



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

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

z działalności za I półrocze
roku obrotowego 2021/2022



Spis treści		STRONA
1. OMÓWIENIE WYNIKÓW		3
1.1 Dane finansowe		4
1.2 Bilans		5
a) Aktywa		
b) Pasywa		
c) Kapitał własny		
d) Zobowiązania długo- i krótkoterminowe, zmiana instytucji finansowych, analiza zadłużenia.		
1.3 Przepływy finansowe		10
Analiza płynności finansowej		
1.4 Rachunek zysków i strat		11
Przychody ze sprzedaży		
Koszty		
1.5 Czynniki i zdarzenia mające istotny wpływ na wyniki z działalności operacyjnej		13
2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI		15
2.1 Sytuacja finansowa: analiza rentowności		
2.2 Sytuacja majątkowa: wskaźnik rotacji		
2.3 Inwestycje		
3. NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA		18
4. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI		20
5. O INTERSPORT Polska S.A.		21
5.1 Struktura organizacyjna		
5.2 Powiązania organizacyjne i kapitałowe		
5.3 Grupa INTERSPORT na świecie		
5.4 Koncepcja INTERSPORT 2.0		
5.5 Podstawowa działalność Spółki		
5.6 Model sklepu wzorcowego		
5.7 Działania uzupełniające		
5.8 Liczba placówek		
5.9 Stan i struktura zatrudnienia		
5.10 Organy Spółki		
Zarząd		
Rada Nadzorcza		
Wynagrodzenia / Opis Polityki wynagrodzeń / Opis Polityki Różnorodności		
Ryzyko konfliktu interesów		
6. AKCJE I AKCJONARIAT		32
6.1 Struktura akcjonariatu		
6.2 Znaczący akcjonariusze		
6.3 Zmiany w strukturze własności znaczących pakietów akcji		
6.4 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące		
6.5 Opis polityki dywidendy		
7. POLITYKA ASORTYMENTOWA		37
7.1 Oferta handlowa		
7.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia		
7.3 Charakterystyka sprzedaży: struktura, sezonowość		
8. DZIAŁANIA MARKETINGOWE		38
8.1 Wsparcie sprzedaży		
8.2 Klienci lojalnościowi		
8.3 Nagrody i wyróżnienia		
8.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu		
9. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU		40
9.1 Nowe produkty i usługi		
9.2 Optymalizacja i rozwój sieci handlowej		
9.3 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 2.0		
9.4 Czynniki zależne i niezależne mogące mieć wpływ na wyniki w najbliższej perspektywie		
10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE		42
11. RYZYKA I ZAGROZENIA		43
11.1 Czynniki ryzyka związane z działalnością		
11.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem		
12. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI		59
12.1 Rynek artykułów sportowych w Polsce		
12.2 Wpływ sytuacji makroekonomicznej		
13. BIEGŁY REWIDENT		63
14. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU		63
<i>OBJAŚNIENIA dotyczące wyliczania wskaźników</i>		64

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

Przedmiot podstawowej działalności:

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



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

1. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH ZA I PÓŁROCZE 2021/2022

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w I półroczu roku obrotowego 2021/2022 trwającym od 1 kwietnia do 30 września 2021 roku wypracowała przychody netto ze sprzedaży w wysokości 106.474 tys. zł, czyli o 30,0% wyższe wobec 81.913 tys. zł osiągniętych w analogicznym okresie (od 1 kwietnia do 30 września 2020 roku). W tym okresie Spółka zanotowała zysk brutto w wysokości 493 tys. zł przy stracie brutto na poziomie 6.584 tys. zł w analogicznym okresie. EBIT wyniósł 1.028 tys. zł, zaś EBITDA kształtowała się na poziomie 4.198 tys. zł.

1.1 DANE FINANSOWE

PODSTAWOWE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.04.2021 do 30.09.2021	od 01.04.2020 do 30.09.2020
Przychody ze sprzedaży ogółem	106 474	81 913
Wynik brutto na sprzedaży	35 422	23 525
Marża brutto na sprzedaży	33,3%	28,7%
Wynik ze sprzedaży	-3 616	-8 270
Rentowność ze sprzedaży	-3,4%	-10,1%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	1 028	-6 360
Marża EBIT	1,0%	-7,8%
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	4 198	-3 118
Marża EBITDA	3,9%	-3,8%
Wynik brutto	492	-6 584
Wynik netto	890	-6 556

WYBRANE DANE FINANSOWE <i>(dane w tys. zł)</i>	od 01.04.2021 do 30.09.2021	od 01.04.2020 do 30.09.2020
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	106 474	81 913
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	1 028	-6 360
III. Zysk (strata) brutto	493	-6 584
IV. Zysk (strata) netto	890	-6 556
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	3 756	-2 843
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 232	-1 321
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-5 488	4 549
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-4 964	385
IX. Aktywa razem	119 919	122 022
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	114 480	105 123
XI. Zobowiązania długoterminowe	20 273	2 992
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	88 036	95 637
XIII. Kapitał własny	5 439	16 899
XIV. Kapitał zakładowy	3 413	3 038
XV. Liczba akcji (w szt.)	34 130 700	30 380 700
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w zł)	0,03	-0,22
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	0,03	
XVIII. Wartość księgową na jedną akcję/udział (w zł)	0,16	0,56
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł)	0,16	0,56
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na 1 akcję (w zł)		

1.2 BILANS

Wartość sumy bilansowej na dzień 30 września 2021 roku wyniosła 119.919 tys. zł i była niższa o 1,7% w porównaniu do stanu na dzień 30 września 2020 roku (było: 122.022 tys.zł).

a) AKTYWA

Wartość aktywów Spółki w I półroczu roku obrotowego 2021/2022 zakończonym 30 września 2021 r. była niższa o 1,7% w porównaniu do stanu na dzień 30 września 2020 roku. Zmniejszenie poziomu aktywów trwałych na dzień 30.09.2021 roku o 2.832 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 30.09.2020 roku związane jest głównie z umorzeniem środków trwałych. Wzrost długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 934 tys. zł wynika głównie z aktywowania podatku dochodowego możliwego do odliczenia od dochodu w następnych latach podatkowych. Wyższa wartość aktywów obrotowych wynika przede wszystkim ze zwiększenia stanu zapasów o 391 tys. zł tj. o 1,2%.

W związku z rozprzestrzenianiem się koronawirusa COVID-19 w 2020 r. i 2021 r. oraz z uwagi na wprowadzone restrykcje, które skutkowały tym, że w okresach: a) 14.03.2020-04.05.2020 r., b) marzec 2021 r. w zależności od regionu do 04.05.2021 – sklepy stacjonarne Spółki zlokalizowane w centrach handlowych były zamknięte (z wyjątkiem sklepu w Zakopanem). W wyniku zamknięcia sklepów i zaleceniami w ograniczaniu przemieszczania się, Spółka odnotowała znaczące spadki ilości klientów w sklepach. Spółka na bieżąco monitorowała sytuację i dostosowała zatowarowanie sklepów do dynamicznie zmieniającej się sytuacji.

STRUKTURA AKTYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 30.09.2021	stan na dzień 30.09.2020	zmiana %
I. Aktywa trwałe	59 336	62 169	-4,6%
1. Wartości niematerialne i prawne	2 071	2 559	-19,1%
2. Rzeczowe aktywa trwałe	49 441	52 720	-6,2%
3. Inwestycje długoterminowe	0	0	0,0%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	7 824	6 890	13,6%
II. Aktywa obrotowe	60 583	59 853	1,2%
1. Zapasy	51 263	50 872	0,8%

2. Należności krótkoterminowe	4 242	5 003	-15,2%
3. Inwestycje krótkoterminowe	1 185	450	163,3%
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	3 893	3 528	10,3%
Aktywa razem	119 919	122 022	-1,7%

b) PASYWA

Na dzień 30.09.2021 roku wartość kapitałów Spółki była niższa o 11.461 tys. zł w porównaniu do stanu na dzień 30.09.2020 roku. Związane jest to głównie z odnotowaną stratą za rok obrotowy zakończony 31.03 2021 roku .

Zmniejszony poziom długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 720 tys. zł wynika z bieżącego rozliczania w okresie eksploatacji otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową.

STRUKTURA PASYWÓW <i>(dane w tys. zł)</i>	stan na dzień 30.09.2021	stan na dzień 30.09.2020	zmiana %
I. Kapitał własny	5 439	16 899	-67,8%
1. Kapitał zakładowy	3 413	3 038	12,3%
2. Kapitał zapasowy	1 136	26 592	-95,7%
3. Zysk(strata) z lat ubiegłych		-6 175	
4. Zysk (strata) netto	890	-6 556	
II. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	114 480	105 123	8,9%
1. Rezerwy na zobowiązania	1 738	1 340	29,7%
2. Zobowiązania długoterminowe	20 273	2 991	577,7%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	88 036	95 638	-7,9%
4. Rozliczenia międzyokresowe*	4 433	5 154	-14,0%
Pasywa razem	119 919	122 022	-1,7%

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

c) KAPITAŁ WŁASNY

Na dzień 30.09.2021 r. kapitał własny Spółki wyniósł 5 439 tys. zł i składał się z kapitału zakładowego w wysokości 3.413 tys. zł, kapitału zapasowego w wysokości 1 136 tys. zł, który został powiększony o zysk netto w kwocie 890 tys. zł.

KAPITAŁ PODSTAWOWY

Zgodnie z art. 308 § 1 Ksh kapitał zakładowy spółki akcyjnej powinien wynosić co najmniej 100 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. na dzień 30.09.2021 roku wynosiła 3.413.070,00 zł i dzieliła się na 34.130.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda..

KAPITAŁ ZAPASOWY

Zgodnie z art. 396 § 1 Ksh, spółka akcyjna zobligowana jest do przeznaczania 8% corocznego zysku na kapitał zapasowy, który winien być przeznaczony na pokrycie ewentualnych strat, dopóki kapitał zapasowy nie będzie stanowił co najmniej równowartości jednej trzeciej kapitału zakładowego. Na dzień 30.09.2021 r. kapitał zapasowy Spółki wynosił 1 136 tys. zł.

ISTOTNE ZMIANY

Wg stanu na dzień 30.09.2021 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. wynosi 5.439 tys. zł i spadł o 67,8% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2020 roku (był: 16.899 tys.zł).

