

adidas Slovakia, s.r.o.

2017

VÝROČNÁ SPRÁVA



Základná idea



ŠPORT NÁM DÁVA SILU MENIŤ ŽIVOTY



Naša misia

„Byť najlepšou športovou firmou na svete.“

Obsah

adidas Group	4
• História a súčasnosť	5
• Najvýznamnejšie udalosti 2017	7
adidas Slovakia	10
• Základné údaje	11
• História a súčasnosť	12
• Aktivity 2017	14
• Marketing	
▪ <i>adidas</i>	16
▪ <i>Reebok</i>	21
• Strategické plány	24
• Konkurencia	25
• Riziká a neistoty	25
• Ostatné skutočnosti	26
adidas a rok 2017 v číslach	27
• Výkaz ziskov a strát	28
• Súvaha	29



Adolf Dassler, zakladatel' společnosti adidas

História a súčasnosť značky adidas

adidas AG

Spoločnosť adidas bola založená Adolfom Dasslerom krátko po jeho návrate z prvej svetovej vojny. Po pár mesiacoch sa k nemu pridali aj bratia Rudolf a začali spolu vyrábať kvalitné atletické potreby, oblečenie a obuv. V roku 1924 založili spoločnosť Gebrüder Dassler Schuhfabrik v meste Herzogenaurach a rozšírili svoje portfólio výrobkov, pričom ich snahou bolo vytvoriť čo najvhodnejšiu obuv pre každú športovú kategóriu.

Napriek tomu, že podmienky na trhu po druhej svetovej vojne neboli veľmi priaznivé, podarilo sa im uzavrieť pre nich výhodnú zmluvu s USA na výrobu tisíc párov hokejovej obuvi a ako kompenzáciu získavajú staré armádne stany, ponožky a baseballové rukavice. Vďaka svojej vynaliezavosti z týchto zdanlivo nepotrebných vecí vytvárajú novú obuv pozoruhodnej kvality.

Dlhoročné nezhody medzi bratmi vyvrcholili v roku 1949, výsledkom čoho bol rozpad pôvodnej spoločnosti – Gebrüder Dassler Schuhfabrik a vznik nezávislých firiem – adidas a Puma. Adolf o rok neskôr oficiálne registroval názov svojej značky – adidas – a legendárne tri pásiky. Názov adidas vznikol spojením prvých písmen jeho mena a priezviska – Adolfa Dasslera. Úspech adidasu sa začal s kopačkami so šróbovateľnými hrotmi, neskôr debutovala prvá tepláková súprava a tak postupne sa vyvíjala silná športová značka pre rôzne športy.

V čase keď sa celý svet otáčal kvôli olympijským hrám v Nemecku, adidas odprezentoval nové logo – „trefoil“. Vtedy vyjadroval výkon, v súčasnosti je symbolom adidas Originals kolekcie, ktorá prezentuje lifestyle. Časy sa menia, ale kvalita pod trefoilom ostáva.

Najsmutnejším rokom histórie spoločnosti je rok 1978, kedy zomrel Adi Dassler. Vedenie prevzala manželka a syn. Potom, čo postupne obaja umierajú, adidas sa dostáva do problémov. V roku 1993 banka Crédit Lyonnais, aby ho zachránila pred bankrotom, predala adidas Robertovi Louis-Dryfusovi, ktorému sa adidas podarilo vrátiť späť na cestu rastu a prosperity.

adidas prešiel počas svojej existencie viacerými fúziami a akvizíciami. V roku 1997 sa adidas spojil so spoločnosťou Salomon a názov spoločnosti sa zmenil na adidas-Salomon AG. V roku 2006 spoločnosť Salomon opustila tím a novým členom adidas Group sa stal Reebok a spolu s ním prišli pod krídla adidas Group aj značky Rockport a Reebok-CCM Hockey. Názov spoločnosti sa zmenil na adidas AG. V roku 2015 značku Rockport predal a následne kúpil spoločnosť Runtastic, ktorá je aktuálne najmladším členom adidas Group.

V roku 2017 spoločnosť predala značky CCM Hockey a tiež golfové značky TaylorMade, Ashworth a Adams Golf.

„Všetky naše značky jedinečnou cestou pomáhajú športovcom zlepšiť ich výkon, hrať lepšie a cítiť sa lepšie. Naše produkty lámu rekordy, nastavujú nové trendy, tvoria históriu. Každý deň. Kdekoľvek na svete. Taký je adidas.“

Od roku 2015 je adidas zakladajúcim členom hnutia Parley for the Oceans, prostredníctvom ktorého kreatívci, myslitelia a lídri zvyšujú povedomie o kráse a krehkosti oceánov. adidas ho podporuje najmä v jeho edukatívnom a komunikačnom úsilí o záchranu oceánov. Na podporu tejto stratégie adidas začal vyrábať mnoho svojich produktov z recyklovaného plastového odpadu pochádzajúceho práve z oceánov a v roku 2017 vyrobil viac ako milión tenisiek z tohto materiálu.

V súčasnosti je koncern adidas vedený spoločnosťou adidas AG so sídlom v nemeckom Herzogenaurachu. Zamestnáva viac ako 55 tisíc ľudí vo viac ako 100 krajinách sveta. Produkuje viac ako 900 miliónov produktov za rok a generuje tržby cez 21 miliárd Eur.

Najvýznamnejšie udalosti v roku 2017 v adidas svete

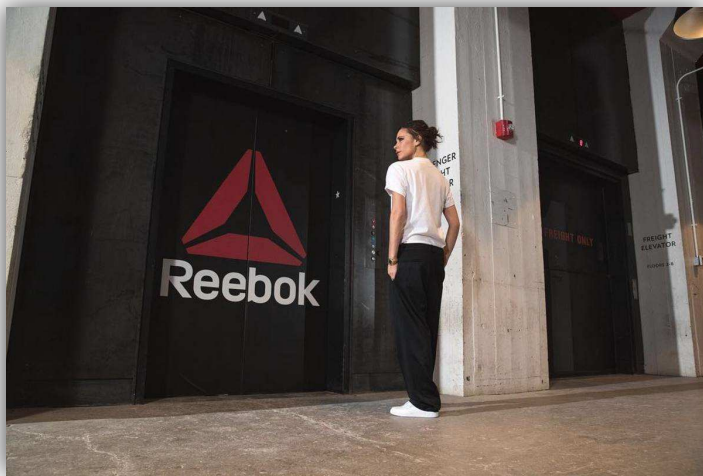
adidas Originals začiatkom roka spustila kampaň podporenú filmom, kde prezentuje vizionárov zo sveta hudby, športu, štýlu a umenia. Pod názvom "Original is never finished", prináša myšlienku znovuobjavenia minulosti s cieľom vytvoriť zmysel pre novú generáciu.



Pokračovaním kampane "HERE TO CREATE" je nová kampaň "UNLEASH YOUR CREATIVITY". Kampaň prináša nový pohľad, že zanievanie a fantázia každého športovca môže posunúť ďalej ako sa jeho telo a myseľ doposiaľ dostali. Táto kampaň je prezentovaná ženskými športovkyňami, hviezdami a supermodelkami, ako sú Karlie Kloss, Hannah Bronfman, Candace Parker a mnohými inými.



adidas prináša novú obuv, tenisky budúcnosti Futurecraft 4D, v ktorých podrážka je zhotovená zo svetla a kyslíka použitím digitálnej svetelnej syntézy. Nová techno-lógia prináša rúcanie stereotypov a možnosť dosahovať veci, ktoré sa zdali nemožné. Spolupráca dizajnu a výroby, softvéru a hardvéru prináša unikátne výsledky, tenisky s podrážkou v tvare mriežky - matrixu.

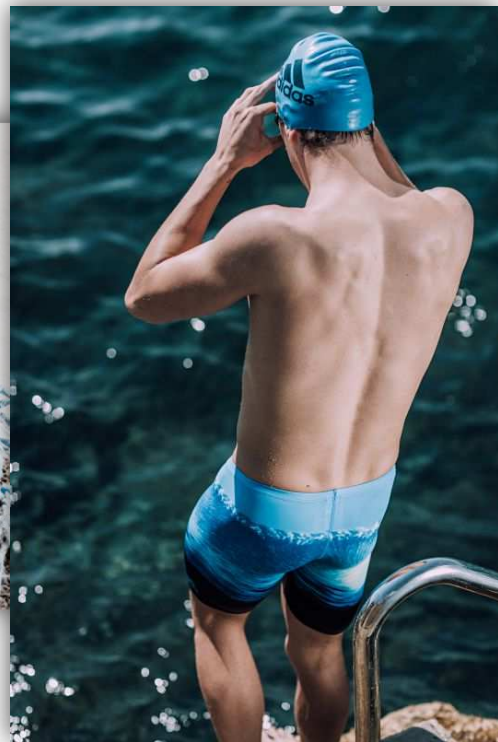


Reebok začal spoluprácu s domom módy Victoria Beckham. Britská dizajnérka rozšíri Reebokovú vzrastajúcu komunitu o inšpirujúce ženy. Ich dlhodobé partnerstvo bude veľkolepo odprezentované novou kolekciou REEBOK AND VICTORIA BECKHAM COLLECTION, ktoré bude uvedené na trh koncom roku 2018.

adidas v rámci projektu "Parley for the Oceans" vytvoril kolekciu plaviek a obľúbených tenisiek s



boost technológiou v novej Parley edícii. Produkty boli zhotovené aj z materiálu z recyklovaného odpadu z oceánu, pričom na jedny tenisky bolo použitých jedenásť plastových fliaš.



Reebok ohlásil zámer vyrábať produkty z trvalo udržateľných zdrojov s názvom "COTTON and CORN" iniciatíva. Jeho hlavným cieľom je vytvoriť obuv zo surovín, ktoré narastú v prírode použitím organickej bavlny a kukurice, ktorá nie je určená na konzumáciu. Pri tejto iniciatíve spolupracuje s poprednými firmami zameranými na riešenia v bio kvalite.



adidas predstavil oficiálnu futbalovú loptu Telstar 18, s ktorou sa bude hrať na majstrovstvách sveta v roku 2018 a tiež aj nové zápasové dresy pre viaceré národné futbalové tímy. Lopta aj dresy boli inšpirované minulosťou, ale prinášajú do 21. storočia inovatívne elementy.



**adidas Slovakia, kto sme, čo robíme a kam
smerujeme**

adidas Slovakia, s.r.o.

Sídlo: Galvániho 15/A, 821 04 Bratislava, Slovenská republika

IČO : 35739738

Deň zápisu do obchodného registra: 29.január 1998

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Predmet činnosti:

Nákup tovaru za účelom jeho ďalšieho predaja a predaj v rozsahu voľnej živnosti formou maloobchodu a veľkoobchodu

Označenie zápisu v obchodnom registri:

Zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava 1, vložka 16649/B

Konatelia spoločnosti:

Peter – Marcus Virsik, Áron Péter Tamás

adidas Slovakia – história a súčasnosť

V roku 1998 transformáciou z pobočky českého adidasu vznikla ako dcérska spoločnosť nemeckej spoločnosti adidas Group, ktorá na začiatku zamestnávala v tíme len 9 ľudí zodpovedných za prevádzku celej spoločnosti, ktorý sa postupne rozrastal až na súčasných 75.

V roku 2008 sa spoločnosť presťahovala do novovybudovaného business centra GBC na Galvaniho ulici. Vo svojich priestoroch poskytuje svojim zamestnancom nadštandardné pracovné prostredie. Nachádza sa tu aj adidas a Reebok showroom, v ktorých si zákazníci môžu prezrieť a objednať tovar pre nadchádzajúcu sezónu.

Spoločnosť má dve vlastné predajne. Factory Outlet v Bratislave bola otvorená v roku 1999, čo bolo nasledujúci rok po založení dcérskej spoločnosti adidas na Slovensku a v roku 2013 otvorila aj druhú vlastnú predajňu vo One Fashion Outlet centre vo Voderadoch. Obe sa zameriavajú na predaj adidas produktov zo starších kolekcií za veľmi výhodné ceny.

adidas Slovakia distribuje na slovenský trh len tovar značky adidas a Reebok. Ostatné značky sú dodávané na náš trh priamo materskou spoločnosťou, pretože ich podiel na trhu je veľmi nízky.

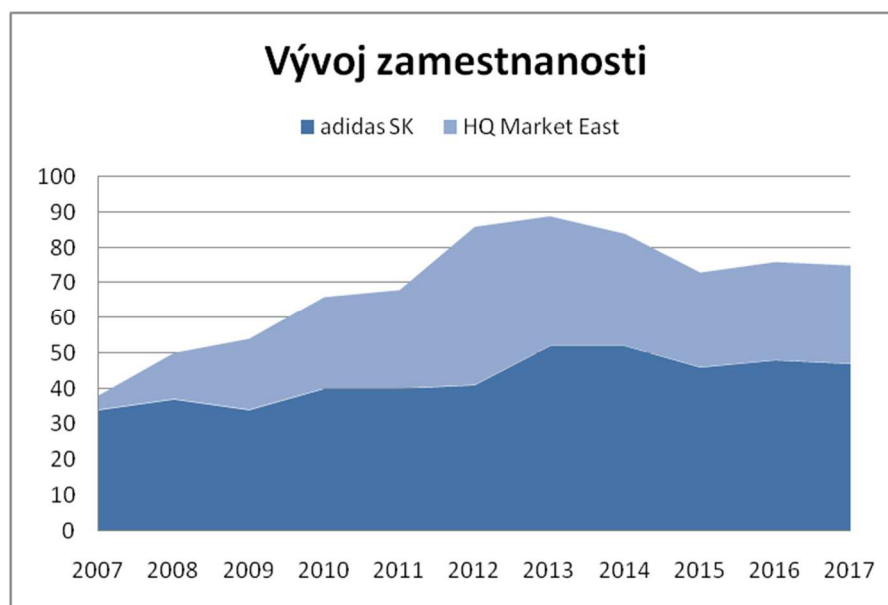
Naše produkty sa predávajú na slovenskom trhu v maloobchodnej sieti najmä prostredníctvom našich zákazníkov a ich obchodov a preto sa s adidas a Reebok výrobkami zákazník môže stretnúť nielen v každom lepšom športovom obchode, nákupnom centre, ale už aj v obchodoch zameraných na módu a trendy sezóny.

V roku 2007 sa materská spoločnosť rozhodla vytvoriť v Bratislave centrálu pre strednú a východnú Európu. Najprv zastrešovala len štáty Vyšehradskej štvorky, no neskôr sa k nim pridali aj Pobaltské štáty. Centrála Market East sa stala súčasťou spoločnosti adidas Slovakia najmä kvôli dobrému umiestneniu spoločnosti v Bratislave, odkiaľ je približne rovnaká vzdialenosť do sesterských spoločností v okolitých štátoch, ale dôležitým dôvodom je aj jazyková vybavenosť zamestnancov, ktorí sa dokážu porozumieť nie len slovensky, česky a maďarsky, ale rozumejú aj poľštine ako slovanskému jazyku. Hlavným dôvodom samotného zriadenia centrál Market East bolo vytvorenie medzičlánku, ktorý by bol schopný prispôbiť a aplikovať globálne stratégie pre lokálne trhy vzhľadom k ich osobitostiam.

