



Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki za rok 2011



Cholerzyn

SPIS TREŚCI

1.	WIZYTÓWKA FIRMY.....	4
2.	STRUKTURA WŁASNOŚCI.....	4
2.1.	Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.	
2.2.	Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu rocznego, wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego, odrębnie dla każdej z osób.	
3.	OSOBY ZARZĄDZAJĄCE I NADZORUJĄCE.....	6
3.1.	Zarząd INTERSPORT Polska S.A.	
3.2.	Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A.	
3.3.	Wartość wynagrodzeń, programów motywacyjnych lub premiiowych odrębnie dla każdej osoby zarządzającej i nadzorującej.	
4.	OPIS ISTOTNYCH RYZYK I ZAGROŻEŃ W DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI.....	8
4.1	Czynniki zewnętrzne:	
4.1.1	Ryzyko załamania koniunktury gospodarczej w Polsce	
4.1.2	Ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych	
4.1.3	Ryzyko aury (pogodowe)	
4.2	Czynniki wewnętrzne:	
4.2.1	Ryzyko związane z zapewnieniem harmonijnych dostaw pełnego asortymentu	
4.2.2	Ryzyko dużej rotacji pracowników	
4.2.3	Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki	
5.	NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA.....	9
6.	INFORMACJA O ZNACZĄCYCH DLA DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI UMOWACH (W TYM UMOWACH KREDYTOWYCH, UBEZPIECZENIACH, WSPÓŁPRACY)	10
7.	OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH.....	11
7.1.	Bilans	
7.2	Rachunek zysków i strat	
7.3	Przepływy finansowe	
8.	ZARZĄDZANIE FINANSAMI.....	16
8.1.	Zaciągnięte przez Spółkę kredyty i pożyczki	

8.2.	Ocena zarządzania zasobami finansowymi	
8.3.	Ocena możliwości finansowania zamierzeń inwestycyjnych	
9.	CZYNNIKI I NIETYPOWE ZDARZENIA MAJĄCE WPŁYW NA WYNIK Z DZIAŁALNOŚCI	19
10.	OBJAŚNIENIE RÓŻNIC POMIĘDZY WYNIKAMI FINANSOWYMI WSKAZANYMI W RAPORCIE ROCZNYM, A WCZEŚNIEJ PUBLIKOWANYMI PROGNOZAMI	20
11.	OPIS ORGANIZACJI I JEJ OTOCZENIA BRANŻOWEGO	20
11.1.	Powiązania organizacyjne lub kapitałowe emitenta z innymi podmiotami	
11.2.	GRUPA INTERSPORT na świecie	
11.3.	Opis prowadzonej działalności	
11.4.	Liczba placówek	
11.5.	Stan i struktura zatrudnienia	
11.6.	Koncepcja modelowego salonu sportowego INTERSPORT	
11.7.	Polityka asortymentowa	
11.8.	Struktura sprzedaży w 2011 roku	
11.9.	Działania marketingowe	
11.10.	Nagrody i wyróżnienia w roku 2011	
11.11.	Rynek artykułów sportowych w Polsce	
11.12.	Sytuacja na polskim rynku artykułów sportowych w najbliższej perspektywie	
11.13.	Otoczenie branżowe Spółki	
12.	PERSPEKTYWY ROZWOJU NA LATA 2012-2013.....	29
13.	INFORMACJE O WYBORZE BIEGŁEGO REWIDENTA.....	30
14.	INFORMACJE O POSTĘPOWANIACH TOCZĄCYCH SIĘ PRZED SĄDEM, ORGANEM WŁAŚCIWYM DLA POSTĘPOWANIA ARBITRAŻOWEGO LUB ORGANEM ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ.....	30
15.	INFORMACJE O ISTOTNYCH TRANSAKCJACH ZAWARTYCH Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI.....	31
16.	INFORMACJE O UDZIELENIU PRZEZ SPÓŁKĘ PORĘCZEŃ KREDYTU, POŻYCZKI LUB GWARANCJI ...	31

1. WIZYTÓWKA FIRMY

Nazwa : INTERSPORT Polska S.A.

Siedziba : 32-060 Liszki, Cholerzyn 382

Przedmiot działalności: handel detaliczny artykułami sportowymi w specjalistycznych sklepach o powierzchni około 1000 m² zlokalizowanych w wybranych, prestiżowych centrach handlowych dużych miast.

2. STRUKTURA WŁASNOŚCI

Spółka działa na polskim rynku artykułów sportowych od 1988 roku. W 2004 roku zmieniła formę prawną na spółkę akcyjną. Od 2006 roku akcje Spółki INTERSPORT Polska S.A. są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie na rynku podstawowym 5 PLUS pod kodem: INTERSPPL.

Kapitał zakładowy INTERSPORT Polska S.A. wynosi 1.393.333,40 zł (milion trzysta dziewięćdziesiąt trzy tysiące trzysta trzydzieści trzy złote czterdzieści groszy) i dzieli się na: 5.000.000 (pięć milionów) akcji imiennych serii A o wartości nominalnej 0,10 zł (zero złotych dziesięć groszy) każda, 3.500.000 (trzy miliony pięćset tysięcy) akcji na okaziciela serii B o wartości nominalnej 0,10 zł (zero złotych dziesięć groszy) każda, 1.666.666 (jeden milion sześćset sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt sześć) akcji imiennych serii C1 o wartości nominalnej 0,10 zł (zero złotych dziesięć groszy) każda oraz 1.166.668 (jeden milion sto sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt osiem) akcji na okaziciela serii C2 o wartości nominalnej 0,10 zł (zero złotych dziesięć groszy) każda i 100.000 (sto tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D oraz 2.500.000 (dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii E o wartości nominalnej 10 (dziesięć) groszy każda.

Łączna liczba akcji Spółki (13.933.334 szt.) uprawnia do oddania podczas Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy 20.600.000 głosów (dwadzieścia milionów sześćset tysięcy), z uwagi na fakt, że akcje imienne uprawniają do oddania dwóch głosów na jedną akcję.

2.1 Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

Akcyonariusz	Liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów na WZA	% udział głosów na WZA
INTERCONTACT Beteiligungsge- sellschaft 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 - 5.554 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 - 5.554 akcji na okaziciela serii D	14,84%	3 318 054	16,11%

Jolanta i Krzysztof Milewscy	- 1.250.000 akcji imiennych serii A - 576. 033 akcji na okaziciela serii B - 5.554 akcji na okaziciela serii D	13,15%	3 081 587	14,96%
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 - 5.554 akcji na okaziciela serii D	14,84%	3 318 054	16,11%

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

Osoba Zarządzająca / Nadzorująca	Funkcja	Ilość akcji na dzień przekazania raportu za III kwartał 2011	Zmiany w strukturze własności w okresie od 09.11.2011 do 28.02.2012	Ilość akcji na dzień przekazania raportu rocznego 2011
Artur Mikołajko	Prezes Zarządu	2 068 054	bez zmian	2 068 054 akcji tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Sławomir Gil	Wiceprezes Zarządu	2 068 054	bez zmian	2 068 054 akcji tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Jolanta Milewska	Członek RN (do dn. 28.03.2011r.)	1 831 587	bez zmian	1 831 587 akcji tj. 13,15% w kapitale zakładowym
Dorota Radwańska (*współwłaścicielka z Kają i Mają Radwańską)	Członek RN	2 068 054	bez zmian	2 068 054 akcji (jako współwłaściciel) tj. 14,84% w kapitale zakładowym
Łukasz Gil	Członek RN	2 000	bez zmian	2 000 akcji tj. 0,014% w kapitale zakładowym

Stan posiadania akcji INTERSPORT Polska S.A. na dzień 28 lutego 2012 roku został sporządzony w oparciu o zawiadomienia określone w art. 160 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.

