

1. WIZYTÓWKA FIRMY

Nazwa : INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba : 32-060 Liszki, Cholerzyn 382

Przedmiot działalności: handel detaliczny artykułami sportowymi (markowymi produktami sportowymi w specjalistycznych sklepach sportowych o dużej powierzchni, zlokalizowanymi w wybranych, prestiżowych centrach handlowych dużych miast).

2. Struktura akcjonariatu.

Kapitał zakładowy INTERSPORT Polska S.A. wynosi 1.393.333,40 zł i dzieli się na 13.933.334 akcji o wartości nominalnej 10 groszy każda. Łączna liczba akcji uprawnia do oddania 20.600.000 głosów, z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

2.1. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu kwartalnego 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 oraz wskazanie zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji emitenta w okresie od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego.

Akcjonariusz	Liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów na WZA	% udział głosów na WZA
INTERCONTACT Beteiligungsgesellschaft mbH	- 1.666.666 akcji imiennych serii C1 - 1.166.668 akcji na okaziciela serii C2 - 650.000 akcji na okaziciela serii E	25,00%	5 150 000	25,00%
Artur Mikołajko	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 812.500 akcji na okaziciela serii B - 5554 akcji na okaziciela serii D	14,84%	3 318 054	16,11%
Sławomir Gil	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 812.500 akcji na okaziciela serii B - 5554 akcji na okaziciela serii D	14,84%	3 318 054	16,11%
Jolanta Milewska	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 626.580 akcji na okaziciela serii B	13,47%	3 126 580	15,18%
1. Dorota Radwańska 2. Maja Radwańska 3. Kaja Radwańska -jako współwłaścicielki	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 812.500 akcji na okaziciela serii B - 5554 akcji na okaziciela serii D	14,84%	3 318 054	16,11%

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

Na dzień sporządzenia sprawozdania, wg wiedzy Zarządu Spółki, w posiadaniu akcji są następujące osoby zarządzające lub nadzorujące:

Osoba Zarządzająca / Nadzorująca	Funkcja	Ilość akcji na dzień przekazania raportu za I kw. (12.05.2011)	Zmiany w strukturze własności	Ilość akcji na dzień przekazania raportu za I półrocze 2011 (31.08.2011)
Artur Mikołajko	Prezes Zarządu	2 068 054	bez zmian	2 068 054 tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Sławomir Gil	Wiceprezes Zarządu	2 068 054	bez zmian	2 068 054 tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Jolanta Milewska	Członek Rady Nadzorczej - do dnia 28.03.2011 roku.	1 876 580	bez zmian	1 876 580 tj. 13,47% w kapitale zakładowym
Dorota Radwańska (jako współwłaścicielka z Kają i Mają Radwańską)	Członek Rady Nadzorczej	2 068 054	bez zmian	2 068 054 akcji (jako współwłaściciel) tj. 14,84% w kapitale zakładowym

Wg informacji posiadanych przez Zarząd, pozostałe osoby nadzorujące nie posiadały akcji INTERSPORT Polska S.A. W I półroczu 2011 roku Spółka nie zawierała umów, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

3. Osoby nadzorujące i zarządzające w Spółce.

W I półroczu 2011 roku nie zostały zawarte umowy między Spółką INTERSPORT Polska S.A. a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.

3.1. Zarząd INTERSPORT Polska S.A.

Liczbę członków oraz czas trwania kadencji Zarządu INTERSPORT Polska S.A. określa Statut Spółki, zaś zakres działania i organizację pracy określa Regulamin Zarządu. W okresie od 04.01.2011 r. do 16.03.2011 r. członek Rady Nadzorczej Artur Olender został oddelegowany do czasowego wykonywania czynności członka Zarządu.

Obecnie w skład Zarządu INTERSPORT Polska S.A. wchodzi:

- Prezes Zarządu: Artur Mikołajko
- Wiceprezes Zarządu: Sławomir Gil

Kadencja ww. członków Zarządu upływa w 2014 roku.

3.2. Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A.

Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A. działa na podstawie przepisów Kodeksu Spółek Handlowych i Statutu Spółki. W dniu 28 marca 2011 roku z pracy w Radzie Nadzorczej zrezygnowała p. Jolanta Milewska. Obecny skład organu nadzorującego Spółki przedstawia się następująco:

- Artur Olender
- Beata Mikołajko
- Dorota Radwańska
- Klaus Jost
- Łukasz Gil
- Piotr Dygas

W Radzie Nadzorczej Spółki działają: Komisja ds. Wynagrodzeń oraz Komisja ds. Audytu.

3.3. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści wypłaconych lub należnych dla osób zarządzających i nadzorujących Spółkę.

Wartość wynagrodzeń dla każdej osoby zarządzającej i nadzorującej Spółkę INTERSPORT Polska S.A. jest opisana w tabeli poniżej:

Wynagrodzenie Członków Zarządu i Rady Nadzorczej	01.01.2011-30.06.2011 (dane w tys. zł)
1. Wynagrodzenie Zarządu:	435
- Sławomir Gil	203
- Artur Mikołajko	207
- Artur Olender	25
2. Wynagrodzenie Rady Nadzorczej:	75
- Łukasz Gil	12
- Beata Mikołajko	12
- Jolanta Milewska	6
- Klaus Jost	12
- Artur Olender	9
- Dorota Radwańska	12
- Piotr Dygas	12
Razem	510

4. Opis istotnych ryzyk i zagrożeń w działalności Spółki.

W opinii Zarządu INTERSPORT Polska S.A. najistotniejszymi czynnikami ryzyka i zagrożeń w perspektywie drugiego półrocza 2011 roku są:

4.1 Czynniki zewnętrzne

4.1.1 Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce

Poziom przychodów INTERSPORT Polska S.A. 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.

4.1.2 Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych

Wyniki finansowe INTERSPORT Polska S.A. mogą się zmieniać pod wpływem wahań kursu euro do złotego, z uwagi na:

- (1) powiązanie płatności z tytułu umów najmu lokali sklepowych z kursem euro: płatności stanowią równowartość w złotych kwoty umownej wyrażonej w euro, co oznacza, że osłabienie kursu złotego względem euro może zwiększyć poziom kosztów Spółki z tytułu usług obcych,
- (2) powiązanie poziomu cen importowanych towarów markowych przez dystrybutorów od kursu euro. Osłabienie kursu złotego wobec euro może oznaczać wyższe koszty zakupu towarów co może przełożyć się na podniesienie cen detalicznych części oferty INTERSPORT. Może to być przyczyną spadku zainteresowania na wybrane towary, a przez to wpłynąć w przyszłości na wyniki finansowe Spółki.
- (3) rozliczanie z kontrahentami zagranicznymi dostaw towarów w euro. Transakcje takie stanowiły w I połowie 2011 roku około 15 % wartości wszystkich zakupów Spółki.