V roku 2012 sa vedenie adidas Group rozhodlo, že slovenský manažment prevezme kontrolu aj nad maďarskou pobočkou a tak v súčasnosti je adidas Budapest Kft. riadená z bratislavskej pobočky.

Zamestnanci

V súčasnosti pracuje pre spoločnosť adidas 75 ľudí. Vzhľadom k tomu, že sa v spoločnosti v minulom roku neudiali žiadne významné zmeny, ani počet zamestnancov sa výrazne nezmenil.



Spoločnosť zamestnáva okrem svojich kmeňových zamestnancov aj mladých, nádejných, talentovaných študentov s cieľom vychovať z nich plnohodnotných pracovníkov, ktorí by odštartovali svoju kariéru práve v spoločnosti adidas.

Najvýznamnejšie aktivity spoločnosti

1. Spolupráca so študentmi stredných a vysokých škôl

adidas v spolupráci so spoločnosťou Nexteria participoval na podujatí Night of Chances pre študentov stredných a vysokých škôl s cieľom priblížiť kariérne príležitosti v rámci adidas.

2. Traineeship

adidas už po piatykrát otvoril v roku 2017 Trainee program, do ktorého sa mali šancu prihlásiť absolventi vysokých škôl. Tento program trvá jeden kalendárny rok a umožňuje Trainee-mu pracovať na zaujímavých projektoch, absolvovať rotáciu na iných oddeleniach alebo krajinách strednej a východnej Európy.

3. Internship

adidas momentálne zamestnáva 18 študentov, čo predstavuje viac ako 20% z celkovej pracovnej sily. Títo študenti sú aktívne zapájaní do interných aktivít firmy s možnosťou kariérneho rozvoja.

4. Pracovisko bez plastov

Spoločnosť sa dlhodobo usiluje znížiť negatívny dopad nadmernej produkcie plastového odpadu na životné prostredie. V roku 2017 sme zredukovali používanie plastových fliaš na pracovisku o 99%, zamestnanci majú k dispozícii výdajníky vody Dolphin, filtrovanú vodu priamo z vodovodnej batérie a každý deň je k dispozícii čerstvé ovocie.

5. Podpora chránených dielní

adidas podporuje chránené dielne spoluprácou na výrobe vianočných balíčkov pre zamestnancov.

6. Podpora Teach for Slovakia

adidas je hrdým partnerom a podporovateľom neziskového projektu Teach for Slovakia, ktorého misiou je poskytnúť deťom také vzdelanie, ktoré im dá šancu v živote uspieť.

7. TEDx Bratislava

Spoločnosť opätovne partnersky podporila TEDx, multižánrovú konferenciu pod licenciou TED. Formát TEDx vznikol v duchu motta „myšlienky hodné šírenia“ ako program miestnych, samostatne organizovaných podujatí, ktoré umožňujú ľuďom stretnúť sa a spoločne zažiť atmosféru pripomínajúcu konferencie TED.

8. Naše mesto

Zamestnanci adidas sa pravidelne zúčastňujú aktivity Naše mesto, ktorú organizuje nadácia Pontis aby prispeli k myšlienke lepšieho mesta na život.

9. Letný tábor pre deti zo sociálne slabších rodín

adidas sa po prvý krát stal pyšným sponzorom detského športového letného tábora pre deti zo sociálne slabších rodín. V duchu svojej základnej myšlienky – Športom meníme životy ľudí, tak pomohol zažiť 40-tim deťom týždeň plný športu, zábavy a priateľstva.

Marketingové aktivity

adidas Runners Bratislava

Jedinečná bežecká komunita, ktorej cieľom je spájať a podporovať všetkých ľudí, pre ktorých je beh vášňou. Mimoriadne úspešný projekt adidasu, ktorý sa teší veľkej popularite, oslávil prvý rok existencie, počas ktorého získal nových aktívnych členov a nadšených bežcov. Vďaka ich entuziazmu sa adidas Runners Bratislava rozrástol o nových trénerov, ktorými sú cvičiteľka jogy Zuzana Šimoniková a špecialista na silové schopnosti bežcov Matej Halaj. Preto sa pod hlavičkou adidas Runners uskutočňuje čoraz viac tréningov, zameriavajúcich sa nielen na beh. Počas leta adidas Runners rozšíril



bezplatné tréningy aj o priestor Magio pláže.



Ultra BOOST X - tenisky pre ňu

adidas odprezentoval novú ženskú bežeckú kolekciu prostredníctvom modelky Silvie Križanovej a bežkyne Petry Fašungovej. UltraBOOST X – prvá bežecká teniska vyrobená čisto pre ženy sa dostala na trh vo februári 2017. V tejto súvislosti sa uskutočnil aj launch event, na ktorom boli predstavené prelomové UltraBOOST X pre ňu. Na podujatí s výbornou atmosférou nechýbali známe osobnosti, influenceri či desiatky milovníčok behu. Vďaka veľkému množstvu príspevkov na sociálnych sieťach sa povedomie o nových teniskách rozšírilo všade.

ČSOB Maratón, Telekom Night Run a DM ženský beh

adidas je dlhodobým partnerom viacerých bežeckých podujatí v hlavnom meste: ČSOB maratón, Telekom Night Run a DM ženský beh. Na všetkých troch podujatiach mali bežci možnosť vyskúšať si najnovšie modely z kolekcie UltraBOOST.



Súčasťou minuloročného ČSOB Maratónu bola aj adidas výzva #whyirunbratislava, ktorej hlavnou myšlienkou bolo zistiť dôvody, prečo ľudia behajú. Úlohou bežcov bolo zverejniť fotografiu s daným hashtagom na Instagrame. Vďaka svojmu postu sa následne ocitli v najväčšej galérii bežcov Bratislave.

Na bratislavskom ČSOB maratóne bežal najväčší počet bežcov práve v adidas teniskách, a tým adidas ovládol tento ročník s podielom tenisiek 35 percent.

EQT

Skutočné „ja“. Kampaň novej kolekcie adidas Originals – EQT (Equipment) predstavovala príbehy skutočných ľudí. Ukazovala, ako ich minulosť inšpirovala v súčasnosti. Slovensko tak mohlo vidieť, že aj tá najväčšia hviezda skrýva príbeh ako každý z nás. Tvármi kampane bol raper PIL C, youtuber Expl0ited, maliarka HULA a tanečník Spunkey. Všetci z aktérov boli nafotení v prostredí, ktoré ich podnietilo byť tam, kde sa nachádzajú dnes. Vďaka ambasádorom sa nová kolekcia EQT veľmi rýchlo rozšírila medzi širokú verejnosť.



Legenda sa vrátila

Legendárna verzia kopačiek Predator sa v novembri vrátila späť na trh s heslom „It’s back“. Tie odpre-zentovali slovenská fut-balová legenda Róbert Vittek a Adam Zrelák ako vychádzajúca hviezda prostredníctvom videa. Okrem nich patrili medzi ambasádorov aj raper Pil C a youtuber Expl0ited. Záujem o legendárny model kopačiek bol obrovský.



Exkluzívne predstavenie sa konalo na Športovom gymnáziu v Bratislave, ktorého sa zúčastnili všetci ambasádori kampane. Okrem toho v spolupráci s Top4Football odovzdal Róbert Vittek vďaka skrytej kamere kopačky každému, kto si ich chcel vyskúšať. Zákazníci tak boli príjemne prekvapení. Novinári si mohli kopačky pozrieť a vyskúšať počas futbalového kvízu v predajni Futbalshop.

V rámci Fortuna ligy sú adidas kopačky veľmi obľúbené, najviac u futbalistov Slovana Bratislava, Prešova, Michaloviec či Dunajskej Stredy. Značka adidas má veľké zastúpenie

najmä u mladých hráčov. Na slovenských trávnikoch stúpol v posledných mesiacoch najmä podiel nových modelov kopačiek značky adidas.

Here To Create

Nepotrebujete posilňovňu, stačí vám kreativita a bežné predmety. Ambasádorkami kampane určenej ženám boli Soňa Skoncová, Petra Fašungová, Silvia Križanová a Monika Sakmanová. Aktérky fotenia prezentovali v opustenej piešťanskej elektrárni svoju kreativitu, vďaka ktorej dokázali cvičiť a formovať svoje postavy bez akýchkoľvek posilňovacích pomôcok.

Následne sa kreativita „Here To Create“ presunula na Instagram, kde sa dámy navzájom vyzývali, aby cvičili s predmetmi okolo seba. Vďaka virálnemu efektu sa takmer sto žien zúčastnilo ženského športového podujatia, na ktorom sa uskutočnili tri workshopy: tanec, box a beh pod taktovkou skúsených profesionálok. Treba povedať, že dámy predvádzali skutočne dychvyrážajúce kúsky – a to všetko vďaka kreativite.



Podporujeme športovcov v ich ceste na vrchol

Na to, aby mohli športovci podávať tie najlepšie výkony potrebujú to najlepšie vybavenie, ktoré im práve značka adidas môže poskytnúť. V adidas sme preto radi, že môžeme podporovať dlhodobo najlepšiu slovenskú olympioničku Anastasiyu Kuzminu, ktorej sa v aktuálnej biatlonovej sezóne veľmi darí. Zároveň počas zimných mesiacov intenzívne sledujeme výsledky slovenskej zjazdárky Petry Vlhovej. V lete sa presúvame spolu s Natáliou Dubovcovou a Andreou Štrbovou na ihriská plné piesku k plážovému volejbalu. A takmer počas celého roka držíme palce Ondrejovi Dudovi, Janovi Gregušovi, Miroslavovi Stochovi a ďalším úspešným futbalistom, aby sa čo najlepšie presadili na zelených trávnikoch.



Reebok

Stratégia značky Reebok sa aj naďalej sústreďuje na šport a fitness, ale okrem takzvaných „tough“ športov sa značka zameriava čoraz viac na bežných ľudí, ktorí radi cvičia. Reebok ukončil globálnu spoluprácu so Spartan Race a viac sa zameriava na mestský beh miesto trailového. Spolupráce vrámci Combat športov, a taktiež s CrossFit boxmi úspešne pretrvávajú aj naďalej.



JUST WOMAN – podujatie venované ženám

V roku 2017 bol Reebok jedným z hlavných partnerov projektu JUST WOMAN. Bolo to 1-dňové podujatie, ktoré bolo zamerané vyslovene na ženy. Konalo sa v Bratislave a mohli

ste si vyskúšať okrem jogy, aj beh a paddleboard. Prvého ročníka sa zúčastnilo vyše 400 žien a na ďalší rok organizátori očakávajú dvojnásobnú účasť.



Reebok

RUN CREW – nová bežecká komunita

Reebok RUN CREW je názov bežeckej komunity, ktorá má medzinárodný základ. Okrem Bratislavy môžete tieto tréningy navštíviť aj v Prahe, Brne či Varšave. Každý tréning je zadarmo a väčšinou nie je potrebné sa naň registrovať. Ak s behom len začínate, nemusíte mať obavy, tréningy sú vhodné aj pre úplných začiatočníkov.

V Bratislave sú tréningy rozdelené na 3 typy, RUN FAST, RUN LONG, RUN TOUGH a obmieňajú sa po 1 týždni. Každý z daných typov má špecifický obsah podľa toho, aký je cieľ vášho tréningu.



Všetci účastníci boli odmenení funkčnými ponožkami Reebok, tí vytrvalejší, ktorí sa zúčastnili aspoň štyroch tréningov získali funkčné tričko Reebok. A skutoční nadšenci získali možnosť sa zúčastniť štafetového behu Sněžka-Praha, kam Reebok vyslal dva tímy.

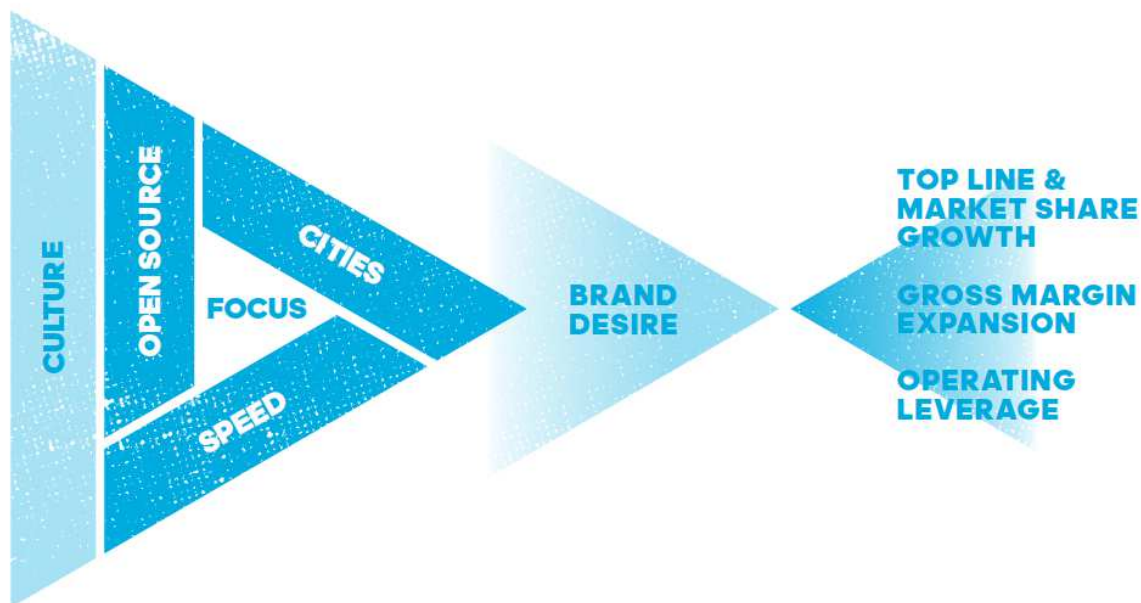
adidas pripravil v roku 2014 aj množstvo ďalších aktivít spojených s aktiváciou kampaní aj na samotných predajniach . Spotrebitelia sa mohli zapojiť do viacerých súťaží s možnosťou vyhrať zaujímavé ceny a produkty značiek adidas a RBK.

Strategický plán spoločnosti

Už v roku 2015 adidas group odprezentoval päťročný strategický biznis plán, ktorý nasledujú všetky dcérske spoločnosti. „Creating the New“ je postoj, ktorý nás vedie vpred do budúcnosti.

„Šport nám dáva silu meniť životy. Každý deň pracujeme na tom, aby sme inšpirovali ľudí a umožnili im využiť silu športu v ich životoch. Svoje skúsenosti zo športu premieňame do športového oblečenia a módy pretože šport vyjadruje postoj a životný štýl. Všetko, čo robíme, je zakorenené v športe.“

Celý strategický plán "Creating the New" možno vyjadriť nasledovným grafom.