Zarząd INTERSPORT Polska S.A. otrzymał:

- w dniu 12 stycznia 2011 roku - zawiadomienie o zbyciu 5.920 akcji INTERSPORT Polska S.A. przez p. Jolantę Milewską - członka Rady Nadzorczej Spółki (RB nr 4/2011);
- w dniu 10 października 2011 roku - zawiadomienie o zbyciu 16.241 akcji INTERSPORT Polska S.A. przez p. Jolantę Milewską - znacznego akcjonariusza Spółki. (RB nr 39/2011);
- w dniu 13 października 2011 roku - zawiadomienie o kupnie 2.000 akcji INTERSPORT Polska S.A. przez p. Łukasza Gila - członka Rady Nadzorczej Spółki (RB nr 40/2011).

Wg informacji posiadanych przez Zarząd, pozostałe osoby nadzorujące nie posiadały akcji INTERSPORT Polska S.A.

W roku 2011 roku Spółka nie zawierała umów, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

3. OSOBY ZARZĄDZAJĄCE I NADZORUJĄCE

W roku 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.

Od 1 stycznia do 16 marca 2011 roku Zarząd INTERSPORT Polska S.A. działał w składzie:

Prezes Zarządu: Artur Mikołajko

Wiceprezes Zarządu: Sławomir Gil

Członek Zarządu: Artur Olender

(oddelegowany czasowo przez Radę Nadzorczą do pełnienia tej funkcji)

Od dnia 17 marca 2011 roku, po dokonaniu przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zmian w Statucie Spółki, Zarząd INTERSPORT Polska S.A. funkcjonuje w składzie:

Prezes Zarządu: Artur Mikołajko

Wiceprezes Zarządu: Sławomir Gil

Członkowie Zarządu są założycielami Spółki i pracują w niej nieprzerwanie od 23 lat.

3.2. Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A.

Skład, kompetencję, organizację i sposób wykonywania czynności Rady Nadzorczej INTERSPORT Polska S.A. określa Kodeks Spółek Handlowych, Statut Spółki oraz Regulamin Rady Nadzorczej.

Od 1 stycznia do 28 marca 2011 roku Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A. funkcjonowała w składzie:

1. Artur Olender *(Przewodniczący – członek niezależny)*

2. Beata Mikołajko *(Wiceprzewodnicząca)*

3. Jolanta Milewska

4. Dorota Radwańska

5. Klaus Jost

6. Łukasz Gil

7. Piotr Dygas *(członek niezależny)*

W związku z rezygnacją p. Jolanty Milewskiej z funkcji członka RN, od dnia 29 marca 2011 roku Rada Nadzorcza INTERSPORT Polska S.A. funkcjonowała w sześcioposobowym składzie:

1. Artur Olender (*Przewodniczący – członek niezależny*)
2. Beata Mikołajko (*Wiceprzewodnicząca*)
3. Dorota Radwańska
4. Klaus Jost
5. Łukasz Gil
6. Piotr Dygas (*członek niezależny*)

W roku 2011 w Radzie Nadzorczej Spółki (zgodnie z zaleceniem Komisji Europejskiej z dnia 15.02.2005 roku) funkcjonowały dwie komisje w składzie:

Komisja Audytu:

- Artur Olender (*Przewodniczący*)
- Łukasz Gil
- Piotr Dygas

Komisja Wynagrodzeń i Nominacji:

- Piotr Dygas (*Przewodniczący*)
- Klaus Jost
- Dorota Radwańska

3.3. Wartość wynagrodzeń, programów motywacyjnych lub premii odrębnie dla każdej osoby zarządzającej i nadzorującej.

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

Wynagrodzenie Członków Zarządu i Rady Nadzorczej	01.01.2011-31.12.2011 (dane w zł)
1. Wynagrodzenie Zarządu:	880 396,00
- Sławomir Gil	429 936,00
- Artur Mikołajko	450 460,00
2. Wynagrodzenie Rady Nadzorczej:	174 750,00
- Łukasz Gil	24 000,00
- Beata Mikołajko	24 000,00
- Jolanta Milewska	6 000,00
- Klaus Jost	24 000,00
- Artur Olender	48 750,00
- Dorota Radwańska	24 000,00
- Piotr Dygas	24 000,00
Razem	1 055 146,00

4. OPIS ISTOTNYCH RYZYK I ZAGROŻEŃ W DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI

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

4.3 Czynniki zewnętrzne

4.3.1 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.

4.3.2 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 2011 roku około 18% wartości wszystkich zakupów Spółki.

4.3.3 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.

4.4 Czynniki wewnętrzne

4.4.1 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.

4.4.2 Ryzyko dużej rotacji pracowników

Wykwalifikowany i doświadczony w branży sportowej personel, służący klientowi fachową pomocą przy wyborze specjalistycznego sprzętu, stanowi jedną z istotnych przewag konkurencyjnych INTERSPORT Polska S.A. Istnieje ryzyko zwiększenia się rotacji personelu bezpośrednio obsługującego klienta, co mogłoby wpłynąć negatywnie na obroty lub marże generowane przez salony. Spółka stara się zmniejszyć powyższe ryzyko poprzez dbanie o rozwój i motywację pracowników. Systematycznie organizuje szkolenia, prezentacje, w których uczestniczą sprzedawcy i pracownicy serwisów. Dzięki prowadzonym działaniom i przyjaznej atmosferze pracy panującej w INTERSPORT Polska S.A., Spółka zamierza związać ze sobą pracowników.

4.4.3 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. NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA

W 2011 roku w Spółce wystąpiły następujące istotne zdarzenia:

- (1) W dniu 14 stycznia 2011 roku odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które zmieniło par. 13 pkt. 1 Statutu Spółki na następujący: *Zarząd Spółki składa się z jednej lub większej liczby członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie. Członkowie Zarządu powoływani są na okres od trzech do pięciu lat. Kadencja danego Członka Zarządu jest każdorazowo ustalana przez organ uprawniony do jego powołania. W skład Zarządu wchodzi: Prezes Zarządu oraz Wiceprezesi Zarządu.* Zmiana Statutu Spółki została zarejestrowana przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie Wydział XI Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.
- (2) W dniu 6 kwietnia 2011 roku Spółka uruchomiła nowy salon sprzedaży w Galerii Słonecznej w Radomiu o powierzchni 758 m². To pierwsza placówka handlowa Spółki w tym mieście.
- (3) W dniu 15 czerwca 2011 roku odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy INTERSPORT Polska S.A. na którym zebrani akcjonariusze Spółki:
 - zatwierdzili „Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki za rok 2010”,

- zatwierdzili „Sprawozdanie finansowe Spółki za rok obrotowy 2010”,
 - udzielili absolutorium wszystkim członkom Zarządu i Rady Nadzorczej za rok 2010,
 - zdecydowali o przeznaczeniu w całości zysku netto za rok 2010 na kapitał zapasowy Spółki. Akcjonariusze zrezygnowali tym samym z wypłaty dywidendy.
- (4) Na posiedzeniu w dniu 14 września 2011 roku Rada Nadzorcza Spółki podjęła uchwałę dotyczącą wyboru Auxillium Audyt Krystyna Adamus, Jadwiga Faron Spółka Komandytowa z siedzibą w Krakowie, jako biegłego rewidenta uprawnionego do zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r. (RB 34/2011).
- (5) W dniu 28 września 2011 roku został otwarty pierwszy w Szczecinie (Galeria Kaskada) salon sportowy sieci INTERSPORT o powierzchni 993 m². To pierwszy sklep uruchomiony w ramach nowej koncepcji wizualnej STTP z wyodrębnionymi strefami tematycznymi: outdoor, running, football.
- (6) Na mocy podpisanego we wrześniu 2011 roku porozumienia z Polskim Związkiem Narciarskim serwis działający w salonach INTERSPORT autoryzowany przez firmę MONTANA, został w sezonie zimowym 2011/2012 oficjalnym serwisem dla kadr alpejskich oraz skicrossu PZN.
- (7) W dniu 15 października 2011 roku został oficjalnie uruchomiony pierwszy w Rzeszowie (CH Millenium Hall) sklep sportowy sieci INTERSPORT o powierzchni 823 m². To drugi (po Szczecinie) salon sprzedaży Spółki otwarty w ramach nowej koncepcji wizualnej STTP (nowa kasa, nowe kolory i kornery tematyczne).