Zgodnie z uchwałą nr 19 podjętą w dniu 23 września 2021 roku przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, strata netto Spółki za rok obrotowy rozpoczynający się 1 kwietnia 2020 roku i kończący 31 marca 2021 roku w wysokości 26.406.677,91 zł netto została pokryta z kapitału zapasowego Spółki.

d) ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 30.09.2021 r. łączna wartość zobowiązań Spółki wynosiła 108.309 tys. zł, z czego 20.273 tys. zł stanowiły zobowiązania długoterminowe, a 88.036 tys. zł stanowiły zobowiązania krótkoterminowe. W okresie od 1 kwietnia - 30 września 2021 roku wartość zobowiązań Spółki uległa zwiększeniu o 9.679 tys. zł, tj. o 9,8% w stosunku do stanu na 30.09.2020 roku. Zwiększenie finansowania w postaci: 1) podpisanej umowy pożyczki płynnościowej z Polskim Funduszem Rozwoju SA (raport bieżący nr 44 z 28.09.2020 r., raport bieżący nr 4 z 11.02.2021 r., raport bieżący nr 16 z 4.03.2021 r.) oraz 2) podpisanej umowy kredytowej z mBank S.A. (raport bieżący nr 7 z 17.02.2021 r.) przyczyniło się do wzrostu poziomu zobowiązań z tyt. kredytów i pożyczek, które wzrosły z poziomu 22.013 tys. zł na 30.09.2020 r. do poziomu 46.470 tys. zł na dzień 30.09.2021 r.

Znaczny udział w łącznych zobowiązaniach Spółki wobec pozostałych jednostek, stanowią zobowiązania krótkoterminowe wobec dostawców, które zmalały z

poziomu 64.028 tys. zł na 30 września 2020 r. do poziomu 51.536 tys. zł na dzień 30.09.2021 r.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 30.09.2021 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

Zobowiązania długoterminowe (stan na dzień 30.09.2021 r.)

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

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
mBank SA	4 958	2 251	2024-11-29	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
MBANK SA	5 000	714	2022-12-30	Gwarancja PLG-FGP	Kredyt obrotowy
PFR SA	25 000	17 308	2024-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach	Pożyczka płynnościowa

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

Łączne zobowiązania długoterminowe	30.09.2021 r.	30.09.2020 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	20 273	2 975
Zobowiązania długoterminowe z tyt. leasingu		16
Razem	20 273	2 991

Stan zobowiązań długoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30.09.2021 roku zwiększył się o 581,5% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2020 roku – zwiększenie wynikało ze wzrostu poziomu zobowiązań w związku umową pożyczki płynnościowej z Polskim Funduszem Rozwoju S.A. oraz umową kredytową z mBank S.A.

Zobowiązania krótkoterminowe (stan na dzień 30.09.2021 r.)

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

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
---	--	---------------	----------------	------

PFR SA	7 692	2024-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych i zapasach	Pożyczka płynnościowa
mBank SA	1 039	2024-11-29	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku	Kredyt inwestycyjny
mBank SA	5 068	2022-08-12	Hipoteka umowna na nieruchomości, weksel in blanco, pełnomocnictwo do rachunku, przelew wierzytelności	Kredyt w rachunku bieżącym
mBank SA	9 540	2022-10-27	Gwarancja PLG-FGP	Kredyt odnawialny
mBank SA	2 857	2022-12-30	Gwarancja PLG-FGP	Kredyt obrotowy

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

Łączne zobowiązania krótkoterminowe	30.09.2021 r.	30.09.2020 r.
Zobowiązania finansowe z tyt. kredytów	26 197	19 038
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. leasingu		100
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	61 839	76 500
Razem	88 036	95 638

Stan zobowiązań krótkoterminowych wobec pozostałych jednostek z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek na dzień 30.09.2021 r. wyniósł 26.197 tys. zł i zwiększył się o 37,6% w stosunku do stanu na dzień 30.09.2020 r.

Gwarancje bankowe udzielone INTERSPORT Polaka S.A. dotyczą kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na dzień 30.09.2021 roku gwarancje zabezpieczyły beneficjentów na łączną kwotę: 4.691 tys. zł i 1.167 tys. Euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

Analiza zadłużenia – APM¹

Tabela: Wskaźniki zadłużenia Spółki (w %)

Wskaźniki zadłużenia:	Formuła	30.09.2021	30.09.2020
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem / Pasywa razem	95,5%	86,2%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Zobowiązania długoterminowe / Pasywa razem	16,9%	2,5%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Zobowiązania krótkoterminowe / Pasywa razem	73,4%	78,4%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitał własny	2 104,7%	622,0%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	Kapitał własny ogółem / Aktywa razem	4,5%	13,8%

1.3 PRZEPIŁY FINANSOWE

(w tys. zł)

	od 01.04.2021 do 30.09.2021	od 01.04.2020 do 30.09.2020
Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	3 756	-2 843
Zysk (strata) netto	890	-6 556
Amortyzacja	3 171	3 242
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	-40	-
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	417	246
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej		68
Zmiana stanu rezerw	-770	-79
Zmiana stanu zapasów	4 309	18 097
Zmiana stanu należności	-555	90
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-4 467	-17 609
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	801	-229
Inne	-	-112
Przeptywy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 232	-1 321
Przeptywy pieniężne netto z działalności finansowej	-5 488	4 549
Przeptywy pieniężne razem	-4 964	385

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

Przeptywy pieniężne w okresie od 1 kwietnia do 30 września 2021 r. wyniosły -4.964 tys. zł:

- **działalność operacyjna** wygenerowała dodatnie przepływy pieniężne w wysokości 3.756 tys. zł. Zysk netto, który wyniósł 890 tys. zł, został skorygowany (in plus) o 2.866 tys. zł.

Najistotniejsze korekty wynikały z amortyzacji (plus 3.171 tys. zł), ze zwiększenia stanu zapasów (plus 4.309 tys. zł), ze zmniejszenia stanu zobowiązań krótkoterminowych wobec dostawców (minus 4.467 tys. zł);

- **działalność inwestycyjna** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w wysokości 3.232 tys. zł (głównie były to wydatki poniesione z pracami odtworzeniowymi istniejących sklepów INTERSPORT Polska S.A.);
- **działalność finansowa** wygenerowała ujemne przepływy pieniężne w łącznej wysokości 5.488 tys. zł związane jest to głównie ze spłatą zobowiązań finansowych oraz kosztów obsługi zadłużenia.

Analiza płynności finansowej – APM²

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

Tabela: Wskaźniki płynności Spółki

Wskaźniki płynności	Formuła	30.09.2021	30.09.2020
Wskaźnik płynności bieżącej	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe	0,69	0,63
Wskaźnik płynności szybkiej	(Aktywa obrotowe – Zapasy) / Zobowiązania krótkoterminowe	0,11	0,09

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

	od 01.04.2021 do 30.09.2021	od 01.04.2020 do 30.09.2020
I. Przychody netto ogółem	106 474	81 913
II. Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	71 053	58 388
III. Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	35 422	23 525
IV. Koszty sprzedaży i ogólnego Zarządu	39 038	31 795

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

VI. Zysk (strata) ze sprzedaży	-3 616	-8 270
VII. Pozostałe przychody operacyjne	5 096	2 294
VIII. Pozostałe koszty operacyjne	452	384
IX. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	1 028	-6 360
X. Przychody finansowe	0	328
XI. Koszty finansowe	535	552
XII. Zysk (strata) z działalności gospodarczej	493	-6 584
XIII. Zysk (strata) brutto	493	-6 584
XIV. Podatek dochodowy	-397	-28
XV. Zysk (strata) netto	890	-6 556

PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w okresie od 1 kwietnia - 30 września 2021 roku odnotowała łączne przychody ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 106.474 tys. zł czyli o 30,0% wyższe w porównaniu do łącznych obrotów w okresie od 1 kwietnia - do 30 września 2020 roku (było: 81.913 tys. zł). Wpływ na wartość osiągniętych przychodów ze sprzedaży miało przede wszystkim wprowadzenie w Polsce stanu zagrożenia epidemicznego COVID-19 oraz ograniczenie pracy galerii handlowych .

W okresie od 01.04.2021 do 30.09.2021 r. Spółka wypracowała rok do roku:

- wyższą o 15,5% sprzedaż oraz wyższą o 37,8% masę marży w sklepach stacjonarnych, zmiana strategii Spółki w zakresie polityki handlowej oraz komunikacji marketingowej przyczyniła się do wzrostu obrotów pomimo niesprzyjających warunków związanych z COVID-19.;
- wyższą o 28,4% sprzedaż oraz wyższą o 40,1% masę marży realizowaną za pośrednictwem kanału internetowego
- wyższą o 62,7% dynamiką sprzedaży w kanale hurtowym

KOSZTY (w tys. zł)	od 01.04.2021 do 30.09.2021	od 01.04.2020 do 30.09.2020	zmiana %
Amortyzacja	3 171	3 242	-2,2%

Zużycie materiałów i energii	1 752	1 464	19,7%
Usługi obce	19 583	15 283	28,1%
Podatki i opłaty	899	967	-7,0%
Wynagrodzenia	9 092	8 006	13,6%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	2 016	1 883	7,1%
Pozostałe koszty rodzajowe	2 525	951	165,4%
Koszty razem	39 038	31 795	22,8%

Spółka cały czas podejmuje działania, które mają na celu zwiększenie efektywności prowadzonej działalności. Poziom kosztów działalności operacyjnej w I półroczu roku 2021/2022 jest wyższy w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o 22,8 %.

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

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

Wynik operacyjny	od 01.04.2021 do 30.09.2021	od 01.04.2020 do 30.09.2020
Przychody ze sprzedaży, w tym:	106 474	81 913
przychody ze sprzedaży produktów	370	316
przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	106 105	81 597
Koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów	71 053	58 388
Zysk brutto ze sprzedaży	35 422	23 525
koszty sprzedaży	35 172	28 363
koszty ogólnego zarządu	3 866	3 432
Zysk ze sprzedaży	-3 616	-8 270
pozostałe przychody operacyjne	5 096	2 294
pozostałe koszty operacyjne	452	384

Wynik na działalności operacyjnej	1 028	-6 360
--	--------------	---------------

Kluczowy wpływ na poziom wyniku operacyjnego Spółki ma poziom zysku osiąganego ze sprzedaży towarów i materiałów. Zysk brutto ze sprzedaży w I półroczu roku obrotowego 2021/2022 uległ podwyższeniu do poziomu 35.422 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku (było: 23.525 tys. zł). Na poziom zysku na sprzedaży towarów i materiałów osiągniętego w I półroczu roku obrotowego 2021/2022 decydujący wpływ miały wyższe przychody ze sprzedaży towarów i materiałów (24.561 tys. zł więcej w porównaniu do analogicznego okresu), związane jest to: a) wyższą o 15,5% sprzedażą w sklepach stacjonarnych; b) wyższą o 28,4% sprzedażą w kanale internetowym oraz c) wyższą o 62,7% sprzedaż w kanale hurtowym, który jednocześnie generują niższą marżę w porównaniu do sprzedaży w sklepach stacjonarnych czy e-com.

I półrocze roku obrotowego 2021/2022 był okresem, w którym adoptowano biznes do nowych zachowań Klientów przez pryzmat zaktualizowanej strategii Spółki. Wprowadzono zmiany polityki handlowej i komunikacyjnej w Spółce oraz standardy działań operacyjnych. Korekta strategii oraz poprawa efektywności działań operacyjnych znalazła swoje odzwierciedlenie w wynikach.

Koszty sprzedaży (przede wszystkim koszty sieci detalicznej oraz logistyki i magazynu Spółki) w I półroczu 2021/2022 r. zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 28.363 tys. zł do 35.172. zł. Wynika to głównie z większej ilości sklepów, powrotu stawek czynszu do poziomu sprzed pandemii, zwiększeniem nakładów na marketing i e-marketing.