"Creating the New" má silný základ v našej firemnej kultúre. Máme úžasné talenty, ktoré pracujú s vášňou pre šport a naše značky. Naši ľudia prinášajú stratégiu do skutočného života a naša kultúra vytvára rozdiely v dosahovaní dlhodobých cieľov. Sme presvedčení, že kultúra plná kreativity, spolupráce a presvedčenia bude kľúčovým aspektom na dosiahnutie cieľov stratégie "Creating the New".

Stratégia je postavená na troch pilieroch:

- **Rýchlosť**: Stávame sa prvou skutočne rýchlou spoločnosťou. Rýchli v uspokojovaní zákazníckych potrieb a súčasne rýchli v internom rozhodovaní.
- **Metropoly**: adidas group identifikoval 6 kľúčových svetových metropol, v ktorých chce zlepšiť svoje aktuálne postavenie. Patria tam mestá New York, Los Angeles, Shanghai, Tokio, Londýn a Paríž.
- **Otvorené zdroje**: Budeme prvou športovou spoločnosťou, ktorá pozýva športovcov, zákazníkov a partnerov, aby sa stali súčasťou našej značky.

Práve tieto piliere zintenzívňujú naše zameranie na zákazníka a v konečnom dôsledku zvýšia túžbu po našich značkách. A práve značky sú srdcom tejto stratégie. Naše značky nás spájajú s našimi zákazníkmi a preto úspech našich značiek vyjadruje úspech našej spoločnosti, čo sa prejaví aj v finančných ukazovateľoch spoločnosti. Vďaka tejto stratégii sa k nim dostávame bližšie ako kedykoľvek predtým. Hlavným strategickým cieľom je dosiahnuť udržateľný rast výnosov a zisku a v neposlednom rade aj prevádzkového cash flow.

Konkurencia

Najväčšiu priamu konkurenciu má spoločnosť v ostatných športových značkách. Vzhľadom na široké portfólio výrobkov, za konkurenciu už možno pokladať aj fashion značky zamerané na módu a voľný čas.

Skôr hrozbou ako konkurenciou pre naše výrobky sú falzifikáty a napodobeniny našich výrobkov, ktoré na jednej strane znižujú predaj spoločnosti a pripravujú ju o zisk a na strane druhej kazia dlhodobo budované dobré meno spoločnosti, pretože ľudia si ich kupujú v domnienke, že kupujú originál, ale tieto výrobky nespĺňajú kvalitatívne parametre našich výrobkov a tak očakávania kupujúcich nie sú naplnené.

Riziká a neistoty

Pri takmer 160 existujúcich aktívnych zákazníkoch, ktorí nakupujú tovar, či už len značky adidas, alebo aj Reebok, je spoločnosť neustále vystavená riziku z platobnej neschopnosti svojich zákazníkov. V spoločnosti adidas Slovakia platí, že 10 najväčších zákazníkov sa podieľa na tvorbe viac ako 50% celkových tržieb za predaj tovaru. Pri týchto zákazníkoch by negatívny dopad z rizika zanechal hlbšie stopy, preto sa spoločnosť snaží toto riziko minimalizovať rôznymi zárukami. Spoločnosť nemá na Slovensku vlastný sklad a tovar

objednáva z externého skladu, čím je stále vystavená riziku spojeného so stratou a poškodením tovaru pri dovoze. Aj toto riziko sa firma snaží minimalizovať, a to poistením dodávok.

Ostatné skutočnosti

Udalosti po skončení roku 2017– Od skončenia roku 2017 do vydania výročnej správy nenastali žiadne udalosti osobitného významu.

Náklady na výskum a vývoj – adidas Slovakia vo vlastnej réžii nevyrába žiadne výrobky, celý výskum a vývoj je uskutočnený na globálnej úrovni.

Majetkové účasti a finančný majetok – spoločnosť nemá vlastnú organizačnú zložku v zahraničí a nemá žiadne obchodné podiely, akcie a dočasné listy.

Vplyv na životné prostredie – adidas Slovakia svojou činnosťou nemá negatívny dopad na životné prostredie.

Rozdelenie zisku za rok 2017 – O rozdelení zisku za účtovné obdobie za rok 2017 vo výške 1 168 501 Euro rozhodne valné zhromaždenie v polovici roku 2018. Predpokladá sa, že sa transformuje na nerozdelený zisk minulých rokov.

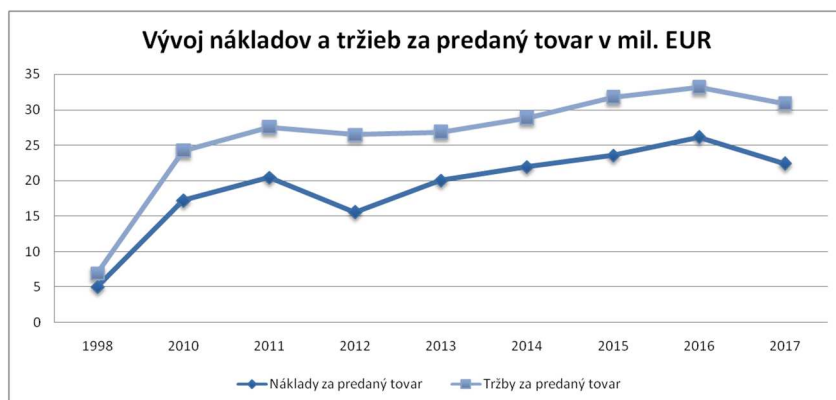


adidas Slovakia a rok 2017 v číslach

Skrátené finančné výkazy

Výkaz ziskov a strát v skrátenej forme v celých eurách						
	31.12.1998	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Výsledok hospodárenia z hosp. činnosti	245 502	950 636	642 994	1 514 395	1 327 056	1 629 401
Tržby z predaja tovaru	6 954 591	26 858 197	28 847 804	31 750 565	33 169 914	30 188 259
Náklady na predaný tovar	-5 053 973	-20 046 326	-21 970 844	-23 577 592	-26 116 372	-22 403 478
Výroba	14 705	0	0	0	0	0
Služby a iná spotreba	-1 112 063	-9 043 763	-7 163 773	-6 899 709	-6 619 364	-7 428 126
Osobné náklady	-186 849	-3 270 229	-2 629 339	-3 591 569	-3 796 420	-4 595 626
Dane a poplatky	-7 601	-6 962	-5 073	-162	0	0
Odpisy majetku	-57 724	-220 654	-242 106	-200 925	-179 961	-159 542
Tržby z predaja majetku a materiálu	0	1 117	4 784	289	1 261	6 433
Zostatková cena predaného majetku	0	0	0	-724	-87	0
Použitie a zruš. rezerv z hosp. činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba rezerv na hosp. činnosť	-240 291	-189 089	-74 094	-111 513	136 717	-37 252
Zúčtovanie a zrušenie opravnej položky z hosp. činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba opravnej položky na hosp. činnosť	-9 593	0	-12 000	-184 294	180 925	23 764
Ostatné výnosy z hosp. činnosti	0	7 061 471	4 053 991	4 533 428	4 774 951	6 143 134
Ostatné náklady na hosp. činnosť	-55 699	-193 126	-166 356	-203 398	-224 507	-108 165
Výsledok hospodárenia z fin. činnosti	-1 096 628	-27 786	-51 723	-33 811	-31 379	-45 700
Použitie a zrušenie rezerv z finančnej činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba rezerv na fin. činnosť	-22 539	0	0	0	0	0
Výnosové úroky	2 224	163	20	8	30	196
Nákladové úroky	-164 144	-3 288	-5 458	-3 143	-611	-2 224
Ostatné výnosy z fin. činnosti	20 746	46 072	7 930	6 414	3 005	5 849
Ostatné náklady z fin. činnosti	-932 915	-70 733	-54 215	-37 089	-33 803	-49 521
Daň z príjmov z bežnej činnosti	0	-437 073	-290 655	-463 570	-457 891	-415 200
Výsledok hospodárenia z mim. činnosti	-5 245	0	0	0	0	0
VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA	-856 370	485 777	300 616	1 017 014	837 786	1 168 501

Ako môžeme vidieť vo výkaze, výsledok hospodárenia vzrástol oproti minulému roku napriek tomu, že tržby z predaja tovaru poklesli. Je to najmä preto, že náklady za predaný tovar poklesli viac. Oproti minulému roku je to o viac ako 14%, zatiaľ čo tržby poklesy o takmer 9%.



Súvaha v skrátenej forme v celých eurách

	31.12.1998	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Stále aktíva	484 332	716 438	510 260	427 721	344 192	210 427
Dlhodobý nehmotný majetok	53 011	13 745	6 753	258	0	0
Dlhodobý hmotný majetok	431 322	702 693	503 507	427 463	344 192	210 427
Dlhodobý finančný majetok	0	0	0	0	0	0
Obežné aktíva	2 147 182	7 911 583	5 501 751	8 988 876	7 252 125	8 456 363
Zásoby	1 638 618	489 209	515 759	613 770	622 577	535 187
Dlhodobé pohľadávky	0	674 233	427 141	458 144	385 388	471 192
Krátkodobé pohľadávky	343 424	6 667 094	4 474 682	7 802 450	6 157 640	7 349 000
Finančné účty	165 140	81 047	84 169	114 512	86 520	100 984
Ostatné aktíva	4 249	7 266	3 154	39 372	13 102	4 107
AKTÍVA CELKOM	2 635 763	8 635 287	6 015 165	9 455 969	7 609 419	8 670 897
Vlastné imanie	-789 982	2 067 283	1 867 900	1 584 913	1 322 699	1 891 200
Cudzie zdroje	2 645 323	6 356 504	3 959 266	7 706 556	6 145 720	6 662 197
Rezervy	24 962	2 132 930	1 171 114	1 399 073	1 544 573	1 897 313
Dlhodobé záväzky	0	30 107	36 528	44 108	29 764	34 369
Krátkodobé záväzky	1 294 397	4 193 467	2 751 624	6 263 376	4 571 383	4 730 515
Bankové úvery	1 325 964	0	0	0	0	0
Ostatné pasíva	780 422	211 500	188 000	164 500	141 000	117 500
PASÍVA CELKOM	2 635 763	8 635 287	6 015 166	9 455 969	7 609 419	8 670 897

adidas Slovakia, s.r.o.

2017

VÝROČNÁ SPRÁVA



Základná idea



ŠPORT NÁM DÁVA SILU MENIŤ ŽIVOTY



Naša misia

„Byť najlepšou športovou firmou na svete.“

Obsah

adidas Group	4
• História a súčasnosť	5
• Najvýznamnejšie udalosti 2017	7
adidas Slovakia	10
• Základné údaje	11
• História a súčasnosť	12
• Aktivity 2017	14
• Marketing	
▪ <i>adidas</i>	16
▪ <i>Reebok</i>	21
• Strategické plány	24
• Konkurencia	25
• Riziká a neistoty	25
• Ostatné skutočnosti	26
adidas a rok 2017 v číslach	27
• Výkaz ziskov a strát	28
• Súvaha	29



Adolf Dassler, zakladatel' společnosti adidas

História a súčasnosť značky adidas

adidas AG

Spoločnosť adidas bola založená Adolfom Dasslerom krátko po jeho návrate z prvej svetovej vojny. Po pár mesiacoch sa k nemu pridali aj bratia Rudolf a začali spolu vyrábať kvalitné atletické potreby, oblečenie a obuv. V roku 1924 založili spoločnosť Gebrüder Dassler Schuhfabrik v meste Herzogenaurach a rozšírili svoje portfólio výrobkov, pričom ich snahou bolo vytvoriť čo najvhodnejšiu obuv pre každú športovú kategóriu.

Napriek tomu, že podmienky na trhu po druhej svetovej vojne neboli veľmi priaznivé, podarilo sa im uzavrieť pre nich výhodnú zmluvu s USA na výrobu tisíc párov hokejovej obuvi a ako kompenzáciu získavajú staré armádne stany, ponožky a baseballové rukavice. Vďaka svojej vynaliezavosti z týchto zdanlivo nepotrebných vecí vytvárajú novú obuv pozoruhodnej kvality.

Dlhoročné nezhody medzi bratmi vyvrcholili v roku 1949, výsledkom čoho bol rozpad pôvodnej spoločnosti – Gebrüder Dassler Schuhfabrik a vznik nezávislých firiem – adidas a Puma. Adolf o rok neskôr oficiálne registroval názov svojej značky – adidas – a legendárne tri pásiky. Názov adidas vznikol spojením prvých písmen jeho mena a priezviska – Adolfa Dasslera. Úspech adidasu sa začal s kopačkami so šróbovateľnými hrotmi, neskôr debutovala prvá tepláková súprava a tak postupne sa vyvíjala silná športová značka pre rôzne športy.

V čase keď sa celý svet otáčal kvôli olympijským hrám v Nemecku, adidas odprezentoval nové logo – „trefoil“. Vtedy vyjadroval výkon, v súčasnosti je symbolom adidas Originals kolekcie, ktorá prezentuje lifestyle. Časy sa menia, ale kvalita pod trefoilom ostáva.

Najsmutnejším rokom histórie spoločnosti je rok 1978, kedy zomrel Adi Dassler. Vedenie prevzala manželka a syn. Potom, čo postupne obaja umierajú, adidas sa dostáva do problémov. V roku 1993 banka Crédit Lyonnais, aby ho zachránila pred bankrotom, predala adidas Robertovi Louis-Dryfusovi, ktorému sa adidas podarilo vrátiť späť na cestu rastu a prosperity.

adidas prešiel počas svojej existencie viacerými fúziami a akvizíciami. V roku 1997 sa adidas spojil so spoločnosťou Salomon a názov spoločnosti sa zmenil na adidas-Salomon AG. V roku 2006 spoločnosť Salomon opustila tím a novým členom adidas Group sa stal Reebok a spolu s ním prišli pod krídla adidas Group aj značky Rockport a Reebok-CCM Hockey. Názov spoločnosti sa zmenil na adidas AG. V roku 2015 značku Rockport predal a následne kúpil spoločnosť Runtastic, ktorá je aktuálne najmladším členom adidas Group.

V roku 2017 spoločnosť predala značky CCM Hockey a tiež golfové značky TaylorMade, Ashworth a Adams Golf.

„Všetky naše značky jedinečnou cestou pomáhajú športovcom zlepšiť ich výkon, hrať lepšie a cítiť sa lepšie. Naše produkty lámu rekordy, nastavujú nové trendy, tvoria históriu. Každý deň. Kdekoľvek na svete. Taký je adidas.“

Od roku 2015 je adidas zakladajúcim členom hnutia Parley for the Oceans, prostredníctvom ktorého kreatívci, myslitelia a lídri zvyšujú povedomie o kráse a krehkosti oceánov. adidas ho podporuje najmä v jeho edukatívnom a komunikačnom úsilí o záchranu oceánov. Na podporu tejto stratégie adidas začal vyrábať mnoho svojich produktov z recyklovaného plastového odpadu pochádzajúceho práve z oceánov a v roku 2017 vyrobil viac ako milión tenisiek z tohto materiálu.

