



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI
INTERSPORT POLSKA S.A. Z SIEDZIBĄ W KRAKOWIE
ZA I PÓŁROCZE 2008 ROKU**

SPIS TREŚCI:

- 1. WIZYTÓWKA FIRMY**
- 2. PODSTAWOWE DANE FINANSOWE**
- 3. SPRZEDAŻ**
- 4. ZAOPATRZENIE**
- 5. KONCEPCJA SKLEPU WZORCOWEGO**
- 6. ZATRUDNIENIE**
- 7. REKLAMA, MARKETING, SPONSORING**
- 8. ISTOTNE DOKONANIA LUB NIEPOWODZENIA W I PÓŁROCZU 2008**
- 9. PLANY ROZWOJU DO KOŃCA 2008 ROKU**

1. Wizytówka jednostki

- **Nazwa** : INTERSPORT Polska S.A.
- **Siedziba** : 31-357 Kraków, ul. J. Conrada 63.
- **Skład Zarządu Spółki** niezmienny od czasu powstania przedsiębiorstwa:

Prezes Zarządu: Artur Mikołajko

Wiceprezes Zarządu: Sławomir Gil

Wiceprezes Zarządu: Marek Radwański

Wiceprezes Zarządu: Krzysztof Milewski

- **Przedmiot działalności**: handel detaliczny artykułami sportowymi wiodących producentów sportowych w specjalistycznych sklepach o dużej powierzchni, zlokalizowanych w wybranych, prestiżowych centrach handlowych dużych miast.

- Liczba placówek:

LP	Miasto	Lokalizacja	Adres	Powierzchnia
MAGAZYN	Brzezie	gm. Zabierzów k/Krakowa	Brzezie 165	1460 m ²

LP	Miasto	Lokalizacja	Adres	Powierzchnia
SALONY SPRZEDAŻY				
1	Kraków	CH Zakopianka	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	u. 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 Park	ul. Jagiellońska 39-47, 85-097 Bydgoszcz	1024 m ²

W I półroczu 2008 r. Spółka otworzyła dwa nowe sklepy- w Poznaniu i Bydgoszczy o łącznej powierzchni 2.086 m² oraz podpisała cztery kolejne umowy najmu salonów. Trzy umowy dotyczyły salonów wielko powierzchniowych (powyżej 2000 m²), które zostaną uruchomione na jesień 2008 roku w Łodzi, Poznaniu i Gdyni.

Do 30 czerwca 2008 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. prowadziła sprzedaż detaliczną specjalistycznego sprzętu sportowego w 21 sklepach o łącznej powierzchni ponad 20 000 m² na terenie całej Polski, a do końca 2008 planuje zwiększenie sieci INTERSPORT do 25 salonów zlokalizowanych w największych centrach handlowych wiodących miast Polski – między innymi w: Łodzi, Białymstoku, Poznaniu i Gdyni.

2. Podstawowe dane finansowe

Przychody INTERSPORT Polska S.A. ze sprzedaży towarów i usług w I półroczu 2008 wyniosły 89.661 tys. zł, co stanowi wzrost o **42,78 %** w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego (62.795 tys. zł). Jeszcze lepiej przedstawia się zysk netto po I półroczu 2008 roku, który wyniósł 574 tys. zł, co stanowi wzrost o **511 %** w stosunku do analogicznego okresu w 2007 roku, kiedy to wynik finansowy wyniósł 94 tys. zł.

Wyniki po I półroczu 2008 roku są zgodne z prognozą Zarządu, zakładającą osiągnięcie w 2008 roku przychodów w wysokości 205 300 tys. zł (wzrost o 39 % do 2007 roku), oraz zysku netto na poziomie 6 740 tys. zł (wzrost o 46 % do 2007 roku)

Poniżej przedstawiamy wybrane dane finansowe w analogicznych okresach w latach 2006-2008.

WYBRANE DANE FINANSOWE	W tys złotych	
	I półrocze 2007 01.01.2007 - 30.06.2007	I półrocze 2008 01.01.2008 - 30.06.2008
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i usług	62 795	89 661
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	444	1 345
III. Zysk (strata) brutto	130	755
IV. Zysk (strata) netto	94	574
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	101	-2 450
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-9 681	-15 226
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	8 845	17 850
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-735	174
IX. Aktywa razem	79 173	115 062
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	42 936	73 716
XI. Zobowiązania długoterminowe	6 627	17 563
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	36 308	56 044
XIII. Kapitał własny	36 237	41 346
XIV. Kapitał zakładowy	1 393	1 393
XV. Liczba akcji/udziałów	13 933 334	13 933 334
XVI. Zysk na jedną akcję/udział zwykły (w PLN/EUR)	0,01	0,04
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w PLN/EUR)	0,01	0,04
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję/udział (w PLN/EUR)	2,6	2,97
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w PLN/EUR)	2,6	2,97