Koszty ogólnego zarządu w I półroczu 2021/2022 r. zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem z 3.432 tys. zł do 3.866 tys. zł.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł 1.028 tys. zł i był wyższy o 7.388 tys. zł w porównaniu z analogicznym okresem kiedy to wyniósł -6.360 tys. zł.

Poza wymienionymi wyżej czynnikami, w I półroczu roku obrotowego 2021/2022 wystąpiły istotne zdarzenia o nietypowym charakterze związane z pandemią COVID-19 mające negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

WPŁYW PANDEMII COVID-19 NA SYTUACJĘ FINANSOWĄ SPÓŁKI W ROKU OBROTOWYM 2021-2022.

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 Spółka prowadziła działalność w utrudnionych warunkach wynikających ze stanu zagrożenia epidemicznego COVID-19.

W związku z rozprzestrzenianiem się w Polsce pandemii koronawirusa COVID-19 Spółka odnotowywała znaczące spadki ilości klientów w sklepach, wynikające m.in. z zalecenia ograniczenia przemieszczania się i unikania dużych skupisk ludzi. Działalność INTERSPORT Polska S.A. polegająca głównie na sprzedaży detalicznej artykułów sportowych jest w znacznym stopniu uzależniona od funkcjonowania sklepów zlokalizowanych w dużych centrach handlowych. Od marca 2021 r. w zależności od regionu, do 03 maja 2021 r. Spółka została zmuszona do zamknięcia sklepów zlokalizowanych w centrach handlowych. Spółka kontynuowała prowadzenie sprzedaży e-commerce i podjęła działania ograniczające koszty.

Spółka, w wyniku podpisanego aneksu do umowy pożyczki z Polskim Funduszem Rozwoju SA, zmieniła harmonogram spłat, I rata spłaty pożyczki została przesunięta na 31.12.2021 r. ([szczegóły: raport bieżący nr 38/2021](#)).

Spółka w I półroczu roku obrotowego 2021/2022 otrzymała od Wojewódzkiego Urzędu Pracy dofinansowanie w wysokości 1,7 mln do wynagrodzeń pracowników (raport bieżący nr 44/2021 oraz 47/2021) uzyskała obniżki czynszów w wyniku lockdown oraz wynegocjowanych zniżek w wysokości 3,1 mln.

2. ZARZĄDZANIE FINANSAMI

2.1 SYTUACJA FINANSOWA

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

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

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

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

APM - Alternatywny Pomiar Wyników	01.04.2021	01.04.2020
	30.09.2021	30.09.2020
EBITDA = (Zysk / Strata z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację)	4 198	-3 118

Przychody ze sprzedaży produktów oraz towarów i materiałów Emitenta uległy w analizowanym okresie zwiększeniu. W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 przychody ze sprzedaży zwiększyły się w porównaniu z analogicznym okresem o 30,0% (tj. o 24,6 mln zł). Wpływ na wartość osiągniętych przychodów ze sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu miał przede wszystkim a) adoptowanie biznesu do nowych zachowań Klientów przez pryzmat zaktualizowanej strategii Spółki., b) wprowadzenie zmiany polityki handlowej i komunikacyjnej w Spółce oraz standardów działań operacyjnych.

ANALIZA RENTOWNOŚCI³ - APM

Tabela: Analiza rentowności działalności Spółki (w %)

Wskaźniki rentowności	Formuła	01.04.2021 30.09.2021	01.04.2020 30.09.2020
Marża brutto ze sprzedaży towarów	Zysk / Strata brutto ze sprzedaży towarów / przychody ze sprzedaży towarów	33,0%	28,4%
Rentowność ze sprzedaży	Zysk / Strata ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	-3,4%	-10,1%
Rentowność EBIT	Zysk / Strata z działalności operacyjnej / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	1,0%	-7,8%
Rentowność netto	Zysk / Strata netto / przychody ze sprzedaży produktów i towarów	0,8%	-8,0%
Wskaźniki rentowności	Formuła	01.04.2021 30.09.2021	01.01.2020 30.09.2020
Rentowność aktywów ROA**	Zysk / Strata netto / aktywa na koniec okresu	0,7%	-5,4%
Rentowność kapitałów własnych ROE**	Zysk / Strata netto / kapitał własny na koniec okresu	16,4%	-38,8%

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022:

- Spółka odnotowała marżę brutto ze sprzedaży na poziomie 33,0% w porównaniu do 28,4% w analogicznym okresie poprzedniego roku.;

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

- rentowność ze sprzedaży Spółki wyniosła -3,4% w porównaniu do -10,1% w analogicznym okresie.

Wskaźniki ROE oraz ROA W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 oraz na dzień 30.09.2021 roku kształtowały się na dodatnim poziomie, odpowiednio od minus 5,4% do plus 0,7% (ROA) oraz od minus 38,8% do plus 16,4% (ROE).

2.2 SYTUACJA MAJĄTKOWA

WSKAŹNIK ROTACJI ⁴- APM

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

Cykl rotacji	Formuła	stan na dzień 30.09.2021	stan na dzień 30.09.2020
Cykl rotacji zapasów	Zapasy na koniec okresu / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	86,7	111,8
Cykl rotacji należności krótkoterminowych	Należności krótkoterminowe / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	7,2	11,0
Cykl rotacji zobowiązań bieżących	Zobowiązania bieżące (z wyłączeniem zobowiązań finansowych) / przychody ze sprzedaży x liczba dni w okresie**	104,5	168,3

Wskaźnik rotacji zapasów uległ wskróceniu z 111,8 dni na dzień 30.09.2020 r. r. do 86,7 dni na dzień 30.09.2021 r. Wskaźnik rotacji należności uległ skróceniu z 11,0 dni na dzień 30.09.2020 r. do 7,2 dnia na dzień 30.09.2021 r. Cykl rotacji zobowiązań bieżących na dzień 30.09.2021 r. uległ wskróceniu do 104,5 dni.

2.3 INWESTYCJE

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 Spółka poniosła nakłady dotyczące prac inwestycyjnych w wysokości 1.590 tys. zł.

Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych

Do końca roku obrotowego 2021/2022 Spółka planuje wydatki inwestycyjne na poziomie 4.100 tys. zł.

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

3. NAJWAŻNIEJSZE ZDARZENIA

W ocenie Zarządu INTERSPORT Polska S.A. („Spółka”) od 1 kwietnia do 30 września 2021 roku w Spółce nie zaszły istotne wydarzenia poza tym, iż:

1. W dniu 14 maja 2021 r. Zarząd INTERSPORT odwołał prokurę łączną udzieloną Panu Janowi Holikowi [\(szczegóły: raport bieżący nr 35/2021\)](#).
2. W dniu 14 maja INTERSPORT Polska S.A. powziął informację o tym, iż Sąd Rejonowy dla Krakowa - Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował zmiany Statutu Spółki [\(szczegóły: raport bieżący nr 36/2021\)](#).
3. W dniu 20 maja 2021 r. INTERSPORT Polska S.A. udzielił prokury łącznej Panu Piotrowi Mierzwie [\(szczegóły: raport bieżący nr 37/2021\)](#).
4. W dniu 21 maja 2021 r. INTERSPORT Polska S.A. podpisał z Polskim Funduszem Rozwoju S.A. z siedzibą w Warszawie Aneks do Umowy Pożyczki Płynnościowej [\(szczegóły: raport bieżący nr 38/2021\)](#).
5. W dniu 9 lipca INTERSPORT Polska S.A. zawarł umowę z podmiotem branżowym w celu udostępnienia danych do przeprowadzenia potencjalnego badania due diligence oraz zawarciu umowy o zachowaniu poufności [\(szczegóły: raport bieżący nr 40/2021\)](#).
6. W dniu 16 sierpnia 2021r. wpłynęło do Spółki oświadczenie o rezygnacji Pana Artura Olendra z funkcji członka Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. [\(szczegóły: raport bieżący nr 43/2021\)](#).
7. W dniu 25 sierpnia 2021r. Spółka otrzymała od Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie informację, że wniosek Spółki o przyznanie świadczeń na podstawie art. 15GGA z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych (Dz.U. z 2020 r. poz. 1842, z późn. zm.), na rzecz ochrony miejsc pracy ze środków Funduszu Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych na dofinansowanie wynagrodzenia pracowników, został rozpoznany pozytywnie i ze Spółką została zawarta umowa, na podstawie której udzielone będzie wnioskowane wsparcie w łącznej kwocie: 1.704.750,00 zł. [\(szczegóły: raport bieżący nr 44/2021\)](#).
8. W dniu 1 września 2021r. INTERSPORT Polska S.A. otrzymał od Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie całą kwotę wnioskowanego wsparcia w wysokości 1.704.750,00 zł (słownie: jeden milion siedemset cztery tysiące siedemset pięćdziesiąt złotych 00/100) na rzecz ochrony miejsc pracy ze środków Funduszu Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych na dofinansowanie wynagrodzenia [\(szczegóły: raport bieżący nr 47/2021\)](#).

9. W dniu 24 września 2021r. INTERSPORT Polska S.A. zawarł z Wiener TU S.A. Vienna Insurance Group z siedzibą w Warszawie umowę generalną określającą warunki oraz zasady ubezpieczenia z tytułu prowadzonej przez Spółkę działalności ([szczegóły: raport bieżący nr 52/2021](#)).
10. W dniu 29 września 2021r. INTERSPORT Polska S.A. złożył do Polskiego Funduszu Rozwoju S.A. wniosek zgłoszeniowy o udzielenie finansowania preferencyjnego w ramach programu rządowego dotyczącego wsparcia finansowego Polskiego Funduszu Rozwoju S.A. dla dużych przedsiębiorstw w związku ze zwalczaniem skutków epidemii COVID-19 w Polsce w ramach rządowej Tarczy Antykryzysowej - „Tarcza Finansowa Polskiego Funduszu Rozwoju dla Dużych Firm” w kwocie 15,6 mln PLN ([szczegóły: raport bieżący nr 53/2021](#)).

