

Szanowni Państwo,

Rok 2011 był w ocenie Zarządu najtrudniejszym okresem w historii firmy. Spółka nie wypracowała satysfakcjonujących wyników sprzedaży i w perspektywie całego roku odnotowała stratę.

Zarząd przeprowadził wiele wspierających sprzedaż działań, które zaowocowały wzrostem przychodów w grupach towarów całorocznych. Niestety całkowity brak zimy w miesiącach styczeń-luty oraz listopad-grudzień, co miało miejsce po raz pierwszy w historii Spółki, nie pozwoliło na wypracowanie dobrych wyników finansowych w roku fiskalnym 2011. W ujęciu rocznym Spółka odnotowała spadek przychodów ze sprzedaży towarów i usług o 16,5% w porównaniu do analogicznego okresu 2010 roku, osiągając przychód w wysokości 194.079 tys. zł, wobec 232.408 tys. zł w 2010 roku. W 2011 roku strata netto wyniosła 12.383 tys. zł wobec zysku netto w wysokości 1.053 tys. zł w 2010 roku.

Sprzedaż detaliczna artykułów sportowych w roku 2011 pokazała, że branża sportowa jest względnie odporna na kryzys ekonomiczno-gospodarczy, ale bardzo uzależniona od warunków pogodowych zwłaszcza w okresie zimowym. Znaczne odchylenia od typowej w sezonie zimowym pogody, wpłynęły niekorzystnie nie tylko na naszą Spółkę, ale również na cały sektor handlu artykułami sportowymi w Europie, który odnotowywał spadki obrotów w stosunku do 2010 roku.

Pomimo tego do niewątpliwych sukcesów ostatniego okresu możemy zaliczyć: 1) kontynuację procesu optymalizacji powierzchni sprzedaży, polegającego na renegocjowaniu umów najmu oraz uruchamianiu nowych lokalizacji w poszukiwaniu dodatkowego rynku zbytu, 2) przeprowadzenie restrukturyzacji źródeł finansowania oraz 3) otrzymanie prestiżowych nagród przyznanych Spółce przez klientów i partnerów biznesowych.

Zgodnie z planem w ubiegłym roku sieć sprzedaży INTERSPORT Polska została powiększona o 2.064 m². Otworzyliśmy trzy nowe salony: w Galerii Słonecznej w Radomiu, w CH Milenium Hall w Rzeszowie oraz w Galerii Kaskada w Szczecinie. Podjęliśmy również szereg działań zmierzających do obniżenia w przyszłości kosztów. Przykładowo: zamknęliśmy nierentowny salon o powierzchni 510 m² w Sosnowcu; zmieniliśmy dostawców energii oraz podpisaliśmy aneksy do umów zmniejszające powierzchnię sprzedaży salonów w Lublinie i Gorzowie Wielkopolskim, które zostaną uruchomione w latach 2012-2013.

W 2011 roku sieć INTERSPORT Polska została laureatem „Godła Jakości Obsługi” w kategorii sklepy sportowe i turystyczne, otrzymała tytuł „Gazeli Biznesu”, nagrodę za „Efektywny Program Lojalnościowy B2C” i wyróżnienie w kategorii „Najwyższa jakość obsługi klienta”.

Jestem przekonany, że w 2012 roku nasze wyniki finansowe będą dobre. Sprzedaż w okresie styczeń-luty 2012 wzrosła o 23%, co pokazuje możliwości wzrostowe Spółki. Nasza przewaga konkurencyjna również zdecydowanie wzrosła, ponieważ jako „Oficjalny sklep sportowy z licencjonowanymi produktami UEFA-EURO 2012” posiadamy wyłączność na sprzedaż artykułów sportowych na stadionach oraz w strefach dla kibiców tzw. Fan Zonach w czasie EURO 2012.

Naszą ambicją jest dalsze powiększanie udziału INTERSPORT w polskim rynku artykułów sportowych, osiąganie dobrych wyników finansowych oraz popularyzacja aktywnego trybu życia Polaków w myśl przesłania „Sport to the People”. Wierzę, że przy wsparciu naszych Pracowników, Partnerów Biznesowych oraz Akcjonariuszy z pewnością osiągniemy sukces.

Artur Mikołajko – Prezes Zarządu