6. INFORMACJA O ZNACZĄCYCH DLA DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI UMOWACH W ROKU 2011 (W TYM UMOWACH KREDYTOWYCH, UBEZPIECZENIACH, WSPÓŁPRACY).

- W dniu 12 kwietnia 2011 roku Spółka podpisała aneks do umowy najmu lokalu handlowego w Galerii Handlowej w Rzeszowie, zgodnie z którym powierzchnia lokalu wynosi obecnie 822,99 m² (poprzednio 1.101,24 m²). Salon został uruchomiony zgodnie z planem w połowie października 2011 roku.
- W dniu 6 czerwca 2011 roku Zarząd Spółki podpisał z Bankiem DnB NORD dwie umowy kredytowe na łączną wartość 18.000.000 zł. Środki pozyskane z ww. kredytów długo- i średnioterminowych Spółka przeznaczyła w większości na spłatę dotychczasowych zobowiązań krótkoterminowych. (RB 23/2011)
- W dniu 17 czerwca 2011 roku Zarząd poinformował o nieprzedłużeniu na kolejny okres, umowy najmu zawartej ze Spółką St. Martins Gallery Sosnowiec Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie dotyczącej najmu lokalu o powierzchni 510 m² zlokalizowanego w CH Plejada Sosnowiec. Zgodnie z zapisami umowy, okres najmu skończył się w dniu 26 września 2011 roku. (RB 26/2011)
- W dniu 8 sierpnia 2011 roku Zarząd Spółki poinformował o przedłużeniu umowy najmu lokalu handlowego o powierzchni 462 m² znajdującego się w Centrum Handlowym Plejada przy al. Jana Nowaka Jeziorańskiego 25 w Bytomiu. Zgodnie z podpisanym aneksem, pierwotna

umowa najmu wygasająca w 2011 roku ulega przedłużeniu na kolejny okres - do dnia 28 lutego 2014 roku (RB 31/2011).

- W październiku 2011 roku Spółka podpisała aneks do umowy najmu dotyczącej lokalu handlowego zlokalizowanego w Centrum Handlowym „Nova Park” w Gorzowie Wielkopolskim, która została opisana po raz pierwszy w raporcie bieżącym nr 52/2008 z dnia 5 sierpnia 2008 roku. Zgodnie z podpisanym aneksem powierzchnia lokalu, w którym prowadzona będzie sprzedaż artykułów sportowych pod szyldem INTERSPORT wynosi 815,6 m² (poprzednio 1.122 m²). (RB 43/2011).
- W dniu 2 września 2011 roku Zarząd INTERSPORT Polska S.A. otrzymał informację o podpisaniu przez Spółkę „Centrum Handlowe Felin” z siedzibą w Lublinie aneksu do umowy najmu dotyczącej lokalu handlowego zlokalizowanego w Centrum Handlowym Felicity w Lublinie, która została opisana w raporcie bieżącym nr 70 z dnia 27 listopada 2007 roku. Zgodnie z podpisanym aneksem powierzchnia lokalu, w którym prowadzona będzie sprzedaż artykułów sportowych pod szyldem INTERSPORT wynosi obecnie 883 m² - poprzednio 1.526 m² (RB 33/2011).
- We wrześniu 2011 roku Zarząd Spółki podpisał dwie umowy ubezpieczenia (RB nr 35/2011):
 1. Umowę generalną z Polskim Towarzystwem Ubezpieczeń S.A. z siedzibą w Warszawie określającą warunki oraz zasady ubezpieczenia z tytułu prowadzonej przez Spółkę działalności. Umowa została zawarta na okres od 25 września 2011r. do 24 września 2012 r.
 2. Umowę ubezpieczenia ze Spółką Chartis Europe S.A. Oddział w Polsce określającą warunki oraz zasady ubezpieczenia mienia w transporcie (cargo). Przedmiotowa umowa została zawarta na okres od 25 września 2011 r. do 24 września 2012 r.
- We wrześniu 2011 roku Zarząd INTERSPORT Polska S.A. podpisał z Bankiem DnB NORD Polska S.A. z siedzibą w Warszawie dwie kolejne umowy kredytowe:
 1. Umowę o wartości 2.800.000 PLN, która została zawarta na okres 5 lat w celu finansowania i refinansowania części nakładów poniesionych na wyposażenie nowych salonów w Szczecinie i Rzeszowie. (RB 36/2011)
 2. Umowę o limit na gwarancje o wartości 350.000 Euro, której termin ostatecznej spłaty mija 31 sierpnia 2014 roku. (RB 37/2011)

7. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH za rok 2011

Spółka INTERSPORT Polska S.A. w 2011 roku 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 brutto wyniosła 14.847 tys. zł wobec zysku brutto w wysokości 1.553 tys. zł w 2010 roku.

Poniżej przedstawiamy podstawowe dane finansowe Spółki.

WYBRANE DANE FINANSOWE	Stan na 31.12.2010	Stan na 31.12.2011
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	232 408	194 079
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	4 150	-11 597
III. Zysk (strata) brutto	1 553	-14 847
IV. Zysk (strata) netto	1 053	-12 383
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	18 187	4 116
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 597	-7 844
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-14 646	5 273
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-56	1 545
IX. Aktywa razem	155 564	167 001
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	112 951	136 771
XI. Zobowiązania długoterminowe	8 680	27 257
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	94 861	100 161
XIII. Kapitał własny	42 613	30 230
XIV. Kapitał zakładowy	1 393	1 393
XV. Liczba akcji (w szt.)	13 933 334	13 933 334
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w PLN/EUR)	0,08	
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w PLN/EUR)	0,08	
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję/udział (w PLN/EUR)	3,06	2,17
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w PLN/EUR)	3,06	2,17
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł/EUR)	0	0

7.1. Bilans

Wartość sumy bilansowej na dzień 31 grudnia 2011 roku wyniosła 167.001 tys. zł i w porównaniu do analogicznego okresu 2010 roku oznacza to wzrost o 7,4% (155.564 tys. zł).

Aktywa

Wzrost wartości aktywów Spółki w porównaniu do 2010 roku jest głównie efektem zwiększenia poziomu zapasów o 6.066 tys. zł co związane jest z inwestycjami w nowe sklepy: w Radomiu (otwarty w kwietniu), Szczecinie, Rzeszowie który zostały otwarte w IV kwartale 2011 r. oraz utrzymującą się zbyt wysoką temperaturę oraz brakiem śniegu w II połowie grudnia co spowodowało, że odzież i sprzęt narciarsko-snowboardowy sprzedawał się bardzo słabo. Drugim czynnikiem zwiększenia poziomu aktywów był wzrost długoterminowych rozliczeń międzyokresowych z tytułu odroczonego podatku dochodowego o 2.458 tys. zł w porównaniu

do analogicznego okresu ubiegłego roku. Większa dynamika wzrostu aktywów obrotowych w porównaniu do aktywów trwałych wynika z inwestycji w nowe sklepy oraz brakiem aury zimowej w miesiącu grudniu.

Poniżej przedstawiamy strukturę aktywów na dzień 31.12.2010 roku oraz 31.12.2011 roku.