Od 30 września 2021r. tj po zakończeniu I półrocza roku obrotowego 2021/2022 do dnia publikacji niniejszego sprawozdania wystąpiły takie istotne zdarzenia jak poniżej:

1. W dniu 29 października 2021r. INTERSPORT Polska S.A. poinformował, że podpisał ze spółką Zielona Góra Property sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (kod pocztowy: 00-549) przy ul. Pięknej 18, umowę najmu lokalu INTERSPORT zlokalizowanego w centrum handlowym „FOCUS MALL” przy ul. Wrocławskiej 17 w Zielonej Górze ([szczegóły: raport bieżący nr 56/2021](#)).
2. W dniu 10 listopada 2021 r. INTERSPORT Polska S.A. działając na podstawie art. 334 §2 Kodeksu spółek handlowych, zgodnie z uprawnieniami wynikającymi z § 9 pkt. 9 Statutu Spółki - na wniosek trzech akcjonariuszy Spółki - Pani Doroty Radwańskiej, Pani Mai Radwańskiej oraz Pani Kai Radwańskiej - dokonał w dniu 10 listopada 2021 roku konwersji 40.000 (słownie: czterdziestu tysięcy) akcji imiennych serii A o wartości nominalnej 0,10 zł (zero złotych dziesięć groszy) każda, uprzywilejowanych co do prawa głosu na Walnym Zgromadzeniu - na akcje zwykłe na okaziciela ([szczegóły: raport bieżący nr 57/2021](#)).
3. W dniu 12 listopada 2021 r. INTERSPORT Polska S.A. poinformował o otrzymaniu zawiadomienia o przekroczeniu łącznie przez Krzysztofa Pietę oraz Janusza Pietę progu 33% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu wskutek dokonanej przez Emitenta konwersji 40.000 akcji serii A ([szczegóły: raport bieżący nr 58/2021](#)).
4. W dniu 9 grudnia INTERSPORT Polska S.A. działając na podstawie art. 334 §2 Kodeksu spółek handlowych, zgodnie z uprawnieniami wynikającymi z § 9 pkt. 9 Statutu Spółki - na wniosek akcjonariusza Spółki - Pani Jolanty Milewskiej - dokonał w dniu 9 grudnia 2021 roku konwersji 628.500 (słownie: sześciuset dwudziestu ośmiu tysięcy pięciuset) akcji imiennych serii A o wartości nominalnej 0,10 zł (zero złotych dziesięć groszy) każda,

uprzywilejowanych co do prawa głosu na Walnym Zgromadzeniu - na akcje zwykłe na okaziciela (szczegóły: raport bieżący nr 60/2021).

5. W dniu 14 grudnia 2021 r. INTERSPORT Polska S.A. poinformował, że podpisał ze spółką ZAIRA Investments Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (kod pocztowy: 02-797) przy ul. Klimczaka 1, umowę najmu lokalu INTERSPORT zlokalizowanego w centrum handlowym „DEKADA” przy ul. Partyzantów 63 w Olsztynie. (szczegóły: raport bieżący nr 61/2021).
6. W dniu 15 grudnia 2021 r. INTERSPORT Polska S.A. poinformował o otrzymaniu zawiadomienia przekroczeniu łącznie przez Wojciecha Mikulskiego, Łukasza Bosowskiego i OTCF S.A. progu 25% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu wskutek dokonanej przez Emitenta konwersji 628.500 akcji serii A (szczegóły: raport bieżący nr 62/2021).

4. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

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

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

4. Zgoda Rady Nadzorczej na zawarcie istotnej transakcji z podmiotem powiązaniem nie jest wymagana, gdy transakcja jest zawierana na warunkach rynkowych w ramach zwykłej działalności spółki

W okresie sprawozdawczym INTERSPORT Polska S.A. zawarł z OTCF S.A. z siedzibą w Wieliczce oraz LARIX Sp. Jawna z siedzibą w Bielsko-Biała wyłącznie transakcje na warunkach rynkowych w ramach zwykłej działalności spółki.

5. INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba:	Cholierzyn
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:	Cholierzyn 382, 32-060 Cholierzyn
Telefon:	(+48) 124448100, 124448103
Poczta elektroniczna:	biuro@intersport.pl
Strona internetowa:	www.intersport.pl

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

5.1. Struktura organizacyjna

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

5.2. Powiązania organizacyjne i kapitałowe

UMOWA LICENCYJNA

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

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

5.3 GRUPA INTERSPORT na świecie

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych reprezentowaną w 57 krajach na wszystkich pięciu kontynentach. Roczna sprzedaż prowadzona w 5.421 punktach sprzedaży zrzeszonych pod szyldem INTERSPORT wyniosła w 2019 roku 12,3 Mld € łącznie z podatkiem VAT z dynamiką r/r na poziomie 3,2%.

Dane podane za 2019 rok, gdyż INTERSPORT Polska S.A. nie posiada bardziej aktualnych informacji.

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

5.4 Koncepcja INTERSPORT 2.0

W oparciu o globalną strategię Grupy INTERSPORT, IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH od 2017 roku wdraża nowy koncept sklepu INTERSPORT 2.0, który ma być bardziej skoncentrowany na konsumentach i prowadzić model

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

Zgodnie z przyjętą przez Zarząd INTERSPORT Polska S.A. „Strategią rozwoju na lata 2020-2024” wdrażany przez Spółkę w Polsce koncept INTERSPORT 2.0 zakłada po pierwsze: zintegrowaną wielokanałową dystrybucję towaru oraz dostęp do specjalnych produktów marek strategicznych; po drugie: zarządzanie kategoriami produktów w celu dostosowania oferty asortymentowej do potrzeb lokalnego rynku w oparciu o wyniki sprzedaży i pojemności sklepów, po trzecie: automatyczne uzupełnianie zapasów w celu szybszej dostawy towarów na półki i pełne wykorzystanie potencjału sprzedażowego marek własnych INTERSPORT.

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

Zarząd szczególnie stawia na dalszy rozwój sprzedaży e-commerce.

5.5 Podstawowa działalność Spółki

INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się w Polsce rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Wg stanu na dzień 30.09.2021 roku Spółka prowadziła działalność w 35 sklepach własnych INTERSPORT zlokalizowanych w 23 aglomeracjach miejskich, o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 30 982 m².

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

5.6 Model sklepu wzorcowego

LOKALIZACJA – centra handlowe i parki handlowe w większych miastach Polski

POWIERZCHNIA SKLEPU – około 350 m² – 1.500 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.

INTERSPORT 2.0/Light – najnowszy koncept światowego INTERSPORT implementowany od 2 lat w Polsce. Charakteryzuje się nie tylko unikalnym designem, ale również przestrzenią z przyjazną dla klientów nawigacją pomiędzy kluczowymi strefami – WOMEN, MEN i YOUNG ATHLETES. Uwagę na wejściu przykuwa *Action Place* - miejsce ekspozycji wybranych produktów z aranżacją VM. Całość uzupełnia indywidualny i dynamiczny charakter w każdej z wiodących kategorii sportowych, do których należą sportstyle, bieganie, fitness, outdoor, pływanie, piłka nożna, rowery, tenis oraz narciarstwo zimą wraz z profesjonalnym serwisem. Dodatkowo, sieć INTERSPORT Polska realizuje lokalne projekty unowocześnienia wybranych salonów do formatu **INTERSPORT Light/1.5**. Format ten realizuje wszystkie najważniejsze założenia projektu 2.0 z wykorzystaniem elementów wyposażenia w wersjach budżetowych, umożliwiających realizację projektów w środowisku niższych dostępnych środków inwestycyjnych.

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 docelowo 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 sprzętu zakupionego zarówno w sieci INTERSPORT jak i poza nią.

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

POZOSTAŁE USŁUGI SERWISOWE – w wybranych sklepach dostępny jest: (1) serwis rowerowy - oferujący przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymianę elementów składowych roweru, w tym elementów podnoszących komfort użytkowania, (2) serwis tenisowy - oferujący wymianę naciągu oraz naciąganie rakiet na specjalistycznych urządzeniach firm: *Babolat* lub *Pro Spro*, (3) serwis rolkowy, (4) serwis ostrzenia 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: podłączenie alarmowe, bramki elektroniczne, elementy bezpośrednio zabezpieczające towar.

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

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

PROMOCJA I MARKETING – Spółka realizuje przemyślany plan działań marketingowych w celu umocnienia wizerunku marki INTERSPORT w Polsce. Dodatkowo organizuje liczne akcje promocyjne wzmacniające sprzedaż z wykorzystaniem różnych środków przekazu. Stawia na poprawę komunikacji marketingowej, w szczególności budując pozytywny wizerunek marki zarówno w obszarze sprzedaży e-commerce, programów partnerskich jak i mediów społecznościowych.

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

obecnie przyjętych standardów. Wysyłkę zamówień internetowych z salonów nadzoruje biuro obsługi klienta.

5.7 Działania uzupełniające

- 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. Sklep eCommerce spełnia wszystkie standardy obsługi nowoczesnego klienta w modelu sprzedaży wielokanałowej. 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 12 44 48 888**, udzielające szybkiej i fachowej informacji na temat usług oraz dostępności asortymentu w poszczególnych salonach.

5.8 Liczba placówek (stan na dzień 22.12.2021 roku)

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

Tabela: Lista placówek handlowych na dzień 22.12.2021 r.

1	Kraków	PH Zakopianka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW
2	Bielsko-Biała	Galeria Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA
3	Warszawa	Arkadia Westfield	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA
4	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE
5	Łódź	Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ
6	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	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 POZNAŃ
12	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 BYDGOSZCZ
13	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 BIAŁYSTOK
14	Poznań	King Cross Marcelin	ul. Bukowska 156, 60-198 POZNAŃ
15	Gdynia	CH Riviera	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 GDYNIA
16	Opole	GH Solaris Center	pl. Kopernika 16, 45-040 OPOLE
17	Częstochowa	GH Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 CZĘSTOCHOWA
18	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 ZAKOPANE
19	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 RADOM
20	Szczecin	Galeria Kaskada	Al. Niepodległości 36, 70-404 SZCZECIN
21	Rzeszów	Milenium Hall	Al. Mjr. Kopisto 1, 35-315 RZESZÓW
22	Gorzów Wlkp.	CH Nova Park	ul. Przemysłowa 2, 66-400 GORZÓW Wlkp.
23	Kielce	Galeria Korona	ul. Warszawska 26, 25-312 KIELCE
24	Kraków	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61, 31-346 KRAKÓW
25	Lublin	Atrium Felicity	Al. Witosa 32, 20-331 LUBLIN
26	Kalisz	Galeria Amber	ul. Górnośląska 82, 62-800 KALISZ
27	Olsztyn	Galeria Warmińska	ul. Tuwima 26, 10-748 OLSZTYN
28	Bydgoszcz	Zielone Arkady	ul. Wojska Polskiego 1, 85-171 BYDGOSZCZ
29	Poznań	CH Posnania	ul. Pleszewska, 61-136 POZNAŃ
30	Gliwice	CH Factory Outlet	ul. Rybnicka 205, 44-122 GLIWICE
31	Poznań	CH Avenida	ul. Matyi 2, 61-586 POZNAŃ
32	Katowice	Galeria Katowicka	ul. 3 Maja 30, 40-097 KATOWICE
33	Warszawa	Galeira Północna	ul. Światowida 17, 03-144 WARSZAWA
34	Warszawa	CH Złote Tarasy	ul. Złota 59, 00-120 WARSZAWA
35	Kraków	Futura Factory Outlet	ul. Prof. A. Różańskiego 32, 32-085 Modlniczka

5.9 Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 30 września 2021 r. w Spółce było zatrudnionych 389 pracowników na podstawie umów o pracę - w tym 16 osób niepełnosprawnych. Spółka prowadziła też stałą współpracę z 31 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonywały dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. Od 1 kwietnia do 30 września 2021 roku Spółka zatrudniła 65 osób (rozwiązano umowy z 79 osobami). Przeciętne zatrudnienie w okresie od 1 kwietnia 2021 r. do 30 września 2021 r. wynosiło 385 osób.