3. Sprzedaż

Dominujący udział w obrotach (98,17 %) Spółki w I półroczu 2008 roku miała sprzedaż artykułów sportowych, pozostałą część przychodów (1,83 %) generowały usługi serwisu rowerowego, tenisowego i rolkowego, a także organizacja wyjazdów narciarskich klubu sportowego dla dzieci i młodzieży.

W strukturze sprzedaży w I półroczu 2008 roku dominowały trzy grupy towarów, zapewniające prawie 60% przychodów: narciarstwo, trekking oraz multisport. Wśród pozostałych grup asortymentu, znaczący udział w sprzedaży odnotowały rowery, fitness oraz piłka nożna. Ogółem Spółka sprzedaje/oferuje około 10 000 tysięcy artykułów do uprawiania 40 popularnych dyscyplin sportowych.

Działalność INTERSPORT Polska S.A., typowa dla branży sportowej, charakteryzuje się znaczną sezonowością sprzedaży, co uwidacznia się w zróżnicowaniu przychodów oraz zapasów Spółki w poszczególnych kwartałach. Wyraźnie można wyodrębnić sezon zimowy i nieco słabiej zaznaczający się sezon letni. W związku z powyższym, II i III kwartał każdego roku charakteryzuje się spadkiem przychodów w porównaniu do I i IV kwartału roku obrotowego.

W I półroczu 2008 roku INTERSPORT Polska S.A. odnotowała równomierny wzrost sprzedaży we wszystkich grupach towarowych w stosunku do analogicznego okresu roku 2007. Jednakże największe wzrosty sprzedaży zauważono wśród artykułów związanych z piłką nożną i bieganiem, co było zgodne z polityką marketingową firmy. Pomogły w tym z pewnością wspólne akcje promocyjne ze znanymi markami (Puma, Adidas, Nike, Reebok), Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej - Euro 2008, które wzmocniły zainteresowanie sportem oraz akcje promujące piłkę nożną (INTERSOCCER) i bieganie (INTERRUN). INTERSPORT był też jedynym w Polsce licencjonowanym przez UEFA przedstawicielem handlowym odpowiadającym za sprzedaż produktów Euro 2008.

4. Zaopatrzenie

INTERSPORT Polska SA współpracuje z około 240 dostawcami. 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 stanowić będą docelowo nie więcej niż 15 % całego asortymentu oferowanego w salonach.

5. Koncepcja sklepu wzorcowego INTERSPORT POLSKA S.A.

Koncepcja wzorcowego sklepu INTERSPORT w Polsce została wypracowana na podstawie dwudziestoletniego doświadczenia Zarządu Spółki oraz w oparciu o pięćdziesięcioletnie doświadczenie grupy INTERSPORT.

Lokalizacja – starannie wybrane, największe centra handlowe w wiodących miastach Polski

Powierzchnia sklepu – ok. 1000 m², co pozwala na pełne zaprezentowanie szerokiego i głębokiego asortymentu markowych artykułów i odzieży sportowej.

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

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

Asortyment – ponad 85 % całego asortymentu tworzą najlepsze marki wiodących producentów sportowych, dobrze rozpoznawane przez klientów. Uzupełnieniem oferty, na poziomie średniej półki cenowej, są stopniowo wprowadzane marki własne INTERSPORT, które docelowo będą stanowiły nie więcej niż 15 % całego asortymentu. Taka polityka asortymentowa wyróżnia sklepy INTERSPORT na tle konkurencji, gdzie sytuacja jest często odwrotna.

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 ogólnosportowe.

Usługi – Spółka kładzie duży nacisk na fachową obsługę klienta, nie ograniczając się jedynie do sprzedaży. INTERSPORT prowadzi szereg działań uzupełniających promujących sportowy styl

życia. Klient ma możliwość serwisowania zakupionego sprzętu, uczestnictwa w imprezach rekreacyjnych, testowania najnowszego sprzętu w INTERSPORT – RENT oraz zbadania stóp w celu doboru właściwego obuwia.