V súčasnosti je koncern adidas vedený spoločnosťou adidas AG so sídlom v nemeckom Herzogenaurachu. Zamestnáva viac ako 55 tisíc ľudí vo viac ako 100 krajinách sveta. Produkuje viac ako 900 miliónov produktov za rok a generuje tržby cez 21 miliárd Eur.

Najvýznamnejšie udalosti v roku 2017 v adidas svete

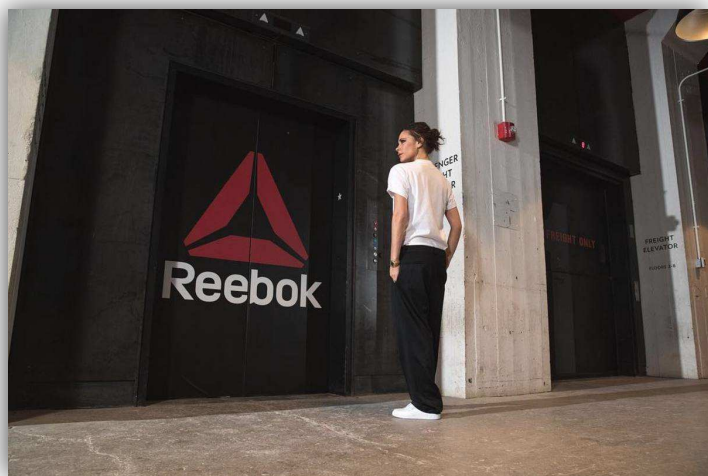
adidas Originals začiatkom roka spustila kampaň podporenú filmom, kde prezentuje vizionárov zo sveta hudby, športu, štýlu a umenia. Pod názvom "Original is never finished", prináša myšlienku znovuoobjavenia minulosti s cieľom vytvoriť zmysel pre novú generáciu.



Pokračovaním kampane "HERE TO CREATE" je nová kampaň "UNLEASH YOUR CREATIVITY". Kampaň prináša nový pohľad, že zanievanie a fantázia každého športovca môže posunúť ďalej ako sa jeho telo a myseľ doposiaľ dostali. Táto kampaň je prezentovaná ženskými športovkyňami, hviezdami a supermodelkami, ako sú Karlie Kloss, Hannah Bronfman, Candace Parker a mnohými inými.



adidas prináša novú obuv, tenisky budúcnosti Futurecraft 4D, v ktorých podrážka je zhotovená zo svetla a kyslíka použitím digitálnej svetelnej syntézy. Nová techno-lógia prináša rúcanie stereotypov a možnosť dosahovať veci, ktoré sa zdali nemožné. Spolupráca dizajnu a výroby, softvéru a hardvéru prináša unikátne výsledky, tenisky s podrážkou v tvare mriežky - matrixu.

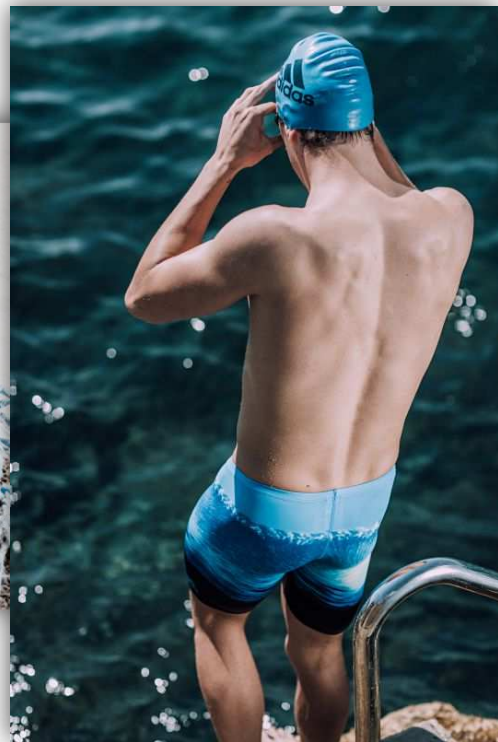


Reebok začal spoluprácu s domom módy Victoria Beckham. Britská dizajnérka rozšíri Reebokovú vzrastajúcu komunitu o inšpirujúce ženy. Ich dlhodobé partnerstvo bude veľkolepo odprezentované novou kolekciou REEBOK AND VICTORIA BECKHAM COLLECTION, ktoré bude uvedené na trh koncom roku 2018.

adidas v rámci projektu "Parley for the Oceans" vytvoril kolekciu plaviek a obľúbených tenisiek s



boost technológiou v novej Parley edícii. Produkty boli zhotovené aj z materiálu z recyklovaného odpadu z oceánu, pričom na jedny tenisky bolo použitých jedenásť plastových fliaš.



Reebok ohlásil zámer vyrábať produkty z trvalo udržateľných zdrojov s názvom "COTTON and CORN" iniciatíva. Jeho hlavným cieľom je vytvoriť obuv zo surovín, ktoré narastú v prírode použitím organickej bavlny a kukurice, ktorá nie je určená na konzumáciu. Pri tejto iniciatíve spolupracuje s poprednými firmami zameranými na riešenia v bio kvalite.



adidas predstavil oficiálnu futbalovú loptu Telstar 18, s ktorou sa bude hrať na majstrovstvách sveta v roku 2018 a tiež aj nové zápasové dresy pre viaceré národné futbalové tímy. Lopta aj dresy boli inšpirované minulosťou, ale prinášajú do 21. storočia inovatívne elementy.



**adidas Slovakia, kto sme, čo robíme a kam
smerujeme**

adidas Slovakia, s.r.o.

Sídlo: Galvániho 15/A, 821 04 Bratislava, Slovenská republika

IČO : 35739738

Deň zápisu do obchodného registra: 29.január 1998

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Predmet činnosti:

Nákup tovaru za účelom jeho ďalšieho predaja a predaj v rozsahu voľnej živnosti formou maloobchodu a veľkoobchodu

Označenie zápisu v obchodnom registri:

Zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava 1, vložka 16649/B

Konatelia spoločnosti:

Peter – Marcus Virsik, Áron Péter Tamás

adidas Slovakia – história a súčasnosť

V roku 1998 transformáciou z pobočky českého adidasu vznikla ako dcérska spoločnosť nemeckej spoločnosti adidas Group, ktorá na začiatku zamestnávala v tíme len 9 ľudí zodpovedných za prevádzku celej spoločnosti, ktorý sa postupne rozrastal až na súčasných 75.

V roku 2008 sa spoločnosť presťahovala do novovybudovaného business centra GBC na Galvaniho ulici. Vo svojich priestoroch poskytuje svojim zamestnancom nadštandardné pracovné prostredie. Nachádza sa tu aj adidas a Reebok showroom, v ktorých si zákazníci môžu prezrieť a objednať tovar pre nadchádzajúcu sezónu.

Spoločnosť má dve vlastné predajne. Factory Outlet v Bratislave bola otvorená v roku 1999, čo bolo nasledujúci rok po založení dcérskej spoločnosti adidas na Slovensku a v roku 2013 otvorila aj druhú vlastnú predajňu vo One Fashion Outlet centre vo Voderadoch. Obe sa zameriavajú na predaj adidas produktov zo starších kolekcií za veľmi výhodné ceny.

adidas Slovakia distribuje na slovenský trh len tovar značky adidas a Reebok. Ostatné značky sú dodávané na náš trh priamo materskou spoločnosťou, pretože ich podiel na trhu je veľmi nízky.

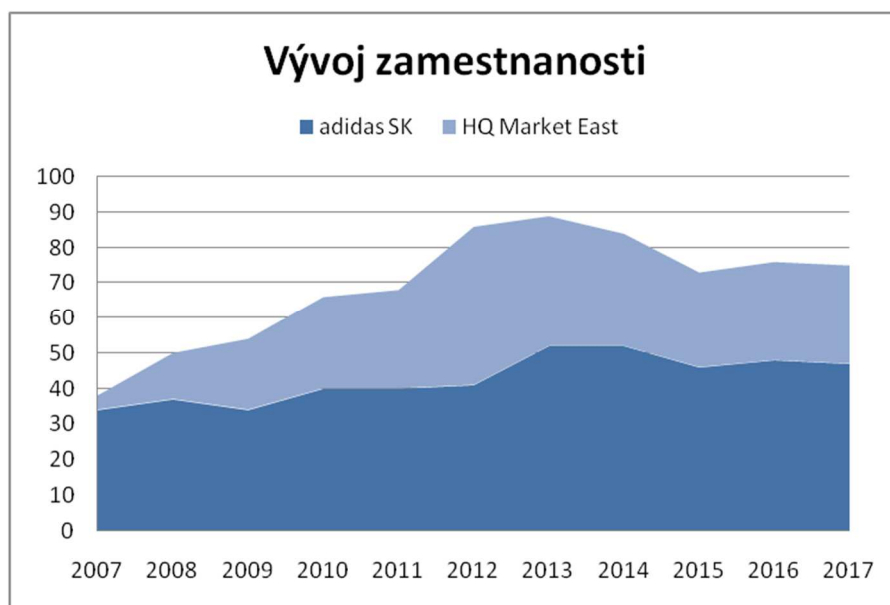
Naše produkty sa predávajú na slovenskom trhu v maloobchodnej sieti najmä prostredníctvom našich zákazníkov a ich obchodov a preto sa s adidas a Reebok výrobkami zákazník môže stretnúť nielen v každom lepšom športovom obchode, nákupnom centre, ale už aj v obchodoch zameraných na módu a trendy sezóny.

V roku 2007 sa materská spoločnosť rozhodla vytvoriť v Bratislave centrálu pre strednú a východnú Európu. Najprv zastrešovala len štáty Vyšehradskej štvorky, no neskôr sa k nim pridali aj Pobaltské štáty. Centrála Market East sa stala súčasťou spoločnosti adidas Slovakia najmä kvôli dobrému umiestneniu spoločnosti v Bratislave, odkiaľ je približne rovnaká vzdialenosť do sesterských spoločností v okolitých štátoch, ale dôležitým dôvodom je aj jazyková vybavenosť zamestnancov, ktorí sa dokážu porozumieť nie len slovensky, česky a maďarsky, ale rozumejú aj poľštine ako slovanskému jazyku. Hlavným dôvodom samotného zriadenia centrál Market East bolo vytvorenie medzičlánku, ktorý by bol schopný prispôbiť a aplikovať globálne stratégie pre lokálne trhy vzhľadom k ich osobitostiam.

V roku 2012 sa vedenie adidas Group rozhodlo, že slovenský manažment prevezme kontrolu aj nad maďarskou pobočkou a tak v súčasnosti je adidas Budapest Kft. riadená z bratislavskej pobočky.

Zamestnanci

V súčasnosti pracuje pre spoločnosť adidas 75 ľudí. Vzhľadom k tomu, že sa v spoločnosti v minulom roku neudiali žiadne významné zmeny, ani počet zamestnancov sa výrazne nezmenil.



Spoločnosť zamestnáva okrem svojich kmeňových zamestnancov aj mladých, nádejných, talentovaných študentov s cieľom vychovať z nich plnohodnotných pracovníkov, ktorí by odštartovali svoju kariéru práve v spoločnosti adidas.

Najvýznamnejšie aktivity spoločnosti

1. Spolupráca so študentmi stredných a vysokých škôl

adidas v spolupráci so spoločnosťou Nexteria participoval na podujatí Night of Chances pre študentov stredných a vysokých škôl s cieľom priblížiť kariérne príležitosti v rámci adidas.

2. Traineeship

adidas už po piatykrát otvoril v roku 2017 Trainee program, do ktorého sa mali šancu prihlásiť absolventi vysokých škôl. Tento program trvá jeden kalendárny rok a umožňuje Trainee-mu pracovať na zaujímavých projektoch, absolvovať rotáciu na iných oddeleniach alebo krajinách strednej a východnej Európy.

3. Internship

adidas momentálne zamestnáva 18 študentov, čo predstavuje viac ako 20% z celkovej pracovnej sily. Títo študenti sú aktívne zapájaní do interných aktivít firmy s možnosťou kariérneho rozvoja.

4. Pracovisko bez plastov

Spoločnosť sa dlhodobo usiluje znížiť negatívny dopad nadmernej produkcie plastového odpadu na životné prostredie. V roku 2017 sme zredukovali používanie plastových fliaš na pracovisku o 99%, zamestnanci majú k dispozícii výdajníky vody Dolphin, filtrovanú vodu priamo z vodovodnej batérie a každý deň je k dispozícii čerstvé ovocie.

5. Podpora chránených dielní

adidas podporuje chránené dielne spoluprácou na výrobe vianočných balíčkov pre zamestnancov.

6. Podpora Teach for Slovakia

adidas je hrdým partnerom a podporovateľom neziskového projektu Teach for Slovakia, ktorého misiou je poskytnúť deťom také vzdelanie, ktoré im dá šancu v živote uspieť.

7. TEDx Bratislava

Spoločnosť opätovne partnersky podporila TEDx, multižánrovú konferenciu pod licenciou TED. Formát TEDx vznikol v duchu motta „myšlienky hodné šírenia“ ako program miestnych, samostatne organizovaných podujatí, ktoré umožňujú ľuďom stretnúť sa a spoločne zažiť atmosféru pripomínajúcu konferencie TED.

8. Naše mesto

Zamestnanci adidas sa pravidelne zúčastňujú aktivity Naše mesto, ktorú organizuje nadácia Pontis aby prispeli k myšlienke lepšieho mesta na život.

9. Letný tábor pre deti zo sociálne slabších rodín

adidas sa po prvý krát stal pyšným sponzorom detského športového letného tábora pre deti zo sociálne slabších rodín. V duchu svojej základnej myšlienky – Športom meníme životy ľudí, tak pomohol zažiť 40-tim deťom týždeň plný športu, zábavy a priateľstva.

Marketingové aktivity

adidas Runners Bratislava

Jedinečná bežecká komunita, ktorej cieľom je spájať a podporovať všetkých ľudí, pre ktorých je beh vášňou. Mimoriadne úspešný projekt adidasu, ktorý sa teší veľkej popularite, oslávil prvý rok existencie, počas ktorého získal nových aktívnych členov a nadšených bežcov. Vďaka ich entuziazmu sa adidas Runners Bratislava rozrástol o nových trénerov, ktorými sú cvičiteľka jogy Zuzana Šimoniková a špecialista na silové schopnosti bežcov Matej Halaj. Preto sa pod hlavičkou adidas Runners uskutočňuje čoraz viac tréningov, zameriavajúcich sa nielen na beh. Počas leta adidas Runners rozšíril



bezplatné tréningy aj o priestor Magio pláže.



