Pierwsza połowa roku na małej stracie,

Spółka INTERSPORT Polska SA w I półroczu 2016 roku odnotowała stratę brutto w wysokości 456 tys. zł (Q1 2016 - zysk 1.085 tys. zł, Q2 2016 - strata 1.541 tys. zł). Zysk z działalności operacyjnej EBIT wyniósł 436 tys. zł, zaś EBITDA kształtowała się na poziomie 3.779 tys. zł.

W pierwszej połowie 2016 roku Spółka zanotowała spadek sprzedaży o 3,6% r/r (jest: 107.269 tys. zł, było: 111.264 tys. zł). Mniejsza sprzedaż w pierwszej połowie 2016 roku była głównie związana ze spadkiem sprzedaży marek własnych o 21% r/r, co w konsekwencji przełożyło się na wypracowanie niższej marży (zmniejszenie marży na markach własnych odpowiada za 90% ogólnego spadku).

Koszty działalności operacyjnej w I półroczu 2016 roku były niższe o ok. 1% tj. 334 tys. zł mniej r/r. W lutym 2016 roku Spółka poniosła jednorazowe koszty związane z zamknięciem dwóch sklepów (niezamortyzowane w pełni koszty inwestycji, koszty zamknięć, odprawy), które wyniosły łącznie 406 tys. zł. Zakończenie działalności dwóch starych sklepów, które systematycznie notowały duże spadki obrotów i pogłębiały swoje straty, wpłynie w kolejnych okresach na poprawę wyników.

W I półroczu 2016 roku Spółka odnotowała w sklepach wzrost średniego paragonu wartościowego, co pokazuje umacnianie się pozycji sklepów INTERSPORT w sprzedaży towarów ze średniej i wyższej półki cenowej. Najwyższą jakość obsługi klienta potwierdził tytuł „Gwiazdy Jakości Obsługi 2016" otrzymany przez sieć INTERSPORT Polska w rankingu konsumenckim.

Spółka notuje stały wzrost sprzedaży internetowej. W I półroczu br. obroty w tym kanale sprzedaży wzrosły o ok. 20% r/r. Jeszcze w tym roku zakończą się prace mające na celu wdrożenie nowoczesnej platformy do handlu internetowego, co powinno przełożyć się na osiąganie jeszcze wyższych wzrostów sprzedaży w kanale e-commerce.

Na koniec czerwca br. liczba zarejestrowanych stałych klientów przekroczyła 500 tys. osób. Spółka stawia na rozwój programu lojalnościowego w nowych obszarach, ponieważ stali klienci kupujący więcej i częściej są ważnym elementem biznesu INTERSPORT dziś i w przyszłości.

Dzięki dalszej poprawie logistyki, jak również obniżeniu stanów towarów zimowych o ponad 20% r/r. Spółka skróciła okres rotacji zapasów.

Spółka w I półroczu br. kontynuowała proces rewitalizacji kolejnych sklepów, a nagroda 9. edycji „Retail Marketing Awards" otrzymana w kwietniu br. za metamorfozę sklepu w CH „Arkadia" w Warszawie potwierdziła wysoką jakość zmian.

Cholerzyn 30.08.2016

ZARZĄD INTERSPORT Polska S.A.