Struktura aktywów	W tys. PLN		zm.% 2011/2010
	Rok 2010 od 01.01.2010 do 31.12.2010	Rok 2011 od 01.01.2011 do 31.12.2011	
Aktywa trwałe	88 628	90 974	+2,6 %
Wartości niematerialne i prawne	4 200	3 823	-9 %
Rzeczowe aktywa trwałe	83 161	83 355	+0,2 %
Należności długoterminowe	0	0	-
Inwestycje długoterminowe	621	692	+11,4 %
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	646	3 104	+380,5 %
Aktywa obrotowe	66 936	76 027	+13,6 %
Zapasy	62 737	68 803	+9,7 %
Należności krótkoterminowe	2 681	3 581	+33,6 %
Inwestycje krótkoterminowe	1 206	2 751	+128,1 %
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	312	892	+185,9 %
Aktywa razem	155 564	167 001	+7,4 %

Pasywa

Wzrost wartości pasywów Spółki w 2011 roku w porównaniu do 2010 roku jest głównie efektem zwiększenia poziomu zobowiązań i rezerw na zobowiązania o 23.820 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. Zwiększony poziom zobowiązań krótkoterminowych wynika ze zwiększenia poziomu zobowiązań wobec kontrahentów Spółki w związku z większą ilością sklepów w 2011 roku w stosunku do 2010 roku oraz ze względu na ciepły grudzień – niższą sprzedaż, niż zakładano. Zmniejszony poziom rozliczeń międzyokresowych o 409 tys. zł wynika z otrzymanej dotacji unijnej na halę magazynową, która jest rozliczana w okresie eksploatacji hali.

Poniżej przedstawiamy strukturę pasywów na dzień 31.12.2010 roku oraz 31.12.2011 roku.

Struktura pasywów	W tys. PLN		zm.% 2011/2010
	Rok 2010 od 01.01.2010 do 31.12.2010	Rok 2011 od 01.01.2011 do 31.12.2011	
Kapitał własny	42 613	30 230	-29 %
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	809	1 161	+43,5%
Zobowiązania długoterminowe	8 680	27 257	+214 %

Kredyty i pożyczki	8 595	27 110	+215,4 %
Inne zobowiązania finansowe	85	147	+72,9 %
Zobowiązania krótkoterminowe	94 861	100 161	+5,6 %
Kredyty i pożyczki	22 589	11 913	-47,3%
Z tytułu dostaw i usług	67 093	84 779	+26,4%
Z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń i innych	3 380	1 201	-64,5 %
Z tytułu wynagrodzeń	1 140	1 173	+2,9 %
Pozostałe	573	1 039	+81,3 %
Fundusze specjalne	86	56	-34,9 %
Rozliczenia międzyokresowe	8 601	8 192	-4,8 %
Pasywa razem	155 564	167 001	+7,4 %

7.2 Rachunek zysków i strat

Poniżej przedstawiamy uproszczony rachunek zysków i strat.

Rachunek zysków i strat	W tys. PLN		zm.% 2011/2010
	Rok 2010 od 01.01.2010 do 31.12.2010	Rok 2011 od 01.01.2011 do 31.12.2011	
Przychody netto ogółem	232 408	194 079	-16,5 %
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	147 087	120 118	-18,3 %
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	85 321	73 961	-13,3 %
Koszty sprzedaży	73 749	77 085	+4,5 %
Koszty ogólnego Zarządu	7 381	7 464	+1,1 %
Zysk (strata) ze sprzedaży	4 191	-10 588	
Pozostałe przychody operacyjne	1 024	1 111	+8,5 %
Pozostałe koszty operacyjne	1 065	2 120	+99,1 %
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	4 150	-11 597	
Przychody finansowe	6	80	+1233,3 %
Koszty finansowe	2 603	3 330	+27,9 %
Zysk (strata) z działalności gospodarczej	1 553	-14 847	
Zysk (strata) brutto	1 553	-14 847	
Zysk (strata) netto	1 053	-12 383	

7.2.1. Przychody

Przychody ze sprzedaży towarów i usług w 2011 roku spadły o 16,5% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku, z poziomu 232.408 tys. zł w 2010 roku do poziomu 194 079 tys. zł w 2011 roku.

7.2.2. Koszty

Poniżej przedstawiamy poniesione koszty.

Koszty według rodzaju	W tys. PLN		zm.% 2011/2010
	Rok 2010 od 01.01.2010 do 31.12.2010	Rok 2011 od 01.01.2011 do 31.12.2011	
Amortyzacja	7 058	6 807	-3,6 %
Zużycie materiałów i energii	5 416	5 627	+3,9 %
Usługi obce	38 974	41 889	+7,5 %
Podatki i opłaty	3 588	3 552	-1 %
Wynagrodzenia	18 852	19 139	+1,5%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	3 540	3 383	+4,4 %
Pozostałe koszty rodzajowe	3 702	4 152	+12,2 %
Koszty razem	81 130	84 549	+4,2 %
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	147 087	120 118	-18,3 %

Suma kosztów w 2011 roku jest większa o 3.419 tys. zł w porównaniu do analogicznego okresu 2010 roku. Wzrost kosztów związany jest:

- (1) z całorocznym utrzymaniem sklepu w Zakopanem otwartego pod koniec 2010 roku oraz z kosztami sklepów otwartych w 2011 roku: Radom – kwiecień, Szczecin – wrzesień; Rzeszów - październik
- (2) ze wzrostem wynagrodzeń, które wynikają z inwestycji w nowe sklepy oraz z całorocznego działania sklepu otwartego w Zakopanem pod koniec 2010 roku.
- (3) z obsługą większej ilości sklepów aniżeli w roku ubiegłym oraz indeksacją niektórych pozycji po stronie kosztów

7.2.3. Podstawowe dane finansowe

Poniżej przedstawiamy dane dotyczące wyników finansowych Spółki.

Podstawowe dane finansowe	W tys. PLN		zm.% 2011/2010
	Rok 2010 od 01.01.2010 do 31.12.2010	Rok 2011 od 01.01.2011 do 31.12.2011	
Przychody ze sprzedaży ogółem	232 408	194 079	-16,5 %
Wynik brutto na sprzedaży	85 321	73 961	-13,3 %
Marża brutto na sprzedaży	36,7%	38,1%	+3,8 %
Wynik ze sprzedaży	4 191	-10 588	
Marża na sprzedaży	1,8%		
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	4 150	-11 597	
Marża EBIT	1,8%		
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	11 208	-4 790	
Marża EBITDA	4,8%		
Wynik brutto	1 553	-14 847	
Wynik netto	1 053	-12 383	

W 2011 roku Spółka zanotowała stratę netto na poziomie 12.383 tys. zł przy zysku netto na poziomie 1.053 tys. zł w analogicznym okresie 2010 roku. EBIDTA wyniosła -4.790 tys. zł, przy 11.208 tys. zł w 2010 roku. Przychody ze sprzedaży towarów i usług w 2011 roku spadły o 16,5% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku, z poziomu 232.408 tys. zł w 2010 roku do poziomu 194.079 tys. zł w 2011 roku.

7.3. Przepływy finansowe

Poniżej przedstawiamy dane dotyczące przepływów finansowych.

Wyszczególnienie	W tys. PLN	
	Rok 2010 od 01.01.2010 do 31.12.2010	Rok 2011 od 01.01.2011 do 31.12.2011
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, w tym	18 187	4 116
Zysk (strata) netto	1 053	-12 383
Amortyzacja	7 058	6 807
Zmiana stanu rezerw	- 35	352
Zmiana stanu zapasów	19 212	-6 066
Zmiana stanu należności	2 601	-900
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-14 301	17 402
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	194	-3 447
Inne	2 405	2 351
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 597	-7 844
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-14 646	5 273
Przepływy pieniężne razem	-56	1 545

W 2011 roku Spółka wygenerowała dodatnie przepływy z działalności operacyjnej w kwocie 4.116 tys. zł co spowodowane było zmianą stanu należności i zobowiązań oraz zapasów.