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, łyżwow – w sezonie letnim dostępny jest serwis rowerowy (przeglądy gwarancyjne i pogwarancyjne, wymiany elementów składowych roweru, w tym podnoszących komfort użytkowania) oraz serwis tenisowy, oferujący wymianę naciągu oraz naciąganie rakiet na specjalistycznych urządzeniach firm: *Babolat* lub *Pro Spro*, serwis rolkowy oraz ostrzenie 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. Obecnie trwa budowa nowego centrum logistycznego INTERSPORT w Cholerzynie, które będzie najnowocześniejszym magazynem w Polsce, opartym na automatycznym systemie mini-load.

Systemy bezpieczeństwa – sklepy posiadają pełny system zabezpieczeń antykradzieżowych – bramki elektroniczne wraz z klipsami, ochronę fizyczną „na bramce”, specjalne szafki dla klientów na torby i plecaki, podłączenie alarmowe i stałą współpracę z wyspecjalizowaną agencją ochrony.

Kontrola wewnętrzna – w celu usprawnienia funkcjonowania sklepów, wdrożone są rozbudowane instrukcje działania dla pracowników i sprzedawców. Kontrolę fizyczną nad prawidłowym funkcjonowaniem sklepów sprawuje dział kontroli wewnętrznej.

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 z wykorzystaniem różnych środków przekazu, które wzmacniają sprzedaż.

6. Zatrudnienie :

Na dzień 30.06.2008 r. w INTERSPORT Polska S.A. było zatrudnionych ponad 450 pracowników i współpracowników. Od początku 2008 roku zatrudniliśmy 50 osoby, w tym około 40 osób to efekt rekrutacji do nowych salonów, 10 osób to wynik migracji pracowniczej. Wzrost zatrudnienia był związany z otwarciem nowych sklepów w Poznaniu i Bydgoszczy oraz zwiększeniem zatrudnienia pracowników biurowych. W strukturze wiekowej pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę dominują osoby w wieku do 35 roku życia (do 25 lat – 41,19%; 26-35 lat – 48,64%; 36-45 – 7,44%; 46-50 lat – 1,49%; ponad 50 lat – 1,24%). W związku z realizowanymi planami rozwoju przewidywany jest dalszy wzrost poziomu zatrudnienia w najbliższych latach. Wskaźnik rotacji zatrudnienia w pierwszym półroczu 2008 roku wyniósł - 0,16.

7. Reklama, Marketing, Sponsoring

Spółka przeprowadziła szereg działań promocyjno – reklamowych zgodnie z wewnętrznym planem marketingowym. Kampanie przeprowadzane były przy pomocy następujących nośników reklamowych: billboardy, rozgłoszenie lokalne i ogólnopolskie promujące markę INTERSPORT, prasa codzienna, magazyny sportowe oraz Internet. W związku z otwarciem nowych sklepów w Poznaniu i Bydgoszczy przeprowadzona została w tym mieście osobna kampania, informująca o nowopowstałym sklepie sportowym przy pomocy billboardów, rozgłoszeń lokalnych oraz dystrybucji gazetek promocyjnych.

W I półroczu 2008 roku, Spółka podjęła akcje wspierające sprzedaż wiosenno-letnią, które były przeprowadzane wyłącznie w salonach INTERSPORT i całkowicie sponsorowane przez naszych kontrahentów. I tak:

W okresie od 2-28 maja br. trwała kolejna kampania PUMA - UNTIL THEN, tym razem skierowana na football. Przy zakupie wybranej pary butów piłkarskich kupujący otrzymywał koszulkę reprezentacji Polski gratis. Zorganizowano również promocyjną kampanię billboardową dotyczącą butów footballowych firmy Reebok dostępnych wyłącznie w salonach INTERSPORT, którą była całkowicie pokrywana przez naszego partnera.

W sezonie wiosenno-letnim 2008 roku, INTERSPORT postawił również na coraz bardziej popularny w Polsce running. 18 maja br. Spółka zorganizowała w Krakowie bieg dla ponad 2 tys. osób pod nazwą Cracovia INTERUN 2008. Impreza miała na celu popularyzację biegania wśród mieszkańców Krakowa i Małopolski. W imprezie wzięły udział znane osobistości ze świata kultury

i mediów. Podobny bieg zostanie zorganizowany 21 września 2008 roku w Poznaniu. Partnerem sprzętowym jest firma NIKE.

Pod koniec kwietnia br. zakończona została akcja promocyjna, której partnerem była firma PUMA, polegająca na dołączaniu do zakupu butów biegowych – stroju do runningu. Promocja ta cieszyła się dużym zainteresowaniem klientów.