4.1.3 Ryzyko aury (pogodowe)

Branża sportowa charakteryzuje się dużą sezonowością sprzedaży, na którą wpływ ma m.in. kształtowanie się pogody w poszczególnych sezonach 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) spowodują czasowy spadek popytu na sezonowe artykuły i odzież sportową, co przełoży się na poziom przychodów Spółki.

4.2 Czynniki wewnętrzne

4.2.1 Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu

INTERSPORT Polska S.A. współpracuje z około 190 dostawcami różnego rodzaju sprzętu i odzieży sportowej. Specyfiką branży jest zamawianie sezonowych kolekcji asortymentu ze znacznym wyprzedzeniem, w zależności od grupy towarów, sięgającym 6 – 9 miesięcy. Istnieje ryzyko, że jedna lub kilka zamówionych kolekcji zostanie dostarczona Spółce z opóźnieniem, lub nie zostanie dostarczona wcale, co powodowałoby powstanie luki

w asortymencie proponowanym klientom, a w konsekwencji utratę części planowanych przychodów ze sprzedaży.

Spółka ogranicza powyższe ryzyko, konstruując ofertę na bazie kilku konkurencyjnych marek (różnych dostawców) dla głównych grup towarów sezonowych. Taka polityka umożliwia zaoferowanie klientowi szerokiego wyboru nawet w przypadku ewentualnego opóźnienia czy braku jednej lub kilku dostaw.

4.2.2 Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki

Źródła finansowania działalności INTERSPORT Polska S.A., oprócz środków własnych, stanowią przede wszystkim, co typowe dla przedsiębiorstwa handlowego, zobowiązania krótkoterminowe z tytułu dostaw i usług oraz zobowiązania długoterminowe dotyczące wyposażenia sklepów i bazy logistycznej. W ocenie Zarządu, przy założeniu kontynuowania współpracy z dostawcami, dywersyfikacji umów z bankami na dzisiejszych warunkach, zagrożenie co do nieterminowego wywiązywania się przez Spółkę z zaciągniętych zobowiązań handlowych i kredytowych jest znikome.

5. Omówienie wyników finansowych za I półrocze 2011 roku.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w I półroczu 2011 roku odnotowała **mniej** przychody ze sprzedaży towarów i usług o **18,3 %** w porównaniu do analogicznego okresu zeszłego roku, osiągając przychód w wysokości 98.089 tys. zł, wobec 120.077 tys. zł w 2010 roku. W I półroczu 2011 roku strata brutto wyniosła 1.135 tys. zł wobec zysku w wysokości 1.108 tys. zł w I półroczu 2010 roku.

Poniżej przedstawiamy wybrane dane finansowe Spółki za I półrocze 2011 i 2010 roku.

WYBRANE DANE FINANSOWE	Stan na 31.12.2010	I półrocze 2010	I półrocze 2011
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	232 408	120 077	98 089
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	4 150	2 212	- 100
III. Zysk (strata) brutto	1 553	1 108	- 1 135
IV. Zysk (strata) netto	1 053	844	- 1 135
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	18 187	7 233	-2 344
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 597	-1 765	-2 891
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-14 646	-5 520	5 636
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-56	-52	401
IX. Aktywa razem	155 564	151 667	146 962
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	112 951	109 263	105 484
XI. Zobowiązania długoterminowe	8 680	17 146	22 638
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	94 861	82 507	73 641
XIII. Kapitał własny	42 613	42 404	41 478
XIV. Kapitał zakładowy	1 393	1 393	1 393

XV. Liczba akcji (w szt.)	13 933 334	13 933 334	13 933 334
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w PLN/EUR)	0,08	0,06	0
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w PLN/EUR)	0,08	0,06	0
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję/udział (w PLN/EUR)	3,06	3,04	2,98
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w PLN/EUR)	3,06	3,04	2,98
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł/EUR)	0	0	0

5.1. Bilans

Wartość sumy bilansowej na dzień 30 czerwca 2011 roku wyniosła 146.962 tys. zł i w porównaniu do analogicznego okresu 2010 roku oznacza to spadek o 3,1% (151.677. tys. zł).

Aktywa

Spadek wartości aktywów Spółki w porównaniu do 2010 roku jest głównie efektem:

- otwarcia automatycznego magazynu centralnego, co pozwoliło na poprawę koordynacji działań w systemie zamówień oraz szybszą wymianę asortymentu w sklepach. Przełożyło się to na zmniejszenie poziomu zapasów o 6.746 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku.
- zmniejszenia poziomu rzeczowych aktywów trwałych o 2.351. tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku wynikającego z odpisów umorzeniowych aktywów trwałych oraz 1 nową inwestycją w I półroczu 2011.
- wzrostu krótkoterminowych rozliczeń międzyokresowych wynikających z faktu tworzenia przez Spółkę rezerw na przyszłe przychody i koszty.

Poniżej przedstawiamy strukturę aktywów na dzień 30.06.2011 roku oraz 30.06.2010 roku.

Struktura aktywów	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	Rok 2010 od 01.01.2010 do 30.06.2010	
Aktywa trwałe	87 851	90 592	-3,0%
Wartości niematerialne i prawne	4 035	4 209	-4,1%
Rzeczowe aktywa trwałe	82 559	84 910	-2,8%
Inwestycje długoterminowe	611	611	
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	646	862	-25,1%
Aktywa obrotowe	59 111	61 075	-3,2%
Zapasy	51 303	58 049	-11,6%
Należności krótkoterminowe	3 805	1 773	114,6%
Inwestycje krótkoterminowe	1 607	1 210	32,8%
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 396	43	5501,2%
Aktywa razem	146 962	151 667	-3,1%

Pasywa

Zmniejszenie wartości pasywów Spółki w porównaniu do 2010 roku jest głównie efektem zmniejszenia poziomu zobowiązań krótkoterminowych o 8.866. tys. zł w porównaniu

do analogicznego okresu ubiegłego roku. Zmniejszony poziom zobowiązań krótkoterminowych w pozycji kredyty i pożyczki, a zarazem wzrost tej pozycji po stronie zobowiązań długoterminowych jest efektem przeprowadzonej przez Spółkę restrukturyzacji zewnętrznych źródeł finansowania w zakresie ich kwoty oraz tenoru. Zmniejszony poziom rozliczeń międzyokresowych o 410 tys. zł wynika z otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową, która jest rozliczana w okresie eksploatacji hali.

Poniżej przedstawiamy strukturę pasywów na dzień 30.06.2011 roku oraz 30.06.2010 roku.