Ujemne przepływy z działalności inwestycyjnej w analizowanych okresach związane są głównie z rozwojem sieci.

W 2011 roku Spółka wygenerowała dodatnie przepływy pieniężne z działalności finansowej, wynikające głównie z zaciągniętych nowych kredytów co związane było z restrukturyzacją zewnętrznych źródeł finansowania.

8. ZARZĄDZANIE FINANSAMI

Kapitał własny INTERSPORT Polska S.A. zmalał w 2011 roku o 29% w stosunku do 2010 roku. Na zmniejszenie się wartości kapitałów wpływ miała wygenerowana w roku obrachunkowym strata netto na poziomie 12.383 tys. zł.

8.1. Zaciągnięte przez Spółkę kredyty i pożyczki

Na dzień 31.12.2011 roku stan zobowiązań długoterminowych zwiększył się o 214% w stosunku do 31.12.2010 roku z kwoty 8.680 tys. zł do poziomu 27.257 tys. zł.

Stan zobowiązań krótkoterminowych na dzień 31.12.2011 r. wyniósł 100.161 tys. zł i zwiększył się o 5,6% w stosunku do 2010 roku. Główną pozycję w tym obszarze stanowią zobowiązania wobec dostawców oraz zobowiązania z tytułu kredytów. 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.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na dzień 31.12.2011 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 zł PLN)	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty (w zł PLN)	Termin spłaty	Zabezpieczenia/stopa procentowa	Inne
Raiffeisen Bank Polska SA	Warszawa	8 169,00	4 699	2018-05-30	Hipoteka zwykła i kaucyjna na nieruchomości, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy 3 M WIBOR + marża	Kredyt inwestycyjny
Bank DnB NORD Polska SA	Warszawa	12 000,00	10 300	2021-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych 1 M WIBOR + marża	Kredyt inwestycyjny
Bank PeKaO SA	Warszawa	1 752,00	778,00	2014-05-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel In blanco, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy 1 M WIBOR + marża	Kredyt inwestycyjny
Bank DnB NORD Polska SA	Warszawa	6 000,00	5 070,00	2013-05-31	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych oraz zapasach 1 M WIBOR + marża	Kredyt w rachunku bieżącym

Bank DnB NORD Polska SA	Warszawa	2 800,00	2 240	2016-11-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych, zastaw rejestrowy na zapasach 1 M WIBOR + marża	Kredyt inwestycyjny
Raiffeisen Bank Polska SA	Warszawa	8 300	4 023	2013-09-30	Hipoteka kaucyjna na nieruchomości, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy 1 M WIBOR + marża	Linia celowa wielowaluowa

ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Nazwa (firma) jednostki ze wskazaniem formy prawnej	Siedziba	Kwota kredytu / pożyczki wg umowy (w zł PLN)	Kwota kredytu / pożyczki pozostała do spłaty (w zł PLN)	Termin spłaty	Zabezpieczenia/stopa procentowa	Inne
Bank Handlowy SA	Warszawa	4 000,00	3 643,00	2012-10-17	Zastaw rejestrowy na zapasach; weksel in blanco 1 M WIBOR + marża	Kredyt w rachunku bieżącym
Bank PeKaO SA	Warszawa	5 800,00	5 028,00	2012-06-15	Przewłaszczenie towarów handlowych oraz weksle własne in blanco, zastaw rejestrowy na zapasach oraz środkach trwałych 1 M WIBOR + marża	Kredyt w rachunku bieżącym
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 3 M WIBOR + marża	Kredyt inwestycyjny
Bank PeKaO SA	Warszawa	1 752,00	615,00	2014-05-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych, weksel In blanco, nieodwołalne pełnomocnictwo dla banku do regulowania swoich wierzytelności wynikających z umowy 1 M WIBOR + marża	Kredyt inwestycyjny
Bank DnB NORD Polska SA	Warszawa	12 000,00	1 200	2021-06-30	Hipoteka umowna na nieruchomości, zastaw rejestrowy na środkach trwałych 1 M WIBOR + marża	Kredyt inwestycyjny
Bank DnB NORD Polska SA	Warszawa	2 800,00	559,00	2016-11-30	Zastaw rejestrowy na środkach trwałych, zastaw rejestrowy na zapasach 1 M WIBOR + marża	Kredyt inwestycyjny

W 2011 roku banki współpracujące z INTERSPORT Polska S.A. udzieliły gwarancji bankowych dotyczących kwot wynikających z praw i obowiązków związanych z umowami najmu lokali. Na 31.12.2011 r. gwarancje zabezpieczały beneficjentów na łączną kwotę: 1.232 tys. PLN i 1.752 tys. Euro. W okresie sprawozdawczym Spółka nie udzielała, ani nie otrzymała poręczeń.

8.2. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

W prezentowanym okresie sprawozdawczym sytuacja finansowa Spółki była stabilna. Spółka przewiduje, iż zrealizowane w 2011 roku inwestycje w nowe sklepy przyniosą w najbliższej przyszłości wymierne korzyści finansowe. Spółka otworzyła w kwietniu sklep o powierzchni 758 m² (w Galerii Słonecznej w Radomiu), we wrześniu sklep o powierzchni 993 m² (w Galerii Kaskada w Szczecinie) oraz sklep o powierzchni 823 m² (w CH Millenium Hall w Rzeszowie).

8.3. Ocena możliwość finansowania zamierzeń inwestycyjnych

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

9. CZYNNIKI I NIETYPOWE ZDARZENIA MAJĄCE WPŁYW NA WYNIK Z DZIAŁALNOŚCI ZA ROK OBROTOWY 2011.

- W I kwartale 2011 roku, Spółka odnotowała niższe o 31% przychody ze sprzedaży towarów i usług w porównaniu do analogicznego okresu 2010 roku. Wynikały one głównie ze spadku zainteresowania klientów asortymentem zimowym w miesiącach styczeń-luty 2011, ze względu na nadspodziewanie wysokie temperatury o tej porze roku. 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.
- W III kwartale 2011 roku w salonach odnotowano mniejszą liczbę klientów w porównaniu do III kwartału 2010 roku, co wpłynęło na wypracowanie przez Spółkę niższych o 6,1% przychodów ze sprzedaży. Ze względu na wyższy, od zakładanego, kurs Euro w stosunku do PLN, zwiększyły się koszty czynszów z tytułu najmu lokali, co miało bezpośredni wpływ na wysokość odnotowanej w tym okresie straty.
- W IV kwartale 2011 roku wprowadzona została do sprzedaży kolekcja zimowa, która z uwagi na brak zimy nie cieszyła się zainteresowaniem klientów. W związku z zaistniałą sytuacją Spółka została zmuszona w II połowie grudnia - po raz pierwszy w historii – do rozpoczęcia wczesnych wyprzedaży odzieży i sprzętu narciarsko-snowboardowego, co wpłynęło bezpośrednio na znaczne obniżenie marży i utratę planowanych zysków.

10. OBJAŚNIENIE RÓŻNIC POMIĘDZY WYNIKAMI FINANSOWYMI WSKAZANYMI W RAPORCIE ROCZNYM, A WCZEŚNIEJ PUBLIKOWANYMI PROGNOZAMI.