W nawiązaniu do Mistrzostw UEFA EURO 2008 oraz realizując przyjętą przez Spółkę misję: popularyzacji sportu, promocji rodzinnego amatorskiego uprawiania sportu, chęci promowania mody na sport i sportowy styl życia wśród naszych klientów, pracowników i partnerów - INTERSPORT Polska S.A. zorganizowała w okresie od kwietnia do czerwca 2008 roku - cykl rozgrywek dla dzieci i młodzieży pod nazwą INTERSOCCER. W siedmiu miastach Polski /Warszawa, Kraków, Poznań, Katowice, Wrocław, Gdańsk, Łódź/ zostało rozegranych ponad 1120 meczy. Patronem sprzętowym INTERSOCCERA była firma Adidas. INTERSOCCER ma być kontynuowany do roku 2012.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. planuje kontynuowanie podobnych akcji w kolejnych latach w celu wzmocnienia sprzedaży asortymentu wiosenno-letniego.

Ponadto Spółka w I półroczu 2008 roku wydała dla klientów, sześć katalogów sezonowych (rowerowy, łyżworolkowy, outdoorowy, tenisowy, Mc Kinley, Pro Touch) oraz cztery broszury eksperckie – Team Sport, Running, Outdoor, Tenis) – które zwiększyły konkurencyjność INTERSPORT względem innych firm na rynku.

Spółka INTERSPORT Polska S.A. sponsoruje z powodzeniem od trzech lat, grupę kolarską INTERSPORT BIKE TEAM skupioną wokół AZS Politechnika Wrocławska. Zawodnicy INTERSPORT Bike Teamu rozpoczęli sezon w marcu 2008 roku, a już do połowy maja, barwy INTERSPORTU pojawiły się na ścisłym podium (miejsca 1-3) - aż 29 razy.

Ponadto, zgodnie z ideą popularyzacji sportu wśród swojej kadry, INTERSPORT wspiera pracowników, którzy aktywnie uprawiają różne dyscypliny. Spółka może się pochwalić, iż w jej szeregach ma już dwóch Mistrzów Polski :

- Annę Witczak, która została Mistrzem Polski klas Nieolimpijskich 2008, w klasie Europa - reprezentującą ŻŁKS Poznań – (pracownik INTERSPORT – Poznań, CSiB Stary Browar-)

- Remigiusz Oleszkiewicz, który został Mistrzem Polski BMX RACING 2008 w kategorii Elita – (pracownik INTERSPORT – Warszawa, CH Ursynów). Obecnie w kadrze Polski 4X oraz BMX Racing.

INTERSPORT w I półroczu 2008 roku wspierał również działania prospołeczne takie jak:

- XXVII Międzynarodowy Festiwal Piosenki Żeglarskiej Shanties 2008, który odbył się w dniach 21 – 24.02.2008 r.

W ośmiu koncertach wzięło udział ok. 35 zespołów i solistów z kraju i z zagranicy - razem ponad 250 wykonawców. Od dwóch lat INTERSPORT jest organizatorem konkursów i sponsorem Festiwalu.

- Międzynarodowy Rajd Turystyczny zorganizowany w dniach 29 maja - 2 czerwca 2008 r.

Centrum Młodzieży im. dr H. Jordana zorganizowało rajd dla młodzieży z Polski oraz kilku krajów europejskich. W tym roku uczestnikami rajdu oprócz młodzieży z Polski była także młodzież z Litwy i Łotwy. Rajd odbył się na szlakach turystycznych Gór Stołowych i Ardsfattskich Skał w Czechach. INTERSPORT przekazał nagrody dla jego uczestników.

8. Istotne dokonania lub niepowodzenia INTERSPORT Polska S.A w I półroczu 2008:

Do najważniejszych zdarzeń dotyczących Spółki, zaistniałych w I półroczu 2008 roku zaliczyć należy:

- (1) W dniu 28 stycznia 2008 roku podpisano ze spółką ALMA Market S.A. z siedzibą w Krakowie umowę najmu lokalu handlowego o powierzchni 2 050 m² zlokalizowanego w budynku przy ul. Kilińskiego w Łodzi. Umowa została zawarta do dnia 31 października 2017 roku z możliwością jej przedłużenia na czas oznaczony nie krótszy niż 5 lat. Planowany termin otwarcia salonu przewidziany jest na ostatni kwartał 2008 roku.
- (2) W dniu 12 lutego 2008 roku podpisano ze spółką Real sp. z o.o. i Spółką sp.k. z siedzibą w Warszawie przy Alei Krakowskiej, umowę najmu lokalu handlowego o powierzchni 2 526 m² zlokalizowanego w CH King Cross Marcelin w Poznaniu. Umowa została zawarta na okres 10 lat z możliwością jej przedłużenia. Planowany termin otwarcia salonu przewidziany jest na ostatni kwartał 2008 roku.
- (3) W dniu 14 lutego 2008 roku Zarząd INTERSPORT Polsk S.A. podał prognozę finansową na rok 2008, zgodnie z którą planuje osiągnięcie do końca roku - przychodu na poziomie 205 mln. zł (wzrost o 39 % do 2007 roku) oraz zysku netto w wysokości 6,74 mln zł (wzrost o 46 % do 2007 roku)