Struktura pasywów	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	Rok 2010 od 01.01.2010 do 30.06.2010	
Kapitał własny	41 478	42 404	-2,2%
Rezerwy na zobowiązania	809	804	0,6%
Zobowiązania długoterminowe	22 638	17 146	32,0%
Kredyty i pożyczki	22 467	16 939	32,6%
Inne zobowiązania finansowe	171	207	-17,4%
Zobowiązania krótkoterminowe	73 641	82 507	-10,7%
Kredyty i pożyczki	15 871	21 993	-27,8%
Z tytułu dostaw i usług	53 441	55 760	-4,2%
Z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń i innych	2 750	3 143	-12,5%
Z tytułu wynagrodzeń	1 088	1 097	-0,8%
Pozostałe	399	419	-4,7%
Fundusze specjalne	92	95	-3,2%
Rozliczenia międzyokresowe	8 396	8 806	-4,7%
Pasywa razem	146 962	151 667	-3,1%

5.2 Rachunek zysków i strat

Poniżej przedstawiamy uproszczony rachunek zysków i strat za I półrocze 2011 roku oraz I półrocze 2010 roku.

Rachunek zysków i strat	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	Rok 2010 od 01.01.2010 do 30.06.2010	
Przychody netto ogółem	98 089	120 077	-18,3%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	55 621	78 888	-29,5%
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	42 468	41 189	3,1%
Koszty sprzedaży	38 774	35 667	8,7%
Koszty ogólnego Zarządu	3 726	3 484	6,9%
Zysk (strata) ze sprzedaży	-32	2 038	-101,6%
Pozostałe przychody operacyjne	514	499	3,0%
Pozostałe koszty operacyjne	582	325	79,1%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-100	2 212	-104,5%
Przychody finansowe	230	146	57,5%
Koszty finansowe	1 265	1 250	1,2%
Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-1 135	1 108	-202,4%
Zysk (strata) brutto	-1 135	1 108	-202,4%
Zysk (strata) netto	-1 135	844	-234,5%

5.2.1 Przychody.

Przychody ze sprzedaży towarów i usług w I półroczu 2011 roku były mniejsze o 18,3% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.

Miesięczne przychody ze sprzedaży przedstawiały się następująco:

Miesiąc	I	II	III	IV	V	VI
2011	20 894	17 945	14 177	15 017	14 637	15 333
zm. % 11/10	-39,7%	-33,2%	-9,5%	+18,3%	+7,0%	-6,8%

5.2.2. Koszty.

Poniżej przedstawiamy poniesione koszty w I półroczu 2011 roku oraz I półroczu 2010 roku.

Koszty według rodzaju	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	Rok 2010 od 01.01.2010 do 30.06.2010	
Amortyzacja	3 401	3 568	-4,7%
Zużycie materiałów i energii	2 780	2 382	16,7%
Usługi obce	20 553	17 757	15,7%
Podatki i opłaty	1 949	2 119	-8,0%
Wynagrodzenia	9 553	9 506	0,5%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	1 657	1 701	-2,6%
Pozostałe koszty rodzajowe	2 607	2 118	23,1%
Koszty razem	42 500	39 151	8,6%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	55 621	78 888	-29,5%

Suma kosztów za I półrocze 2011 roku jest wyższa o 3.349 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu 2010 roku. Wzrost kosztów związany jest z obsługą większej ilości sklepów aniżeli w roku ubiegłym oraz indeksacją niektórych pozycji po stronie kosztów.

5.2.3. Podstawowe dane finansowe.

Poniżej przedstawiamy dane dotyczące wyników Spółki w I półroczu 2011 roku oraz I półroczu 2010 roku.

Podstawowe dane finansowe	W tys. PLN		zmiana
	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	Rok 2010 od 01.01.2010 do 30.06.2010	
Przychody ze sprzedaży ogółem	98 089	120 077	-18,3%
Wynik brutto na sprzedaży	42 468	41 189	3,1%
Marża brutto na sprzedaży	43,30%	34,30%	
Wynik ze sprzedaży	-32	2 038	
Marża na sprzedaży		1,7%	
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	-100	2 212	
Marża EBIT		1,8%	
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	3 301	5 780	-42,9%

Marża EBITDA	3,40%	4,80%	
Wynik brutto	-1 135	1 108	-202,4%
Wynik netto	-1 135	844	-234,5%

W I półroczu 2011 roku Spółka zanotowała stratę brutto na poziomie 1.135 tys. zł przy zysku brutto na poziomie 1.108 tys. zł w analogicznym okresie 2010 roku.

- Z uwagi na zbyt ciepłą zimę, Spółka w I kwartale 2011 roku odnotowała niższe o 31% przychody ze sprzedaży towarów i usług w porównaniu do analogicznego okresu 2010 roku. Spadek zainteresowania klientów asortymentem zimowym w miesiącach styczeń-luty 2011 był spowodowany nadspodziewanie wysokimi temperaturami o tej porze roku. Słaba koniunktura oraz nietypowe warunki pogodowe, które niesprzyjały nastrojom konsumenckim, wpłynęły na spadek ilości klientów odwiedzających salony. Znalazło to odzwierciedlenie w mniejszych obrotach i słabszych wynikach finansowych osiągniętych przez Spółkę. Taka sytuacja wystąpiła w całym sektorze handlu artykułami sportowymi w Europie.
- W II kwartale 2011 roku Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży wyższe o 4,8% w odniesieniu do analogicznego okresu 2010 roku. Wzrost ten jednak był niższy od oczekiwań Zarządu i w perspektywie całego półrocza nie wpłynął znacząco na poprawę wyników Spółki.

5.3. Przepływy finansowe.

Poniżej przedstawiamy dane dotyczące przepływów finansowych Spółki w I półroczu 2011 r. oraz I półroczu 2010 r.

Wyszczególnienie	W tys. PLN	
	Rok 2011 od 01.01.2011 do 30.06.2011	Rok 2010 od 01.01.2010 do 30.06.2010
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	-2 344	7 233
Zysk (strata) netto	-1 135	844
Amortyzacja	3 401	3 568
Zmiana stanu rezerw	0	-39
Zmiana stanu zapasów	11 434	23 900
Zmiana stanu należności	-1 124	3 509
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-13 683	-26 199
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	-2 289	452
Inne	0	0
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-2 891	-1 765
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	5 636	-5 520
Przepływy pieniężne razem	401	-52

W I półroczu 2011 roku Spółka wygenerowała:

- Ujemne przepływy z działalności inwestycyjnej w kwocie 2 891 tys. zł co spowodowane jest rozwojem sieci sklepów.

- Dodatnie przepływy z działalności finansowej w kwocie 5 636 tys. zł co spowodowane jest restrukturyzacją sposobu finansowania Spółki.

6. Zarządzanie finansami w I półroczu 2011 roku.

W prezentowanym okresie sprawozdawczym sytuacja finansowa Spółki była stabilna. Spółka przewiduje, iż zrealizowane inwestycje w nowe sklepy w najbliższej przyszłości powinny przynieść wymierne korzyści finansowe. Spółka otworzyła w kwietniu 2011 roku jeden nowy sklep o powierzchni 758 m² (salon w Galerii Słonecznej w Radomiu).

