji lub niezdolności do zarządzania dynamicznym rozwojem lub dostosowania się do zmieniających się warunków rynkowych mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z uprawianiem przez kadrę menadżerską sportów podwyższonego

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

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

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

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

Ryzyko związane z lokalizacją sklepów INTERSPORT Polska

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

Ryzyko związane ze znakami towarowymi używanymi przez Spółkę

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

Ryzyko utraty licencji INTERSPORT

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

okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko znacznego podwyższenia cen zakupu asortymentu

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

Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu

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

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

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

Ryzyko sprowadzenia wadliwego towaru

Z uwagi na sprowadzanie od producentów dużych partii towarów istnieje ryzyko przyjęcia do magazynu Spółki dużej partii wadliwego towaru, np. na skutek wadliwej linii

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

Ryzyko reklamacji wadliwego towaru przez klientów

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

Ryzyko aury (pogodowe)

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

Ryzyko rotacji pracowników

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

Ryzyko związane z płacami minimalnymi

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

Ryzyko związane ze zbiorowym prawem pracy

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

Ryzyko związane z czasowym wstrzymaniem lub ograniczeniem sprzedaży

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

Ryzyko związane z wysokim zadłużeniem

Poziom zadłużenia INTERSPORT Polska S.A. należy oceniać jako wysoki (wskaźnik ogólnego zadłużenia na 30 czerwca 2017 r. wynosi 76,8%). Dalszy rozwój Spółki może spowodować konieczność zaciągnięcia nowych kredytów lub pożyczek co dodatkowo wpłynie na wzrost zadłużenia oraz wzrost ponoszonych przez Spółkę kosztów finansowych. Spółka nie może zagwarantować, że będzie w stanie zapewnić finansowanie swojej działalności na korzystnych dla niego warunkach oraz, że będzie w stanie spłacać odsetki oraz kapitał lub wypełniać inne zobowiązania wynikające z umów kredytowych i umów pożyczek. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie utrzymać bądź pozyskać dodatkowego finansowania zgodnie ze swoimi oczekiwaniami, może być zmuszony do zmiany swojej strategii lub refinansowania istniejącego zadłużenia. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie zrefinansować istniejącego zadłużenia, zadłużenie INTERSPORT Polska S.A. może zostać postawione w stan wymagalności, w całości lub w części. Wzrastające zadłużenie Spółki może również spowodować przekroczenie kowenantów i w rezultacie ograniczeniem w całości lub w części finansowania dłużnego. W przypadku postawienia w stan wymagalności znacznej części kredytów lub pożyczek, Spółka może zostać zmuszony do sprzedaży części lub wszystkich swoich aktywów w celu spłaty tego zadłużenia. W związku z powyższym wzrasta również ekspozycja i wrażliwość Spółki na poziom stóp procentowych. Każda z powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywę Spółki.

Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

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

Ryzyko związane z potencjalnym wzrostem kosztów operacyjnych

Koszty operacyjne, w szczególności koszty najmu lokali lub zaangażowanego personelu i inne koszty Spółki mogą wzrosnąć przy jednoczesnym braku odpowiedniego wzrostu przychodów. Do czynników, które mogą spowodować wzrost kosztów operacyjnych i innych kosztów, należą między innymi: inflacja, wzrost podatków i innych zobowiązań publicznoprawnych, zmiany w polityce rządowej, przepisach prawa lub innych regulacjach, wzrost kosztów pracy, surowców, energii, wzrost kosztów finansowania kredytów i pożyczek, działania podejmowane przez podmioty konkurencyjne, utrata przydatności ekonomicznej aktywów. Dodatkowo wzrostowi mogą ulec koszty towarów oferowanych w sieci detalicznej Spółki (m.in. w wyniku umocnienia się USD względem PLN, kosztów pracy). Ma to również wpływ na wysokość realizowanych marż, w sytuacji ograniczonej możliwości renegotjowania zawartych już kontraktów. Każdy z powyższych czynników oraz spowodowany nimi wzrost kosztów operacyjnych i innych kosztów, przy jednoczesnym braku odpowiedniego wzrostu przychodów Spółki, może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi i innymi potencjalnymi roszczeniami

Spółka może być stroną postępowań sądowych związanych m.in. z zawartymi przez Spółkę umowami handlowymi, w tym umowami najmu, oferowanymi przez niego towarami. Spółka może występować na drogę sądową dochodząc własnych roszczeń w szczególności z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązań przez jego kontrahentów, jak też być stroną pozwaną. Roszczenia mogą być związane z dochodzeniem zapłaty, w szczególności należności za towar, czynszów najmu, lub świadczeniami niepieniężnymi (np. dostawa produktu wolnego od wad). Ponadto nie można wykluczyć ryzyka wszczęcia postępowań sądowych dotyczących innych roszczeń,

w tym obejmujących między innymi spory w sprawach dotyczących praw własności intelektualnej lub spory pracownicze. Może to wiązać się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych kosztów oraz negatywnie wpłynąć na jego wizerunek. Zdarzenia takie mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z prawem o ochronie konkurencji i konsumentów