Zarząd INTERSPORT Polska S.A. opublikował w raporcie bieżącym nr 14 z dnia 21 marca ubiegłego roku prognozę finansową na rok 2011, która była korygowana zgodnie z poniższym zestawieniem:

	Prognoza (RB 14/2011 z dn.21.03.2011)	I Korekta (RB 29/2011 z dn. 20.07.2011)	II Korekta (RB 42/2011 z dn. 20.10.2011)	III Korekta (RB 48/2011 z dn. 13.12.2011)
Przychód netto ze sprzedaży	222.000.000,00 zł	215.000.000,00 zł	210.000.000,00 zł	192.000.000,00 zł
Zysk/Strata brutto	1.600.000,00 zł – 3.000.000,00 zł	600.000,00 PLN – 2.000.000,00 zł	od – 1.000.000,00 zł do 1.000.000,00 zł	od - 11.000.000,00 zł do - 9.000.000,00 zł
EBITDA	11.300.000,00 zł	10.300.000,00 zł	od 8.500.000,00 zł do 10.500.000,00 zł	od – 800.000,00 zł do 1.200.000,00 zł

Ostatecznie Spółka wypracowała w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2011 roku: (1) przychód netto ze sprzedaży towarów i usług w wysokości 194 mln PLN, który jest zgodny z prognozą Zarządu; (2) stratę brutto w wysokości 14,8 mln PLN, która jest niższa, niż zakładano o 3,8 mln PLN oraz (3) wartość EBITDA w wysokości minus 4,7 mln PLN, która jest niższa niż zakładano o 3,9 mln PLN od dolnych widełek prognozy.

Prognozowana strata brutto została pogłębiona z uwagi na konieczność przeprowadzenia pod koniec ubiegłego roku akcji wyprzedażowej odzieży i sprzętu narciarsko-snowboardowego, co wpłynęło na znaczne obniżenie marży ze sprzedaży i utratę planowanych zysków.

11. OPIS ORGANIZACJI I 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 pod względem jakości obsługi klienta. Salony zlokalizowane są w 19 największych miastach Polski: w Bielsku-Białej, Białymstoku, Bytomiu, Bydgoszczy, Częstochowie, Gdańsk, Gdyni, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Płocku, Poznaniu, Radomiu, Rzeszowie, Opolu, Szczecinie, Warszawie, Wrocławiu i Zakopanem.

11.1. Powiązania organizacyjne lub kapitałowe emitenta z innymi podmiotami

W dniu 27 października 2005 roku Spółka podpisała dwie umowy: licencyjną i inwestycyjną, które zostały szczegółowo opisane w prospekcie emisyjnym.

Dzięki podpisaniu Umowy Licencyjnej z INTERSPORT Deutschland eG (IDE), działającej w imieniu właściciela znaków, tj. INTERSPORT International Corporation (IIC), Spółka

INTERSPORT Polska S.A. 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).

Zgodnie z podpisaną przez INTERSPORT Polska S.A. Umową Inwestycyjną, spółka ITC (Intercontact Werbeagentur GmbH obecnie pod nazwą **Intercontact Beteiligungsgesellschaft mbH**), posiada 1.666.666 akcji imiennych uprzywilejowanych co do głosu (Akcje serii C1) 1.166.668 akcji zwykłych na okaziciela (Akcje serii C2), 650.000 akcji na okaziciela (Akcje serii E) stanowiących 25% kapitału zakładowego i dających prawo do 25% głosów na WZ Emitenta.

11.2. 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,
- (4)** korzystające ze wspólnego modelu działalności gospodarczej, ujętego w formie ujednoliconych międzynarodowo standardów.

11.3. Opis prowadzonej działalności INTERSPORT Polska S.A.

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.

INTERSPORT Polska S.A. kładzie nacisk na popularyzację w Polsce popularnych dyscyplin sportu (tj. bieganie oraz piłka nożna). Podobnie jak w latach ubiegłych, Spółka cyklicznie zorganizuje masową imprezę dla biegaczy pod nazwą: **INTERRUN** oraz finał 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 zjazdowych, *biegowych (**od sezonu zimowego 2011/2012 usługa w wybranych placówkach*) oraz 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.

11.4 Liczba placówek:

LP	Miasto	Lokalizacja	Adres	Powierzchnia
1	Kraków	CH Zakopianka	ul. Zakopiańska 62, 30-418 KRAKÓW	1228 m ²
2	Kraków	CH Plaza	Al. Pokoju 44, 31-564 Kraków	955 m ²
3	Bytom	CH Plejada	ul. Dolnośląska 25, 41-923 BYTOM	462 m ²
4	Wrocław	CH Borek	al. Gen. Hallera 52, 50-984 WROCŁAW	1282 m ²
5	Bielsko-Biała	CHR Sfera	ul. Mostowa 5, 43-300 BIELSKO-BIAŁA	916 m ²
6	Warszawa	Arkadia	al. Jana Pawła II 82, 01-501 WARSZAWA	1546 m ²
7	Poznań	CH M1	ul. Szwajcarska 14, POZNAŃ	636 m ²
8	Katowice	Silesia City Center	ul. Chorzowska 107, 40-101 KATOWICE	1033 m ²
9	Łódź	CH Manufaktura	ul. Karskiego 5, 91-071 ŁÓDŹ	900 m ²
10	Gdańsk	CH Madison	ul. Rajska 10, 80-850 Gdańsk	450 m ²
11	Kraków	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5, 31-154 KRAKÓW	869 m ²
12	Warszawa	Złote Tarasy	ul. Złota 59, 00-819 WARSZAWA	1077 m ²
13	Poznań	Stary Browar	ul. Półwiejska 32, 61-888 POZNAŃ	1130 m ²
14	Wrocław	Pasaż Grunwaldzki	pl. Grunwaldzki 22, 50-363 WROCŁAW	1071 m ²
15	Warszawa	Sadyba Best Mall	ul. Powsińska 31, 02-903 WARSZAWA	802 m ²
16	Gdańsk	Galeria Bałtycka	al. Grunwaldzka 141, 80-264 Gdańsk	1022 m ²

17	Wrocław	Magnolia Park	ul. Legnicka 58, 54 - 203 Wrocław	1147 m ²
18	Warszawa	lokal wolnostojący	ul. Sójki 37, 02-812 Warszawa	908 m ²
19	Poznań	Galeria Pestka	al. Solidarności 47, 61-696 Poznań	1062 m ²
20	Bydgoszcz	Focus Mall	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 Bydgoszcz	1035 m ²
21	Łódź	lokal wolnostojący	ul. Kilińskiego 122, 90-013 Łódź	450 m ²
22	Białystok	CH Alfa	ul. Świętojańska 15, 15-277 Białystok	886 m ²
23	Poznań	CH King Cross Marcelin	ul. Bukowska 156, 60-198 Poznań	2526 m ²
24	Gdynia	CH Wzgórze	ul. Kazimierza Górskiego 2, 81-304 Gdynia	2592 m ²
25	Opole	GH Solaris	pl. Kopernika 16, 45-040 Opole	740 m ²
26	Częstochowa	GH Jurajska	al. Wojska Polskiego 207, 42-202 Częstochowa	1165 m ²
27	Płock	GH Wisła	ul. Wyszogrodzka 144, 09-410 Płock	665 m ²
28	Zakopane	Wierchy	ul. Tetmajera 2, 34-500 Zakopane	727 m ²
29	Radom	Galeria Słoneczna	Ul. Chrobrego 1, 26-600 Radom	758 m ²
30	Rzeszów	CH Milenium Hall	al. mjr. Kopisto 1, 35-315 Rzeszów	823 m ²
31	Szczecin	Galeria Kaskada	al. Niepodległości 36, 70-404 Szczecin	993 m ²

Na dzień 31.12.2011 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. posiadała 31 salonów w 19 największych miastach Polski o łącznej powierzchni sprzedaży ponad 30 tys. m². Spółka uruchomiła w 2011 roku trzy nowe salony (w Radomiu, Rzeszowie oraz Szczecinie) o łącznej powierzchni 2.574 m² oraz zamknęła nierentowny salon w Sosnowcu o powierzchni 510 m².