W I półroczu 2011 roku kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. spadł o 2,66% w stosunku do 2010 roku. Zgodnie z uchwałą podjętą w dniu 15.06.2011 roku przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, wypracowany w 2010 roku zysk netto został przeniesiony na kapitał zapasowy.

6.1 Zaciągnięte przez Spółkę kredyty i pożyczki.

Na dzień 30 czerwca 2011 roku stan zobowiązań długoterminowych zwiększył się o 32,6% w stosunku do I połowy 2010 roku - wzrost wynikał głównie ze zwiększenia pozycji kredytów i pożyczek poprzez:

- zaciągnięcie kredytu reinwestycyjnego na budowę bazy logistyczno-magazynowej przy jednoczesnej spłacie dotychczasowego kredytu inwestycyjnego finansującego ww. cel;
- pozyskanie kredytu inwestycyjnego na refinansowanie oraz finansowanie nakładów poniesionych w związku z otwarciem nowych sklepów zlokalizowanych w Zakopanem i Radomiu;
- zmianę finansowania krótkoterminowego na średnioterminowe w zakresie kredytu w rachunku bieżącym.

Stan zobowiązań krótkoterminowych na dzień 30.06.2011 r. wyniósł 73.641 tys. zł i zmniejszył się o 10,7% w stosunku do I połowy 2010 r. Główną pozycję w tym obszarze stanowią zobowiązania wobec dostawców oraz zobowiązania z tytułu kredytów. Wielkość tej zmiany wynika głównie z:

- 1) lepszego zarządzania zapasami co przekłada się na mniejszy poziom zobowiązań wobec dostawców;
- 2) przeprowadzonej restrukturyzacji kredytów inwestycyjnych i obrotowych w zakresie ich wielkości i tenoru.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 30.06.2011 r. wraz z terminami ich wymagalności zamieszczone są w tabelach poniżej:

ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Siedziba	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy (w tys. zł PLN)	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty (w tys. zł PLN)	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
Raiffeisen Bank Polska SA	Warszawa	8 169,00	5 132,00	2018-05-30	Hipoteka zwykła i kaucyjna na nieruchomości, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny
BANK DNB NORD POLSKA SA	Warszawa	12 000,00	10 800,00	2021-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych	Kredyt inwestycyjny
Bank PeKaO SA	Warszawa	1 752,24	1 086,00	2014-05-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel In blanco, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny
BANK DNB NORD POLSKA SA	Warszawa	6 000,00	5 449,00	2018-05-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych oraz zapasach	Kredyt w rachunku bieżącym

ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Siedziba	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy (w tys. zł PLN)	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty (w tys. zł PLN)	Termin spłaty	Zabezpieczenia	Inne
Bank PeKaO SA	Warszawa	14 480,00	805,00	2011-08-31	Zastaw rejestrowy na zapasach, środkach trwałych, weksel in blanco, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny

Raiffeisen Bank Polska SA	Warszawa	8 169,00	868,00	2018-05-30	Hipoteka zwykła i kaucyjna na nieruchomości, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny
Bank Handlowy	Warszawa	4 000,00	3 386,00	2011-10-20	Zastaw rejestrowy na zapasach	Kredyt w rachunku bieżącym
Raiffeisen Bank Polska SA	Warszawa	11 000,00	4 472,00	2011-09-30	Hipoteka kaucyjna na nieruchomości, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Linia celowa wielowalutowa
Bank PeKaO SA	Warszawa	5 800,00	4 525,00	2012-06-15	Przewłaszczenie towarów handlowych oraz weksle własne in blanco, zastwa rejestrowy na zapasach	Kredyt w rachunku bieżącym
BANK DNB NORD POLSKA SA	Warszawa	12 000,00	1 200,00	2021-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości; zastaw rejestrowy na środkach trwałych	Kredyt inwestycyjny
Bank PeKaO SA	Warszawa	1 752,24	615,00	2014-05-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel In blanco, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy	Kredyt inwestycyjny

W pierwszym półroczu 2011 roku banki współpracujące z INTERSPORT Polska S.A. udzielały gwarancji bankowych dotyczących kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na 30 czerwca 2011 r. gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 1 221 tys. zł i 1 751 tys. euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

6.2 Ocena zarządzania zasobami finansowymi.

W prezentowanym okresie sprawozdawczym sytuacja finansowa Spółki była stabilna.

6.3 Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych.

Zarząd INTERSPORT Polska S.A. stoi na stanowisku, iż Spółka w obecnej sytuacji nie ma większych problemów z wywiązywaniem się z zaciągniętych zobowiązań, które są realizowane. Wypracowywane wpływy i podpisane umowy kredytowe zabezpieczają całkowicie możliwość realizacji podejmowanych zobowiązań.

7. Prognoza finansowa na rok 2011.

7.1 Stanowisko Zarządu w sprawie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz finansowych w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie.

Zarząd INTERSPORT Polska S.A. opublikował w raporcie bieżącym nr 14 z dnia 21 marca br. prognozę finansową na rok 2011, która została sporządzona po oszacowaniu i uwzględnieniu słabych przychodów ze sprzedaży realizowanych przez Spółkę w okresie od 1 stycznia do 20 marca 2011 roku.

	Prognoza (RB 14/2011 z dn.21.03.2011)	Korekta (RB 29/2011 z dn. 20.07.2011)	Zmiana %
Przychód netto ze sprzedaży	222.000.000,00 zł	215.000.000,00 zł	- 3,15%
Zysk brutto	1.600.000,00 zł – 3.000.000,00 zł	600.000,00 PLN – 2.000.000,00 zł	- 62,5% dół - 33,3% góra
EBITDA	11.300.000,00 PLN	10.300.000,00 PLN	- 8,85%

W II kwartale br., pomimo odnotowanego wzrostu przychodów ze sprzedaży o 4,8% w stosunku do II kwartału 2010 roku, Spółka nie zrealizowała planów założonych na ten okres (RB 28/2011). W związku z powyższym, Zarząd w dniu 20 lipca br. podjął decyzję o skorygowaniu prognozy na 2011 rok (RB 29/2011).

Jednocześnie Zarząd Spółki podtrzymuje swoje stanowisko, iż najważniejszym okresem sprzedażowym wpływającym na wypracowanie prognozowanych wyników są dni od 10 – 30 grudnia każdego roku. Okres ten generuje największe w skali roku obroty przy jednoczesnym utrzymaniu wysokiej marży, dlatego też analiza stopnia realizacji prognozy będzie możliwa dopiero pod koniec grudnia.