Ultra BOOST X - tenisky pre ňu

adidas odprezentoval novú ženskú bežeckú kolekciu prostredníctvom modelky Silvie Križanovej a bežkyne Petry Fašungovej. UltraBOOST X – prvá bežecká teniska vyrobená čisto pre ženy sa dostala na trh vo februári 2017. V tejto súvislosti sa uskutočnil aj launch event, na ktorom boli predstavené prelomové UltraBOOST X pre ňu. Na podujatí s výbornou atmosférou nechýbali známe osobnosti, influenceri či desiatky milovníčok behu. Vďaka veľkému množstvu príspevkov na sociálnych sieťach sa povedomie o nových teniskách rozšírilo všade.

ČSOB Maratón, Telekom Night Run a DM ženský beh

adidas je dlhodobým partnerom viacerých bežeckých podujatí v hlavnom meste: ČSOB maratón, Telekom Night Run a DM ženský beh. Na všetkých troch podujatiach mali bežci možnosť vyskúšať si najnovšie modely z kolekcie UltraBOOST.



Súčasťou minuloročného ČSOB Maratónu bola aj adidas výzva #whyirunbratislava, ktorej hlavnou myšlienkou bolo zistiť dôvody, prečo ľudia behajú. Úlohou bežcov bolo zverejniť fotografiu s daným hashtagom na Instagrame. Vďaka svojmu postu sa následne ocitli v najväčšej galérii bežcov Bratislave.

Na bratislavskom ČSOB maratóne bežal najväčší počet bežcov práve v adidas teniskách, a tým adidas ovládol tento ročník s podielom tenisiek 35 percent.

EQT

Skutočné „ja“. Kampaň novej kolekcie adidas Originals – EQT (Equipment) predstavovala príbehy skutočných ľudí. Ukazovala, ako ich minulosť inšpirovala v súčasnosti. Slovensko tak mohlo vidieť, že aj tá najväčšia hviezda skrýva príbeh ako každý z nás. Tvármi kampane bol raper PIL C, youtuber Expl0ited, maliarka HULA a tanečník Spunkey. Všetci z aktérov boli nafotení v prostredí, ktoré ich podnietilo byť tam, kde sa nachádzajú dnes. Vďaka ambasádorom sa nová kolekcia EQT veľmi rýchlo rozšírila medzi širokú verejnosť.



Legenda sa vrátila

Legendárna verzia kopačiek Predator sa v novembri vrátila späť na trh s heslom „It’s back“. Tie odpre-zentovali slovenská fut-balová legenda Róbert Vittek a Adam Zrelák ako vychádzajúca hviezda prostredníctvom videa. Okrem nich patrili medzi ambasádorov aj raper Pil C a youtuber Expl0ited. Záujem o legendárny model kopačiek bol obrovský.



Exkluzívne predstavenie sa konalo na Športovom gymnáziu v Bratislave, ktorého sa zúčastnili všetci ambasádori kampane. Okrem toho v spolupráci s Top4Football odovzdal Róbert Vittek vďaka skrytej kamere kopačky každému, kto si ich chcel vyskúšať. Zákazníci tak boli príjemne prekvapení. Novinári si mohli kopačky pozrieť a vyskúšať počas futbalového kvízu v predajni Futbalshop.

V rámci Fortuna ligy sú adidas kopačky veľmi obľúbené, najviac u futbalistov Slovana Bratislava, Prešova, Michaloviec či Dunajskej Stredy. Značka adidas má veľké zastúpenie

najmä u mladých hráčov. Na slovenských trávnikoch stúpol v posledných mesiacoch najmä podiel nových modelov kopačiek značky adidas.

Here To Create

Nepotrebujete posilňovňu, stačí vám kreativita a bežné predmety. Ambasadorkami kampane určenej ženám boli Soňa Skoncová, Petra Fašungová, Silvia Križanová a Monika Sakmanová. Aktérky fotenia prezentovali v opustenej piešťanskej elektrárni svoju kreativitu, vďaka ktorej dokázali cvičiť a formovať svoje postavy bez akýchkoľvek posilňovacích pomôcok.

Následne sa kreativita „Here To Create“ presunula na Instagram, kde sa dámy navzájom vyzývali, aby cvičili s predmetmi okolo seba. Vďaka virálnemu efektu sa takmer sto žien zúčastnilo ženského športového podujatia, na ktorom sa uskutočnili tri workshopy: tanec, box a beh pod taktovkou skúsených profesionálok. Treba povedať, že dámy predvádzali skutočne dychvyrážajúce kúsky – a to všetko vďaka kreativite.



Podporujeme športovcov v ich ceste na vrchol

Na to, aby mohli športovci podávať tie najlepšie výkony potrebujú to najlepšie vybavenie, ktoré im práve značka adidas môže poskytnúť. V adidas sme preto radi, že môžeme podporovať dlhodobo najlepšiu slovenskú olympioničku Anastasiyu Kuzminu, ktorej sa v aktuálnej biatlonovej sezóne veľmi darí. Zároveň počas zimných mesiacov intenzívne sledujeme výsledky slovenskej zjazdárky Petry Vlhovej. V lete sa presúvame spolu s Natáliou Dubovcovou a Andreou Štrbovou na ihriská plné piesku k plážovému volejbalu. A takmer počas celého roka držíme palce Ondrejovi Dudovi, Janovi Gregušovi, Miroslavovi Stochovi a ďalším úspešným futbalistom, aby sa čo najlepšie presadili na zelených trávnikoch.



Reebok

Stratégia značky Reebok sa aj naďalej sústreďuje na šport a fitness, ale okrem takzvaných „tough“ športov sa značka zameriava čoraz viac na bežných ľudí, ktorí radi cvičia. Reebok ukončil globálnu spoluprácu so Spartan Race a viac sa zameriava na mestský beh miesto trailového. Spolupráce vrátane Combat športov, a taktiež s CrossFit boxmi úspešne pretrvávajú aj naďalej.



JUST WOMAN – podujatie venované ženám

V roku 2017 bol Reebok jedným z hlavných partnerov projektu JUST WOMAN. Bolo to 1-dňové podujatie, ktoré bolo zamerané vyslovene na ženy. Konalo sa v Bratislave a mohli

ste si vyskúšať okrem jogy, aj beh a paddleboard. Prvého ročníka sa zúčastnilo vyše 400 žien a na ďalší rok organizátori očakávajú dvojnásobnú účasť.



Reebok

RUN CREW – nová bežecká komunita

Reebok RUN CREW je názov bežeckej komunity, ktorá má medzinárodný základ. Okrem Bratislavy môžete tieto tréningy navštíviť aj v Prahe, Brne či Varšave. Každý tréning je zadarmo a väčšinou nie je potrebné sa naň registrovať. Ak s behom len začínate, nemusíte mať obavy, tréningy sú vhodné aj pre úplných začiatočníkov.

V Bratislave sú tréningy rozdelené na 3 typy, RUN FAST, RUN LONG, RUN TOUGH a obmieňajú sa po 1 týždni. Každý z daných typov má špecifický obsah podľa toho, aký je cieľ vášho tréningu.



Všetci účastníci boli odmenení funkčnými ponožkami Reebok, tí vytrvalejší, ktorí sa zúčastnili aspoň štyroch tréningov získali funkčné tričko Reebok. A skutoční nadšenci získali možnosť sa zúčastniť štafetového behu Sněžka-Praha, kam Reebok vyslal dva tímy.

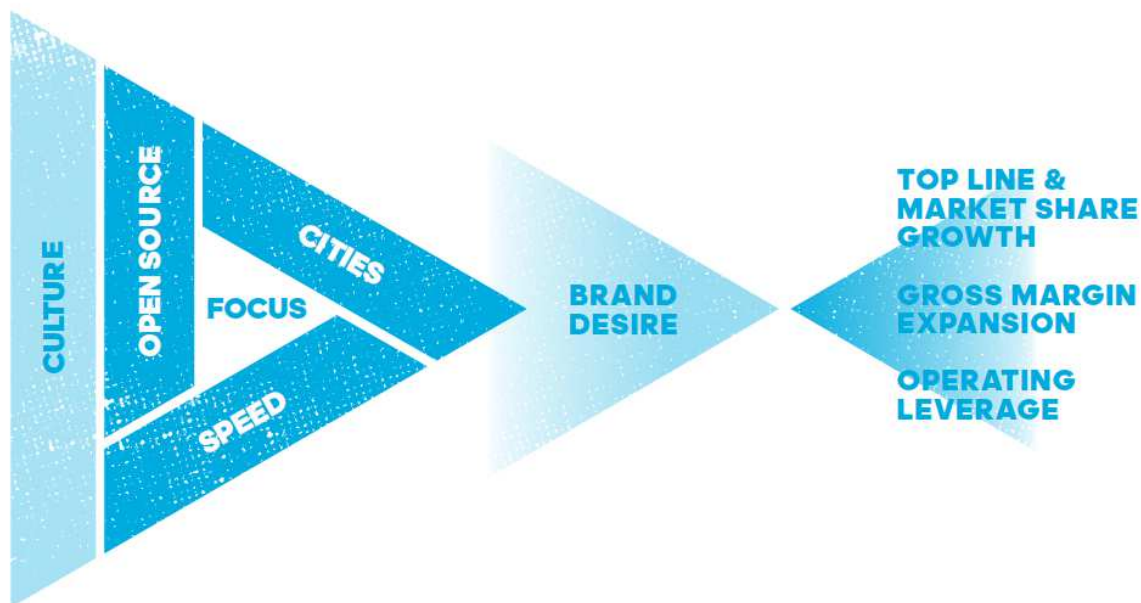
adidas pripravil v roku 2014 aj množstvo ďalších aktivít spojených s aktiváciou kampaní aj na samotných predajniach . Spotrebitelia sa mohli zapojiť do viacerých súťaží s možnosťou vyhrať zaujímavé ceny a produkty značiek adidas a RBK.

Strategický plán spoločnosti

Už v roku 2015 adidas group odprezentoval päťročný strategický biznis plán, ktorý nasledujú všetky dcérske spoločnosti. „Creating the New“ je postoj, ktorý nás vedie vpred do budúcnosti.

„Šport nám dáva silu meniť životy. Každý deň pracujeme na tom, aby sme inšpirovali ľudí a umožnili im využiť silu športu v ich životoch. Svoje skúsenosti zo športu premieňame do športového oblečenia a módy pretože šport vyjadruje postoj a životný štýl. Všetko, čo robíme, je zakorenené v športe.“

Celý strategický plán "Creating the New" možno vyjadriť nasledovným grafom.



"Creating the New" má silný základ v našej firemnej kultúre. Máme úžasné talenty, ktoré pracujú s vášňou pre šport a naše značky. Naši ľudia prinášajú stratégiu do skutočného života a naša kultúra vytvára rozdiely v dosahovaní dlhodobých cieľov. Sme presvedčení, že kultúra plná kreativity, spolupráce a presvedčenia bude kľúčovým aspektom na dosiahnutie cieľov stratégie "Creating the New".

Stratégia je postavená na troch pilieroch:

- **Rýchlosť**: Stávame sa prvou skutočne rýchlou spoločnosťou. Rýchli v uspokojovaní zákazníckych potrieb a súčasne rýchli v internom rozhodovaní.
- **Metropoly**: adidas group identifikoval 6 kľúčových svetových metropol, v ktorých chce zlepšiť svoje aktuálne postavenie. Patria tam mestá New York, Los Angeles, Shanghai, Tokio, Londýn a Paríž.
- **Otvorené zdroje**: Budeme prvou športovou spoločnosťou, ktorá pozýva športovcov, zákazníkov a partnerov, aby sa stali súčasťou našej značky.

Práve tieto piliere zintenzívňujú naše zameranie na zákazníka a v konečnom dôsledku zvýšia túžbu po našich značkách. A práve značky sú srdcom tejto stratégie. Naše značky nás spájajú s našimi zákazníkmi a preto úspech našich značiek vyjadruje úspech našej spoločnosti, čo sa prejaví aj v finančných ukazovateľoch spoločnosti. Vďaka tejto stratégii sa k nim dostávame bližšie ako kedykoľvek predtým. Hlavným strategickým cieľom je dosiahnuť udržateľný rast výnosov a zisku a v neposlednom rade aj prevádzkového cash flow.

Konkurencia

Najväčšiu priamu konkurenciu má spoločnosť v ostatných športových značkách. Vzhľadom na široké portfólio výrobkov, za konkurenciu už možno pokladať aj fashion značky zamerané na módu a voľný čas.

Skôr hrozbou ako konkurenciou pre naše výrobky sú falzifikáty a napodobeniny našich výrobkov, ktoré na jednej strane znižujú predaj spoločnosti a pripravujú ju o zisk a na strane druhej kazia dlhodobo budované dobré meno spoločnosti, pretože ľudia si ich kupujú v domnienke, že kupujú originál, ale tieto výrobky nespĺňajú kvalitatívne parametre našich výrobkov a tak očakávania kupujúcich nie sú naplnené.

Riziká a neistoty

Pri takmer 160 existujúcich aktívnych zákazníkoch, ktorí nakupujú tovar, či už len značky adidas, alebo aj Reebok, je spoločnosť neustále vystavená riziku z platobnej neschopnosti svojich zákazníkov. V spoločnosti adidas Slovakia platí, že 10 najväčších zákazníkov sa podieľa na tvorbe viac ako 50% celkových tržieb za predaj tovaru. Pri týchto zákazníkoch by negatívny dopad z rizika zanechal hlbšie stopy, preto sa spoločnosť snaží toto riziko minimalizovať rôznymi zárukami. Spoločnosť nemá na Slovensku vlastný sklad a tovar

objednáva z externého skladu, čím je stále vystavená riziku spojeného so stratou a poškodením tovaru pri dovoze. Aj toto riziko sa firma snaží minimalizovať, a to poistením dodávok.

Ostatné skutočnosti

Udalosti po skončení roku 2017– Od skončenia roku 2017 do vydania výročnej správy nenastali žiadne udalosti osobitného významu.

Náklady na výskum a vývoj – adidas Slovakia vo vlastnej réžii nevyrába žiadne výrobky, celý výskum a vývoj je uskutočnený na globálnej úrovni.

Majetkové účasti a finančný majetok – spoločnosť nemá vlastnú organizačnú zložku v zahraničí a nemá žiadne obchodné podiely, akcie a dočasné listy.

Vplyv na životné prostredie – adidas Slovakia svojou činnosťou nemá negatívny dopad na životné prostredie.

Rozdelenie zisku za rok 2017 – O rozdelení zisku za účtovné obdobie za rok 2017 vo výške 1 168 501 Euro rozhodne valné zhromaždenie v polovici roku 2018. Predpokladá sa, že sa transformuje na nerozdelený zisk minulých rokov.