- (4) 28 lutego 2008 roku odbyło się otwarcie nowego salonu INTERSPORT o powierzchni 1062 m² w Centrum Handlowym Galeria Pestka przy ul. Solidarności 47 w Poznaniu.
- (5) W dniu 23 kwietnia 2008 roku odbyło się oficjalne otwarcie nowego salonu INTERSPORT o powierzchni 1024 m² w Centrum Handlowym FOCUS PARK zlokalizowanego przy ul. Jagiellońskiej w Bydgoszczy.
- (6) W dniu 28 maja br. Spółka INTERSPORT Polska S.A. podpisała ze spółką Real, sp. z o.o. i Spółką sp. k. z siedzibą w Warszawie przy Alei Krakowskiej 61, umowę najmu lokalu handlowego o powierzchni 2.592 m² zlokalizowanego w istniejącym Centrum Handlowym WZGÓRZE przy ul. Górskiego w Gdyni. Planowany termin otwarcia nowego salonu w Gdyni przewidywany jest na ostatni kwartał 2008 roku.
- (7) W dniu 13 czerwca 2008 roku Spółka INTERSPORT Polska S.A. złożyła w Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości wniosek o dofinansowanie realizacji projektu w ramach Działania 4.4 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (lata 2007-2013). W ramach działania nr 4.4 Nowe Inwestycje o Wysokim Potencjale Innowacyjnym Spółka aplikuje z projektem o nazwie "Wdrożenie innowacyjnej technologii EPC/RFID w Logistycznym Centrum Nowej Generacji". W podkrakowskiej wsi Cholerzyn gmina Liszki firma rozpoczęła budowę nowoczesnej bazy logistycznej, której zakończenie planowane jest na przyszły rok.
- (8) W dniu 18 czerwca 2008 roku w siedzibie Spółki odbyło się Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy INTERSPORT Polska S.A. – szczegółowe informacje znajdują się na stronie internetowej w zakładce RI.
- (9) W czerwcu Spółka INTERSPORT Polska S.A. podpisała ze Spółką GT-JWK-MANAGEMENT Sp. z o.o. S.K.A. z siedzibą w Gdańsku umowę najmu lokalu handlowego o powierzchni 1075 m² zlokalizowanego w rozbudowywanym obecnie CHU ALFA w Olsztynie. Termin otwarcia nowego salonu przewidywany jest na IV kwartał 2009 roku.

Od początku 2008 roku INTERSPORT Polska S.A. podpisała już cztery umowy na wynajem lokali przeznaczonych do prowadzenia działalności handlowej pod szyldem INTERSPORT. Trzy umowy dotyczyły salonów wielko powierzchniowych (powyżej 2000 m²), które zostaną uruchomione na jesień 2008 roku w Łodzi, Poznaniu i Gdyni.

9. Plany Rozwoju INTERSPORT POLSKA S.A. do końca 2008 roku

Do końca 2008 Spółka INTERSPORT Polska S.A. planuje zwiększenie sieci INTERSPORT do 25 salonów zlokalizowanych w największych centrach handlowych wiodących miast Polski (Łódź – CH Alma, Białystok – CH Alfa, Poznań – CH King Cross Marcelin, Gdynia – CH Wzgórza)

W kolejnych latach INTERSPORT Polska S.A. planuje konsekwentnie otwierać około 5 salonów sportowych rocznie, co powinno zapewnić Spółce wiodący (ponad 20 %) udział w polskim rynku artykułów sportowych.

Zgodnie z przyjętą strategią rozwoju sieć specjalistycznych sklepów sportowych INTERSPORT Polska S.A. na koniec 2008 roku będzie wynosiła 25 sklepów o łącznej powierzchni ponad 28 tys. m² .

Artur Mikołajko – Prezes Zarządu

Marek Radwański – Wiceprezes Zarządu

Sławomir Gil - Wiceprezes Zarządu

Krzysztof Milewski – Wiceprezes Zarządu