8. Opis organizacji Spółki oraz jej otoczenia branżowego.

INTERSPORT Polska S.A. działa na rozwijającym się rynku handlu detalicznego artykułami sportowymi. Spółka jest liderem wśród sieci sklepów sportowych w Polsce, posiadającym obecnie 30 salonów zlokalizowanych w 18 największych miastach Polski: czterech w Warszawie i Poznaniu, trzech w Krakowie i Wrocławiu, dwóch w Gdańsku i Łodzi oraz po jednym salonie w Bielsku-Białej, Białymstoku, Bytomiu, Bydgoszczy, Częstochowie, Gdyni, Katowicach, Sosnowcu, Płocku, Radomiu, Opolu i Zakopanem. Łączna powierzchnia salonów wynosi około 31 tys. m²

8.1 GRUPA INTERSPORT na świecie.

Grupa INTERSPORT jest największą na świecie organizacją zajmującą się detaliczną sprzedażą artykułów sportowych. W 39 krajach znajduje się ponad 5320 sklepów z tym znakiem, których łączne roczne przychody przekraczają 10 mld euro. Ponad 80% przychodów Grupy INTERSPORT generowanych jest na rynku europejskim (uwzględniając Rosję), co przekłada się na około 19% udział w tym rynku.

Grupa INTERSPORT zrzesza podmioty: **(1)** prowadzące samodzielną działalność gospodarczą, **(2)** przy wykorzystaniu znaku towarowego INTERSPORT i marek własnych INTERSPORT, **(3)** dokonujące wspólnych zakupów i **(4)** korzystające ze wspólnego modelu działalności gospodarczej, ujętego w formie ujednoliconych międzynarodowo standardów.

8.2 Nawiązanie przez Spółkę strategicznych powiązań z Grupą INTERSPORT.

Od jesieni 2005 roku Spółka po podpisaniu umów licencyjnych i inwestycyjnych z INTERSPORT Deutschland eG (IDE), działającej w imieniu właściciela tych znaków, tj. INTERSPORT International Corporation (IIC), stała się wyłącznym w Polsce partnerem biznesowym Grupy INTERSPORT. W konsekwencji nawiązania tej współpracy, od sierpnia 2006 roku Spółka jest członkiem spółdzielni prawa niemieckiego INTERSPORT Deutschland eG (IDE).

8.3 Opis prowadzonej działalności.

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki INTERSPORT Polska S.A. jest handel detaliczny artykułami sportowymi w specjalistycznych sklepach sportowych o powierzchni około 1000 m², zlokalizowanych w prestiżowych centrach handlowych dużych miast Polski.

W okresie sprawozdawczym podstawowe zasady zarządzania Spółką nie uległy zmianie.

Spółka promuje aktywny tryb życia organizując masowe imprezy sportowe dla swoich klientów. W ostatnim okresie INTERSPORT Polska S.A. kładzie nacisk na popularyzację w Polsce popularnych dyscyplin sportu (bieganie i piłka nożna). Podobnie jak w latach ubiegłych, Spółka w I półroczu 2011 roku zorganizowała dwie masowe imprezy dla biegaczy pod nazwą: **CRACOVIA INTERRUN** oraz finał cyklu rozgrywek piłkarskich dla dzieci w wieku 7-15 lat pod nazwą **INTERSOCCER**.

INTERSPORT Polska S.A. w swoich salonach prowadzi również szereg działań uzupełniających:

- Stali klienci Spółki uczestniczą w **programie „INTERSPORT dla Aktywnych”**, który oparty jest na systemie bonów rabatowych generowanych podczas zakupów. Dodatkowo karta stałego klienta upoważnia do udziału w specjalnych promocjach sprzedażowych.

- W wybranych placówkach działa **INTERSPORT RENT** - system wypożyczenia topowych modeli nart i rakiet tenisowych. Klient ma obecnie możliwość przed zakupem przetestowania najnowszej kolekcji sprzętu zimowego i tenisowego.
- Z myślą o dzieciach Spółka uruchomiła **SYSTEM WYMIANY NART DZIECIĘCYCH – INTERSPORT TECNO Pro**, który umożliwia rodzicom co roku (w okresie czterech lat) wymianę nart na nowe, za niewielką dopłatą. Oferta dotyczy nart dziecięcych o długości 70-110 cm. Kiedy dziecko wyrośnie z nart 110 cm Spółka udziela 10 proc. rabatu na zakup nowych, dłuższych nart.
- Spółka prowadzi również sprzedaż internetową pod adresem www.esklep.com.pl, co jest szczególnie ważne dla klientów z regionów, gdzie nie ma jeszcze salonów INTERSPORT.
- W celu usprawnienia systemu komunikacyjnego z klientem, Spółka posiada **INFOLINIĘ 801-500-502**, która ma pomóc m.in. w uzyskaniu szybkiej i fachowej informacji na temat usług, dostępności asortymentu w poszczególnych salonach oraz statusie rozpatrzenia reklamacji.

8.4 Liczba placówek (stan na dzień 30.06.2011 roku).

MAGAZYN CENTRALNY	Choleryn	gm. Liszki k/Krakowa	Choleryn 382	2500 m ²
SALONY SPRZEDAŻY				
1	Kraków	CH Zakopanka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW	1.228 m ²
2	Bytom	CH Plejada	ul. Dolnośląska 25, 41-923 BYTOM	462 m ²
3	Sosnowiec	CH Plejada	ul. Staszica 8 b, 41-219 SOSNOWIEC	510 m ²
4	Kraków	CHR Plaza	al. Pokoju 44, 31-564 KRAKÓW	955 m ²
5	Wrocław	CH Borek	al. Gen. Hallera 52, 50-984 WROCŁAW	1.282 m ²
6	Bielsko-Biała	CHR Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA	916 m ²
7	Warszawa	Arkadia	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA	1.546 m ²
8	Poznań	CH M1	ul. Szwajcarska 14, POZNAŃ	636 m ²
9	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE	1033 m ²
10	Łódź	CH Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ	900 m ²
11	Gdańsk	CH Madison	ul. Rajska 10, 80-850 Gdańsk	450 m ²
12	Kraków	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5, 31-154 KRAKÓW	869 m ²
13	Warszawa	Złote Tarasy	ul. Złota 59, 00-819 WARSZAWA	1077 m ²
14	Poznań	Stary Browar	ul. Półwiejska 32, 61-888 POZNAŃ	1130 m ²
15	Wrocław	Pasaż Grunwaldzki	pl. Grunwaldzki 22, 50-363 WROCŁAW	1071 m ²
16	Warszawa	Sadyba Best Mall	ul. Powsińska 31, 02-903 WARSZAWA	802 m ²
17	Gdańsk	Galeria Bałtycka	al. Grunwaldzka 141, 80-264 Gdańsk	1022 m ²