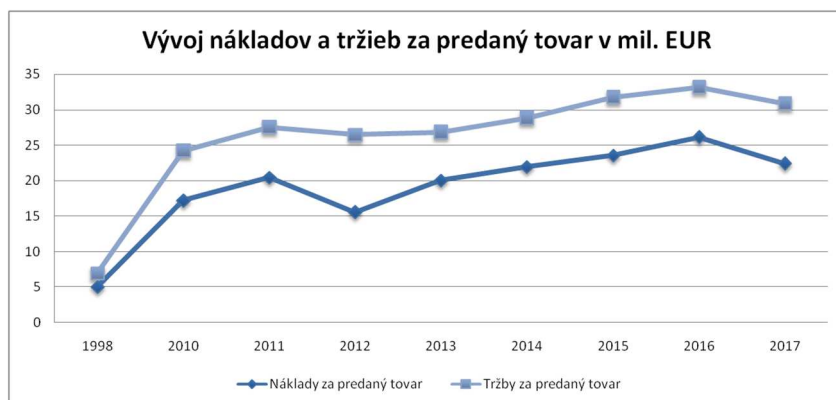


adidas Slovakia a rok 2017 v číslach

Skrátené finančné výkazy

Výkaz ziskov a strát v skrátenej forme v celých eurách						
	31.12.1998	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Výsledok hospodárenia z hosp. činnosti	245 502	950 636	642 994	1 514 395	1 327 056	1 629 401
Tržby z predaja tovaru	6 954 591	26 858 197	28 847 804	31 750 565	33 169 914	30 188 259
Náklady na predaný tovar	-5 053 973	-20 046 326	-21 970 844	-23 577 592	-26 116 372	-22 403 478
Výroba	14 705	0	0	0	0	0
Služby a iná spotreba	-1 112 063	-9 043 763	-7 163 773	-6 899 709	-6 619 364	-7 428 126
Osobné náklady	-186 849	-3 270 229	-2 629 339	-3 591 569	-3 796 420	-4 595 626
Dane a poplatky	-7 601	-6 962	-5 073	-162	0	0
Odpisy majetku	-57 724	-220 654	-242 106	-200 925	-179 961	-159 542
Tržby z predaja majetku a materiálu	0	1 117	4 784	289	1 261	6 433
Zostatková cena predaného majetku	0	0	0	-724	-87	0
Použitie a zruš. rezerv z hosp. činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba rezerv na hosp. činnosť	-240 291	-189 089	-74 094	-111 513	136 717	-37 252
Zúčtovanie a zrušenie opravnej položky z hosp. činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba opravnej položky na hosp. činnosť	-9 593	0	-12 000	-184 294	180 925	23 764
Ostatné výnosy z hosp. činnosti	0	7 061 471	4 053 991	4 533 428	4 774 951	6 143 134
Ostatné náklady na hosp. činnosť	-55 699	-193 126	-166 356	-203 398	-224 507	-108 165
Výsledok hospodárenia z fin. činnosti	-1 096 628	-27 786	-51 723	-33 811	-31 379	-45 700
Použitie a zrušenie rezerv z finančnej činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba rezerv na fin. činnosť	-22 539	0	0	0	0	0
Výnosové úroky	2 224	163	20	8	30	196
Nákladové úroky	-164 144	-3 288	-5 458	-3 143	-611	-2 224
Ostatné výnosy z fin. činnosti	20 746	46 072	7 930	6 414	3 005	5 849
Ostatné náklady z fin. činnosti	-932 915	-70 733	-54 215	-37 089	-33 803	-49 521
Daň z príjmov z bežnej činnosti	0	-437 073	-290 655	-463 570	-457 891	-415 200
Výsledok hospodárenia z mim. činnosti	-5 245	0	0	0	0	0
VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA	-856 370	485 777	300 616	1 017 014	837 786	1 168 501

Ako môžeme vidieť vo výkaze, výsledok hospodárenia vzrástol oproti minulému roku napriek tomu, že tržby z predaja tovaru poklesli. Je to najmä preto, že náklady za predaný tovar poklesli viac. Oproti minulému roku je to o viac ako 14%, zatiaľ čo tržby poklesy o takmer 9%.



Súvaha v skrátenej forme v celých eurách

	31.12.1998	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Stále aktíva	484 332	716 438	510 260	427 721	344 192	210 427
Dlhodobý nehmotný majetok	53 011	13 745	6 753	258	0	0
Dlhodobý hmotný majetok	431 322	702 693	503 507	427 463	344 192	210 427
Dlhodobý finančný majetok	0	0	0	0	0	0
Obežné aktíva	2 147 182	7 911 583	5 501 751	8 988 876	7 252 125	8 456 363
Zásoby	1 638 618	489 209	515 759	613 770	622 577	535 187
Dlhodobé pohľadávky	0	674 233	427 141	458 144	385 388	471 192
Krátkodobé pohľadávky	343 424	6 667 094	4 474 682	7 802 450	6 157 640	7 349 000
Finančné účty	165 140	81 047	84 169	114 512	86 520	100 984
Ostatné aktíva	4 249	7 266	3 154	39 372	13 102	4 107
AKTÍVA CELKOM	2 635 763	8 635 287	6 015 165	9 455 969	7 609 419	8 670 897
Vlastné imanie	-789 982	2 067 283	1 867 900	1 584 913	1 322 699	1 891 200
Cudzíe zdroje	2 645 323	6 356 504	3 959 266	7 706 556	6 145 720	6 662 197
Rezervy	24 962	2 132 930	1 171 114	1 399 073	1 544 573	1 897 313
Dlhodobé záväzky	0	30 107	36 528	44 108	29 764	34 369
Krátkodobé záväzky	1 294 397	4 193 467	2 751 624	6 263 376	4 571 383	4 730 515
Bankové úvery	1 325 964	0	0	0	0	0
Ostatné pasíva	780 422	211 500	188 000	164 500	141 000	117 500
PASÍVA CELKOM	2 635 763	8 635 287	6 015 166	9 455 969	7 609 419	8 670 897

adidas Slovakia, s.r.o.

2017

VÝROČNÁ SPRÁVA



Základná idea



ŠPORT NÁM DÁVA SILU MENIŤ ŽIVOTY



Naša misia

„Byť najlepšou športovou firmou na svete.“

Obsah

adidas Group	4
• História a súčasnosť	5
• Najvýznamnejšie udalosti 2017	7
adidas Slovakia	10
• Základné údaje	11
• História a súčasnosť	12
• Aktivity 2017	14
• Marketing	
▪ <i>adidas</i>	16
▪ <i>Reebok</i>	21
• Strategické plány	24
• Konkurencia	25
• Riziká a neistoty	25
• Ostatné skutočnosti	26
adidas a rok 2017 v číslach	27
• Výkaz ziskov a strát	28
• Súvaha	29



Adolf Dassler, zakladatel' společnosti adidas

História a súčasnosť značky adidas

adidas AG

Spoločnosť adidas bola založená Adolfom Dasslerom krátko po jeho návrate z prvej svetovej vojny. Po pár mesiacoch sa k nemu pridali aj bratia Rudolf a začali spolu vyrábať kvalitné atletické potreby, oblečenie a obuv. V roku 1924 založili spoločnosť Gebrüder Dassler Schuhfabrik v meste Herzogenaurach a rozšírili svoje portfólio výrobkov, pričom ich snahou bolo vytvoriť čo najvhodnejšiu obuv pre každú športovú kategóriu.

Napriek tomu, že podmienky na trhu po druhej svetovej vojne neboli veľmi priaznivé, podarilo sa im uzavrieť pre nich výhodnú zmluvu s USA na výrobu tisíc párov hokejovej obuvi a ako kompenzáciu získavajú staré armádne stany, ponožky a baseballové rukavice. Vďaka svojej vynaliezavosti z týchto zdanlivo nepotrebných vecí vytvárajú novú obuv pozoruhodnej kvality.

Dlhoročné nezhody medzi bratmi vyvrcholili v roku 1949, výsledkom čoho bol rozpad pôvodnej spoločnosti – Gebrüder Dassler Schuhfabrik a vznik nezávislých firiem – adidas a Puma. Adolf o rok neskôr oficiálne registroval názov svojej značky – adidas – a legendárne tri pásiky. Názov adidas vznikol spojením prvých písmen jeho mena a priezviska – Adolfa Dasslera. Úspech adidasu sa začal s kopačkami so šróbovateľnými hrotmi, neskôr debutovala prvá tepláková súprava a tak postupne sa vyvíjala silná športová značka pre rôzne športy.

V čase keď sa celý svet otáčal kvôli olympijským hrám k Nemecku, adidas odprezentoval nové logo – „trefoil“. Vtedy vyjadroval výkon, v súčasnosti je symbolom adidas Originals kolekcie, ktorá prezentuje lifestyle. Časy sa menia, ale kvalita pod trefoilom ostáva.

Najsmutnejším rokom histórie spoločnosti je rok 1978, kedy zomrel Adi Dassler. Vedenie prevzala manželka a syn. Potom, čo postupne obaja umierajú, adidas sa dostáva do problémov. V roku 1993 banka Crédit Lyonnais, aby ho zachránila pred bankrotom, predala adidas Robertovi Louis-Dryfusovi, ktorému sa adidas podarilo vrátiť späť na cestu rastu a prosperity.

adidas prešiel počas svojej existencie viacerými fúziami a akvizíciami. V roku 1997 sa adidas spojil so spoločnosťou Salomon a názov spoločnosti sa zmenil na adidas-Salomon AG. V roku 2006 spoločnosť Salomon opustila tím a novým členom adidas Group sa stal Reebok a spolu s ním prišli pod krídla adidas Group aj značky Rockport a Reebok-CCM Hockey. Názov spoločnosti sa zmenil na adidas AG. V roku 2015 značku Rockport predal a následne kúpil spoločnosť Runtastic, ktorá je aktuálne najmladším členom adidas Group.

V roku 2017 spoločnosť predala značky CCM Hockey a tiež golfové značky TaylorMade, Ashworth a Adams Golf.

„Všetky naše značky jedinečnou cestou pomáhajú športovcom zlepšiť ich výkon, hrať lepšie a cítiť sa lepšie. Naše produkty lámu rekordy, nastavujú nové trendy, tvoria históriu. Každý deň. Kdekoľvek na svete. Taký je adidas.“

Od roku 2015 je adidas zakladajúcim členom hnutia Parley for the Oceans, prostredníctvom ktorého kreatívci, myslitelia a lídri zvyšujú povedomie o kráse a krehkosti oceánov. adidas ho podporuje najmä v jeho edukatívnom a komunikačnom úsilí o záchranu oceánov. Na podporu tejto stratégie adidas začal vyrábať mnoho svojich produktov z recyklovaného plastového odpadu pochádzajúceho práve z oceánov a v roku 2017 vyrobil viac ako milión tenisiek z tohto materiálu.

V súčasnosti je koncern adidas vedený spoločnosťou adidas AG so sídlom v nemeckom Herzogenaurachu. Zamestnáva viac ako 55 tisíc ľudí vo viac ako 100 krajinách sveta. Produkuje viac ako 900 miliónov produktov za rok a generuje tržby cez 21 miliárd Eur.

Najvýznamnejšie udalosti v roku 2017 v adidas svete

adidas Originals začiatkom roka spustila kampaň podporenú filmom, kde prezentuje vizionárov zo sveta hudby, športu, štýlu a umenia. Pod názvom "Original is never finished", prináša myšlienku znovuobjavenia minulosti s cieľom vytvoriť zmysel pre novú generáciu.



Pokračovaním kampane "HERE TO CREATE" je nová kampaň "UNLEASH YOUR CREATIVITY". Kampaň prináša nový pohľad, že zanievanie a fantázia každého športovca môže posunúť ďalej ako sa jeho telo a myseľ doposiaľ dostali. Táto kampaň je prezentovaná ženskými športovkyňami, hviezdami a supermodelkami, ako sú Karlie Kloss, Hannah Bronfman, Candace Parker a mnohými inými.



adidas prináša novú obuv, tenisky budúcnosti Futurecraft 4D, v ktorých podrážka je zhotovená zo svetla a kyslíka použitím digitálnej svetelnej syntézy. Nová techno-lógia prináša rúcanie stereotypov a možnosť dosahovať veci, ktoré sa zdali nemožné. Spolupráca dizajnu a výroby, softvéru a hardvéru prináša unikátne výsledky, tenisky s podrážkou v tvare mriežky - matrixu.

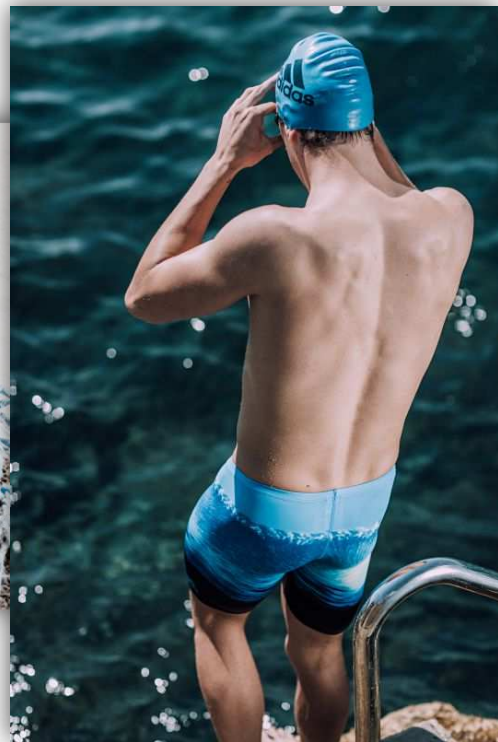


Reebok začal spoluprácu s domom módy Victoria Beckham. Britská dizajnérka rozšíri Reebokovú vzrastajúcu komunitu o inšpirujúce ženy. Ich dlhodobé partnerstvo bude veľkolepo odprezentované novou kolekciou REEBOK AND VICTORIA BECKHAM COLLECTION, ktoré bude uvedené na trh koncom roku 2018.

adidas v rámci projektu "Parley for the Oceans" vytvoril kolekciu plaviek a obľúbených tenisiek s



boost technológiou v novej Parley edícii. Produkty boli zhotovené aj z materiálu z recyklovaného odpadu z oceánu, pričom na jedny tenisky bolo použitých jedenásť plastových fliaš.



Reebok ohlásil zámer vyrábať produkty z trvalo udržateľných zdrojov s názvom "COTTON and CORN" iniciatíva. Jeho hlavným cieľom je vytvoriť obuv zo surovín, ktoré narastú v prírode použitím organickej bavlny a kukurice, ktorá nie je určená na konzumáciu. Pri tejto iniciatíve spolupracuje s poprednými firmami zameranými na riešenia v bio kvalite.



adidas predstavil oficiálnu futbalovú loptu Telstar 18, s ktorou sa bude hrať na majstrovstvách sveta v roku 2018 a tiež aj nové zápasové dresy pre viaceré národné futbalové tímy. Lopta aj dresy boli inšpirované minulosťou, ale prinášajú do 21. storočia inovatívne elementy.



**adidas Slovakia, kto sme, čo robíme a kam
smerujeme**

adidas Slovakia, s.r.o.

Sídlo: Galvániho 15/A, 821 04 Bratislava, Slovenská republika

IČO : 35739738

Deň zápisu do obchodného registra: 29.január 1998

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Predmet činnosti:

Nákup tovaru za účelom jeho ďalšieho predaja a predaj v rozsahu voľnej živnosti formou maloobchodu a veľkoobchodu

Označenie zápisu v obchodnom registri:

Zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava 1, vložka 16649/B

Konatelia spoločnosti:

Peter – Marcus Virsik, Áron Péter Tamás

adidas Slovakia – história a súčasnosť

V roku 1998 transformáciou z pobočky českého adidasu vznikla ako dcérska spoločnosť nemeckej spoločnosti adidas Group, ktorá na začiatku zamestnávala v tíme len 9 ľudí zodpovedných za prevádzku celej spoločnosti, ktorý sa postupne rozrastal až na súčasných 75.

V roku 2008 sa spoločnosť presťahovala do novovybudovaného business centra GBC na Galvaniho ulici. Vo svojich priestoroch poskytuje svojim zamestnancom nadštandardné pracovné prostredie. Nachádza sa tu aj adidas a Reebok showroom, v ktorých si zákazníci môžu prezrieť a objednať tovar pre nadchádzajúcu sezónu.

Spoločnosť má dve vlastné predajne. Factory Outlet v Bratislave bola otvorená v roku 1999, čo bolo nasledujúci rok po založení dcérskej spoločnosti adidas na Slovensku a v roku 2013 otvorila aj druhú vlastnú predajňu vo One Fashion Outlet centre vo Voderadoch. Obe sa zameriavajú na predaj adidas produktov zo starších kolekcií za veľmi výhodné ceny.

adidas Slovakia distribuje na slovenský trh len tovar značky adidas a Reebok. Ostatné značky sú dodávané na náš trh priamo materskou spoločnosťou, pretože ich podiel na trhu je veľmi nízky.

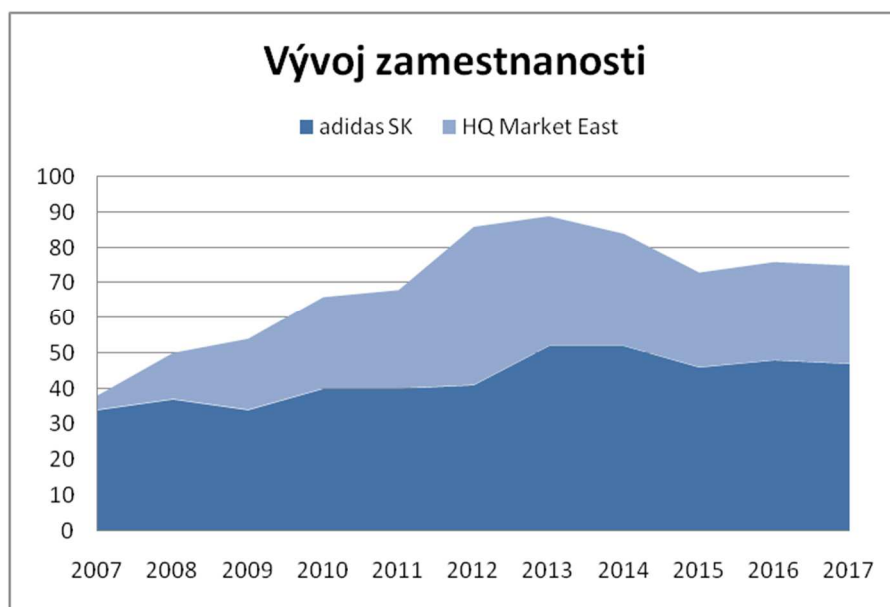
Naše produkty sa predávajú na slovenskom trhu v maloobchodnej sieti najmä prostredníctvom našich zákazníkov a ich obchodov a preto sa s adidas a Reebok výrobkami zákazník môže stretnúť nielen v každom lepšom športovom obchode, nákupnom centre, ale už aj v obchodoch zameraných na módu a trendy sezóny.

V roku 2007 sa materská spoločnosť rozhodla vytvoriť v Bratislave centrálu pre strednú a východnú Európu. Najprv zastrešovala len štáty Vyšehradskej štvorky, no neskôr sa k nim pridali aj Pobaltské štáty. Centrála Market East sa stala súčasťou spoločnosti adidas Slovakia najmä kvôli dobrému umiestneniu spoločnosti v Bratislave, odkiaľ je približne rovnaká vzdialenosť do sesterských spoločností v okolitých štátoch, ale dôležitým dôvodom je aj jazyková vybavenosť zamestnancov, ktorí sa dokážu porozumieť nie len slovensky, česky a maďarsky, ale rozumejú aj poľštine ako slovanskému jazyku. Hlavným dôvodom samotného zriadenia centrál Market East bolo vytvorenie medzičlánku, ktorý by bol schopný prispôbiť a aplikovať globálne stratégie pre lokálne trhy vzhľadom k ich osobitostiam.

V roku 2012 sa vedenie adidas Group rozhodlo, že slovenský manažment prevezme kontrolu aj nad maďarskou pobočkou a tak v súčasnosti je adidas Budapest Kft. riadená z bratislavskej pobočky.

Zamestnanci

V súčasnosti pracuje pre spoločnosť adidas 75 ľudí. Vzhľadom k tomu, že sa v spoločnosti v minulom roku neudiali žiadne významné zmeny, ani počet zamestnancov sa výrazne nezmenil.



Spoločnosť zamestnáva okrem svojich kmeňových zamestnancov aj mladých, nádejných, talentovaných študentov s cieľom vychovať z nich plnohodnotných pracovníkov, ktorí by odštartovali svoju kariéru práve v spoločnosti adidas.

Najvýznamnejšie aktivity spoločnosti

1. Spolupráca so študentmi stredných a vysokých škôl

adidas v spolupráci so spoločnosťou Nexteria participoval na podujatí Night of Chances pre študentov stredných a vysokých škôl s cieľom priblížiť kariérne príležitosti v rámci adidas.

2. Traineeship

adidas už po piatykrát otvoril v roku 2017 Trainee program, do ktorého sa mali šancu prihlásiť absolventi vysokých škôl. Tento program trvá jeden kalendárny rok a umožňuje Trainee-mu pracovať na zaujímavých projektoch, absolvovať rotáciu na iných oddeleniach alebo krajinách strednej a východnej Európy.

3. Internship

adidas momentálne zamestnáva 18 študentov, čo predstavuje viac ako 20% z celkovej pracovnej sily. Títo študenti sú aktívne zapájaní do interných aktivít firmy s možnosťou kariérneho rozvoja.

4. Pracovisko bez plastov

Spoločnosť sa dlhodobo usiluje znížiť negatívny dopad nadmernej produkcie plastového odpadu na životné prostredie. V roku 2017 sme zredukovali používanie plastových fliaš na pracovisku o 99%, zamestnanci majú k dispozícii výdajníky vody Dolphin, filtrovanú vodu priamo z vodovodnej batérie a každý deň je k dispozícii čerstvé ovocie.

5. Podpora chránených dielní

adidas podporuje chránené dielne spoluprácou na výrobe vianočných balíčkov pre zamestnancov.

6. Podpora Teach for Slovakia

adidas je hrdým partnerom a podporovateľom neziskového projektu Teach for Slovakia, ktorého misiou je poskytnúť deťom také vzdelanie, ktoré im dá šancu v živote uspieť.

7. TEDx Bratislava

Spoločnosť opätovne partnersky podporila TEDx, multižánrovú konferenciu pod licenciou TED. Formát TEDx vznikol v duchu motta „myšlienky hodné šírenia“ ako program miestnych, samostatne organizovaných podujatí, ktoré umožňujú ľuďom stretnúť sa a spoločne zažiť atmosféru pripomínajúcu konferencie TED.

8. Naše mesto

Zamestnanci adidas sa pravidelne zúčastňujú aktivity Naše mesto, ktorú organizuje nadácia Pontis aby prispeli k myšlienke lepšieho mesta na život.

9. Letný tábor pre deti zo sociálne slabších rodín

adidas sa po prvý krát stal pyšným sponzorom detského športového letného tábora pre deti zo sociálne slabších rodín. V duchu svojej základnej myšlienky – Športom meníme životy ľudí, tak pomohol zažiť 40-tim deťom týždeň plný športu, zábavy a priateľstva.

Marketingové aktivity

adidas Runners Bratislava

Jedinečná bežecká komunita, ktorej cieľom je spájať a podporovať všetkých ľudí, pre ktorých je beh vášňou. Mimoriadne úspešný projekt adidasu, ktorý sa teší veľkej popularite, oslávil prvý rok existencie, počas ktorého získal nových aktívnych členov a nadšených bežcov. Vďaka ich entuziazmu sa adidas Runners Bratislava rozrástol o nových trénerov, ktorými sú cvičiteľka jogy Zuzana Šimoniková a špecialista na silové schopnosti bežcov Matej Halaj. Preto sa pod hlavičkou adidas Runners uskutočňuje čoraz viac tréningov, zameriavajúcich sa nielen na beh. Počas leta adidas Runners rozšíril



bezplatné tréningy aj o priestor Magio pláže.



Ultra BOOST X - tenisky pre ňu

adidas odprezentoval novú ženskú bežeckú kolekciu prostredníctvom modelky Silvie Križanovej a bežkyne Petry Fašungovej. UltraBOOST X – prvá bežecká teniska vyrobená čisto pre ženy sa dostala na trh vo februári 2017. V tejto súvislosti sa uskutočnil aj launch event, na ktorom boli predstavené prelomové UltraBOOST X pre ňu. Na podujatí s výbornou atmosférou nechýbali známe osobnosti, influenceri či desiatky milovníčok behu. Vďaka veľkému množstvu príspevkov na sociálnych sieťach sa povedomie o nových teniskách rozšírilo všade.

ČSOB Maratón, Telekom Night Run a DM ženský beh

adidas je dlhodobým partnerom viacerých bežeckých podujatí v hlavnom meste: ČSOB maratón, Telekom Night Run a DM ženský beh. Na všetkých troch podujatiach mali bežci možnosť vyskúšať si najnovšie modely z kolekcie UltraBOOST.



Súčasťou minuloročného ČSOB Maratónu bola aj adidas výzva #whyirunbratislava, ktorej hlavnou myšlienkou bolo zistiť dôvody, prečo ľudia behajú. Úlohou bežcov bolo zverejniť fotografiu s daným hashtagom na Instagrame. Vďaka svojmu postu sa následne ocitli v najväčšej galérii bežcov Bratislave.

Na bratislavskom ČSOB maratóne bežal najväčší počet bežcov práve v adidas teniskách, a tým adidas ovládol tento ročník s podielom tenisiek 35 percent.

EQT

Skutočné „ja“. Kampaň novej kolekcie adidas Originals – EQT (Equipment) predstavovala príbehy skutočných ľudí. Ukazovala, ako ich minulosť inšpirovala v súčasnosti. Slovensko tak mohlo vidieť, že aj tá najväčšia hviezda skrýva príbeh ako každý z nás. Tvármi kampane bol raper PIL C, youtuber Expl0ited, maliarka HULA a tanečník Spunkey. Všetci z aktérov boli nafotení v prostredí, ktoré ich podnietilo byť tam, kde sa nachádzajú dnes. Vďaka ambasádorom sa nová kolekcia EQT veľmi rýchlo rozšírila medzi širokú verejnosť.



Legenda sa vrátila

Legendárna verzia kopačiek Predator sa v novembri vrátila späť na trh s heslom „It’s back“. Tie odpre-zentovali slovenská fut-balová legenda Róbert Vittek a Adam Zrelák ako vychádzajúca hviezda prostredníctvom videa. Okrem nich patrili medzi ambasádorov aj raper Pil C a youtuber Expl0ited. Záujem o legendárny model kopačiek bol obrovský.



Exkluzívne predstavenie sa konalo na Športovom gymnáziu v Bratislave, ktorého sa zúčastnili všetci ambasádori kampane. Okrem toho v spolupráci s Top4Football odovzdal Róbert Vittek vďaka skrytej kamere kopačky každému, kto si ich chcel vyskúšať. Zákazníci tak boli príjemne prekvapení. Novinári si mohli kopačky pozrieť a vyskúšať počas futbalového kvízu v predajni Futbalshop.

V rámci Fortuna ligy sú adidas kopačky veľmi obľúbené, najviac u futbalistov Slovana Bratislava, Prešova, Michaloviec či Dunajskej Stredy. Značka adidas má veľké zastúpenie

najmä u mladých hráčov. Na slovenských trávnikoch stúpol v posledných mesiacoch najmä podiel nových modelov kopačiek značky adidas.

Here To Create

Nepotrebuje posilňovňu, stačí vám kreativita a bežné predmety. Ambasadorkami kampane určenej ženám boli Soňa Skoncová, Petra Fašungová, Silvia Križanová a Monika Sakmanová. Aktérky fotenia prezentovali v opustenej piešťanskej elektrárni svoju kreativitu, vďaka ktorej dokázali cvičiť a formovať svoje postavy bez akýchkoľvek posilňovacích pomôcok.

Následne sa kreativita „Here To Create“ presunula na Instagram, kde sa dámy navzájom vyzývali, aby cvičili s predmetmi okolo seba. Vďaka virálnemu efektu sa takmer sto žien zúčastnilo ženského športového podujatia, na ktorom sa uskutočnili tri workshopy: tanec, box a beh pod taktovkou skúsených profesionálok. Treba povedať, že dámy predvádzali skutočne dychvyrážajúce kúsky – a to všetko vďaka kreativite.



Podporujeme športovcov v ich ceste na vrchol

Na to, aby mohli športovci podávať tie najlepšie výkony potrebujú to najlepšie vybavenie, ktoré im práve značka adidas môže poskytnúť. V adidas sme preto radi, že môžeme podporovať dlhodobo najlepšiu slovenskú olympioničku Anastasiyu Kuzminu, ktorej sa v aktuálnej biatlonovej sezóne veľmi darí. Zároveň počas zimných mesiacov intenzívne sledujeme výsledky slovenskej zjazdárky Petry Vlhovej. V lete sa presúvame spolu s Natáliou Dubovcovou a Andreou Štrbovou na ihriská plné piesku k plážovému volejbalu. A takmer počas celého roka držíme palce Ondrejovi Dudovi, Janovi Gregušovi, Miroslavovi Stochovi a ďalším úspešným futbalistom, aby sa čo najlepšie presadili na zelených trávnikoch.



Reebok

Stratégia značky Reebok sa aj naďalej sústreďuje na šport a fitness, ale okrem takzvaných „tough“ športov sa značka zameriava čoraz viac na bežných ľudí, ktorí radi cvičia. Reebok ukončil globálnu spoluprácu so Spartan Race a viac sa zameriava na mestský beh miesto trailového. Spolupráce vrátane Combat športov, a taktiež s CrossFit boxmi úspešne pretrvávajú aj naďalej.



JUST WOMAN – podujatie venované ženám

V roku 2017 bol Reebok jedným z hlavných partnerov projektu JUST WOMAN. Bolo to 1-dňové podujatie, ktoré bolo zamerané vyslovene na ženy. Konalo sa v Bratislave a mohli

ste si vyskúšať okrem jogy, aj beh a paddleboard. Prvého ročníka sa zúčastnilo vyše 400 žien a na ďalší rok organizátori očakávajú dvojnásobnú účasť.



Reebok

RUN CREW – nová bežecká komunita

Reebok RUN CREW je názov bežeckej komunity, ktorá má medzinárodný základ. Okrem Bratislavy môžete tieto tréningy navštíviť aj v Prahe, Brne či Varšave. Každý tréning je zadarmo a väčšinou nie je potrebné sa naň registrovať. Ak s behom len začínate, nemusíte mať obavy, tréningy sú vhodné aj pre úplných začiatočníkov.

V Bratislave sú tréningy rozdelené na 3 typy, RUN FAST, RUN LONG, RUN TOUGH a obmieňajú sa po 1 týždni. Každý z daných typov má špecifický obsah podľa toho, aký je cieľ vášho tréningu.



Všetci účastníci boli odmenení funkčnými ponožkami Reebok, tí vytrvalejší, ktorí sa zúčastnili aspoň štyroch tréningov získali funkčné tričko Reebok. A skutoční nadšenci získali možnosť sa zúčastniť štafetového behu Sněžka-Praha, kam Reebok vyslal dva tímy.

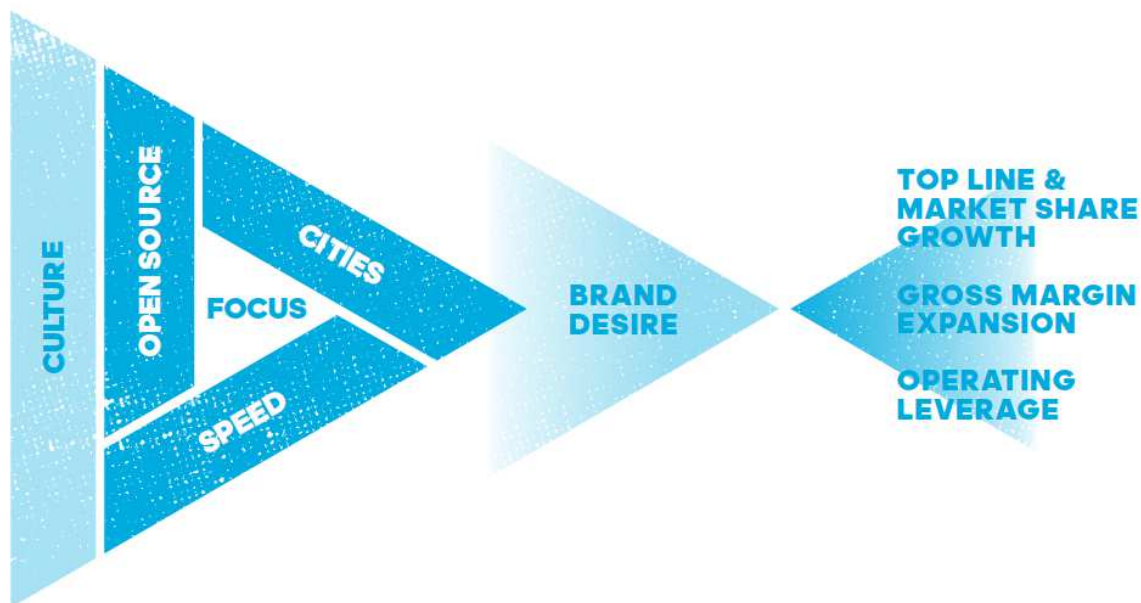
adidas pripravil v roku 2014 aj množstvo ďalších aktivít spojených s aktiváciou kampaní aj na samotných predajniach . Spotrebitelia sa mohli zapojiť do viacerých súťaží s možnosťou vyhrať zaujímavé ceny a produkty značiek adidas a RBK.

Strategický plán spoločnosti

Už v roku 2015 adidas group odprezentoval päťročný strategický biznis plán, ktorý nasledujú všetky dcérske spoločnosti. „Creating the New“ je postoj, ktorý nás vedie vpred do budúcnosti.

„Šport nám dáva silu meniť životy. Každý deň pracujeme na tom, aby sme inšpirovali ľudí a umožnili im využiť silu športu v ich životoch. Svoje skúsenosti zo športu premieňame do športového oblečenia a módy pretože šport vyjadruje postoj a životný štýl. Všetko, čo robíme, je zakorenené v športe.“

Celý strategický plán "Creating the New" možno vyjadriť nasledovným grafom.



"Creating the New" má silný základ v našej firemnej kultúre. Máme úžasné talenty, ktoré pracujú s vášňou pre šport a naše značky. Naši ľudia prinášajú stratégiu do skutočného života a naša kultúra vytvára rozdiely v dosahovaní dlhodobých cieľov. Sme presvedčení, že kultúra plná kreativity, spolupráce a presvedčenia bude kľúčovým aspektom na dosiahnutie cieľov stratégie "Creating the New".

Stratégia je postavená na troch pilieroch:

- **Rýchlosť**: Stávame sa prvou skutočne rýchlou spoločnosťou. Rýchli v uspokojovaní zákazníckych potrieb a súčasne rýchli v internom rozhodovaní.
- **Metropoly**: adidas group identifikoval 6 kľúčových svetových metropol, v ktorých chce zlepšiť svoje aktuálne postavenie. Patria tam mestá New York, Los Angeles, Shanghai, Tokio, Londýn a Paríž.
- **Otvorené zdroje**: Budeme prvou športovou spoločnosťou, ktorá pozýva športovcov, zákazníkov a partnerov, aby sa stali súčasťou našej značky.

Práve tieto piliere zintenzívňujú naše zameranie na zákazníka a v konečnom dôsledku zvýšia túžbu po našich značkách. A práve značky sú srdcom tejto stratégie. Naše značky nás spájajú s našimi zákazníkmi a preto úspech našich značiek vyjadruje úspech našej spoločnosti, čo sa prejaví aj v finančných ukazovateľoch spoločnosti. Vďaka tejto stratégii sa k nim dostávame bližšie ako kedykoľvek predtým. Hlavným strategickým cieľom je dosiahnuť udržateľný rast výnosov a zisku a v neposlednom rade aj prevádzkového cash flow.

Konkurencia

Najväčšiu priamu konkurenciu má spoločnosť v ostatných športových značkách. Vzhľadom na široké portfólio výrobkov, za konkurenciu už možno pokladať aj fashion značky zamerané na módu a voľný čas.

Skôr hrozbou ako konkurenciou pre naše výrobky sú falzifikáty a napodobeniny našich výrobkov, ktoré na jednej strane znižujú predaj spoločnosti a pripravujú ju o zisk a na strane druhej kazia dlhodobo budované dobré meno spoločnosti, pretože ľudia si ich kupujú v domnienke, že kupujú originál, ale tieto výrobky nespĺňajú kvalitatívne parametre našich výrobkov a tak očakávania kupujúcich nie sú naplnené.

Riziká a neistoty

Pri takmer 160 existujúcich aktívnych zákazníkoch, ktorí nakupujú tovar, či už len značky adidas, alebo aj Reebok, je spoločnosť neustále vystavená riziku z platobnej neschopnosti svojich zákazníkov. V spoločnosti adidas Slovakia platí, že 10 najväčších zákazníkov sa podieľa na tvorbe viac ako 50% celkových tržieb za predaj tovaru. Pri týchto zákazníkoch by negatívny dopad z rizika zanechal hlbšie stopy, preto sa spoločnosť snaží toto riziko minimalizovať rôznymi zárukami. Spoločnosť nemá na Slovensku vlastný sklad a tovar

objednáva z externého skladu, čím je stále vystavená riziku spojeného so stratou a poškodením tovaru pri dovoze. Aj toto riziko sa firma snaží minimalizovať, a to poistením dodávok.

Ostatné skutočnosti

Udalosti po skončení roku 2017– Od skončenia roku 2017 do vydania výročnej správy nenastali žiadne udalosti osobitného významu.

Náklady na výskum a vývoj – adidas Slovakia vo vlastnej réžii nevyrába žiadne výrobky, celý výskum a vývoj je uskutočnený na globálnej úrovni.

Majetkové účasti a finančný majetok – spoločnosť nemá vlastnú organizačnú zložku v zahraničí a nemá žiadne obchodné podiely, akcie a dočasné listy.

Vplyv na životné prostredie – adidas Slovakia svojou činnosťou nemá negatívny dopad na životné prostredie.

Rozdelenie zisku za rok 2017 – O rozdelení zisku za účtovné obdobie za rok 2017 vo výške 1 168 501 Euro rozhodne valné zhromaždenie v polovici roku 2018. Predpokladá sa, že sa transformuje na nerozdelený zisk minulých rokov.

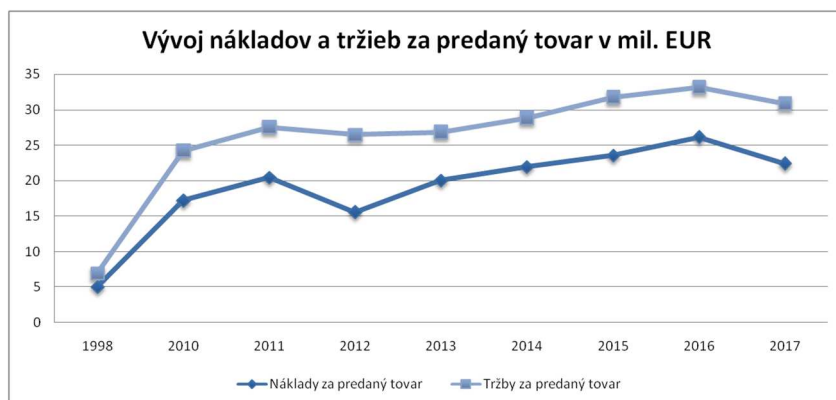


adidas Slovakia a rok 2017 v číslach

Skrátené finančné výkazy

Výkaz ziskov a strát v skrátenej forme v celých eurách						
	31.12.1998	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Výsledok hospodárenia z hosp. činnosti	245 502	950 636	642 994	1 514 395	1 327 056	1 629 401
Tržby z predaja tovaru	6 954 591	26 858 197	28 847 804	31 750 565	33 169 914	30 188 259
Náklady na predaný tovar	-5 053 973	-20 046 326	-21 970 844	-23 577 592	-26 116 372	-22 403 478
Výroba	14 705	0	0	0	0	0
Služby a iná spotreba	-1 112 063	-9 043 763	-7 163 773	-6 899 709	-6 619 364	-7 428 126
Osobné náklady	-186 849	-3 270 229	-2 629 339	-3 591 569	-3 796 420	-4 595 626
Dane a poplatky	-7 601	-6 962	-5 073	-162	0	0
Odpisy majetku	-57 724	-220 654	-242 106	-200 925	-179 961	-159 542
Tržby z predaja majetku a materiálu	0	1 117	4 784	289	1 261	6 433
Zostatková cena predaného majetku	0	0	0	-724	-87	0
Použitie a zruš. rezerv z hosp. činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba rezerv na hosp. činnosť	-240 291	-189 089	-74 094	-111 513	136 717	-37 252
Zúčtovanie a zrušenie opravnej položky z hosp. činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba opravnej položky na hosp. činnosť	-9 593	0	-12 000	-184 294	180 925	23 764
Ostatné výnosy z hosp. činnosti	0	7 061 471	4 053 991	4 533 428	4 774 951	6 143 134
Ostatné náklady na hosp. činnosť	-55 699	-193 126	-166 356	-203 398	-224 507	-108 165
Výsledok hospodárenia z fin. činnosti	-1 096 628	-27 786	-51 723	-33 811	-31 379	-45 700
Použitie a zrušenie rezerv z finančnej činnosti	0	0	0	0	0	0
Tvorba rezerv na fin. činnosť	-22 539	0	0	0	0	0
Výnosové úroky	2 224	163	20	8	30	196
Nákladové úroky	-164 144	-3 288	-5 458	-3 143	-611	-2 224
Ostatné výnosy z fin. činnosti	20 746	46 072	7 930	6 414	3 005	5 849
Ostatné náklady z fin. činnosti	-932 915	-70 733	-54 215	-37 089	-33 803	-49 521
Daň z príjmov z bežnej činnosti	0	-437 073	-290 655	-463 570	-457 891	-415 200
Výsledok hospodárenia z mim. činnosti	-5 245	0	0	0	0	0
VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA	-856 370	485 777	300 616	1 017 014	837 786	1 168 501

Ako môžeme vidieť vo výkaze, výsledok hospodárenia vzrástol oproti minulému roku napriek tomu, že tržby z predaja tovaru poklesli. Je to najmä preto, že náklady za predaný tovar poklesli viac. Oproti minulému roku je to o viac ako 14%, zatiaľ čo tržby poklesy o takmer 9%.



Súvaha v skrátenej forme v celých eurách

	31.12.1998	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Stále aktíva	484 332	716 438	510 260	427 721	344 192	210 427
Dlhodobý nehmotný majetok	53 011	13 745	6 753	258	0	0
Dlhodobý hmotný majetok	431 322	702 693	503 507	427 463	344 192	210 427
Dlhodobý finančný majetok	0	0	0	0	0	0
Obežné aktíva	2 147 182	7 911 583	5 501 751	8 988 876	7 252 125	8 456 363
Zásoby	1 638 618	489 209	515 759	613 770	622 577	535 187
Dlhodobé pohľadávky	0	674 233	427 141	458 144	385 388	471 192
Krátkodobé pohľadávky	343 424	6 667 094	4 474 682	7 802 450	6 157 640	7 349 000
Finančné účty	165 140	81 047	84 169	114 512	86 520	100 984
Ostatné aktíva	4 249	7 266	3 154	39 372	13 102	4 107
AKTÍVA CELKOM	2 635 763	8 635 287	6 015 165	9 455 969	7 609 419	8 670 897
Vlastné imanie	-789 982	2 067 283	1 867 900	1 584 913	1 322 699	1 891 200
Cudzie zdroje	2 645 323	6 356 504	3 959 266	7 706 556	6 145 720	6 662 197
Rezervy	24 962	2 132 930	1 171 114	1 399 073	1 544 573	1 897 313
Dlhodobé záväzky	0	30 107	36 528	44 108	29 764	34 369
Krátkodobé záväzky	1 294 397	4 193 467	2 751 624	6 263 376	4 571 383	4 730 515
Bankové úvery	1 325 964	0	0	0	0	0
Ostatné pasíva	780 422	211 500	188 000	164 500	141 000	117 500
PASÍVA CELKOM	2 635 763	8 635 287	6 015 166	9 455 969	7 609 419	8 670 897