11.5. Stan i struktura zatrudnienia

Na dzień 31.12.2011 r. w INTERSPORT Polska S.A. było zatrudnionych 499 pracowników na podstawie umów o pracę. Ponadto, Spółka prowadzi stałą współpracę z 62 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 – 21,63%; 26-35 lat – 64,09%; 36-45 – 11,90%; 46-50 lat – 1,39%; ponad 50 lat – 0,99%). W stosunku do 31.12.2010 roku nastąpił spadek zatrudnienia o 1,58% (zatrudnienie ogółem na dzień 31.12.2010 roku wynosiło 507 osób).

Od początku 2011 roku Spółka zatrudniła 145 osoby (zwolnionych zostało 171 osób). Wskaźnik rotacji zatrudnienia w 2011 roku wyniósł 0,35.

11.6. 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 – 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 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.

11.7. Polityka asortymentowa INTERSPORT Polska S.A.

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), 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.

Około 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 stanowiąc będą do maksymalnie 25% całego asortymentu oferowanego w salonach.

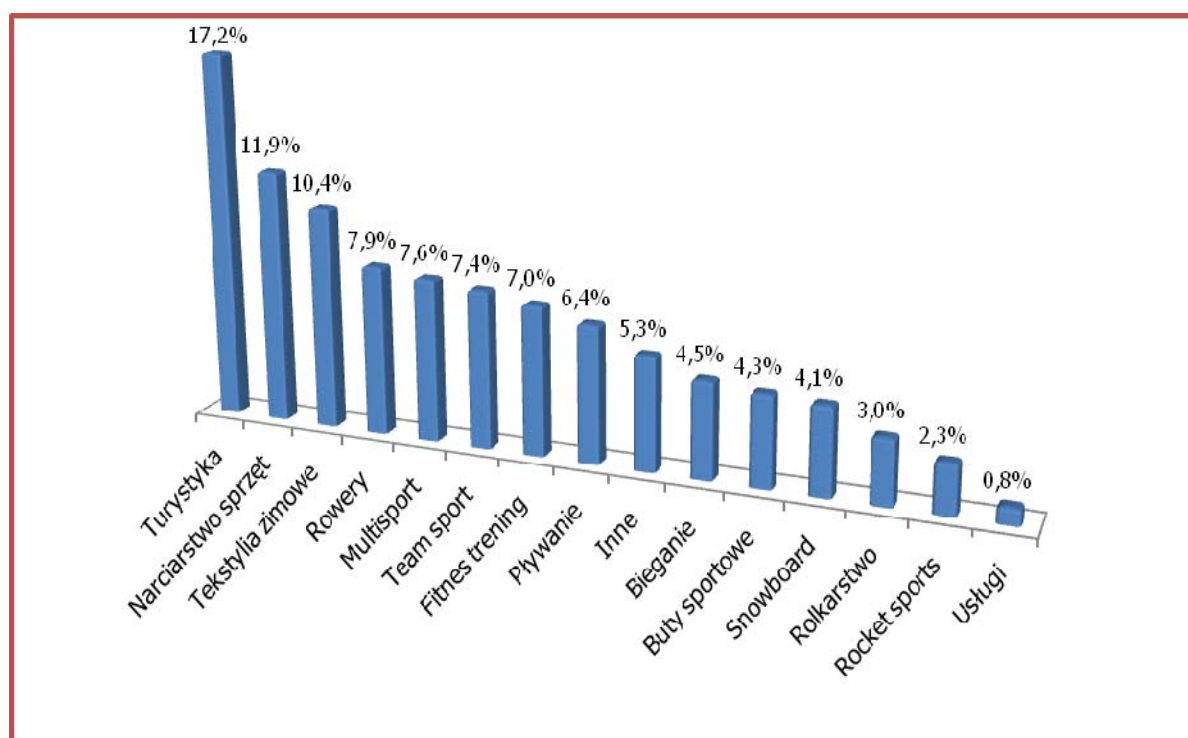
11.8. Struktura sprzedaży w 2011 roku

Salony INTERSPORT Polska posiadają w sprzedaży około 10 tysięcy artykułów do uprawiania 40 popularnych dyscyplin sportowych. W 2011 roku dominujący udział w obrotach salonów INTERSPORT miała sprzedaż artykułów sportowych (99,2%). Pozostałą część przychodów (0,8%) generowały usługi serwisu narciarskiego, rowerowego, tenisowego i rolkowego.

W strukturze sprzedaży w 2011 roku dominowały trzy grupy towarów:

- (1) Turystyka - stanowiąca 17,2% ogólnych obrotów
- (2) Narciarstwo sprzęt - stanowiące 11,9% ogólnych obrotów,
- (3) Tekstylia zimowe - stanowiące 10,4% ogólnych obrotów.

(% udział w ogólnej sprzedaży)



11.9. Działania marketingowe

W roku 2011 Spółka zorganizowała szereg działań promocyjno – reklamowych zgodnych z wewnętrznym planem marketingowym, których głównym celem było wspieranie sprzedaży. Realizowane kampanie wykorzystywały zarówno działania BTL wspierające sprzedaż w sklepach, jak i ATL jako „traffic driver”. Wykorzystywano m. in takie formy przekazu reklamowego jak: billboardy, internet, prasa, rozgłoszenie lokalne i ogólnopolskie, mailingi bezpośrednie.

W 2011 roku sieć INTERSPORT zrealizowała wspólnie z dostawcami marek /Adidas, Nike, Reebok, Asics, Giant, Rossignol, Salomon, The North Face, Jack Wolfskin/ kilka kampanii wspierających sprzedaż wybranego asortymentu. Promowane były wówczas produkty z następujących kategorii sportowych: football, running, fitness, rowery, narciarstwo, turystyka. Dwie kampanie wspierające asortyment piłkarski oparte były na ekskluzywnych markowych produktach tzw. SMU /Special Make Up Collections/ zaprojektowanych specjalnie dla INTERSPORT i dostępnych wyłącznie w sklepach Spółki. W obydwu kampaniach wykorzystywane były w mediach wizerunki znanych piłkarzy międzynarodowych jak Xavi i Messi.

W sezonie wiosenno-letnim 2011 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. kontynuowała promocję „biegania” – dyscyplinę sportu , która od kilku lat intensywnie rozwija się w Polsce. W związku z powyższym:

- W kwietniu zrealizowano edukacyjną i prosprzedażową kampanię „Run Right”;
- W maju Spółka reklamowała się podczas jednej z największych akcji biegowych w Polsce „Polska Biega”;
- Pod koniec maja zorganizowano bieg rekreacyjny Cracovia INTERRUN 2011 z udziałem wybitnych osobistości świata kultury i mediów mające na celu popularyzację tej dyscypliny sportu wśród Polaków. Na biegaczy czekały dwie trasy: pięciokilometrowa oraz dziesięciokilometrowa, każdy uczestnik biegu mógł wybrać jedną odpowiednią dla siebie. W tym roku INTERSPORT po raz pierwszy przygotował w ramach imprez towarzyszących również trasy dla najmłodszych: 1200 m dla dzieci i młodzieży szkolnej oraz 100 m dla przedszkolaków. Wszystkie dzieci biorące udział w imprezach towarzyszących otrzymały bezpłatne pakiety startowe. W 2011 roku został pobity rekord frekwencji, w sumie na starcie biegu głównego stanęło prawie 2.200 osób, a w biegach towarzyszących wzięło udział łącznie ponad 800 dzieci ze szkół podstawowych i przedszkolaków. Łącznie we wszystkich biegach wystartowało prawie 3.000 uczestników. Na mecie na każdego z biegaczy czekał pamiątkowy medal oraz napój wraz z posiłkiem regeneracyjnym.