18	Wrocław	Magnolia Park	ul. Legnicka 58, 54 - 203 Wrocław	1147 m ²
19	Warszawa	Ursynów	ul. Sójki 37, 02-812 Warszawa	908 m ²
20	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 Poznań	1062 m ²
21	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 Bydgoszcz	1024 m ²
22	Łódź	przy CH Alma	ul. Kilińskiego 122, 90-013 Łódź	2154 m ²
23	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 Białystok	886 m ²
24	Poznań	CH King Cross Marcelin	ul. Bukowska 156, 60-198 Poznań	2526 m ²
25	Gdynia	CH Wzgórze	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 Gdynia	2592 m ²
26	Opole	GH Solaris	pl. Kopernika 16, 45-040 Opole	740 m ²
27	Częstochowa	Galeria Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 Częstochowa	1165 m ²
28	Płock	Galeria Wisła	ul. Wyszogrodzka 144, 09-410 Płock	665 m ²
29	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 Zakopane	727 m ²
30	Radom	Galeria Słoneczna	ul. Chrobrego 1, 26-600 Radom	758 m ²

8.4 Stan i struktura zatrudnienia.

Na dzień 30.06.2011 r. w INTERSPORT Polska S.A. było zatrudnionych 488 pracowników na podstawie umów o pracę. Ponadto, Spółka prowadzi stałą współpracę z 60 osobami prowadzącymi wyspecjalizowaną działalność gospodarczą. Osoby te wykonują dla Spółki zakontraktowane czynności (outsourcing) w ramach zawartych umów. W strukturze wiekowej pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę dominują osoby w wieku od 26 do 35 roku życia (do 25 lat – 27,57% 26-35 lat – 59,89% 36-45 – 10,49%; 46-50 lat – 1,23%; ponad 50 lat – 0,82%). W stosunku do 30.06.2010 roku nastąpił spadek zatrudnienia o 5,14% (zatrudnienie ogółem na dzień 30.06.2010 roku wynosiło 511 osób).

Od początku 2011 roku Spółka zatrudniła 56 osób (zostały zwolnione 74 osoby). Wskaźnik rotacji zatrudnienia w I półroczu 2011 roku wyniósł 0,25.

8.6 Koncepcja modelowego salonu sportowego INTERSPORT gwarantuje spójność wizerunkową powierzchni sprzedaży w każdym mieście.

INTERSPORT Polska S.A. na bazie dwudziestodwuletniego doświadczenia Zarządu Spółki oraz w oparciu o kilkudziesięcioletnie doświadczenie grupy INTERSPORT wypracowała koncepcję wzorcowego sklepu INTERSPORT w Polsce.

Lokalizacja – największe centra handlowe w wiodących miastach Polski

Powierzchnia sklepu – ok. 1.000 m², co pozwala na pełne zaprezentowanie szerokiego i głębokiego asortymentu markowych artykułów i odzieży sportowej.

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

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

Asortyment – około 85% całej oferty tworzą najlepsze marki wiodących producentów sportowych, dobrze rozpoznawane przez klientów. Ich uzupełnieniem, na poziomie średniej półki cenowej, są stopniowo wprowadzane marki własne INTERSPORT, które stanowić będą do max. 25% całego asortymentu oferowanego w salonach. Taka polityka towarowa wyróżnia sklepy INTERSPORT na tle konkurencji. Spółka oferuje pełną gamę towarów dla około 40 dyscyplin sportu, proponując klientowi wybór co najmniej trzech różnych producentów, na kilku poziomach cenowych. W salonach można nabyć towary specjalistyczne i ogólnie sportowe.

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

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

Serwis rowerowy, tenisowy, rolkowy, łyżwowy – w każdym sklepie w sezonie letnim 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, a w sezonie zimowym uruchamiany jest 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 bramki elektroniczne wraz z klipsami, specjalne szafki dla klientów na torby i plecaki, podłączenie alarmowe.

Kontrola wewnętrzna – w celu usprawnienia funkcjonowania sklepów, wdrożone są rozbudowane instrukcje działania dla pracowników i sprzedawców. Kontrolę nad prawidłowym funkcjonowaniem sklepów sprawują poszczególne działy w centrali zgodnie z wyznaczonymi zadaniami.

System monitoringu przepływu klientów w sklepach – sklepy są wyposażone w profesjonalne liczniki przy bramkach wejściowych rejestrujące odwiedzających je Klientów.

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

8.7 Polityka asortymentowa INTERSPORT.

Spółka współpracuje z około 190 dostawcami. Największym z nich, generującym 15% udziału we wszystkich zakupach, jest INTERSPORT Deutschland eG z siedzibą w Heilbronn. Pozostałymi ważnymi dla Spółki kontrahentami generującymi od 5 do 10% udziału w całości zakupów są firmy: Nike Poland sp. z o.o.(Nike), Adidas Poland sp. z o.o. (Adidas, Reebok) oraz Amer Sports Sp. z o.o. (Salomon).

INTERSPORT Deutschland eG jest stroną zawartej przez Spółkę w dniu 24 października 2005 roku umowy sublicencyjnej dotyczącej objęcia przez Spółkę znaków i praw do chronionych znaków towarowych INTERSPORT. Umowa została szczegółowo opisana w prospekcie emisyjnym INTERSPORT Polska S.A.

Okolo 70% całorocznych zakupów realizowane jest w systemie zamówień przedsezonowych, składanych z półrocznym wyprzedzeniem. Kolejne 30% dostaw to artykuły zamawiane na bieżąco w ciągu roku, będące uzupełnieniem brakującego asortymentu.

Dzięki silnej pozycji na rynku artykułów sportowych w Polsce, 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. Spółka uzupełnia ofertę asortymentową dla klienta, o marki własne oraz oferty specjalne INTERSPORT, czyli modele wiodących producentów zaprojektowane na specjalne zamówienie i dostępne wyłącznie w sklepach Grupy INTERSPORT. Polityka asortymentowa Spółki zakłada, że marki własne INTERSPORT stanowić będą do max. 25% całego asortymentu oferowanego w salonach.

