

LIST PREZESA DO AKCJONARIUSZY

Szanowni Państwo,

Rok 2016 był dla Spółki okresem przygotowań do znaczących zmian, które zostały zrealizowane w marcu br. – Spółka uzyskała samodzielną licencję marki INTERSPORT oraz przeprowadziła nową emisję akcji Spółki.

Proces przygotowań do powyższych zmian trwał ponad pół roku i niestety odbił się na wynikach Spółki, zwłaszcza w drugiej połowie roku 2016. Brak ciągłości dostaw marek własnych wpłynął na niedostateczny poziom towarów w sklepach, co skutkowało zmniejszeniem przychodów ze sprzedaży oraz spadkiem marży.

Niższe przychody ze sprzedaży w 2016 roku o 4,2% w porównaniu do 2015 roku spowodowane były w głównej mierze zmniejszeniem przychodów ze sprzedaży towarów oznaczonych markami własnymi w ujęciu r/r o 19,6%, tj. o 6.186 tys. zł co odpowiada za około 70% ogólnego spadku sprzedaży.

Głównymi powodami osiągnięcia słabszych wyników finansowych w 2016 roku było uzyskanie mniejszej marży na sprzedaży w ujęciu r/r o 4.548 tys. zł - spadek marży dotyczył głównie towarów oznaczonych markami własnymi o 2.590 tys. r/r. oraz koszty zdarzeń o charakterze jednorazowym, które wyniosły 1.878 tys. zł (na co złożyły się koszty zamknięcia w 2016 roku trzech sklepów - koszty niezamortyzowanej części majątku trwałego, koszty przywrócenia lokali do stanu początkowego, odprawy dla pracowników – oraz rezerwa na planowane zamknięcia sklepów w 2017 roku).

Koszty działalności operacyjnej w 2016 roku wyniosły 83.786 tys. zł i były niższe o 1,1%, tj. o 960 tys. zł w porównaniu do 2015 roku.

W związku z powyższym Spółka podjęła szereg działań mających na celu poprawę jej sytuacji ekonomiczno – finansowej. Wprowadzenie w życie nowego modelu biznesowego poprzez uzyskanie samodzielnego licencji marki INTERSPORT, dającej prawo do zakupu marek własnych INTERSPORT bezpośrednio od ich producentów, zwiększenie kapitałów własnych dzięki nowej emisji akcji, uruchomienie nowej platformy internetowej w II kwartale 2017 roku, zakończenie procesu optymalizacji sklepów – dają mocne argumenty za uzyskaniem poprawy kondycji finansowej Spółki.

Sklepy sieci INTERSPORT Polska S.A. są dobrze zlokalizowane; rocznie odnotowujemy w nich około 12 milionów wizyt klientów; posiadamy w swojej bazie ponad 500 tys. stałych klientów i dysponujemy sprawnym centrum logistycznym oraz wykwalifikowaną kadrą. Wszystkie te elementy w połączeniu z otrzymaniem możliwości realizowania nowego modelu biznesowego dają dużą szansę na wypracowanie dobrych wyników finansowych.

Z poważaniem

Artur Mikołajko
Prezes Zarządu INTERSPORT Polska S.A.