Spółka w swojej działalności zobowiązany jest przestrzegać przepisów z zakresu prawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w tym regulacji wynikających m.in. z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r., poz. 229 z późn. zm.), ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.) czy też ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2016 r., poz. 3 z późn. zm.). Naruszenie przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów może rodzić odpowiedzialność cywilnoprawną Spółki wobec innych przedsiębiorców lub konsumentów, a także odpowiedzialność administracyjną, zwłaszcza na podstawie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na gruncie tej ustawy naruszenie przepisów antymonopolowych, stosowanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone lub praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, naruszenie zasad koncentracji lub chronionych prawem interesów konsumentów, może skutkować wszczęciem postępowania przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W razie stwierdzenia naruszeń przepisów prawa o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może na podstawie decyzji, obok stosowania innych środków, nałożyć na podmiot naruszający powyżej wskazane regulacje karę pieniężną, w tym karę do wysokości 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Dotyczy to także nieumyślnych naruszeń przepisów prawa w powyżej wskazanym zakresie. Wystąpienie takich okoliczności w przypadku Spółka, zwłaszcza w zakresie konieczności zapłaty wysokiej kary pieniężnej, mogłoby mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z zarządzaniem asortymentem

Spółka wprowadza zmiany w oferowanym asortymencie, a tym samym, często dokonuje zamówienia i realizuje zakupów towarów. Rodzi to ryzyko niedopasowania asortymentu do popytu klientów związane np. ze zmianami pogodowymi czy aktualnymi trendami konsumenckimi. Istnieje zagrożenie związane z przeszacowaniem lub niedoszacowaniem ilości zakupionych towarów. W przypadku przeszacowania, Spółka może mieć ograniczone możliwości zwrotu towarów lub ich zbytu. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z zabezpieczeniami ustanowionymi na części majątku Spółki

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

14.2 CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną na rynkach działalności Spółki.

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

Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce

Poziom przychodów Spółki uzależniony jest od siły nabywczej ludności Polski, która zmienia się w zależności od koniunktury gospodarczej, w tym: dynamiki wzrostu gospodarczego, poziomu bezrobocia, konsumpcji indywidualnej, wskaźników optymizmu konsumentów, poziomu kursu euro wobec złotego oraz polityki fiskalnej państwa. Istnieje ryzyko, że w przypadku gwałtownego lub długotrwałego osłabienia koniunktury gospodarczej może nastąpić zmniejszenie popytu na dobra oferowane przez Spółkę. Wszelkie przyszłe zmiany jednego lub więcej z powyższych czynników mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko załamania koniunktury na artykuły sportowe

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

Ryzyko wzrostu konkurencji w sektorze działalności Spółki

W branży, w której działa Spółka, specyficzne jest rozproszenie popytu na odrębne rynki lokalne, zlokalizowane wokół większych miast, o różnym stopniu konkurencyjności.

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

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

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

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

Spółka wskazuje, iż część istotnych umów zawartych przez niego została poddana pod właściwość prawa obcego, a spory z nich wynikające pod jurysdykcję sądów zagranicznych, w tym arbitrażowych. Dotyczy to w szczególności umów zawartych z IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH. Organy Spółki nie posiadają pełnej wiedzy w zakresie stosowania prawa obcego, w tym jego wykładni, jak i działania sądów zagranicznych,

w tym arbitrażowych, oraz ich orzecznictwa. Istnieje ryzyko, iż postanowienia umowy zawartej przez Spółkę na gruncie prawa obcego jak i poddanie sporu pod osąd sądu zagranicznego, w tym arbitrażowego, mogą wywoływać skutki nie w pełni zamierzone przez Spółkę i prowadzić do zwiększenia kosztów działalności Spółki. Może to mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko ograniczenia czasu pracy handlu w weekendy

Sklepy Spółki zlokalizowane są w centrach handlowych, które przyciągają klientów znacznie wydłużonymi godzinami pracy, w tym umożliwiającymi robienie zakupów w soboty i niedziele. Zmieniające się wzorce spędzania wolnego czasu i robienia zakupów powodują, iż centra handlowe odnotowują największy przepływ klientów i najwyższe obroty w weekendy. Podejmowane próby ustawowego opodatkowania, ograniczenia bądź całkowitego zakazu prowadzenia handlu w tym okresie mogą mieć wpływ na zmniejszenie przychodów i osłabienie wyników finansowych Spółki, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

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

Ryzyko związane z poziomem stóp procentowych

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

Ryzyko zmiany gustów nabywców

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

sezonie, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółka.

Ryzyko likwidacji bądź upadłości firm dostawczych

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

15. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI

15.1 RYNEK ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH w Polsce

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

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

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

15.2 WPŁYW SYTUACJI MAKROEKONOMICZNEJ

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

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

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

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

Tabela: Podstawowe dane i prognozy makroekonomiczne dotyczące Polski

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

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

16. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Biegłym rewidentem dokonującym przeglądu i badania informacji finansowych INTERSPORT Polska S.A. za 2016 r. oraz za I półrocze 2017 roku był:

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

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

17. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

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

Spółka nie publikowała prognozy finansowej na rok 2017.

Oświadczenie o rzetelności sporządzenia sprawozdania

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

Oświadczenie o wyborze biegłego rewidenta

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

Choleryn, dnia 30 sierpnia 2017 r.

Artur Mikołajko – Prezes Zarządu

Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu

OBJAŚNIENIA

Alternatywne Pomiar Mierników ("APM")

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

WSKAŹNIKI ZADŁUŻENIA

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

WSKAŹNIKI PŁYNNOŚCI

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

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

WSKAŹNIKI RENTOWNOŚCI

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

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

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

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

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

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

WSKAŹNIKI ROTACJI

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

Cykl rotacji należności = $\text{Należności krótkoterminowe} / \text{przychody ze sprzedaży} \times \text{liczba dni w analizowanym okresie}$. 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 = $\text{Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych)} / \text{przychody ze sprzedaży} \times \text{liczba dni w analizowanym okresie}$.

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.