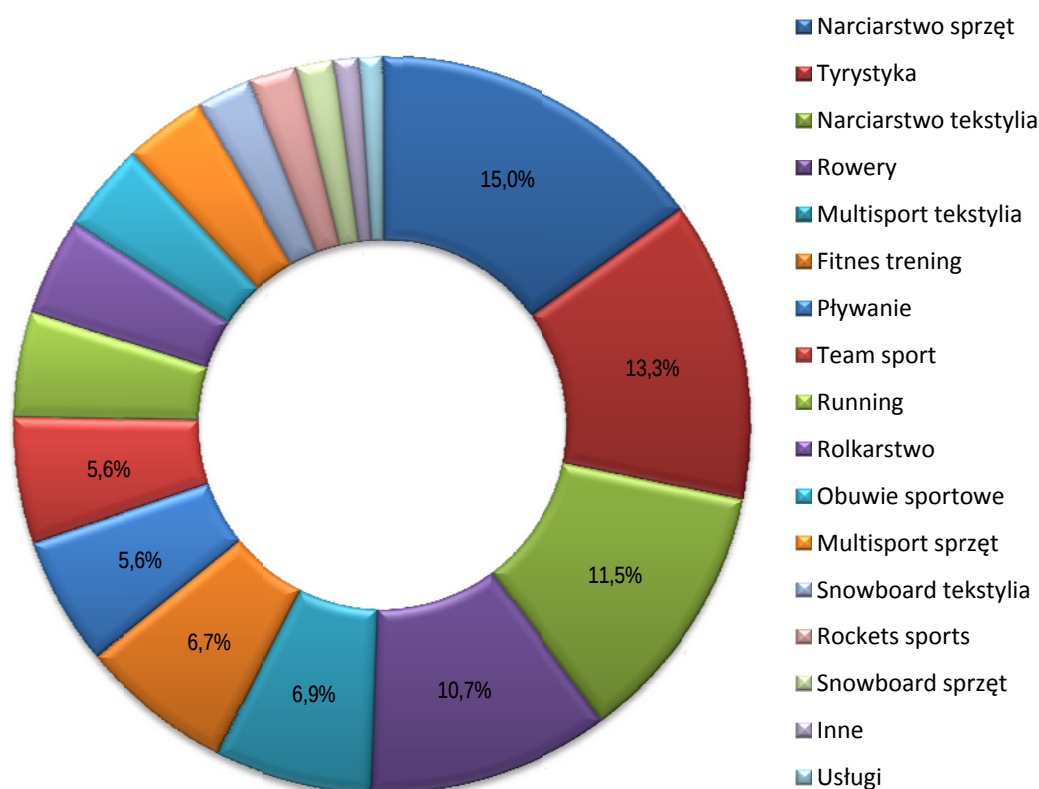
8.8 Struktura sprzedaży w I półroczu 2011 roku.

W I półroczu 2011 roku znaczący udział w obrotach (99%) INTERSPORT Polska S.A. miała sprzedaż artykułów sportowych. Pozostałą część przychodów (1%) generowały usługi serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego. Spółka posiada w sprzedaży około 10 000 tysięcy artykułów do uprawiania 40 popularnych dyscyplin sportowych.

W tym okresie największy procentowy udział w strukturze sprzedaży miały 4 grupy towarów:

- narciarstwo sprzęt - 15,0%,
- turystyka - 13,3%,
- narciarstwo tekstylia - 11,5%
- rowery - 10,7%.

% udział w ogólnej sprzedaży



Największe wzrosty sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku odnotowano w grupie towarów runningowych, w rowerach oraz w asortymencie z kategorii team sport.

8.9 Działania marketingowe.

W I półroczu 2011 roku Spółka zorganizowała szereg działań promocyjno – reklamowych zgodnych z wewnętrznym planem marketingowym, których głównym celem było wspieranie sprzedaży. Realizowane kampanie wykorzystywały techniki komunikacji bezpośredniej poprzez mailing internetowy, SMSy, POSy itp., oraz media typu: internet, billboardy, prasa, rozgłośnie lokalne i ogólnopolskie.

W I połowie 2011 roku sieć INTERSPORT współorganizowała z dostawcami marek: Adidas, Nike, Reebok, Asics, Giant akcje wspierające sprzedaż wybranego asortymentu w swoich salonach. Promowane były wówczas produkty z następujących kategorii sportowych: football, running, fitness, rowery i piłka nożna.

W sezonie wiosenno-letnim 2011 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. postawiła po raz kolejny na „bieganie” – rozwijającą się intensywnie w Polsce dyscyplinę sportu. W związku z powyższym:

- W kwietniu zrealizowano międzynarodową kampanię „Run Free” wraz z marką Asics;
- 29 maja 2011 r. został zorganizowany już po raz czwarty bieg rekreacyjny Cracovia INTERRUN na Rynku Głównym w Krakowie z udziałem wybitnych osobistości świata kultury i mediów mające na celu popularyzację tej dyscypliny sportu wśród Polaków. Uczestnicy biegu mieli do wyboru dystans 5 lub 10 km. W tym roku po raz pierwszy w ramach imprez towarzyszących zorganizowano również trasy dla najmłodszych: 1200 m dla dzieci i młodzieży szkolnej oraz 100 m dla przedszkolaków. Łącznie we wszystkich biegach wzięło udział prawie 3 tys. osób z całej Polski.

W ramach popularyzacji piłki nożnej, w maju 2011 r. przygotowano w Krakowie kolejną edycję cyklu turniejów dla dzieci i młodzieży pod nazwą INTERSOCCER.

W zeszłym roku INTERSPORT uzyskał tytuł „Oficjalnego Sklepu Sportowego z Licencjonowanymi Produktami UEFA EURO 2012™” podczas przyszłorocznych Mistrzostw w Polsce i Ukrainie. INTERSPORT ma prawo do sprzedaży oficjalnych produktów z logo UEFA EURO 2012 w swojej sieci oraz jako jedyny będzie prowadził sprzedaż tych produktów na stadionach i w Fan Zonach podczas przyszłorocznych Mistrzostw. Współpraca z UEFA jest dla INTERSPORT ważnym krokiem w zwiększeniu udziałów w rynku artykułów sportowych w Polsce i na świecie. INTERSPORT wierzy, że będąc oficjalnym sklepem sportowym z licencjonowanymi produktami podczas najważniejszych piłkarskich Mistrzostw w Europie wzmocni swoją pozycję sklepu sportowego, w którym klienci chętnie dokonują zakupów.

Od 9 czerwca br. w sklepach sieci INTERSPORT można kupić pierwsze oficjalne koszulki Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012. Z tej okazji firma jako jedyny oficjalny sklep sportowy z licencjonowanymi produktami UEFA EURO 2012 zorganizowała dla kibiców wyjątkowe atrakcje. Wielka premiera odbyła się 9 czerwca 2011 r. w sklepie INTERSPORT

w warszawskich Złotych Tarasach, a w programie przygotowano pokaz mody sportowej UEFA EURO 2012, prezentację Pucharu Henri Delaunay'a i oficjalnych maskotek Mistrzostw - Slavka i Slavko.



W uroczystości otwarcia oficjalnego stoiska z licencjonowanymi produktami UEFA EURO 2012 wzięli udział: Andrzej Strejlau, Włodzimierz Lubański, Jerzy Engel, Henryk Kasperczyk oraz Artur Mikołajko – Prezes Zarządu INTERSPORT Polska S.A.



W kolejnych dniach trofeum i maskotki zawiąły do sklepów sieci INTERSPORT w trzech pozostałych miastach, w których zostaną rozegrane mecze UEFA EURO 2012 – 10 czerwca w Gdańsku, 13 czerwca we Wrocławiu i 14 czerwca w Poznaniu. Każdy mógł przyjść do sklepu i zobaczyć na żywo puchar, który w przyszłym roku zdobędą Mistrzowie Europy.