W ramach popularyzacji piłki nożnej wśród młodzieży, Spółka zorganizowała coroczny turniej INTERSOCCER. Turniej pod patronatem Wydziału Sportu Miasta Krakowa odbył się w niedzielę 15 maja 2011 roku w Krakowie na terenie Centrum Rozwoju Com-Com Zone. Zwycięskie drużyny z każdej z 3 kategorii wiekowych oprócz otrzymanych nagród rzeczowych pojechały na mecz Ligi Mistrzów.

W 2011 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. wydała dla klientów kilka publikacji w formie katalogów (McKinley, narciarski) oraz broszur kompetencyjnych (runningowa, Interrun, Intersoccer, ProTouch, Genesis, Energetics). Bardzo skutecznym narzędziem przyczyniającym się do wzrostu sprzedaży oraz liczby klientów w sklepach były 3 gazetki wielkonakładowe (1 mln) wydane na wiosnę, jesienią i w zimie. Gazetki były insertowane do prasy oraz kolportowane do skrzynek pocztowych potencjalnych klientów. Kampania promująca asortyment z gazetek realizowana była w prasie oraz w Internecie.

Dodatkowo, w 2011 roku, prowadzone były działania PR, skutkujące licznymi publikacjami w prasie i internecie. Między innymi wraz z Travellerem zorganizowany został cykl konkursów „Odkrywamy dziką Europę”, w którym nagrodami były produkty McKinley, a nagrodą główną – wyprawa trekkingowa do Norwegii.

W 2011 zintensyfikowano działania ze stałymi klientami, w efekcie których ich udział procentowy w obrotach Spółki wzrósł o parę punktów procentowych. W ramach tych działań odbyły się w styczniu Mistrzostwa Stałych Klientów INTERSPORT Cup 2011 na stoku w Kluszkowcach oraz zrealizowano kilka promocji dedykowanych tylko stałym klientom, jak urodzinowa akcja „Potrajamy rabaty”, „Produkty z kartą”, czy promocja łyżworolkowa.

11.10. Nagrody i wyróżnienia w roku 2011

- W dniu 15 czerwca 2011 roku podczas Forum Najemców Centrum Handlowych, ogłoszono wyniki konkursu „Retail Awards 2010”, w którym Spółka została zwycięzcą w kategorii „Efektywny Program Lojalnościowy B2C” i otrzymała wyróżnienie w kategorii „Najwyższa jakość obsługi klienta”. Konkurs miał na celu promocję najefektywniejszych działań w zakresie rozwoju i zarządzania, marketingu i sprzedaży, obsługi klienta, współpracy biznesowej, a także wspieranie innowacji w funkcjonowaniu firmy/ sieci handlowej.
- W dniu 22 września 2011 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. została laureatem prestiżowej nagrody „Godła Jakości Obsługi 2011” w kategorii „salony sportowe i turystyczne”. W tej edycji Programu Jakości Obsługi, który regularnie bada ogólnopolską jakość obsługi firm i instytucji oraz poziom satysfakcji klientów wzięło udział ponad 3 miliony konsumentów.



11.11. Rynek artykułów sportowych w Polsce

Opinie na temat wielkości rynku artykułów sportowych w Polsce, jego struktury i dynamiki są obarczone potencjalnie wysokim błędem ze względu na: znaczne rozdrobnienie (ponad 2000 podmiotów), brak organizacji branżowych oraz fakt, że część firm nie informuje o swoich wynikach. Zarząd Spółki szacuje, że ze względu na wyjątkowo niekorzystny dla całej branży miniony rok, wartość polskiego rynku artykułów sportowych uległa zmniejszeniu i kształtuje się na poziomie 1,4 mld PLN.

Wg szacunków Zarządu INTERSPORT Polska S.A. opartych na ponad dwudziestoletniej znajomości rynku oraz własnych danych sprzedażowych, Spółka posiada obecnie około 14% udział w polskim rynku artykułów sportowych.

11.12. Sytuacja na polskim rynku artykułów sportowych w najbliższej perspektywie

Rynek artykułów sportowych w Polsce systematycznie się rozwija, ale na tle Europy jest jeszcze bardzo mały. Wydatkom na sport sprzyja głównie zmiana stylu życia Polaków i wielkie imprezy sportowe. Z uwagi na odbywające się w Polsce Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej „EURO 2012” spodziewany jest w najbliższej przyszłości wzrost wartości polskiego rynku artykułów sportowych.

W 2012 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. będzie się wyróżniała na tle konkurencji oraz umocni swoją pozycję na rynku, głównie za sprawą podpisanej przez Grupę INTERSPORT umowy współpracy z UEFA i firmą ADIDAS. Na jej podstawie sieć INTERSPORT uzyskała tytuł „Oficjalnego sklepu sportowego z licencjonowanymi produktami UEFA EURO” i na czas trwania UEFA EURO 2012 otrzymała wyłączne prawo do sprzedaży artykułów sportowych na stadionach, w strefach dla kibiców (Fan Zone) oraz we własnej sieci sprzedaży.

11.13. 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.

12. PERSPEKTYWY ROZWOJU na lata 2012-2013

W 2012 roku Spółka planuje uruchomienie dwóch nowych lokalizacji i powiększenie sieci sprzedaży o 1.529 m². Warto jednak podkreślić, iż plany rozwoju Spółki są uzależnione od stopnia realizacji budów centrów handlowych, które są czasami przesuwane na późniejsze terminy.

Poniżej przedstawiamy podpisane umowy na nowe lokalizacje salonów INTERSPORT.

Miasto	Lokalizacja	Powierzchnia pierwotna	Powierzchnia planowana	Termin wg umowy	Przewidywany plan otwarcia
Gorzów WLK.	CH Nova Park	1 122 m ²	815 m ²	2010	kwiecień 2012
Kielce	CHU Korona	714 m ²	714 m ²	2012	maj 2012
Gliwice	Focus Mall	1 024 m ²	850 m ²	2010	2013
Lublin	CH Felicity	1 526 m ²	883 m ²	2009	2013

13. Informacje o wyborze biegłego rewidenta.

Rada Nadzorcza wybrała Spółkę Komandytową Auxillium Audyt Krystyna Adamus, Jadwiga Faron z siedzibą w Krakowie przy al. Pokoju 84, jako biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzenia przeglądu półrocznego za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2011 roku oraz zbadania sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r. Wybór biegłego rewidenta nastąpił zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi. Umowy zostały zawarte na okres niezbędny do wykonania prac w nich wskazanych, zaś wynagrodzenie w nich określone nie obiegało od stawek obowiązujących na rynku.

Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieście, Wydział XI Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego postanowieniem z dnia 31 stycznia 2012 roku dokonał zmiany wpisu nazwy z „Auxilium Audyt Krystyna Adamus Jadwiga Faron” na „Auxilium Audyt Barbara Szmurło Jadwiga Faron”. Przedmiotowa zmiana została spowodowana zmianą osoby komplementariusza. Wszystkie postanowienia zawarte w umowie na badanie sprawozdania finansowego Spółki INTERSPORT Polska S.A. za rok 2011 pozostały bez zmian.

Spółka Komandytowa „Auxilium Audyt Barbara Szmurło Jadwiga Faron” jest wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych prowadzoną przez Krajową Izbę Biegłych Rewidentów pod numerem 3436. Posiada bogate doświadczenie w przeprowadzaniu badań i przeglądów sprawozdań finansowych podmiotów gospodarczych o różnej specyfice oraz posiada wykwalifikowaną kadrę, w tym biegłych rewidentów.

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

Z posiadanych przez Zarząd INTERSPORT Polska S.A. informacji wynika, że Spółka nie jest stroną w postępowaniach sądowych, arbitrażowych i administracyjnych, opisanych w § 91 ust.5 pkt. 5 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku.

15. Informacje o istotnych transakcjach zawartych z podmiotami powiązanymi

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

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

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

Artur Mikołajko – Prezes Zarządu

Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu

Cholerzyn, 28.02.2012 roku