5.10 Organy spółki

ZARZĄD

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 Zarząd Spółki pracował w jednoosobowym składzie. Funkcję Prezesa Zarządu pełnił Pan Marek Kaczmarek.

Zarząd Spółki prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje ją we wszystkich czynnościach sądowych i pozasądowych. Wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki, nie zastrzeżone przepisami prawa lub postanowieniami Statutu Spółki dla walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy lub Rady Nadzorczej, należą do kompetencji Zarządu Spółki. Do składania oświadczeń w imieniu spółki wymagane jest współdziałanie dwóch Członków Zarządu lub jednego Członka Zarządu łącznie z prokurentem.

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

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

RADA NADZORCZA

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 Rada Nadzorcza Spółki pracowała w składzie:

1. Pan Artur Olender – Przewodniczący (do dnia 16 sierpnia 2021 roku)

2. Pan Krzysztof Pieta
3. Pan Janusz Pieta – Przewodniczący Rady od dnia 28 października 2021 roku)
4. Pan Łukasz Bosowski
5. Pan Wojciech Mikulski
6. Pan Krzysztof Skowroński (członek niezależny)
7. Pan Piotr Dygas (członek niezależny)
8. Pan Wojciech Mamak (członek niezależny)

W dniu 29 marca 2021 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki odwołało z dniem 15 kwietnia br. Pana Stawomira Gila z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. Górze ([szczegóły: raport bieżący nr 28/2021](#)). Zmiana nie została jeszcze zarejestrowana w KRS.

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

Artur Olender pełnił funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 2004 roku do dnia 16 sierpnia 2021 roku; Krzysztof Pieta pełni funkcję od 30 czerwca 2017 roku, Wojciech Mamak pełni funkcję od 27 września 2017 roku, Łukasz Bosowski i Janusz Pieta pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej Spółki od 26 lipca 2019 r., Piotr Dygas i Krzysztof Skowroński pełnią funkcję członka Rady Nadzorczej od 25 listopada 2020 r., Wojciech Mikulski pełni funkcję członka Rady Nadzorczej od 29 marca 2021 roku.

Wszyscy członkowie Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. nie wykonują działalności usługowej na rzecz innych konkurencyjnych podmiotów w stosunku do INTERSPORT Polska S.A.; nie uczestniczą w spółce konkurencyjnej jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej lub jako członek organu spółki kapitałowej oraz nie uczestniczą w innej konkurencyjnej osobie prawnej jako członek jej organu. Nie zostali również wpisani do Rejestru Dłużników Niewypłacalnych, prowadzonego na podstawie ustawy o KRS.

Komitet Audytu oraz Komitet Wynagrodzeń i Nominacji

W ramach Rady Nadzorczej Spółki funkcjonuje komitet audytu (zwany Komitetem Audytu) i Komitet Wynagrodzeń i Nominacji. Komitet Audytu oraz Komitet

Wynagrodzeń i Nominacji działają w ramach Rady Nadzorczej. W skład działającego w ramach Rady Komitetu Audytu wchodzi: Wojciech Mamak, Łukasz Bosowski i Piotr Dygas. Przewodniczącym Komitetu Audytu jest Wojciech Mamak – niezależny członek Rady Nadzorczej.

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

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

Zarząd Spółki ocenia, że Wojciech Mamak, Krzysztof Skowroński i Piotr Dygas spełniają kryteria niezależności ustalone na podstawie ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (Dz. U. z 2020 r., poz. 1415 z późniejszymi zmianami), jak również na podstawie Załącznika II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów 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 odsyła „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”, stanowiące Załącznik do Uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 13 października 2015 r. oraz posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży handlowej, w której działa Spółka INTERSPORT Polska S.A.

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

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

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

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

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

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

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 posiedzenia Rady Nadzorczej odbywały się regularnie zgodnie z przyjętym harmonogramem. Na posiedzeniach Rady zapadały uchwały w sprawach objętych porządkiem obrad. Członkowie Rady Nadzorczej mający powiązania natury ekonomicznej, rodzinnej z akcjonariuszami posiadającymi więcej niż 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu spółki złożyli Zarządowi spółki stosowne zawiadomienia.

WARTOŚĆ WYNAGRODZEŃ I NAGRÓD

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

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

Osoba	Wynagrodzenie wypłacone w okresie od 01.04.2021 r. do 30.09.2021 r.	*Inne świadczenia uzyskane w okresie od 01.04.2021 r. do 30.09.2021 r.
Marek Kaczmarek	225	27,22
Zarząd Spółki (łącznie):	225	27,22
Artur Olender	11,29	0,17
Krzysztof Pieta	12	0,18
Wojciech Mamak	13,20	0
Łukasz Bosowski	13,20	0,20
Janusz Pieta	12,60	0,19
Wojciech Mikulski	12	0
Krzysztof Skowroński	12,60	0,19
Piotr Dygas	13,80	0

Rada Nadzorcza Spółki (łącznie):	100,69	0,93
----------------------------------	--------	------

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

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

Opis polityki wynagrodzeń

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

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

W Spółce funkcjonują również pozafinansowe składniki wynagrodzeń. Sposób przyznawania, rodzaj oraz wysokość pozafinansowych składników wynagrodzeń uzależniona jest od stażu pracy w Spółce oraz od zajmowanego stanowiska. Ich sposób funkcjonowania w danym roku uzależniony jest od sytuacji finansowej Spółki, a szczegóły regulują przepisy wewnętrzne Spółki. W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 nie nastąpiły żadne istotne zmiany w polityce wynagrodzeń.

Spółka otrzymała w tym okresie z Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie wsparcie w postaci dofinansowania do wynagrodzeń pracowników w wysokości 1.704.750,00 zł. Po rozliczeniu wniosku o dofinansowanie wynagrodzeń za maj,

czerwiec i lipiec 2021 roku zgodnie z kalkulatorem rozliczeniowym 15gga z WUP kwota zwrotu niewykorzystanych środków do zwrotu wyniosła 36655,89 zł.

Opis polityki różnorodności

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

6. AKCJE I AKCJONARIAT

6.1 Struktura akcjonariatu

Wysokość kapitału zakładowego INTERSPORT Polska S.A. wynosi 3.413.070,00 zł i dzieli się na 34.130.700 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Łączna liczba akcji uprawnia do oddania 39.385.866 głosów (słownie: trzydzieści dziewięć milionów trzysta osiemdziesiąt pięć tysięcy osiemset sześćdziesiąt sześć) z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do oddania dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki w tym:

- 1) 3.588.500 (trzy miliony pięćset osiemdziesiąt osiem tysięcy pięćset) akcji imiennych serii A⁽¹⁾,
- 2) 1.411.500 (jeden milion czterysta jedenaście tysięcy pięćset) akcji zwykłych na okaziciela serii A⁽¹⁾,
- 3) 3.500.000 (trzy miliony pięćset tysięcy) akcji na okaziciela serii B,
- 4) 1.666.666 (jeden milion sześćset sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt sześć) akcji imiennych serii C1,
- 5) 1.166.668 (jeden milion sto sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt osiem) akcji na okaziciela serii C2,
- 6) 100.000 (sto tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D,
- 7) 2.500.000 (dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii E,
- 8) 8.947.366 (osiem milionów dziewięćset czterdzieści siedem tysięcy trzysta sześćdziesiąt sześć) akcji zwykłych na okaziciela serii F,
- 9) 7.500.000 (siedem milionów pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii G,
- 10) 3.750.000 (trzy miliony siedemset pięćdziesiąt tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii H.

(1) Dane po konwersji 40.000 oraz 628.500 Akcji serii A imiennych (akcje uprzywilejowane co do głosu) na akcje na okaziciela, która spowodowała zmianę w ilości tych akcji (szczegóły: raport bieżący nr 57/2021 oraz raport bieżący nr 60/2021). Zmiana ta wymaga jednak formalnego zatwierdzenia przez Walne Zgromadzenie Spółki i zarejestrowanie tej zmiany w rejestrze przedsiębiorców.

6.2 Znaczący akcjonariusze

Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (22 grudnia 2021 r.) wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu.

Tabela: Znaczący akcjonariusze INTERSPORT Polska S.A. na dzień 22.12.2021 r.

Posiadacz akcji	Seria akcji	Rodzaj akcji	Liczba akcji	Łączna liczba akcji	RAZEM udział w kapitale zakładowym	Łączna liczba głosów	RAZEM udział w ogólnej liczbie głosów
Krzysztof Pięta	C1	imienne, uprzywilejowane	1 666 666	7 691 229	22,53%	9 357 895	23,76%
	C2	zwykłe, na okaziciela	1 166 668				
	E	zwykłe, na okaziciela	650 000				
	F	zwykłe, na okaziciela	3 157 895				
	B,D	zwykłe, na okaziciela	300 000				
	H	zwykłe, na okaziciela	750 000				
Janusz Pięta	F	zwykłe, na okaziciela	3 157 895	3 857 895	11,30%	3 857 895	9,80%
	B,D	zwykłe, na okaziciela	200 000				
	H	zwykłe, na okaziciela	500 000				
OTCF S.A. z os. powiązanymi	G	zwykłe, na okaziciela	7 500 000	10 000 000	29,30%	10 000 000	25,39%
	H	zwykłe, na okaziciela	2 500 000				
Sławomir Gil	A	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 918 054	5,62%	3 100 000	8,04%
	B,D	zwykłe, na okaziciela	668 054				
Artur Mikołajko	A	imienne, uprzywilejowane	1 250 000	1 850 000	5,42%	3 168 054	7,87%
	B,D	zwykłe, na okaziciela	600 000				
Dorota Radwańska z os. powiązanymi	A	imienne, uprzywilejowane	1 088 500	1 534 930	3,19%	2 177 000	5,53%

Przy czym:

- 1) Janusz Pięta wspólnie z osobą, co do której istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie (tj. Krzysztofem Piętą), posiada 11 549 124 akcji Emitenta, co stanowi 33,84% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 13 215 790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 33,56% ogólnej liczby głosów;
- 2) Krzysztof Pięta wspólnie z osobą, co do której istnieje domniemanie istnienia porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 87 ust. 4 Ustawy o Ofercie (tj. Januszem Piętą), posiada 11 549 124 akcji Emitenta, co stanowi 33,84% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 13 215 790 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 33,56% 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 1.088.500 akcji Emitenta, co stanowi 3,19% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 2.177.000 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 5,53% ogólnej liczby głosów;
- 4) Spółka OTCF S.A. kontrolowana przez Igora Klaję oraz Łukasz Bossowski i Wojciech Mikulski zawarli ustne porozumienie co do nabycia Akcji serii G, a więc porozumienie, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 Ustawy o Ofercie. Wymienione podmioty posiadają łącznie 10.000.000 akcji Emitenta, stanowiących 29,30% w kapitale zakładowym Emitenta, zapewniających 10.000.000 głosów na Walnym Zgromadzeniu, stanowiących 25,39% ogólnej liczby głosów.

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

W związku z konwersją 40.000 oraz 628.500 Akcji serii A imiennych (akcje uprzywilejowane co do głosu) na akcje na okaziciela, Spółka dokonała przeliczenia liczby głosów z posiadanych akcji oraz ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów dla ww. osób ([szczegóły: raport bieżący nr 57/2021](#) oraz [raport bieżący nr 60/2021](#)).

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

- (1) W dniu 12 listopada 2021 roku Spółka otrzymała od Pana Krzysztofa Pięty oraz Janusza Pięty zawiadomienie z art. 69 ust. 1 pkt 1 Ustawy o ofercie - w sprawie

zmiany dotychczas posiadanego stanu akcji i udziału ogólnej liczby głosów na na Walnym Zgromadzeniu Emitenta (Łącznie Panowie Krzysztof Pieta i Janusz Pieta posiadają akcje stanowiące 33,84% kapitału zakładowego INTERSPORT) [\[szczegóły: raport bieżący nr 58/2021\]](#).

- (2) W dniu 15 grudnia 2021 roku Spółka otrzymała od OTCF i Pana Wojciecha Mikulskiego zawiadomienie z art. 69 ust. 1 pkt 1 Ustawy o ofercie - w sprawie zmiany dotychczas posiadanego stanu akcji i udziału ogólnej liczby głosów na na Walnym Zgromadzeniu Emitenta (łącznie Pan Wojciech Mikulski, Łukasz Bosowski i OTCF S.A. posiadają akcje stanowiące 29,30% kapitału zakładowego INTERSPORT) [\[szczegóły: raport bieżący nr 62/2021\]](#).

6.4 Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu okresowego (22 grudnia 2021 roku) wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (23 sierpnia 2021 r.) odrębnie dla każdej z osób.

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

Tabela: Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące

osoba zarządzająca /nadzorująca	łącna ilość akcji na dzień przekazania poprzedniego raportu okresowego	zmiany w strukturze własności w okresie od 23.08.2021 r. do 22.12.2021 r.	ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze 2021/2022 r. tj.22.12.2021
Krzysztof Pieta Członek Rady Nadzorczej	7 691 229 akcji	bez zmian	7 691 229 akcji, stanowiących 22,53% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 23,76% głosów na WZA
Janusz Pieta Członek Rady Nadzorczej	3 857 895 akcji	bez zmian	3.857.895 akcji stanowiących 11,30% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 9,80% głosów na WZA
Łukasz Bosowski Członek Rady Nadzorczej	2 500 akcji	bez zmian	2 500 akcji stanowiących 0,01% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 0,01%głosów na WZA
Wojciech Mikulski Członek Rady Nadzorczej	2 500 akcji	bez zmian	2 500 akcji stanowiących 0,01% udziału w kapitale zakładowym i uprawniających do 0,01%głosów na WZA

6.5 Opis polityki dywidendy

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

7. POLITYKA ASORTYMENTOWA

7.1 Oferta handlowa

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

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

Wiodącymi markami są: NIKE, ADIDAS, Romet, GIANT, 4F, NORTH FACE, SALOMON, Speedo, UNDER ARMOUR, UVEX, K2, Rollerblade, VIKING, REEBOK, Liv, Salewa, ALPINA, CMP, Spokej, RONTIL.

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

Ofertę sprzedaży uzupełniają marki: COLUMBIA, Silvini, BERKNER, Head, Topeak, Meindl, Sea To Summit, Fila, Ziener, PROTEST, Wilson, OUTHORN, Quiksilver, New Balance, Campagnolo, Nils, Ecobike, Street Surfing, ATG Wrangler, Mechanics, Nikwax, Continental, Trelock, NUTREND, LOWE ALPINE, Black Diamond, Camelbak, KEEN, Odlo, Kellys, MacTronic, Reima, SCHILDKROT, ON, CORNILLEAU, ABUS, Rudy Project, TORO, COLEMAN, Outwell, Zefal, Spyder.

7.2 Dostawcy i źródła zaopatrzenia

Spółka współpracuje z licznymi dostawcami. W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 trwającego od 1 kwietnia do 30 września 2021 r. znaczny udział w całości zakupów generowały firmy: NIKE EUROPEAN OPERATIONS NETHERLANDS B.V. (marka Nike), ADIDAS POLAND sp. z o.o. (marki Adidas i Reebok), Romet Sp. z o.o. (marka Romet) oraz marka Giant.

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.

7.3 Charakterystyka sprzedaży

STRUKTURA SPRZEDAŻY

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 trwającego od 1 kwietnia do 30 września 2021 r. znaczący udział w obrotach (99,6%) miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (0,4%) generowały usługi między innymi: serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego.

SEZONOWOŚĆ I CYKLICZNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI

Sprzedaż INTERSPORT Polska S.A. podlega wahaniom związanym z sezonowością. Jest ona uzależniona od pór roku oraz warunków pogodowych i charakterystyczna dla całej branży sportowej. Specyfiką prowadzonej przez Spółkę działalności jest fakt, że sprzedaż detaliczna w okresie wiosna-lato od kwietnia do września

(tj. w I półroczu roku obrotowego Spółki) jest zawsze mniejsza niż sprzedaż w okresie jesień – zima od października do marca (tj. II półroczu roku obrotowego Spółki). Po zmianie roku obrotowego trwającego obecnie od 1 kwietnia do 31 marca, dysproporcja między półroczami jest znacznie zwiększona.

8. DZIAŁANIA MARKETINGOWE

8.1 Wsparcie sprzedaży

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 sieć INTERSPORT Polska S.A. zorganizowała szereg działań promocyjno – reklamowych, których głównym celem było wspieranie sprzedaży. Spółka realizowała kampanie przy użyciu mediów digitalowych, radia oraz mediów społecznościowych. W realizację kampanii Spółka zaangażowała kluczowych dostawców oraz Influencerów. Dodatkowo Spółka pozyskała zewnętrznych partnerów do realizacji kampanii cross – brand jak: Sephora, Media Markt, NTFY.

W tym okresie Spółka komunikowała kluczowe kategorie takie jak: rowery, running, outdoor, fitness/trening oraz sportstyle.

- W ramach współpracy z kluczowymi dostawcami zrealizowano kilka kampanii komunikujących nowe kolekcje/technologie marek Adidas, Nike, Salomon, The North Face, w kategoriach fitness, running, outdoor. Komunikacja obejmowała zarówno materiały BTL w sklepach, jak i digital oraz social media.
- Spółka w q1 oraz q2 2021 roku, przygotowała aktywację „*The Heart Of Sport*” z Influencerami w Social Mediach połączoną z konkursem konsumenckim.
- Na przełomie sierpnia i września 2021 roku została zrealizowana kampania wizerunkowo – sprzedażowa pod hasłem „*Back To School*” wspierająca kategorię: rowery, rolki, sportstyle, bieganie, turystyka. Kampania była wspierana przez wysoko zasięgowe media (popularne serwisy reklamowo-informacyjne), która we wszystkich formatach wygenerowała 47 mln wyświetleń.
- Pozostałe akcje marketingowe realizowane w h1 przy wsparciu wysoko-zasięgowych mediów to między innymi: promocja rolek i rowerów (mailing – zasięg 50k), promocja rowerów (display – zasięg 11mln), promocja kategorii piłkarskiej (display – zasięg 3mln), promocja kategorii plaża, rolki (display – zasięg 3mln), promocja kategorii sportstyle oraz swim (display – zasięg 7mln), promocja kategorii turystyka oraz bieganie (display – zasięg 10mln).
- W całym okresie 6 miesięcy pierwszej połowy 2021 roku realizowane były intensywne kampanie performance w różnych kanałach E-commerce takich jak SEM, SEO, sieci afiliacyjne, Social Media, RTB, programy partnerskie.

- W I półroczu 2021 roku została wymieniona platforma sklepu Internetowego. Rozwiązanie w technologii headless pozwoliło na szybką implementację nowej części front-end sklepu. Celem tych działań była poprawa doświadczeń zakupowych i zwiększenie konwersji.
- W okresie od maja do sierpnia 2021 roku Spółka wprowadziła nowe narzędzia na platformie sklepu Internetowego mające na celu poprawę jakości obsługi klienta oraz wzrost konwersji. Kluczowe aplikacje to czat wyposażony w chat-bota, silnik rekomendacji, wirtualny katalog produktowy.

8.2 Klienci lojalnościowi

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

8.3 Nagrody i wyróżnienia

Z uwagi na panującą pandemię oraz podjęte środki bezpieczeństwa w I półroczu roku obrotowego zakończonym 30 września 2021 r. INTERSPORT Polska S.A. nie brała udziału w konkursach, czy analizach dotyczących swojej działalności i w związku z tym, nie otrzymała żadnych nagród ani wyróżnień.

8.4 Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

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

9. PERSPEKTYWY I STRATEGIA ROZWOJU

W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 Spółka realizowała przyjętą przez Zarząd „STRATEGIĘ INTERSPORT Polska S.A. na lata 2020-2024”, która wskazuje najważniejsze kierunki działań.

9.1 Optymalizacja sieci handlowej

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

Wg stanu na dzień publikacji sprawozdania 22.12.2021 r. Spółka prowadzi działalność handlową w 35 sklepach własnych INTERSPORT o łącznej powierzchni handlowej wynoszącej 30.982 m² (było na dzień 23.08.2021 r.- 35 sklepów o łącznej powierzchni 30.982 m²).

9.2 Wdrażanie koncepcji INTERSPORT 2.0/INTERSPORT Light

Sieć INTERSPORT Polska systematycznie wdraża w Polsce nowy koncept sklepu w formacie INTERSPORT 2.0. Pierwsze w Polsce pilotażowe salony zostały otwarte w kwietniu 2019 roku w C.H. Galerii Krakowskiej w Krakowie oraz w maju 2020 roku w C.H. Westfield Arkadia w Warszawie.

Dodatkowo, sieć INTERSPORT Polska realizuje lokalne projekty unowocześnienia wybranych salonów do formatu INTERSPORT 2.0 Light/1.5. W I półroczu roku obrotowego 2021/2022 zmodernizowano w tym formacie dwa sklepy – w C.H. Zakopianka w Krakowie oraz w C.H. Silesia City Center w Katowicach.

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

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

Na działalność INTERSPORT Polska S.A. istotny wpływ mają czynniki makroekonomiczne, do których m.in. można zaliczyć tempo wzrostu PKB, wysokość inflacji, poziom wydatków konsumpcyjnych oraz zmiany regulacji prawnych.

Do istotnych czynników mających wpływ na działalność operacyjną Spółki należą:

- konkurencja ze strony innych podmiotów,
- warunki pogodowe w poszczególnych porach roku,

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

Wobec faktu, wprowadzenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu zagrożenia epidemicznego a następnie epidemii - Spółka podjęła szereg działań mających na celu ograniczenie negatywnego wpływu pandemii COVID-19 na bieżącą działalność i funkcjonowanie w nowej rzeczywistości.

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

10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ARBITRAŻOWE

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

Spółka wystąpiła z wnioskiem o udzielenie zabezpieczenia przed wytoczeniem powództwa przeciwko SŁONECZNA RADOM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Zajęcza 2B, 00-351 Warszawa. Spółka wniosła o zabezpieczenie wynikającego z art. 357 § 1 k.c. roszczenia niepieniężnego Uprawnionego o oznaczenie sposobu wykonania umowy i wysokości świadczeń wynikających z Umowy Najmu z dnia 6 listopada 2007 roku, zmienionej Aneksem nr 1 z 19 grudnia 2007 roku i Aneksem nr

2 z dnia 4 lipca 2008 roku, Aneksem nr 3 z dnia 28 lipca 2010 roku, Aneksem nr 4 z dnia 2 września 2014 roku, Aneksem nr 5 z dnia 28 września 2020 roku (dalej w skrócie – „Umowa Najmu”) w ten sposób, iż począwszy od dnia 1 września 2020 roku do dnia wygaśnięcia Umowy Najmu Uprawniony zostanie zwolniony z obowiązku uiszczania Czynszu Podstawowego, o którym mowa w art. 4.1.1. Umowy Najmu, a będzie zobowiązany do uiszczania z tytułu najmu Lokalu za każdy miesiąc kalendarzowy z dotu Czynszu Wynikającego z Obrotów w wysokości 5% Obrotów ustalonych zgodnie z art. 4.1.2. i 4.1.3. Umowy Najmu, poprzez unormowanie praw i obowiązków Stron stosunku prawnego wynikającego z wyżej wymienionej Umowy Najmu w ten sposób, że począwszy od dnia 1 września 2020 roku do prawomocnego zakończenia postępowania w sprawie o wymienione wyżej roszczenie niepieniężne, które to postępowanie zostanie wszczęte w terminie wyznaczonym przez tut. Sąd Uprawniony zostanie zwolniony z obowiązku uiszczania Czynszu Podstawowego, o którym mowa w art. 4.1.1. Umowy Najmu, a będzie zobowiązany do uiszczania z tytułu najmu Lokalu za każdy miesiąc kalendarzowy z dotu Czynszu Wynikającego z Obrotów w wysokości 5% Obrotów ustalonych zgodnie z art. 4.1.2. i 4.1.3 Umowy Najmu.

Sąd Okręgowy w Warszawie XX Wydział Gospodarczy postanowił z dnia 15 stycznia 2021 roku postanowił zabezpieczyć roszczenie Spółki w ten sposób, że począwszy od 1 stycznia 2021 roku do czasu zakończenia postępowania Spółka jest zwolniona z obowiązku uiszczania czynszu podstawowego, o którym mowa w art. 4.1.1. Umowy Najmu i zobowiązana jest do uiszczania czynszu za każdy miesiąc w wysokości 5% obrotów ustalonych zgodnie z art. 4.1.2 i 4.1.3 umowy najmu.

W dniu 3 lutego 2021 roku Spółka wniosła do Sądu Okręgowego w Warszawie pozew o oznaczenie sposobu wykonania umowy najmu i wysokości świadczeń wynikających z Umowy Najmu z dnia 6 listopada 2007 roku, zmienionej Aneksem nr 1 z 19 grudnia 2007 roku i Aneksem nr 2 z dnia 4 lipca 2008 roku, Aneksem nr 3 z dnia 28 lipca 2010 roku, Aneksem nr 4 z dnia 2 września 2014 roku, Aneksem nr 5 z dnia 28 września 2020 roku (dalej w skrócie – „Umowa Najmu”) w ten sposób, iż począwszy od dnia 1 stycznia 2021 roku do dnia wygaśnięcia Umowy Najmu Powód zostanie zwolniony z obowiązku uiszczania Czynszu Podstawowego, o którym mowa w art. 4.1.1. Umowy Najmu, a będzie zobowiązany do uiszczania z tytułu najmu Lokalu za każdy miesiąc kalendarzowy z dotu Czynszu Wynikającego z Obrotów w wysokości 5% Obrotów ustalonych zgodnie z art. 4.1.2. i 4.1.3. Umowy Najmu.

W dniu 21 października 2021 roku odbyła się rozprawa na której Sąd przesłuchał wszystkich świadków. Sąd wyznaczył kolejną rozprawę na luty 2022 roku. Na postanowienie o zabezpieczeniu Słoneczna Radom sp. z o.o. wniosła zażalenie, które Spółka otrzymała 21 maja 2021 roku. Zażalenie zostało uwzględnione.

Poza wyżej wymienionym, w okresie od 1 kwietnia - 30 września 2021 roku nie toczyły się żadne nowe postępowania w których Spółką byłaby stroną.

11.RYZYKA I ZAGROŻENIA

Ryzyko związane z realizacją celów strategicznych

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

Ryzyko związane z uprawianiem przez kadre sportów podwyższonego ryzyka

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

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

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

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

Ryzyko związane z lokalizacją sklepów INTERSPORT Polska S.A.

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

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

Spółka w ramach prowadzonej działalności korzysta zarówno z własnych znaków towarowych, znaków licencjonowanych od Grupy INTERSPORT, jak i znaków towarowych osób trzecich – w szczególności producentów towarów oferowanych

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

Ryzyko utraty licencji INTERSPORT

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

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

Ryzyko utraty strategicznego partnera z Grupy INTERSPORT

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

Ryzyko znacznego podwyższenia cen zakupu asortymentu

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

Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu

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

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

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

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

Ryzyko sprowadzenia wadliwego towaru

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

Ryzyko reklamacji wadliwego towaru przez klientów

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

sprzedaży i dochodzić zwrotu zapłaconej ceny. Ponadto przysługuje mu także odszkodowanie za poniesioną szkodę. Wystąpienie znacznej liczby reklamacji może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko zwiększenia udziału zwrotów z sprzedaży online

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

Ryzyko aury (pogodowe)

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

Ryzyko rotacji pracowników

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

w zakresie technologicznym. Wymusza to wielokrotnie korzystanie z kompetencji zewnętrznych firm doradczych. Istnieje ryzyko opóźnienia w realizacji strategicznych projektów oraz pogorszenia efektywności operacyjnej w kanale e-commerce.

Ryzyko związane z płacami minimalnymi oraz presją płacową pracowników

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

Ryzyko związane ze zbiorowym prawem pracy

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

Ryzyko związane z czasowym wstrzymaniem lub ograniczeniem sprzedaży

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

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

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

Ryzyko związane z wysokim zadłużeniem

Poziom zadłużenia Spółki należy oceniać jako wysoki (wskaźnik ogólnego zadłużenia na 30 września 2021 r. wynosi 95,5%). Spółka nie może zagwarantować, że będzie w stanie zapewnić finansowanie swojej działalności na korzystnych dla niego warunkach oraz, że będzie w stanie spłacać odsetki oraz kapitał lub wypełniać inne zobowiązania wynikające z umów kredytowych i umów pożyczek. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie utrzymać bądź pozyskać dodatkowego finansowania zgodnie ze swoimi oczekiwaniami, może być zmuszony do zmiany swojej strategii lub refinansowania istniejącego zadłużenia. Jeżeli Spółka nie będzie w stanie zrefinansować istniejącego zadłużenia, zadłużenie Spółki może zostać postawione w stan wymagalności, w całości lub w części. Wzrastające zadłużenie Spółki może również spowodować przekroczenie kowenantów i w rezultacie ograniczenie w całości lub w części finansowania dłużnego. W przypadku postawienia w stan wymagalności znacznej części kredytów lub pożyczek, Spółka może zostać zmuszona do sprzedaży części lub wszystkich swoich aktywów celu spłaty tego zadłużenia. W związku z powyższym wzrasta również ekspozycja i wrażliwość Spółki na poziom stóp procentowych. Każda z powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

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

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

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

Ryzyko związane z potencjalnym wzrostem kosztów operacyjnych

Koszty operacyjne, w szczególności koszty najmu lokali lub zaangażowanego personelu i inne koszty Spółki mogą wzrosnąć przy jednoczesnym braku odpowiedniego wzrostu przychodów. Do czynników, które mogą spowodować wzrost kosztów operacyjnych i innych kosztów, należą między innymi: inflacja, wzrost podatków i innych zobowiązań publicznoprawnych, zmiany w polityce rządowej, przepisach prawa lub innych regulacjach, wzrost kosztów pracy, surowców, energii, wzrost kosztów finansowania kredytów i pożyczek, działania podejmowane przez podmioty konkurencyjne, utrata przydatności ekonomicznej aktywów, rosnące skomplikowanie infrastruktury teleinformatycznej oraz konieczność zapewnienia jej stabilnego i nieprzerwanego funkcjonowania w trybie 24/7. Dodatkowo wzrostowi mogą ulec koszty towarów oferowanych w sieci detalicznej prowadzonej przez Spółkę (m.in. w wyniku umocnienia się USD względem PLN, kosztów pracy). Ma to również wpływ na wysokość realizowanych marż, w sytuacji ograniczonej możliwości renegotjowania zawartych już kontraktów.

Wraz ze zmianą sytuacji rynkowej (COVID-19, lockdown) pojawiło się wiele nowych sklepów Internetowych, a te które już istniały znacząco zwiększyły swoje przychody. Błyskawiczny wzrost e-commerce spowodował zwiększenie kosztów prowadzenia biznesu (reklama, transport, hosting, prowizje) przy jednoczesnym rozdrobnieniu klientów. W/w koszty mogą nadal rosnąć wraz z towarzyszącym wzrostem konkurencji. Każdy z powyższych czynników oraz spowodowany nimi wzrost kosztów operacyjnych i innych kosztów, przy jednoczesnym braku odpowiedniego wzrostu przychodów Spółki, może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi i innymi potencjalnymi roszczeniami

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

Ryzyko związane z prawem o ochronie konkurencji i konsumentów

Spółka w swojej działalności zobowiązana jest przestrzegać przepisów z zakresu prawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w tym regulacji wynikających m.in. z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275), ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz. U. z 2020 r., poz. 1913 z późn. zm.) czy też ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 z późn. zm.). Naruszenie przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów może rodzić odpowiedzialność cywilnoprawną Spółki wobec innych przedsiębiorców lub konsumentów, w szczególności na zasadach określonych w ustawie z dnia 21 kwietnia 2017 r. o roszczeniach o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji (Dz. U. z 2017 r., poz. 1132 z późn. zm.), a także odpowiedzialność administracyjną, zwłaszcza na podstawie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na gruncie tej ustawy naruszenie przepisów antymonopolowych, stosowanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone lub praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, naruszenie zasad koncentracji lub chronionych prawem interesów konsumentów, może skutkować wszczęciem postępowania przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W razie stwierdzenia naruszeń przepisów prawa o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może na podstawie decyzji, obok stosowania innych środków, nałożyć na podmiot naruszający powyżej wskazane regulacje karę pieniężną, w tym karę do wysokości 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

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

Ryzyko związane z zarządzaniem asortymentem

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

Ryzyko związane z zabezpieczeniami ustanowionymi na części majątku Spółki

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

Ryzyko związane z rozwojem pandemii COVID-19

Ograniczenia prowadzenia działalności gospodarczej wynikające z wprowadzenia w Polsce stanu epidemii Covid-19 prowadzą do zmniejszenia aktywności Polaków, ograniczenia wydatków domowych i spadek popytu konsumpcyjnego na ofertę handlową Spółki, ale także bezpośrednie zagrożenie związane z zapewnieniem płynności operacyjnej wszelkich procesów sprzedażowych i logistycznych związane z ryzykiem zakażenia lub poddania kwarantannie pracowników Spółki. W okresie pandemii została zaobserwowana rezygnacja z zakupów przyjemnościowych (nowa odzież, obuwie czy sprzęt) Klienci ograniczali się do zakupu niezbędnych produktów zaspokajających podstawowe potrzeby. Wprowadzane w ostatnich kilkunastu miesiącach czterokrotnie lockdowny wymuszające zamknięcie sklepów stacjonarnych INTERSPORT funkcjonujących w galeriach handlowych stanowiło

realne zagrożenie załamania sprzedaży Spółki. Ze względu na trwającą wciąż pandemię zagrożenie kolejnych zamknięć galerii handlowych zarówno lokalnych jak i regionalnych nadal istnieje. Zagrożenie może stanowić również czasowe wyłączenia z działania obiektów infrastruktury sportowej w okresach wzmożonego zagrożenia epidemiologicznego skutkujące spadkiem zainteresowania klientów całymimi grupami asortymentowymi (baseny, wyciągi narciarskie itp.). W konsekwencji może to prowadzić do spadku obrotów i negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe Spółki. Przedłużający się okres stosowania ograniczeń może prowadzić do zwiększenia ryzyka utraty płynności Spółki.

Obecnie Spółka korzysta z wszystkich rozwiązań pomocowych dostępnych dla przedsiębiorców oraz kładzie szczególny nacisk na dynamiczny rozwój sprzedaży e-commerce i nowe technologie ułatwiające zdalne prowadzenie biznesu. Z kolei szansę dla wzrostu sprzedaży i marży stanowi wzmożona aktywność sportowa klientów w szczególności w obszarze sportów zewnętrznych (outdoor, rowery, rolki).

Ryzyko związane z wzrostem konkurencji w kanale online

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

Ryzyko związane z wykorzystywanymi technologiami

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

Dodatkowym ryzykiem obszaru wykorzystywanych technologii jest konieczność dostosowywania się do zaleceń i wymagań zewnętrznych dostawców systemów teleinformatycznych, jak również konieczność zapewnienia przez Spółkę poprawnego działania pozostałych, powiązanych elementów środowiska

teleinformatycznego, w tym aktualizację procedur zapewnienia ciągłości ich działania. Dostosowanie się Spółki do tych warunków może skutkować koniecznością poniesienia znacznych nakładów, które mogą mieć wpływ na jej wynik.

11.2 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Spółki

Ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną w Polsce

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

Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce

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

Ryzyko załamania koniunktury na artykuły sportowe

Głównym źródłem przychodów Spółki jest sprzedaż detaliczna sprzętu i odzieży sportowej. Załamanie koniunktury na rynku artykułów sportowych mogłoby mieć

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

Ryzyko wzrostu konkurencji w sektorze działalności Spółki

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

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

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

działalności przez Spółka. Zaistnienie powyższych okoliczności może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy Spółki.

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

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

Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

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

Ryzyko związane z poziomem stóp procentowych

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

Ryzyko zmiany gustów nabywców

Spółka działa na rynku, na którym istotne są subiektywne czynniki wyboru asortymentu przez klientów, związane z postrzeganiem marki, modą i zmianami

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

Ryzyko likwidacji bądź upadłości firm dostawczych

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

Ryzyko dostawców rozwiązań technologicznych

Obecnie wszystkie kluczowe procesy operacyjne Spółki oparte są o narzędzia zewnętrznych dostawców działających w ramach środowiska teleinformatycznego Spółki. Część procesów jest całkowicie uzależniona od sprawnego działania tych narzędzi. Dostawcy tych narzędzi działają wg własnych strategii, jak również podlegają regulacjom prawnym narzucanym przez organy ustawodawcze, przez co mimo umów zawartych z tymi dostawcami może wymagać od Spółki dodatkowych nakładów inwestycyjnych, bądź poszukiwania nowych dostawców. Konsekwencje działań dostawców i koszty lub niezbędne inwestycje wymagane od Spółki z tego tytułu mogą być na tyle istotne, że może mieć to duży, negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki.

12. OTOCZENIE BRANŻOWE SPÓŁKI

12.1 RYNEK ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH W POLSCE

Rynek artykułów sportowych w poprzednich latach rósł dynamicznie, wspierany przez rozwijającą się infrastrukturę sportową oraz modę na zdrowy styl życia, która skutkuje wzrostem liczby Polaków uprawiających sport (w tym np. jazdy na rowerze, biegania rekreacyjnego, czy rolkarstwa). W 2019 r. na rynku nie miały miejsca żadne spektakularne zmiany.

Pandemia koronawirusa, a głównie wprowadzony w odpowiedzi na nią lockdown oraz inne wprowadzone restrykcje sprawiły, że w 2020 r. dynamika rynku była ujemna i wyniosła -4,3%.

Spadek wartości nie był jednak wysoki na tle innych segmentów rynku handlu detalicznego. Wynikało to m.in. z popularyzacji amatorskiego uprawiania sportu w okresie lockdownu i zamknięcia obiektów sportowych, odformalizowania mody (dresy, sneakery), a także wzrostu popularności wyjazdów na łono natury i turystyki kempingowej, jako formy spędzania wolnego czasu.

Zgodnie z prognozami w 2021 r. rynek czeka odbicie, a dynamika będzie rekordowa na przestrzeni ostatnich lat i wyniesie 9,8%, co będzie wynikało z niskiej bazy z 2020 r. Również w 2022 r. wzrost będzie stosunkowo wysoki, a wartość rynku przebiję 13 mld zł.

W kolejnych latach, tempo wzrostu ustabilizuje się na poziomie 4-5%.

Dane szczegółowe przedstawia zamieszczony poniżej wykres.

Wartość (mld zł) i dynamika (%) rynku artykułów sportowych w Polsce, 2017-2026



Wyjaśnienie: sprzęt i akcesoria, odzież sportowa, obuwie sportowe.

s – szacunek

p – prognoza

Źródło: PMR, 2021







Źródło: PMR Handel detaliczny artykułami sportowymi w Polsce 2021 – Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2021-2026

GŁÓWNE KANAŁY DYSTRYBUCJI W POLSCE

- **sieci sklepów sportowych**, takie jak: Decathlon Polska, Go Sport Polska, Martes Sport, SportsDirect (SD), INTERSPORT Polska, czyli sieci sportowe oferujące szeroką gamę artykułów sportowych, posiadające kadre sprzedawców pomocnych w zakresie doboru sprzętu;
- **sklepy monobrandowe**, głównie czołowych marek światowych takich jak: NIKE, ADIDAS, PUMA, REEBOK czyli, oferujące wyłącznie towar jednej, znanej marki; nastawione na grono stałych klientów przywiązanych do tej marki;
- **stoiska sportowe w 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;
- **Internetowe sklepy sportowe**, takie jak: Decathlon Polska, Go Sport Polska, Martes Sport, INTERSPORT Polska, czyli e-commerce sieci sportowych oferujących szeroką gamę artykułów sportowych;
- **Internetowe specjalistyczne sklepy sportowe**, rowerowe, outdoorowe, runningowe, snowboardowe, oferujące bardzo specjalistyczny sprzęt z wybranej dziedziny sportu;
- **Internetowe sklepy monobrandowe**, głównie czołowych marek światowych takich jak: NIKE, ADIDAS, PUMA, REEBOK, NEW BALANCE, SALOMON, NORTH FACE oferujące wyłącznie towar jednej znanej marki.
- **Marketplace, takie jak:** Allegro, Empik, Amazon, Zalando, Morele, posiadające multikategoryjną ofertę sportową wszystkich znanych marek oferowaną przez wielu sprzedawców, często w atrakcyjnych cenach.
- istniejące oraz nowopowstające eCommerce'y (eobuwie, Modivo, sCommerce itp.) oferujące szeroki wybór asortymentu oraz profesjonalny serwis sprzedażowy.

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

KLUCZOWE TRENDY ORAZ CZYNNIKI WZROSTU

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

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

Jednocześnie, że w związku ze zmieniającym się klimatem branża sportowa od kilku lat odnotowuje spadek udziału sportów zimowych w ogólnej sprzedaży, a wzrost kategorii całorocznych takich jak: bike, running, football, sport style, training oraz outdoor. Pandemia spowodowała wzrost popularności kategorii i rowery rolkarstwo. Wiodącymi producentami na rynku nadal pozostają marki: Adidas oraz Nike.

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

12.2 WPŁYW SYTUACJI MAKROEKONOMICZNEJ

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

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

13. PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Biegłym rewidentem dokonującym badania sprawozdań finansowych Spółki jest:

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

Adres: ul. Strzelców 6A/1, 31-422 Kraków

W dniu 30 czerwca 2020 r. Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska podjęła uchwałę dotyczącą wyboru firmy AMZ sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, jako podmiotu mającego pełnić funkcję biegłego rewidenta uprawnionego do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2020 roku do 31 marca 2021 roku oraz do dokonania przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego Spółki i do zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 kwietnia 2021 roku do 31 marca 2022 roku (szczegóły raport bieżący nr 30/2020). W imieniu AMZ Sp. z o.o. działa Barosz Jaszczurowski, Kluczowy Biegły Rewident wpisany na listę biegłych rewidentów pod numerem 13217.

14. STANOWISKA I OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

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

Spółka nie publikowała prognozy finansowej na I półrocze roku obrotowego 2021/2022.

Marek Kaczmarek – Prezes Zarządu _____

OBJAŚNIENIA

Alternatywne Pomiar Mierników ("APM")

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

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

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

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

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

Wskaźnik zadłużenia długoterminowego = 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

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

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

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

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

Rentowność EBIT = Zysk / Strata z działalności operacyjnej/ przychody ze sprzedaży produktów i towarów. Wskaźnik rentowności działalności operacyjnej (EBIT) uwzględnia pozostałą działalność operacyjną w ocenie rentowności sprzedaży (wyższa wartość wskaźnika, oznacza większą operacyjną efektywność funkcjonowania jednostki). Wskaźnik rentowności EBIT jest powszechnie stosowany

do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji. Wskaźnik rentowności EBIT jest standardowym miernikiem stosowanym w analizie finansowej i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

Rentowność netto = $\text{Zysk} / \text{Strata netto} / \text{przychody ze sprzedaży produktów i towarów}$ 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.

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 odnowialności zapasów Spółki dla zrealizowanej sprzedaży. Wskaźnik rotacji zapasów jest powszechnie stosowany do analizy porównawczej przedsiębiorstwa na tle konkurencji i z tego powodu Spółka zdecydowała o jego zastosowaniu podczas prezentacji danych finansowych.

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