Liczne działania marketingowe i PR-owe oraz fakt, że Spółka jako pierwsza w Polsce i w Europie rozpoczęła sprzedaż oficjalnych produktów UEFA EURO 2012 zaowocowały wieloma publikacjami w telewizji, prasie, radiu i Internecie. Relacji z oficjalnych otwarć UEFA EURO 2012 były transmitowane w Głównym wydaniu Wiadomości w programie TVP1, jak również w głównych serwisach informacyjnych w Polsce i TVN. Spółka osiągnęła rekordową liczbę bezpłatnych publikacji w mediach na kwotę AVE ponad 900 tys. PLN.

W I połowie 2011 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. wydała dla klientów kilka publikacji w formie katalogów (McKinley, rowery Genesis) oraz broszury (runningowa, interrunk, intersoccer, namiotowa, z plecakami i śpiworami), które zwiększyły konkurencyjność INTERSPORT względem innych firm na rynku. Dodatkowo, na bieżąco prowadzone były działania PR, skutkujące licznymi publikacjami w prasie i internecie. Między innymi wraz z Travellerem zorganizowany został cykl konkursów, w których nagrodami były produkty McKinley, a nagrodą główną – wyprawa trekkingowa do Norwegii.

Sieć INTERSPORT zrealizowała również szereg działań promocyjnych dedykowanych wyłącznie stałym klientom. Poza przesyłaniem informacji o nowościach oraz promocjami rabatowymi przeprowadzone zostały liczne akcje promocyjne, jak również Mistrzostwa Polski dla Stałych Klientów INTERSPORT w narciarstwie alpejskim wraz z testami nart w Kluszkowcach.

8.10 Otoczenie branżowe Spółki.

W Polsce sprzedaż artykułów sportowych koncentruje się wokół trzech głównych kanałów dystrybucji:

- **specjalistyczne sklepy sportowe**, takie jak: INTERSPORT Polska, Go Sport Polska, Decathlon Polska, czyli sieci sportowe oferujące szeroką gamę artykułów sportowych, posiadające wykwalifikowaną kadrę sprzedawców pomocnych w zakresie doboru sprzętu;
- **sklepy monobrandowe**, głównie czołowych marek światowych takich jak: NIKE, ADIDAS, PUMA, REEBOK czyli, oferujące wyłącznie towar jednej, znanej marki; nastawione na grono stałych klientów przywiązanych do tej marki;
- **stoiska sportowe w hipermarketach**, takich jak: MAKRO, TESCO 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.

Wartość polskiego rynku artykułów sportowych jest trudna do oszacowania ze względu na duże rozdrobnienie podmiotów gospodarczych (około 2000 firm) oraz brak organizacji branżowych. Wg szacunków Zarządu INTERSPORT Polska S.A. opartych na ponad dwudziestoletniej znajomości rynku oraz własnych danych sprzedażowych, Spółka posiada obecnie około 15% udział w polskim rynku artykułów sportowych.

Z uwagi na zbliżające się Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej „EURO 2012” - w najbliższej przyszłości spodziewany jest wzrost wartości polskiego rynku artykułów sportowych.

9. Perspektywy.

Grupa INTERSPORT uzyskała tytuł „Oficjalnego Sklepu Sportowego z Licencjonowanymi Produktami UEFA EURO 2012™” podczas przyszłorocznych Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej organizowanych w Polsce i na Ukrainie.

Na mocy tej współpracy INTERSPORT Polska S.A. ma prawo do sprzedaży oficjalnych produktów z logo UEFA EURO 2012 w swojej sieci oraz jako jedyna będzie prowadziła sprzedaż tych produktów na stadionach i w Fan Zonach podczas przyszłorocznych Mistrzostw. Współpraca z UEFA jest dla sieci INTERSPORT ważnym krokiem w zwiększeniu udziałów w rynku artykułów sportowych w Polsce i na świecie. Spółka INTERSPORT Polska S.A. wierzy, że będąc oficjalnym sklepem sportowym z licencjonowanymi produktami podczas najważniejszych piłkarskich Mistrzostw w Europie wzmocni swoją pozycję konkurencyjną w kraju.

9.1 Strategia rozwoju do końca 2011 roku.

Spółka, po zakończeniu okresu wzmożonego rozwoju rozpoczęła proces optymalizacji powierzchni sprzedaży. Nowe lokalizacje salonów INTERSPORT są wybierane w miejscach, gdzie prognozowany jest duży potencjał konsumencki. W dobrych centrach handlowych istniejące umowy najmu są przedłużane, a w lokalizacjach, które nie satysfakcjonują Spółkę - zamykane.

Poniżej przedstawiamy strategię optymalizacji sieci sprzedaży do końca 2011 roku:

Miasto	Lokalizacja	Powierzchnia sprzedaży	
Sosnowiec	CH Plejada	510 m ²	Zamknięcie - 28 września br.
Bytom	CH Plejada	462 m ²	Przedłużenie umowy
Szczecin	Galeria Kaskada	993 m ²	Nowe otwarcie – 23 września br.
Rzeszów	CH Millenium Hall	823 m ²	Nowe otwarcie – 15 października br.

10. Informacje o postępowaniach toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.

Spółka nie jest stroną w istotnych postępowaniach sądowych, arbitrażowych i administracyjnych, opisanych w § 87 ust. 7 pkt. 7 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku.

11. Transakcje z podmiotami powiązanymi.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. nie zawierała umów z podmiotami powiązanymi na warunkach odmiennych niż rynkowe.

12. Informacje o udzieleniu przez Spółkę poręczeń kredytu, pożyczki lub gwarancji.

W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała poręczeń kredytu, pożyczek ani gwarancji.

13. Wskazanie czynników i zdarzeń, które w ocenie emitenta będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego półrocza.

- Przed rozpoczęciem zbliżającego się sezonu zimowego, sieć INTERSPORT planuje uruchomienie dwóch salonów sprzedaży (w Rzeszowie i Szczecinie). Będą to pierwsze salony INTERSPORT w tych miastach. Nowe lokalizacje wpłyną na wzrost obrotów i powiększenie ilości potencjalnych klientów.
- Jednocześnie we wrześniu, ze względu na wygasającą umowę najmu, planowane jest zamknięcie istniejącego od 10 lat salonu w CH Plejada w Sosnowcu.

Handel artykułami sportowymi jest w dużej mierze zależny od warunków pogodowych, które wpływają pozytywnie lub negatywnie na panujące na rynku nastroje konsumenckie. Odnotowywane ostatnio w Polsce anomalie pogodowe (wcześniejsza lub opóźniona zima) wpływają bezpośrednio na wyniki finansowe Spółki.

Cholerzyn, dnia 29 lipca 2011 r.

Artur Mikołajko – Prezes Zarządu

Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu