



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI HELIO S.A.
za rok obrotowy 2011/2012
trwający od 1 lipca 2011 r. do 30 czerwca 2012 r.**

SPIS TREŚCI

1. Zasady sporządzania rocznego sprawozdania z działalności Zarządu
2. Podstawowe informacje o Spółce
3. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych, ujawnionych w rocznym sprawozdaniu finansowym, w szczególności opis czynników i zdarzeń, w tym o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na działalność Spółki i osiągnięte przez nią zyski lub poniesione straty w roku obrotowym, a także omówienie perspektyw rozwoju działalności Spółki przynajmniej w najbliższym roku obrotowym
4. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem, w jakim stopniu emitent jest na nie narażony
5. Informacje o postępowaniach toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej
6. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach wraz z ich określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów, towarów i usług (jeżeli są istotne) albo ich grup w sprzedaży Spółki ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym
7. Informacje o rynkach zbytu, z uwzględnieniem podziału na rynki krajowe i zagraniczne, oraz informacje o źródłach zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi, z określeniem uzależnienia od jednego lub więcej odbiorców i dostawców, a przypadku gdy udział jednego odbiorcy lub dostawcy osiąga co najmniej 10% przychodów ze sprzedaży ogółem – nazwy (firmy) dostawcy lub odbiorcy, jego udział w sprzedaży lub zaopatrzeniu oraz jego formalne powiązania z emitentem
8. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności emitenta, w tym znanych emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji
9. Informacja o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych emitenta z innymi podmiotami oraz określenie jego głównych inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe, wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości), w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych oraz opis metod ich finansowania
10. Informacje o istotnych transakcjach zawartych przez Emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe, wraz z ich kwotami oraz informacjami określającymi charakter tych transakcji
11. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku obrotowym umowach dotyczących kredytów i pożyczek, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności
12. Informacje o udzielonych w danym roku obrotowym pożyczkach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanym Emitenta, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności

13. Informacja o udzielonych i otrzymanych w danym roku obrotowym poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym Emitenta
14. W przypadku emisji papierów wartościowych w okresie objętym raportem – opis wykorzystania przez Emitenta wpływów z emisji do chwili sporządzenia sprawozdania z działalności
15. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok
16. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom
17. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowania tej działalności
18. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy, z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik
19. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta oraz opis perspektywy rozwoju działalności emitenta co najmniej do końca roku obrotowego następującego po roku obrotowym, za który sporządzono sprawozdanie finansowe, z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez niego wypracowanej
20. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta
21. Wszelkie umowy zawarte między emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie
22. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiovych opartych na kapitale emitenta, w tym programów opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych (w pieniądzu , naturze lub jakiegokolwiek innej formie), wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych, odrębnie dla każdej z osób zarządzających i nadzorujących emitenta w przedsiębiorstwie emitenta bez względu na to, czy odpowiednio były one zaliczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku
23. Określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji Emitenta będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących
24. Informacje o znanych emitentowi umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy
25. Informacje o systemie kontroli akcji pracowniczych
26. Informacje dotyczące umowy z podmiotem uprawnionym do badania i przeglądu sprawozdań finansowych
27. Oświadczenia Zarządu HELIO S.A.

1. Zasady sporządzania rocznego sprawozdania z działalności Zarządu

Prezentowane sprawozdanie z działalności Zarządu Spółki za rok obrotowy 2011/2012 zostało sporządzone zgodnie z Ustawą z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości z późniejszymi zmianami oraz Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim z późniejszymi zmianami.

W bieżącym roku obrotowym Spółka nie zmieniała zasad ustalania wartości aktywów i pasywów oraz pomiaru wyniku finansowego w stosunku do zasad przyjętych w sprawozdaniu za poprzedni rok obrotowy.

Zgodnie ze statutem Spółki rok obrotowy HELIO S.A. rozpoczyna się w dniu 1 lipca, a kończy się w dniu 30 czerwca. Okresem, za który prezentowane są dane porównywalne jest okres poprzedniego roku obrotowego, tj. od 1 lipca 2010 r. do 30 czerwca 2011 roku.

Walutą, w której sporządzone jest niniejsze sprawozdanie jest PLN (polski złoty).

Spółka nie sporządza skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

2. Podstawowe informacje o Spółce

Nazwa (firma):	HELIO Spółka Akcyjna
Forma prawna:	spółka akcyjna
Kraj siedziby:	Polska
Siedziba:	Wyględy
Adres:	ul. Stołeczna 26, 05-083 Zaborów
Telefon:	22 796 31 96
Telefaks:	22 752 09 21
Adres poczty elektronicznej:	helio@helio.pl
Adres głównej strony internetowej:	www.helio.pl

W imieniu Spółki działają:

- Leszek Wąsowicz – Prezes Zarządu
- Justyna Wąsowicz – Wiceprezes Zarządu

Spółka HELIO S.A. została zawiązana aktem notarialnym z dnia 18 lipca 2006 roku w drodze przekształcenia „PH BONA” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w HELIO Spółka Akcyjna. W dniu 25 sierpnia 2006 roku Spółka została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000262514.

Poprzednik prawny Spółki działał od 15 sierpnia 2003 roku do dnia 24 sierpnia 2006 roku jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Nie bez znaczenia jest jednak fakt, że Pan Leszek Wąsowicz prowadził działalność polegającą na konfekcjonowaniu i dystrybucji bakalii już od roku 1992, początkowo w formie spółki cywilnej, a od roku 1993 jako osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą. W roku 2003 przedsiębiorstwo prowadzone przez Pana Leszka Wąsowicza (w rozumieniu art. 55¹ Kodeksu Cywilnego) zostało wniesione jako aport do „PH BONA” Sp. z o.o. Początki działalności HELIO S.A. sięgają zatem roku 1992, w którym rozpoczęła działalność spółka cywilna BONA. Obecnie przedmiotem działalności HELIO S.A. jest przede wszystkim import i konfekcjonowanie bakalii, produkcja mas do ciast i ich dystrybucja. Praktycznie cała sprzedaż Spółki skierowana jest do krajowego rynku hurtowego i detalicznego, a także segmentu B2B (sprzedaż m.in. do przemysłu, cukierni, piekarni).

Siedziba rejestrowa Spółki mieści się w podwarszawskiej miejscowości Wyględy przy ul. Stołecznej 26, gdzie w latach ubiegłych znajdował się również główny zakład produkcyjny Emitenta. Obecnie główny kompleks produkcyjno-magazynowo-biurowy zlokalizowany jest ok. 30 km na zachód od siedziby rejestrowej HELIO S.A., w miejscowości Brochów k. Sochaczewa, tj. blisko kluczowych węzłów komunikacyjnych w kraju. Łączna powierzchnia użytkowa kompleksu wynosi ponad 10 tys. m², zaś łączna powierzchnia nieruchomości HELIO S.A. w Brochowie wynosi aż 72 tys. m², co daje szerokie możliwości późniejszej rozbudowy, a tym samym pozbawia Spółkę ograniczeń rozwoju w dalszej perspektywie. Kompleks w Brochowie został oddany do użytkowania w maju 2011 roku i jest największym tego typu obiektem w branży bakaliowej w Polsce oraz jednym z największych w Europie.

Kapitał zakładowy Spółki wynosi 2.500.000 PLN i dzieli się na 5.000.000 akcji zwykłych na okaziciela.

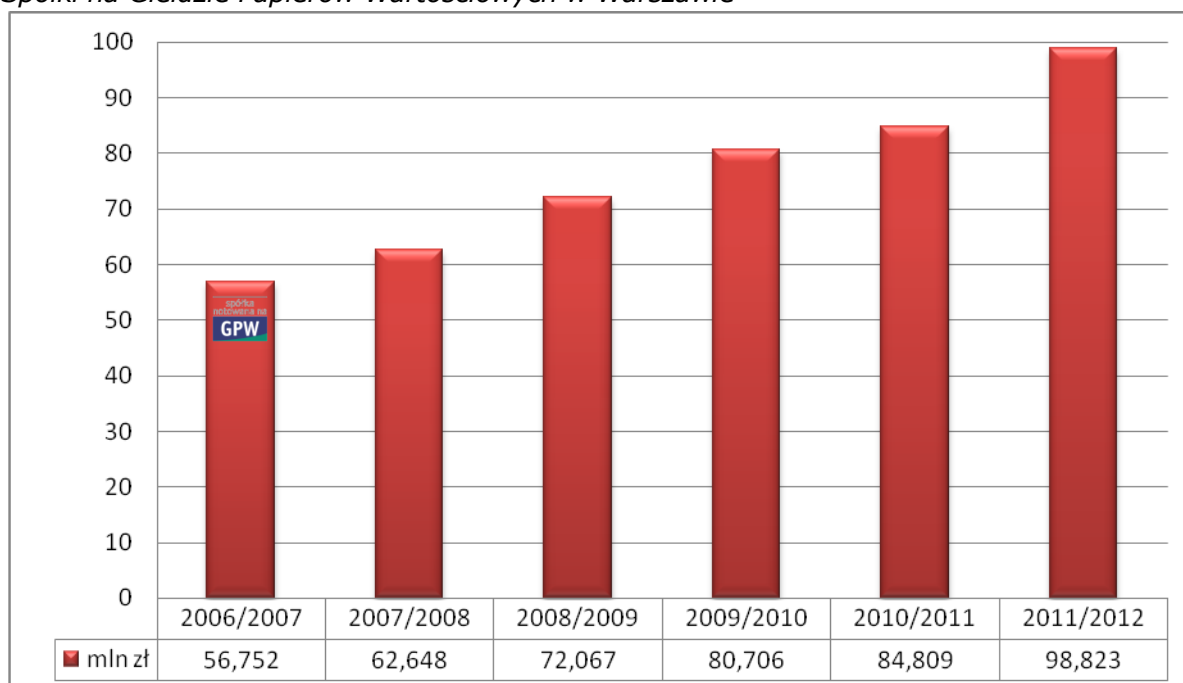
Zarząd składa się z 2 osób i został powołany z dniem zawiązania Spółki.

3. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych, ujawnionych w rocznym sprawozdaniu finansowym, w szczególności opis czynników i zdarzeń, w tym o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na działalność Spółki i osiągnięte przez nią zyski lub poniesione straty w roku obrotowym, a także omówienie perspektyw rozwoju działalności Spółki przynajmniej w najbliższym roku obrotowym

Czynniki wpływające na działalność Spółki w bieżącym roku obrotowym

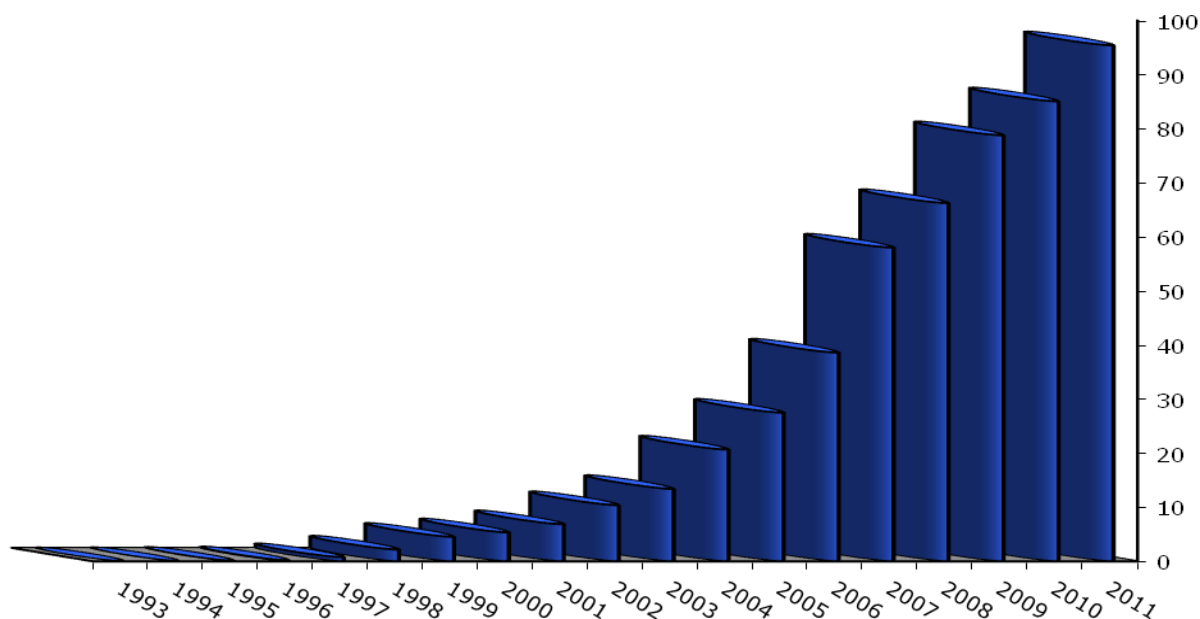
Dzięki konsekwentnie realizowanej strategii rozwoju, HELIO S.A. po raz kolejny zakończyła rok obrotowy rekordowo wysokimi przychodami ze sprzedaży. W roku obrotowym 2011/2012 Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 98.823 tys. zł, co oznacza wzrost o 17 % w stosunku do poprzedniego roku (84.809 tys. zł w roku 2010/2011). Godnym uwagi jest również fakt, że dynamika wzrostu przychodów była najwyższa w historii notowań akcji Emitenta na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, tj. od roku obrotowego 2006/2007 (Rysunek 1). Ponadto Emitent odnotował także wzrost sprzedaży w ujęciu ilościowym. W roku obrotowym 2011/2012 HELIO S.A. sprzedała bowiem o 23% więcej niż w roku ubiegłym (wzrost z 7,8 tys. ton w roku 2010/2011 do 9,6 tys. ton w roku 2011/2012), co oznacza, że Spółka umocniła swoją pozycję na rynku bakalii nie tylko pod względem wartościowym, ale i wolumenowym.

Rysunek 1: *Dynamika wzrostu przychodów ze sprzedaży HELIO S.A. w historii notowań akcji Spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie*



Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Rysunek 2: Wzrost przychodów ze sprzedaży w ujęciu lat kalendarzowych od początku istnienia przedsiębiorstwa (w mln PLN)



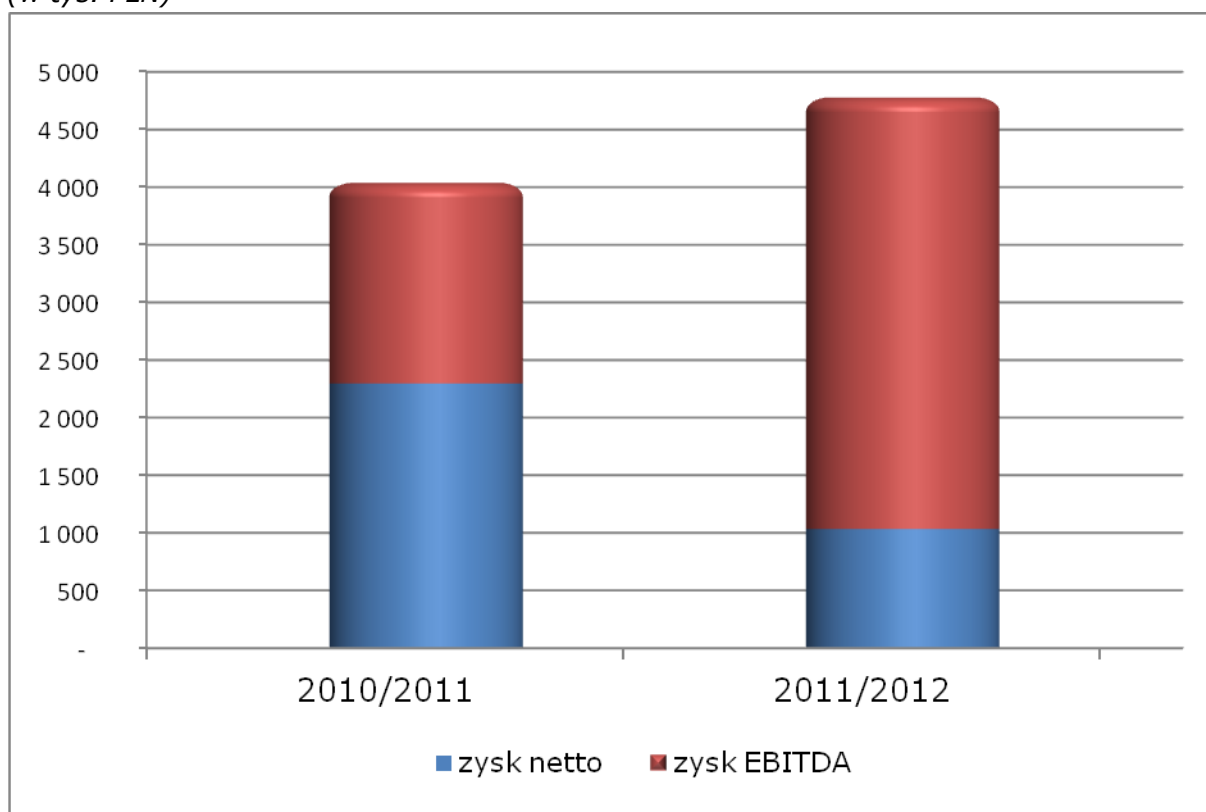
Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Mając na uwadze charakterystyczną dla branży Emitenta sezonowość sprzedaży, wygodnym do ilustracji dynamicznego rozwoju przedsiębiorstwa w kontekście specyfiki działalności Spółki w poszczególnych kwartałach jest zestawienie przychodów ze sprzedaży w analogicznych miesiącach poszczególnych lat kalendarzowych (Rysunek 3). Analiza w takim układzie pozwala zauważyć przede wszystkim wysoki wzrost uzyskiwanych przychodów w kluczowych dla Spółki okresach świątecznych (Boże Narodzenie i Wielkanoc), pokrywający się ze stałym trendem wzrostowym obserwowanym od początku prowadzonej działalności. Warto dodać, że widoczne na wykresie odchylenia od trendu wzrostowego w sezonie bożonarodzeniowym 2006 oraz wielkanocnym 2008, 2010 i 2011, wynikają z nietypowego równomiernego rozłożenia się sprzedaży pomiędzy dwa miesiące (odpowiednio pomiędzy listopad/grudzień 2006, luty/marzec w latach 2008, 2010 oraz marzec/kwiecień w roku 2011), zazwyczaj zaś dominująca część świątecznego piku sprzedażowego przypada w udziale tylko jednemu miesiącowi. Odchylenia te nie są zjawiskiem niepokojącym, lecz wynikają ze zmiennego rozkładu świąt w danym roku, a tym samym zmiennego terminu realizacji dostaw. W kontekście bieżącego roku obrotowego oznaczało to, że wczesna względem minionego roku Wielkanoc (początek kwietnia 2012) sprawiła, że dominująca część przedświątecznej sprzedaży przypadła III kwartałowi roku obrotowego 2011/2012. Spowodowało to wcześniejsze niż w roku ubiegłym rozpoczęcie się okresu letniego sprzedażowego spowolnienia. Zaburzenie rosnącej dynamiki sprzedaży w IV kwartale minionego roku nie jest zatem zjawiskiem, który należy oceniać negatywnie.

The chart displays the number of pilgrims in Krakow from 2003 to 2012. The Y-axis represents the number of pilgrims, ranging from 0 to 25,000. The X-axis represents the months of the year, labeled with Roman numerals (VIII, X, XII, II, IV, VI, VIII). The chart is divided into 12 colored vertical bands representing the years 2003 r. to 2012 r. The red line represents the monthly number of pilgrims, showing significant peaks in December (Boże Narodzenie) and April (Wielkanoc). The blue dashed line represents the annual total number of pilgrims, showing a steady increase from approximately 3,000 in 2003 to over 22,000 in 2012. The green dotted line represents the monthly average number of pilgrims, showing a similar trend, peaking around 14,000 in 2009.

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Rysunek 4: Zmiana zysków netto i EBITDA w roku obrotowym 2010/2011 vs. 2011/2012 (w tys. PLN)



Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Wraz ze wzrostem przychodów ze sprzedaży nastąpiła również poprawa wyniku Spółki na poziomie EBITDA (zysk z działalności operacyjnej + amortyzacja). W roku obrotowym 2011/2012 wyniósł on bowiem 4.779 tys. zł, co oznacza 18 % poprawę względem analogicznego okresu ubiegłego roku (w roku obrotowym 2010/2011 wyniósł on 4.038 tys. zł). Warto jednocześnie podkreślić, że wzrost ten nie odzwierciedla w pełni poprawy efektywności operacyjnej Emitenta wynikającej z przeniesienia działalności Spółki do nowego kompleksu produkcyjno-magazynowo-biurowego w Brochowie. W minionym roku zostały bowiem poniesione jednorazowe koszty związane z organizacją pracy i wyposażeniem nowego zakładu w środki administracyjno-biurowe oraz wdrożeniem międzynarodowego standardu jakości BRC – Global Standard for Food Safety. Ponadto wystąpił szereg negatywnych czynników zewnętrznych, powodujących incydentalny wzrost kosztów operacyjnych. W kontekście powyższych faktów oraz zakładanego wzrostu kosztów amortyzacji i kosztów finansowych wynikających ze spłaty odsetek od kredytów inwestycyjnych i zwiększonych kredytów obrotowych, zysk netto Spółki wyniósł 1.034 tys. zł.

Szczegółowy opis głównych czynników, które wpłynęły na osiągnięte przez HELIO S.A. wyniki finansowe w roku obrotowym 2011/2012 znajduje się poniżej.

Rozpoczęcie działalności w nowym zakładzie Spółki w Brochowie

W związku z oddaniem na przełomie minionego i analizowanego roku obrotowego do użytkowania nowego kompleksu produkcyjno-magazynowo-biurowego w Brochowie koło Sochaczewa, Emitent przeniósł swoją działalność z dotychczas wynajmowanych lokalizacji do nowego obiektu. Powyższe zdarzenie spowodowało zmiany w strukturze kosztów Spółki. Zgodnie z przewidywaniami Zarządu, w pierwszym roku działalności Spółki w nowym zakładzie odzwierciedliło się to przede wszystkim w poprawie zysku EBITDA. Było to możliwe dzięki ograniczeniu kosztów operacyjnych wynikających z optymalizacji logistyki wewnętrznej i ograniczenia kosztów najmu powierzchni magazynowych. Należy jednak podkreślić, że z uwagi na jednorazowe koszty zorganizowania działalności w nowej siedzibie, wynik minionego okresu nie obrazuje jeszcze oczekiwanych korzyści w pełnym ich wymiarze. Pierwsze miesiące po oddaniu do użytkowania całkowicie nowego zakładu to bowiem okres uruchamiania produkcji, kompletnego wyposażania w infrastrukturę produkcyjną oraz w środki administracyjno-biurowe, a także czas organizowania pracy w nowych warunkach oraz wdrożenia i certyfikowania w nowym zakładzie prestiżowego, międzynarodowego standardu jakości i bezpieczeństwa produkcji żywności BRC – Global Standard for Food Safety, który wzmocnił pozycję konkurencyjną Spółki zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym.

Choć zatem poniesione w roku obrotowym 2011/2012 nakłady inwestycyjne na budowę i infrastrukturę Spółki w Brochowie były dużo niższe niż w roku 2010/2011, w przeciwieństwie do roku ubiegłego gro pozycji zostało zarachowanych nie jako zwiększona wartość aktywów, lecz w bieżących kosztach działalności Emitenta z uwagi na ich operacyjny charakter, co zaniżyło jednorazowo zysk operacyjny Spółki.

Po poniesieniu powyższych kosztów, korzyści płynące z przeniesienia działalności z dotychczas wynajmowanych lokalizacji do nowego kompleksu magazynowo-produkcyjnego w Brochowie powinny być jednak z każdym okresem coraz bardziej wyraźne, a tym samym pozytywnie wpływać na wyniki Spółki, w szczególności na poziomie EBITDA. Jak już wcześniej sygnalizował Emitent, należy się bowiem liczyć ze zwiększoną względem lat ubiegłych amortyzacją i kosztami finansowymi wynikającymi ze spłaty odsetek od kredytów inwestycyjnych oraz zwiększonych kredytów obrotowych związanych z rosnącą skalą działalności. O wzroście tych pozycji kosztowych Emitent jednak wielokrotnie już uprzedzał, bowiem było to założone w długoterminowej strategii rozwoju przedsiębiorstwa. W dłuższej perspektywie koszty amortyzacji i odsetek od kredytów inwestycyjnych powinny bowiem systematycznie maleć. Korzyści płynące z przeniesienia działalności do nowego kompleksu magazynowo-produkcyjnego w Brochowie powinny być zatem z każdym okresem coraz bardziej wyraźne.

Dywersyfikacja odbiorców oraz aktywizacja nowych kanałów dystrybucji

W minionym roku widoczne były efekty z podjętych uprzednio działań mających na celu penetrację tradycyjnego kanału sprzedaży segmentu B2C. W gwooli przypomnienia warto dodać, iż z uwagi na słabo rozwiniętą sprzedaż Spółki w kanale tradycyjnym, Emitent podjął w ostatnich 2 latach działania mające na celu rozbudowanie swoich ogólnopolskich struktur handlowych. Powiększony dział handlowy miał w szczególności zintensyfikować sprzedaż w kanale tradycyjnym (hurtownie i dystrybutorzy). Warto zatem zauważyć, że wartość sprzedaży Emitenta w tym kanale dystrybucji wzrosła względem poprzedniego roku o 29% i stanowi obecnie 18% sprzedaży Spółki w segmencie B2C (Rysunek 6). Mimo rozdrobnienia sprzedaży w powyższym kanale dystrybucji, jego aktywizowanie odzwierciedla się w szerszej obecności produktów marki HELIO na rynku, oraz wzmocnieniu świadomości marki wśród klientów. Docelowo Spółka planuje uzyskiwać w kanale tradycyjnym ok. 30-40 % swoich przychodów ze sprzedaży, tj. analogicznie do udziału tego kanału w rynku bakalii. Podjęte w tym zakresie działania przyczyniły się więc w sposób wymierny do wzrostu sprzedaży Emitenta ogółem, jak i dywersyfikacji jego odbiorców. Należy także podkreślić, że zgodnie z założeniami nakłady finansowe poczynione na rozwój tego kanału dystrybucji były już niższe niż w roku ubiegłym, co wpłynęło na redukcję kosztów sprzedaży w porównaniu do roku obrotowego 2010/2011. Co więcej, efektywność kosztowa sprzedaży w tym kanale dystrybucji powinna z każdym okresem ulegać nadal systematycznej poprawie.

W roku obrotowym 2011/2012 Emitent podjął także działania mające na celu aktywizację sprzedaży w całkowicie nowym dla jego działalności segmencie rynku. Zwiększone możliwości produkcyjne oraz magazynowe nowego kompleksu Spółki w Brochowie stworzyły bowiem potencjał do rozpoczęcia sprzedaży bakalii do przemysłu (segment B2B, tj. sprzedaż do producentów słodczy, piekarni, cukierni itp.). Dział zajmujący się aktywizacją tego segmentu w pierwszym roku swojej działalności nawiązał współpracę z kilkudziesięcioma odbiorcami. Mimo że przychody ze sprzedaży w tym segmencie nie przekroczyły 10% przychodów ze sprzedaży Spółki ogółem, zaś sprzedaż w segmencie B2B charakteryzuje się stosunkowo niską rentownością, rozwój tego segmentu przyczynia się do poprawy rotacji zapasów oraz korzyści skali wynikających ze zwiększonych zakupów.

W ramach prosprzedażowej aktywności, Emitent podjął również szereg innych działań, m.in. nawiązał współpracę z kolejnymi kontrahentami z segmentu B2C, w tym również kontrahentami operującymi na zagranicznych rynkach zbytu. Kumulacja powyższej aktywności sprzedażowej Emitenta zaowocowała rekordową w ostatnich latach dynamiką wzrostu przychodów ze sprzedaży Spółki. Należy jednocześnie zauważyć, że choć poniesione nakłady na aktywną penetrację rynku zaważyły na wysokości uzyskiwanych marż ze sprzedaży Spółki w minionym roku, zgodnie z założeniami Emitenta rentowność realizowanych kontraktów powinna ulegać systematycznej poprawie.

Wzrost cen surowców oraz niestabilna sytuacja na rynku walutowym

Ze względu na fakt, iż Spółka importuje bezpośrednio z krajów pochodzenia znaczną część surowców do przygotowania produktów, poziom kursu walut obcych oraz wahania cen surowców mają wpływ na wyniki finansowe Emitenta. W minionym roku powyższe czynniki zewnętrzne, tj. nagła deprecjacja złotego oraz wzrost cen surowców, były bardziej dotkliwe dla Emitenta niż w latach ubiegłych, co wpłynęło *in minus* na poziom realizowanych przez Spółkę marż ze sprzedaży. Mimo że Spółka renegocjowała ceny sprzedawanych produktów ze swoimi odbiorcami, był to proces rozciągnięty w czasie, a tym samym przejściowo czynniki te wpłynęły ujemnie na wynik finansowy.

Prowadzenie działań marketingowych

W minionym okresie Spółka nadal prowadziła aktywne i efektywne kosztowo działania marketingowe wspierające sprzedaż produktów sygnowanych marką Emitenta. Spółka promowała swoje produkty w mediach elektronicznych i drukowanych, a także podjęła szereg działań promocyjnych w miejscach sprzedaży. Przemyślana różnorodność działań promocyjnych, a zarazem ich kompleksowość i spójność ze strategią marketingową Emitenta, niewątpliwie przyczyniły się do trafienia z komunikatem i jego utrwaleniem zarówno wśród dotychczasowych, jak i potencjalnych klientów, co poprawiło sprzedaż produktów Spółki w minionym okresie, a także umocniło wizerunek i znajomość marki Emitenta w dłuższym horyzoncie czasowym.

Sytuacja na rynku bakalii

W minionym roku rynek bakalii w Polsce nadal rozwijał się, choć w ocenie Emitenta wolniej niż to miało miejsce w latach ubiegłych. Wysoka dynamika wzrostu sprzedaży Spółki w tym czasie oznacza zatem, że HELIO S.A. znacznie umocniła swoją pozycję na krajowym rynku bakalii.

Do głównych czynników wpływających na rynek bakalii w minionym roku zaliczyć można:

- kontynuację trendu popularyzacji bakalii wśród Polaków w szerszym kontekście niż tylko niezastąpiony składnik świątecznych potraw. Trend ten jest naturalną zmianą nawyków konsumenckich Polaków wynikającą z wprowadzania zachodnioeuropejskich i śródziemnomorskich nawyków żywieniowych w polskiej diecie, co dodatkowo jest w Polsce wzmacniane prowadzonymi kampaniami informacyjno-promocyjnymi. Coraz częściej Polacy sięgają zatem po bakalie jako substytut tradycyjnej przekąski, jak również chętniej wykorzystują je jako składnik codziennej diety, np. dodając do sałatek. W minionym roku, w tym w szczególności w okresie letnim, Spółka starała się zatem niwelować niedogodności wynikające z sezonowości branży poprzez intensyfikację sprzedaży coraz popularniejszych bakalii przekąskowych, oraz bakalii wykorzystywanych do celów kulinarnych w codziennym menu. Obserwując ten trend, Emitent już wcześniej podjął szereg działań mających na celu intensyfikację sprzedaży bakalii

przekąskowych, oraz mas krówkowych cechujących się mniejszą sezonowością popytu od produktów ze zbliżonej kategorii mas makowych. Bez wątpienia przyczyniło się to do wzrostu przychodów ze sprzedaży minionego okresu. Należy jednak zauważyć, że branża nadal charakteryzuje się wysoką sezonowością, co oznacza, że popyt systematycznie rośnie na wszystkie bakalie, czyli również te tradycyjnie kupowane do świątecznych wypieków,

- rosnący popyt na bakalie paczkowane pod marką własną sieci handlowych, co zaowocowało z jednej strony koniecznością utrzymywania przez Emitenta na stanach magazynowych większej ilości asortymentów, lecz także zwiększoną sprzedażą Spółki w tym zakresie,

- wysoką presję cenową skutkującą przyjęciem bardzo agresywnych polityk cenowych przez firmy tracące udziały w rynku. W ocenie Emitenta zjawisko to w dłuższym horyzoncie czasowym będzie traciło na sile z uwagi na konieczność przywrócenia racjonalnej z biznesowego punktu widzenia rentowności działających w branży przedsiębiorstw.

Zatrudnienie

W minionym roku Spółka zwiększyła zatrudnienie w zakresie pracowników nieprodukcyjnych, w tym pracowników działu sprzedaży. Dzięki poczynionym w latach ubiegłych działaniom z obszaru zarządzania zasobami ludzkimi, Emitent w roku obrotowym 2011/2012 nie miał też trudności ze skompletowaniem załogi produkcyjnej, ani z uciążliwą fluktuacją zatrudnienia. Z uwagi na nabrane doświadczenia w pierwszym roku działalności Spółki w nowym zakładzie w Brochowie, Emitent widzi jednak możliwości poprawy efektywności pracy osób zatrudnianych na stanowiskach produkcyjnych w przyszłości.

Tabela 1: Zatrudnienie w Spółce HELIO S.A.

Rok obrotowy	Średnia liczba zatrudnionych
2010/2011	164
2011/2012	174

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Podsumowując, rok obrotowy 2011/2012 obfitował w niekorzystne czynniki zewnętrzne, jak również incydentalny wzrost kosztów związanych z przeniesieniem działalności do nowego zakładu w Brochowie. W kontekście powyższych faktów poprawa wyniku finansowego Spółki na poziomie EBITDA, a także dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży Spółki należy ocenić jako dobry prognostyk do dalszego rozwoju HELIO S.A.

Perspektywy rozwoju

Na przestrzeni najbliższego roku Spółka planuje kontynuować przyjętą dotychczas strategię rozwoju. Korzyści płynące z przeniesienia działalności z dotychczas wynajmowanych lokalizacji do nowego kompleksu magazynowo-produkcyjnego w Brochowie powinny być z każdym okresem coraz bardziej wyraźne, a tym samym pozytywnie wpływać na przychody ze sprzedaży oraz zyski Spółki, w szczególności na poziomie EBITDA. Jak już wcześniej sygnalizował Emitent, należy się bowiem liczyć ze zwiększoną względem lat ubiegłych amortyzacją i kosztami finansowymi wynikającymi ze spłaty odsetek od kredytów inwestycyjnych oraz zwiększonych kredytów obrotowych. W dłuższej perspektywie koszty te powinny jednakże maleć.

Ponadto Spółka będzie nadal starała się niwelować niedogodności wynikające z sezonowości branży poprzez intensyfikację sprzedaży coraz popularniejszych bakalii przekąskowych, oraz bakalii wykorzystywanych do celów kulinarnych w codziennym menu. Tym samym Emitent będzie chciał wykorzystać sprzyjający trend naturalnej zmiany nawyków konsumenckich Polaków wynikający z wprowadzania zachodnioeuropejskich i śródziemnomorskich nawyków żywieniowych w polskiej diecie. W dłuższym horyzoncie czasowym sytuacja na rynku powinna ulec poprawie w kontekście silnych presji cenowych. Rynek w tym względzie systematycznie powinien się bowiem stabilizować, gdyż utrzymywanie takiej sytuacji byłoby dla branży niekorzystne.

Bogate doświadczenie w branży, silna pozycja na krajowym rynku oraz pozbawienie Emitenta ograniczeń podażowych i poprawienie konkurencyjności Spółki wynikających z oddania nowego zakładu w Brochowie dają podstawy do pomyślnych prognoz na dalszy rozwój. Mimo tegorocznych trudności, kolejny rok obrotowy zapowiada się zatem dla Emitenta obiecująco, w tym w szczególności pod względem wzrostu zysków i rentowności prowadzonej działalności.

4. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem, w jakim stopniu emitent jest na nie narażony

Ryzyko związane z konkurencją

Spółka jest narażona na konkurencję ze strony innych podmiotów działających na rynku bakalii. Rynek bakalii w Polsce cechuje się dużym rozdrobnieniem. Działa na nim kilka firm o zasięgu ogólnopolskim oraz mniejsze lokalne podmioty. Konkurencja może prowadzić do obniżenia marż uzyskiwanych na sprzedaży lub w skrajnym przypadku, częściowej utraty odbiorców. W celu wyeliminowania niniejszego ryzyka Spółka prowadzi działania mające na celu umocnienie silnej pozycji rynkowej poprzez dostarczanie produktów o wysokiej jakości, budowanie znajomości marki, dostosowanie oferty handlowej do potrzeb odbiorców, stałe poszerzanie asortymentu oraz modernizację infrastruktury produkcyjnej.

Ryzyko wahań cen surowców

HELIO S.A. jest spółką handlową surowców spożywczych i jest narażona na ryzyko wahań cen. Okresowo wahania takie mogą mieć wpływ na wysokość osiąganych przez Spółkę marż na sprzedaży. Na poziom cen surowców spożywczych mają wpływ czynniki niezależne od Spółki, takie jak: wielkość zbiorów w danym roku, warunki klimatyczne mające wpływ na jakość i dostępność surowców o pożądanej jakości. W celu utrzymania wysokiej dotychczasowej rentowności sprzedaży, dzięki doświadczonemu personelowi ds. zakupów, Spółka stara się odpowiednio wcześniej reagować na panującą na rynku sytuację, w tym przede wszystkim: zwiększać zapasy surowców, których cena wzrośnie oraz odpowiednio wcześniej renegecować z odbiorcami ceny sprzedawanych produktów.

Ryzyko kursu walut obcych

Ze względu na fakt, iż Spółka importuje bezpośrednio z krajów pochodzenia znaczną część surowców do przygotowania produktów, poziom kursu walut obcych może mieć wpływ na jej wyniki finansowe. W celu zmniejszenia negatywnego wpływu kursu walut obcych na wyniki finansowe Spółka na bieżąco monitoruje rynek walutowy. Zarządzając ryzykiem walutowym, Emitent korzysta z instrumentów wewnętrznych, w tym przede wszystkim dostosowuje oferowane odbiorcom warunki cenowe do kosztów zakupu surowca. Spółka nie korzysta obecnie z instrumentów zewnętrznych (np. opcja, futures, forward, CIRS), ani nie była stroną tego typu kontraktów w roku obrotowym 2011/2012.

Ryzyko sezonowości sprzedaży i zapasów

W działalności Spółki występuje zjawisko znacznej sezonowości sprzedaży. Najwyższa sprzedaż bakalii przypada na okres przed świętami Bożego Narodzenia i Wielkanocy. Sprzedaż bakalii jest najniższa w okresie letnim, ze względu na dostępność świeżych owoców, które w tym okresie są towarem konkurencyjnym. Jednocześnie Spółka przygotowując się do okresów wzmożonej sprzedaży dokonuje zakupów bakalii w okresie, w którym sprzedaż jest najniższa. Sezonowość sprzedaży wpływa również na sezonowy charakter generowania przez Spółkę zysków i strat w poszczególnych kwartałach roku obrotowego.

Ryzyko związane z globalizacją na rynku największych odbiorców

Zjawisko łączenia się największych globalnych sieci super i hipermarketów powoduje zmiany na rynku odbiorców Spółki. Powoduje to ograniczenie możliwości dywersyfikacji ryzyka po stronie odbiorców. Połączone sieci z reguły dążą do centralizacji zakupów i częściej wybierani są dostawcy współpracujący z siecią, która była siecią przejmującą. Godnym podkreślenia jest fakt, iż ryzyko to jest również szansą na zwiększenie sprzedaży Spółki. Utrzymanie bowiem dotychczasowych kluczowych odbiorców, wiąże się z potrzebą zaspokojenia przez

nich zwiększonego zapotrzebowania na produkty wynikającego z rosnącej skali ich działalności. W celu zabezpieczenia się przed ryzykiem utraty największych odbiorców, Spółka ma zawarte umowy z większością działających w Polsce sieci handlowych oraz stara się zwiększać dotarcie do mniejszych dystrybutorów, a także aktywizować nowe kanały dystrybucji.

Ryzyko utraty kluczowych pracowników

Istotną wartość Emitenta stanowią kluczowi pracownicy. Ich utrata mogłaby negatywnie wpłynąć na relacje ze znaczącymi odbiorcami i dostawcami. Zatrudnienie nowych specjalistów wiązałoby się z długotrwałym procesem rekrutacji, oraz wdrożeniem nowoprzyjętych osób, co opóźniłoby termin osiągnięcia oczekiwanej efektywności. Z powyższych względów Spółka podejmuje szereg działań z obszaru zarządzania zasobami ludzkimi, w tym m.in. dodatki stażowe, premie motywacyjne, itp.

Ryzyko wpływu znacznych akcjonariuszy na decyzje organów Spółki

Udział dominującego akcjonariusza, Pana Leszka Wąsowicza w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu wynosi ponad 77 %. Znaczący udział w ogólnej liczbie głosów pozostawia mu faktyczną kontrolę nad decyzjami podejmowanymi w Spółce i ogranicza wpływ pozostałych akcjonariuszy. Dodatkowo Pan Leszek Wąsowicz Prezes Zarządu jest podmiotem dominującym wobec Emitenta w rozumieniu Ustawy o Ofercie. Leszek Wąsowicz - Prezes Zarządu posiada bezpośrednio 3.857.000 akcji Emitenta, które uprawniają obecnie do 3.857.000 głosów na walnym zgromadzeniu Emitenta, co stanowi 77,1% udziału w kapitale zakładowym i głosach na Walnym Zgromadzeniu Emitenta.

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

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport Spółka nie uczestniczyła w żadnych postępowaniach sądowych, których pojedyncza lub łączna wartość stanowiłaby co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta.

6. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach wraz z ich określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów, towarów i usług (jeżeli są istotne) albo ich grup w sprzedaży Spółki ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym

Przedmiotem działalności HELIO S.A. jest import i konfekcjonowanie bakalii (również w postaci mieszanek takich jak np.: mieszanka owocowa, mieszanka studencka, mieszanka orzechowa, mieszanka tropikalna czy mieszanka

bakaliowa) oraz produkcja mas do ciast (masy makowe, masy krówkowe) i ich dystrybucja. Pozycja marek Spółki na krajowym rynku jest silna, zaś w minionym roku produkty Spółki zdobyły kolejne prestiżowe nagrody, w tym m.in.: Złote Laury Konsumenta 2012 w kategorii dodatki do ciast oraz w kategorii bakalie, Laur Konsumenta – Odkrycie Roku 2012, statuetkę Złoty Paragon 2012 – Nagroda Kupców Polskich w kategorii lider sprzedaży bakalii, tytuły Produkt na Medal Pani Domu, czy wyróżnienia w konkursie Przebój FMCG.

Marki Spółki

Przedsiębiorstwo oferuje swoje produkty pod dobrze znanymi w ich grupie docelowej markami Spółki, do których należą: HELIO, Słoneczne Owoce, oraz luksusowa marka HELIO GOLD. Corocznie Spółka rozszerza także swoją ofertę o nowe produkty, czy też nowe linie produktowe. W roku obrotowym 2011/2012 Emitent wprowadził na rynek m.in. nową linię z kategorii bakalii, czy też masę makową w innowacyjnym opakowaniu typu doypack. Nowa linia bakalii i mixów HELIO New Line została przygotowana z myślą o konsumentach, którzy poszukują produktów sprawdzonej i pewnej jakości, w praktycznym i nowoczesnym opakowaniu z zamknięciem strunowym, a jednocześnie w przystępnej dla każdego cenie. Konsumentów, którzy bakalie i orzechy wykorzystują w codziennym menu, nie tylko jako wartościową przekąskę, ale w dużej mierze do celów kulinarnych – wypieków, sałatek, deserów.

Marki własne sieci handlowych

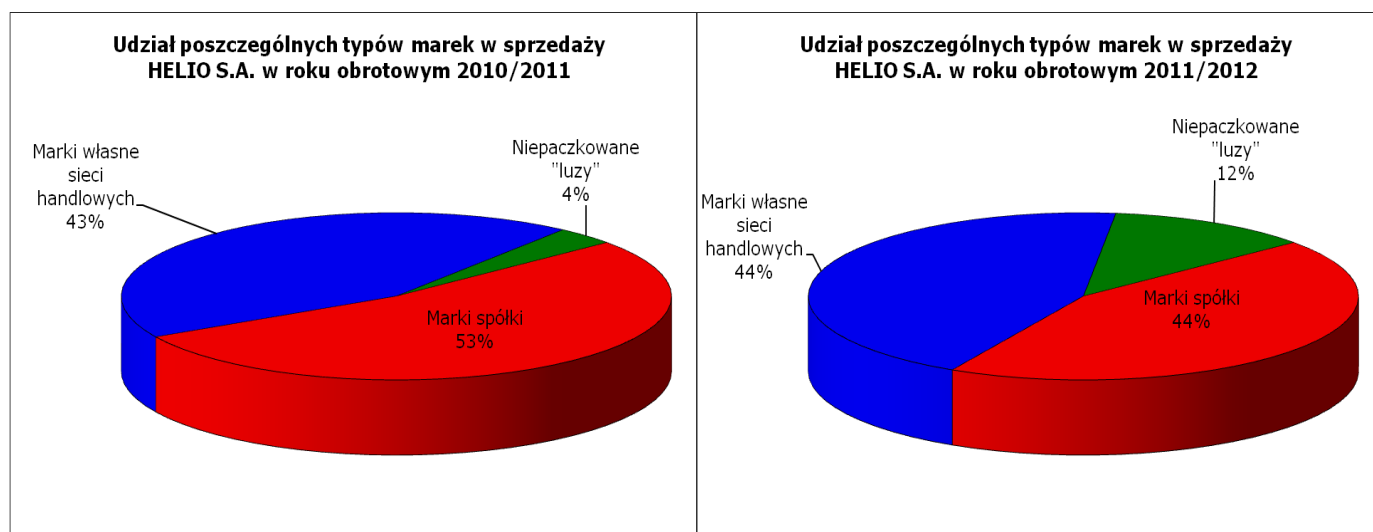
Dzięki elastycznemu podejściu do oczekiwań klientów oraz możliwościom wytwarzania produktów zgodnie z sugestiami i potrzebami klientów, HELIO S.A. systematycznie zwiększa wolumen i spektrum asortymentów dostarczanych pod marką własną sieci handlowych (tzw. *private labels*). W roku obrotowym 2011/2012 Spółka współpracowała w tym zakresie m.in. z następującymi sieciami handlowymi Auchan, Biedronka, Carrefour, EKO Holding, E.Leclerc, Intermarche, Makro Cash & Carry, Netto, Piotr i Paweł, Real, czy Tesco. W kontekście rosnącego udziału *private labels* w większości kategorii rynku FMCG, w tym bakalii, Spółka wykorzystała w minionym roku swoją szansę w dalszym poszerzaniu asortymentu w tej grupie produktów, co odzwierciedliło się w ich wzroście w strukturze przychodów Emitenta (rysunek 5). Dalszy rozwój tej grupy produktów wydaje się być nieunikniony z uwagi na panujące na rynku bakalii trendy. Należy jednocześnie zauważyć, że mimo niższej marży ze sprzedaży produktów sygnowanych marką sieci handlowej w porównaniu do sprzedaży produktów marki producenta, produkty te nie wymagają dodatkowych nakładów na promocję, jednakże powodują konieczność utrzymywania większej liczby asortymentów na stanie magazynowym Emitenta.

Bakalie niepaczkowane

Zwiększone możliwości produkcyjne oraz magazynowe nowego kompleksu Spółki w Brochowie stworzyły potencjał do rozwoju całkowicie nowego segmentu sprzedaży w działalności HELIO S.A., jakim jest sprzedaż bakalii do przemysłu (segment B2B, tj. sprzedaż do producentów słodczy, piekarni, cukierni itp.). Dział zajmujący się aktywizacją tego segmentu został stworzony na początku roku obrotowego 2011/2012 i w pierwszym roku swojej działalności pozyskał kilkudziesięciu odbiorców. Jak wskazuje Rysunek 5, wpłynęło to na wzrost udziału produktów niepaczkowanych („luzów”) w strukturze sprzedaży Emitenta (+8 p.p.). Należy jednak pamiętać, że pozycja ta zawiera również prowadzoną od lat sprzedaż „luzów” w segmencie rynku bakalii skierowanym bezpośrednio do konsumenta finalnego (B2C). Dotychczas cała sprzedaż bakalii niepaczkowanych realizowana była bowiem wyłącznie za pośrednictwem kanału nowoczesnego (sieci super i hipermarketów), jako tzw. „bakalie na wagę”.

Strukturę przychodów ze sprzedaży powyższych trzech grup bakalii przedstawia rysunek 5. Zmiany, które w niej nastąpiły są zgodne z tendencjami panującymi w branży Emitenta, co świadczy o właściwym doborze oferty Spółki do potrzeb rynku.

Rysunek 5. *Udział marek bakalii w uzyskiwanych przychodach ze sprzedaży Spółki*



Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Z punktu widzenia struktury asortymentowej sprzedaży, nastąpiły wyłącznie drobne zmiany w stosunku do poprzedniego roku obrotowego, które nie mają istotnego wpływu na działalność Spółki. Do asortymentów generujących największe przychody nadal zaliczamy owoce suszone i orzechy, zaś asortymentem posiadającym najmniejszy udział pozostały pestki i ziarna. Mimo że masy do ciast cechują się największą sezonowością, wciąż stanowią one istotną pozycję w uzyskiwanych przez Emitenta przychodach ze sprzedaży na poziomie 18%, tj. porównywalnie jak w roku ubiegłym (17%).

Tabela 2: Asortymenty w sprzedaży Emitenta

Orzechy, w tym m.in.:

- ✓ arachidowe (ziemne)
- ✓ brazylijskie
- ✓ laskowe
- ✓ migdały
- ✓ migdały blanszowane
- ✓ migdały siekane
- ✓ nerkowce
- ✓ pecan
- ✓ pinii
- ✓ pistacje
- ✓ płatki migdałowe
- ✓ wiórki kokosowe
- ✓ włoskie

Owoce suszone¹, w tym m.in.:

- ✓ ananasy kandyzowane
- ✓ ananasy suszone
- ✓ brzoskwinie suszone
- ✓ chipsy bananowe
- ✓ daktyle
- ✓ figi
- ✓ mango suszone
- ✓ morele suszone
- ✓ papaja
- ✓ rodzynki
- ✓ skórki pomarańczowe
- ✓ skórki pomarańczowe kandyzowane
- ✓ śliwki kalifornijskie
- ✓ żurawina

Ziarna i pestki, w tym m.in.:

- ✓ dyni
- ✓ kukurydzy (popcorn)
- ✓ maku
- ✓ sezamu
- ✓ słonecznika

Masy do ciast:

- ✓ masy makowe
- ✓ kutia
- ✓ masy krówkowe

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

7. Informacje o rynkach zbytu, z uwzględnieniem podziału na rynki krajowe i zagraniczne, oraz informacje o źródłach zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi, z określeniem uzależnienia od jednego lub więcej odbiorców i dostawców, a przypadku gdy udział jednego odbiorcy lub dostawcy osiąga co najmniej 10% przychodów ze sprzedaży ogółem – nazwy (firmy) dostawcy lub odbiorcy, jego udział w sprzedaży lub zaopatrzeniu oraz jego formalne powiązania z emitentem

Odbiorcy

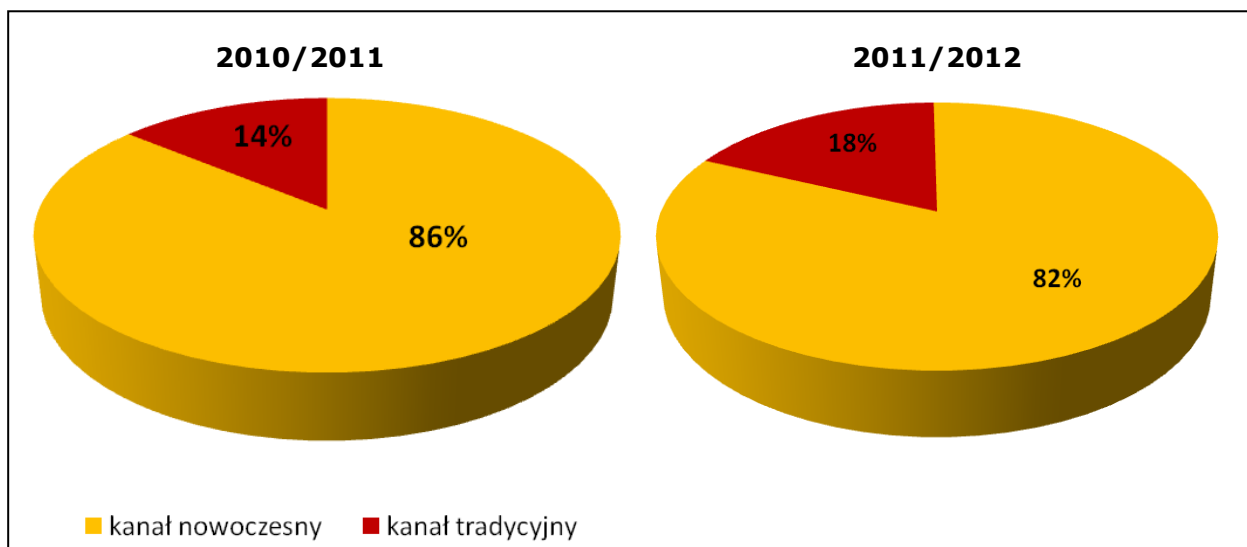
Spółka dostarcza swoje produkty na terenie całego kraju. Jej wyroby sprzedawane są w większości ogólnopolskich sieci handlowych, a także w mniejszych sieciach handlowych i lokalnych sklepach, które obsługiwane są przez handlowców oraz za pośrednictwem hurtowni spożywczych i innych dystrybutorów.

Dzięki podjętym w ostatnich latach działaniom mającym na celu penetrację kanału tradycyjnego segmentu B2C, jego udział w przychodach ze sprzedaży Spółki systematycznie rośnie. Nie mniej jednak, w roku obrotowym 2011/2012

¹ Owoce suszone i pozostałe

dominujący udział w sprzedaży Spółki miały nadal super i hipermarkety, tj. kanał nowoczesny (rysunek 6).

Rysunek nr 6. *Struktura sprzedaży w segmencie B2C według kanałów dystrybucji w roku obrotowym 2010/2011 oraz 2011/2012*



Źródło: Zarząd HELIO S.A.

W celu ograniczenia uzależnienia od pojedynczych odbiorców, Spółka ma zawarte umowy z największymi międzynarodowymi sieciami handlowymi oraz dystrybutorami działającymi w Polsce. W roku obrotowym 2011/2012 ponad 10-procentowy udział w przychodach ze sprzedaży Emitenta ogółem odnotowało Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. (26%), oraz Tesco Polska Sp. z o.o. wraz z innymi podmiotami z grupy TESCO (17%). Emitent jest związany ze znaczącymi odbiorcami umowami o współpracy.

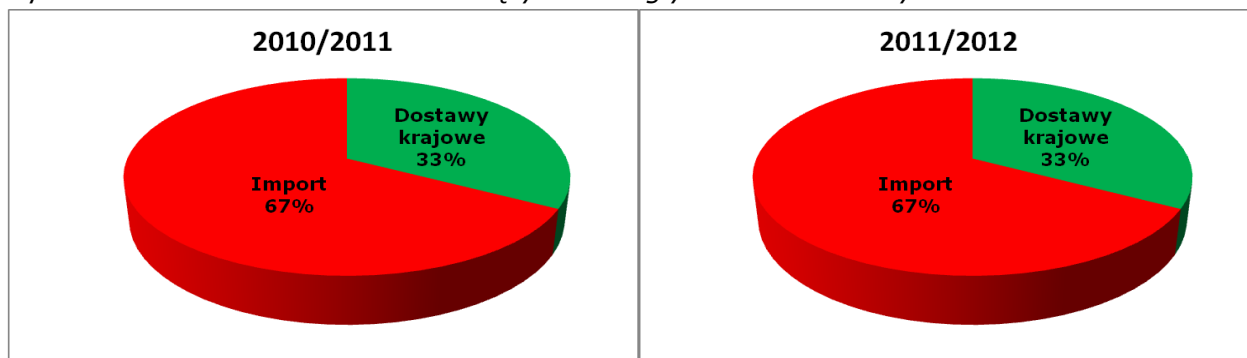
Zwiększone możliwości produkcyjne oraz magazynowe nowego kompleksu Spółki w Brochowie stworzyły jednocześnie potencjał do rozwoju całkowicie nowego segmentu sprzedaży w działalności HELIO S.A., jakim jest sprzedaż bakalii do przemysłu (segment B2B, tj. sprzedaż do producentów słodczy, piekarni, cukierni itp.). Dział zajmujący się aktywizacją segmentu B2B został stworzony na początku roku obrotowego 2011/2012. W pierwszym roku swojej działalności nawiązał współpracę z kilkudziesięcioma odbiorcami, zaś przychody ze sprzedaży w tym segmencie nie przekroczyły 10% przychodów ze sprzedaży Spółki ogółem. Rozwój tego segmentu przyczynia się także do poprawy rotacji zapasów oraz korzyści skali wynikających ze zwiększonych zakupów.

W roku obrotowym 2011/2012 Emitent dostarczał swoje produkty również do odbiorców zagranicznych. Choć eksport stanowił niespełna 1 % w ogólnych przychodach ze sprzedaży przedsiębiorstwa, godnym uwagi jest jego znacząca dynamika wzrostu. Względem ubiegłego roku przychody z eksportu wzrosły bowiem o 811%. Główne kierunki eksportu to: Czechy, Słowacja, Węgry, Litwa oraz USA.

Dostawcy

W roku obrotowym 2011/2012 struktura dostawców, w tym udział importu w ogólnej strukturze dostaw nie uległa zmianie względem poprzedniego roku obrotowego (rysunek 7). Spółka nie posiada długoterminowych umów z dostawcami. Towary kupowane są na bieżąco zgodnie z aktualnymi potrzebami, a umowy z dostawcami zawierane są na konkretną dostawę towaru. Dzięki temu działaniu Spółka nie jest uzależniona od znaczących dostawców, zaś w roku obrotowym 2011/2012 żaden z kontrahentów Spółki nie przekroczył 5% udziału w dostawach do Spółki ogółem.

Rysunek 7. *Struktura dostaw w bieżącym i ubiegłym roku obrotowym*



Źródło: Zarząd HELIO S.A.

W roku obrotowym 2011/2012 do głównych kierunków importu nadal zaliczały się następujące państwa: Argentyna, Chile, Chiny, Czechy, Grecja, Holandia, Indie, Iran, Turcja, USA. Płatności z tytułu importu rozliczane zaś były przede wszystkim w dolarach amerykańskich (USD), euro (EUR) oraz koronach czeskich (CZK).

8. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności emitenta, w tym znanych emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji

HELIO S.A. jest stroną kilkudziesięciu umów handlowych z odbiorcami, w których zobowiązuje się do dostarczania produkowanych przez siebie wyrobów, a odbiorcy, reprezentujący sieci handlowe, ogólnopolskich dystrybutorów, lokalne hurtownie, jak również inni przedsiębiorcy, zobowiązują się do zakupu tych wyrobów i ich dalszej odsprzedaży. Umowy nie precyzują wielkości zakupów do jakich zobowiązani są kontrahenci Emitenta. Spośród umów zawartych z odbiorcami, za istotne uznano umowy z kontrahentami, z którymi obroty ze sprzedaży w ostatnim roku przewyższyły 10% obrotów Spółki ogółem lub szacuje się, że taki poziom osiągną na przestrzeni najbliższego roku. W roku obrotowym 2011/2012 Spółka kontynuowała współpracę w zakresie wszystkich istotnych umów ze swoimi odbiorcami, o których dotychczas informowała,

tj. umów z sześcioma spółkami reprezentującymi duże sieci handlowe (Carrefour Polska Sp. z o.o., Jeronimo Martins Dystrybucja S.A., Tesco Polska Sp. z o.o. oraz MGB Metro Group Buying Polska Sp. z o.o. i Spółka Sp. K. wraz z reprezentowanymi przez nią spółkami Makro Cash and Carry Polska S.A. oraz Real,- Sp. z o.o. i Spółka Sp. K.) przewidujących sprzedaż wyrobów Spółki zarówno pod marką producencką, jak i pod marką własną odbiorcy, w zależności od postanowień konkretnej umowy. Warunki współpracy nie odbiegają od warunków powszechnie stosowanych dla tego typu umów. Określają ramowe warunki współpracy, w tym szczegółowe ustalenia w zakresie warunków dostaw i składania zamówień, form i terminów płatności, udzielania odbiorcom przez Emitenta rabatów, upustów bądź premii (uzależnionych od osiągnięcia określonej wartości obrotu, naliczanych od konkretnych towarów, za usługi logistyczne, marketingowe itp.), zapłaty kar umownych przez Emitenta w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania postanowień umownych, a także okresu obowiązywania danej umowy, sposobów i terminów jej rozwiązania. Umowy te zawarte są na czas nieokreślony, lub podlegają automatycznemu corocznemu odnowieniu.

Na przestrzeni roku obrotowego 2011/2012 Spółka była również stroną istotnych z perspektywy działalności Emitenta umów kredytu. W celu uniknięcia powtarzania informacji, niniejsze umowy zostały zaprezentowane w punkcie 11 niniejszego sprawozdania.

Spółka corocznie odnawia także umowy ubezpieczeniowe z tytułu:

- ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej związanej z prowadzeniem działalności i posiadaniem mienia oraz wprowadzeniem produktu do obrotu,
- ubezpieczenia mienia od kradzieży z włamaniem i rabunku, dewastacji, ognia i innych zdarzeń losowych,
- ubezpieczenia sprzętu elektronicznego od wszelkich ryzyk,
- ubezpieczenia mienia w transporcie,
- ubezpieczenia komunikacyjne floty samochodowej Spółki.

Umowy ubezpieczeniowe gwarantują stabilność funkcjonowania Spółki, zaś łączna wysokość składek nie przekracza 10% przychodów ze sprzedaży Spółki, a tym samym nie kwalifikuje umów za znaczące.

9. Informacja o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych emitenta z innymi podmiotami oraz określenie jego głównych inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe, wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości), w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych oraz opis metod ich finansowania

Na przestrzeni roku obrotowego 2011/2012 Spółka nie dokonała inwestycji kapitałowych.

W tym okresie Emitent przede wszystkim poniósł wydatki inwestycyjne na wyposażenie i infrastrukturę produkcyjną nowego zakładu Spółki w Brochowie. Oddany w maju 2011 r. nowy obiekt produkcyjno-magazynowo-biurowy zwiększył możliwości produkcyjne przedsiębiorstwa, co zaowocowało wysoką dynamiką wzrostu przychodów ze sprzedaży oraz poprawą efektywności operacyjnej Emitenta. Prócz korzyści ekonomicznych wynikających z rosnącej skali produkcji, budowa dużego zakładu produkcyjnego z potężnym zapleczem magazynowym pozwoliła na poczynienie oszczędności w ramach działań logistycznych, a także na poprawienie konkurencyjności Spółki. Dla przypomnienia warto dodać, że w roku obrotowym 2011/2012 Spółka wdrożyła i certyfikowała w nowym zakładzie prestiżowy, międzynarodowy standard jakości i bezpieczeństwa produkcji żywności BRC – Global Standard for Food Safety.

Ponadto w roku obrotowym 2011/2012 Emitent rozszerzył swoją flotę samochodową, przede wszystkim z uwagi na dalszy rozwój działu sprzedaży Spółki.

Tabela 3: Wydatki inwestycyjne HELIO S.A. w roku obrotowym 2011/2012

Wyszczególnienie	Źródła finansowania	
	Nakłady – środki własne (w tys. zł)	Nakłady – leasing/kredyt (w tys. zł)
Grunty w tym prawo wieczystego użytkowania	-	-
Budynki i budowle	132	-
Maszyny i urządzenia	288	1.000
Środki transportu	205	286
Wartości niematerialne i prawne	9	-
Wyposażenie	205	-
Inwestycje kapitałowe	-	-

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Spółka nie posiada powiązań organizacyjnych ani kapitałowych z innymi podmiotami.

10. Informacje o istotnych transakcjach zawartych przez Emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe, wraz z ich kwotami oraz informacjami określającymi charakter tych transakcji

W okresie ostatniego roku obrotowego HELIO S.A. nie dokonała istotnych transakcji z podmiotem powiązanym na warunkach innych niż rynkowe.

11. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku obrotowym umowach dotyczących kredytów i pożyczek, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności

Na przestrzeni roku obrotowego 2011/2012 Spółka była stroną następujących umów kredytowych:

- Umowa kredytu o linię wielocelową wielowalutową z dnia 11 sierpnia 2008 r. z późniejszymi zmianami zawarta pomiędzy Spółką („Kredytobiorca”) a Bankiem BPH S.A. z siedzibą w Krakowie („Bank”) – Bank przyznał Kredytobiorcy kredyt w formie wielocelowej wielowalutowej linii kredytowej do równowartości kwoty 23.500.000 zł. W ramach limitu kredytowego, na zlecenie Spółki, Bank udziela gwarancji bankowych do łącznej kwoty nieprzekraczającej równowartość kwoty 500.000 zł oraz otwiera akredytywy dokumentowe do łącznej kwoty nieprzekraczającej równowartość kwoty 3.500.000 zł. Od kwoty wykorzystanego kredytu Bank pobierał odsetki według zmiennej stopy procentowej 1M WIBOR powiększonej o marżę banku. Okres kredytowania: do 30 września 2012 r.
- Umowa kredytu w rachunku bieżącym zawarta dnia 26 sierpnia 2009 r. z późniejszymi zmianami pomiędzy Spółką („Kredytobiorca”) a BNP Paribas Polska S.A. dawniej Fortis Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie („Bank”) - Bank przyznał Kredytobiorcy kredyt w rachunku bieżącym do maksymalnej wysokości 5.000.000 zł. Od kwoty wykorzystanego kredytu Bank pobierał odsetki według zmiennej stopy procentowej 1M WIBOR powiększonej o marżę banku. Okres kredytowania: do 30 sierpnia 2012 r.
- Umowa o kredyt nieodnawialny zawarta dnia 11 sierpnia 2008 r. z późniejszymi zmianami pomiędzy Spółką („Kredytobiorca”) a BNP Paribas Polska S.A. dawniej Fortis Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie („Bank”) - Bank przyznał Kredytobiorcy kredyt nieodnawialny w wysokości 14.000.000 zł przeznaczony na finansowanie do 80% kosztów netto realizacji inwestycji polegającej na wykonaniu nowej siedziby Kredytobiorcy w tym zakup nieruchomości gruntowej, renowację budynków magazynowych oraz budowę budynków biurowo-magazynowych, położonych w Brochowie k/Sochaczewa, z zastrzeżeniem, że finansowanie udzielone przez Bank nie obejmuje zakupu nieruchomości gruntowej. Termin wykorzystania kredytu do dnia 28 lutego 2011 r. Karencja w spłacie kredytu: do dnia 28 lutego 2011 r. Od kwoty wykorzystanego kredytu Bank pobierał odsetki według zmiennej stopy procentowej 1M WIBOR powiększonej o marżę banku. Okres kredytowania: do 29 czerwca 2021 r.
- Umowa o kredyt nieodnawialny zawarta dnia 16 sierpnia 2011 roku pomiędzy Spółką („Kredytobiorca”) a BNP Paribas Bank Polska S.A. („Bank”) – Bank przyznał Kredytobiorcy kredyt nieodnawialny w wysokości 1.000.000 zł przeznaczony na finansowanie inwestycji związanych z wyposażeniem nowej siedziby Kredytobiorcy w Brochowie. Termin wykorzystania kredytu: do dnia 16.02.2012 r. Pierwsza rata kredytu płatna w najbliższym dniu wymagalności odsetek po dniu, w którym upłynął okres wykorzystania kredytu. Okres kredytowania: do 15 sierpnia 2016 r.

- Umowa o kredyt inwestycyjny z dnia 16 lipca 2010 r. z późniejszymi zmianami zawarta pomiędzy Spółką („Kredytobiorca”) a Bankiem BPH S.A. z siedzibą w Krakowie („Bank”) - Bank przyznał Kredytobiorcy kredyt inwestycyjny w wysokości 3.150.000 zł przeznaczony na zakup środków trwałych (maszyny, urządzenia). Termin wykorzystania kredytu do dnia 30 czerwca 2011 r., a spłata kredytu począwszy od dnia 31 lipca 2011 r. Od kwoty wykorzystanego kredytu Bank pobiera odsetki według zmiennej stopy procentowej 1M WIBOR powiększonej o marżę banku. Okres kredytowania: do 15 lipca 2013 r.

Na przestrzeni roku obrotowego 2011/2012 Spółka nie zaciągała ani nie wypowiadała pożyczek.

12. Informacje o udzielonych w danym roku obrotowym pożyczkach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanym Emitenta, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności

W roku obrotowym 2011/2012 HELIO S.A. nie udzielała pożyczek.

13. Informacja o udzielonych i otrzymanych w danym roku obrotowym poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym Emitenta

W okresie, którego dotyczy raport, Spółka nie otrzymała żadnych poręczeń, ani nie była poręczycielem.

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport HELIO S.A. nie udzieliła gwarancji, natomiast była beneficjentem następującej gwarancji:

- Gwarancja bankowa z dnia 23.05.2011 r. udzielona przez Raiffeisen Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie („Gwarant”) na zlecenie Krzysztofa Mieciek prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „Metalplast Budownictwo Krzysztof Mieciek” z siedzibą w Warszawie („Dłużnik”) celem zabezpieczenia ewentualnych roszczeń z tytułu rękojmi i/lub gwarancji zgodnie z warunkami Umowy o roboty budowlane zawartej pomiędzy Dłużnikiem a HELIO S.A. („Beneficjent gwarancji”) w dniu 15.04.2009 r. z późniejszymi zmianami. Na podstawie gwarancji Gwarant nieodwołalnie i bezwarunkowo zobowiązał się do wypłaty na rzecz HELIO S.A. każdej kwoty do maksymalnej wysokości 150.000 zł po otrzymaniu pierwszego pisemnego żądania wypłaty. Okres obowiązywania gwarancji: od dnia 01.06.2011 r. do 11.02.2014 r. Emitent nie jest jednostką powiązaną z pozostałymi stronami gwarancji.

14. W przypadku emisji papierów wartościowych w okresie objętym raportem – opis wykorzystania przez Emitenta wpływów z emisji do chwili sporządzenia sprawozdania z działalności

W roku obrotowym 2011/2012 HELIO S.A. nie miało żadnych wpływów z tytułu emisji papierów wartościowych.

15. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych na rok obrotowy 2011/2012.

16. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom

W roku obrotowym 2011/2012 Emitent nie miał problemów z wywiązywaniem się z zaciągniętych zobowiązań. Stabilna sytuacja finansowa HELIO S.A., a także utrzymanie dywersyfikacji finansowania kredytowego pomiędzy dwoma bankami, sprawiły, że płynność finansowa Spółki była niezagrażona.

Finansowanie działalności bieżącej Spółka zapewniła sobie poprzez korzystanie z kredytów obrotowych (kredytu w rachunku bieżącym oraz kredytu w formie wielocelowej wielowalutowej linii kredytowej). Wysokość zaangażowania kredytowego dopasowana była do sezonowości branży Emitenta, a tym samym do poziomu zapotrzebowania na kapitał obrotowy wynikającego ze wzrostu obrotów. Wysoki poziom sprzedaży w okresach przedsięwziętych wymagał bowiem znacznych zakupów surowców, które Spółka jak co roku finansowała głównie kredytem obrotowym. W celu zapewnienia dalszego dynamicznego rozwoju Spółki, Emitent zwiększył poziom finansowania kredytami obrotowymi Spółki z 15 mln zł łącznego limitu kredytowego w szczytowym dla Spółki okresie roku 2010/2011, do 28,5 mln zł w analogicznym okresie roku 2011/2012. Wzrost ten był konsekwencją faktu, iż mimo dynamicznego wzrostu obrotów ze sprzedaży Emitenta w ostatnich latach, Spółka nie zwiększała poziomu finansowania obrotowego od 2008 r. W kontekście zwiększonych możliwości produkcyjnych Spółki w nowym zakładzie, zwiększenie kredytów obrotowych było działaniem nieodzownym i włączonym w długofalową strategię rozwoju HELIO S.A.

W analizowanym okresie Spółka korzystała także z kredytu inwestycyjnego na finansowanie wyposażenia nowego zakładu Spółki w Brochowie

w infrastrukturę produkcyjno-magazynową. Ponadto w minionym roku HELIO S.A. spłacała wcześniej zaciągnięte długoterminowe kredyty inwestycyjne, tj. kredyt na finansowanie do 80% kosztów netto realizacji nowej inwestycji w Brochowie oraz na zakup maszyn i urządzeń do nowego zakładu produkcyjnego.

Zarząd Emitenta nie przewiduje zagrożeń dla możliwości wywiązywania się z pozostałych zobowiązań posiadanych przez Spółkę. Obsługa zobowiązań z tytułu dostaw, usług, kredytów i leasingów następuje bowiem na bieżąco, zgodnie z warunkami umów, zaś finansowanie bieżącej działalności w roku obrotowym 2012/2013 Spółki zostało zapewnione poprzez odnowienie kredytu w rachunku bieżącym udzielonego przez BNP Paribas Bank Polska S.A. (dawniej Fortis Bank Polska S.A.) do maksymalnej wysokości 5.000.000 zł oraz odnowieniem kredytu w formie wielocelowej wielowalutowej linii kredytowej udzielonego przez Bank BPH S.A. do równowartości kwoty 23.500.000 zł.

17. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowania tej działalności

Rok obrotowy 2011/2012 był pierwszym rokiem działalności Spółki w nowym zakładzie w Brochowie. Inwestycja ta skokowo zwiększyła możliwości podażowe Emitenta, a także ograniczyła jego koszty operacyjne, w szczególności poprzez usprawnienie działań logistyki wewnętrznej. Jednocześnie w celu zapewnienia nowoczesnej infrastruktury produkcyjno-magazynowej oraz wyposażenia nowego zakładu w Brochowie, Spółka zakupiła w minionym roku nowe maszyny i urządzenia z kredytu inwestycyjnego udzielonego przez BNP Paribas Bank Polska S.A. w kwocie 1.000.000 zł, oraz ze środków własnych.

W roku obrotowym 2012/2013 Spółka nie przewiduje znaczących inwestycji. Ewentualne nakłady inwestycyjne i odtworzeniowe będą finansowane przede wszystkim ze środków własnych.

18. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy, z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik

W roku obrotowym 2011/2012 czynnikami, które pozytywnie wpłynęły na osiągnięte wyniki były przede wszystkim:

- rozpoczęcie działalności Spółki w nowym zakładzie w Brochowie, dzięki któremu zwiększyły się znacząco możliwości podażowe Emitenta oraz jego konkurencyjność (np. poprzez wdrożenie międzynarodowego standardu jakości i bezpieczeństwa produkcji żywności BRC- Global Standard for Food Safety),

- wzmocnienie dobrych relacji z dotychczasowymi głównymi odbiorcami Spółki, co zaowocowało zwiększonym wolumenem dostaw,
- dalsza penetracja kanału tradycyjnego dystrybucji przyczyniająca się do dywersyfikacji odbiorców, wzrostu przychodów ze sprzedaży oraz dostępności produktów Emitenta na rynku,
- aktywizacja sprzedaży w segmencie B2B przyczyniająca się dywersyfikacji odbiorców oraz wzrostu przychodów ze sprzedaży Emitenta,
- rosnący popyt na bakalie w Polsce.

Głównymi czynnikami negatywnie wpływającymi na wynik finansowy były przede wszystkim:

- wzrost cen surowców oraz niestabilna sytuacja na rynku walutowym przyczyniająca się do obniżenia uzyskiwanych przez Spółkę marż ze sprzedaży,
- silna presja cenowa ze strony głównych konkurentów Spółki skutkująca obniżeniem rentowności branży,
- oddanie do użytkowania inwestycji w Brochowie powodujące wzrost amortyzacji i kosztów finansowych Spółki (odsetek od kredytów inwestycyjnych),
- wzrost kosztów stałych wynikających z rozbudowania struktur organizacyjnych Emitenta, w tym m.in. działu sprzedaży (np. zwiększone koszty utrzymania floty samochodowej, połączeń telefonicznych, wynagrodzeń),
- poniesienie jednorazowych kosztów operacyjnych na wyposażenie nowego kompleksu produkcyjno-magazynowo-biurowego w Brochowie oraz wdrożenie standardu jakości i bezpieczeństwa produkcji żywności BRC-Global Standard for Food Safety,

19. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta oraz opis perspektywy rozwoju działalności emitenta co najmniej do końca roku obrotowego następującego po roku obrotowym, za który sporządzono sprawozdanie finansowe, z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez niego wypracowanej

Na przestrzeni co najmniej najbliższego roku Spółka planuje kontynuować przyjętą dotychczas strategię rozwoju, co dzięki wykorzystaniu posiadanego doświadczenia oraz zwiększonych mocy produkcyjnych przedsiębiorstwa powinno znaleźć odzwierciedlenie w dalszym wzroście udziału Emitenta w krajowym rynku bakalii oraz wzrostem wartości Spółki dla akcjonariuszy. Podstawowymi założeniami konsekwentnie realizowanej od lat strategii HELIO S.A. jest systematyczne umacnianie pozycji na polskim rynku bakalii, oraz stopniowe aktywizowanie kolejnych kanałów dystrybucji oraz rynków zbytu dla dóbr sprzedawanych przez Emitenta.

W celu realizacji przyjętej strategii rozwoju, Spółka zamierza podjąć w szczególności działania w następującym zakresie:

Rozwój poprzez rozbudowę infrastruktury produkcyjnej Spółki

W celu wykorzystania nadarzających się szans wynikających z rosnącego popytu na produkty Spółki, a tym samym realizując przyjętą strategię rozwoju, Emitent rozpoczął w minionym roku działalność w nowym zakładzie produkcyjnym Spółki w Brochowie koło Sochaczewa. Po poniesieniu jednorazowych początkowych kosztów związanych z organizacją pracy i wyposażeniem nowego obiektu, korzyści płynące z przeniesienia działalności z dotychczas wynajmowanych lokalizacji do nowego kompleksu magazynowo-produkcyjnego w Brochowie powinny być zatem z każdym okresem coraz bardziej wyraźne, a tym samym pozytywnie wpływać na przychody ze sprzedaży oraz zyski Spółki, w szczególności na poziomie EBITDA. Jak już wcześniej sygnalizował Emitent, należy się bowiem liczyć ze zwiększoną względem lat ubiegłych amortyzacją i kosztami finansowymi wynikającymi ze spłaty odsetek od kredytów inwestycyjnych oraz zwiększonych kredytów obrotowych. W dłuższej perspektywie koszty te powinny jednakże maleć.

Dywersyfikacja odbiorców oraz aktywizacja nowych kanałów dystrybucji i rynków

Zwiększone możliwości podażowe Emitenta stworzyły potencjał do dalszej penetracji rynku krajowego oraz aktywizowania nowych rynków zbytu. Z powyższych względów Spółka planuje kontynuować dotychczas podjęte działania, w tym w szczególności dotyczące kanału tradycyjnego segmentu B2C (hurtownie, dystrybutorzy) oraz segmentu B2B (sprzedaż do przemysłu, tj. producentów słodczy, piekarni, cukierni itp.). Dalsza penetracja rynku w tym zakresie możliwa będzie przede wszystkim dzięki wykorzystaniu działań i nakładów poniesionych na ten cel w latach ubiegłych, zaś spodziewanym rezultatem jest poprawa efektywności kosztowej Spółki, a także dalsza dywersyfikacji odbiorców Emitenta oraz umocnienie jego pozycji na krajowym rynku bakalii. Docelowo Spółka planuje uzyskiwać w kanale tradycyjnym ok. 30-40 % swoich przychodów ze sprzedaży, tj. analogicznie do udziału tego kanału w krajowym rynku bakalii, a także utrzymać dynamikę wzrostu sprzedaży w segmencie B2B proporcjonalnie do wzrostu przychodów ze sprzedaży HELIO S.A. ogółem. Rozwój segmentu B2B należy postrzegać jednak nie tylko w kontekście zwiększonych przychodów ze sprzedaży, lecz również poprawy efektywności zarządzania zapasami Spółki, w tym rotacją zapasów oraz korzyściami skali wynikającymi ze zwiększonych zakupów.

Z uwagi na wyższe koszty sprzedaży na rynki zagraniczne, dalsza aktywizacja sprzedaży w tym zakresie nadal będzie się odbywać przede wszystkim poprzez próby wykorzystania nadarzających się okazji rozszerzenia współpracy z sieciami handlowymi współpracującymi dotychczas z Emitentem na rynku krajowym. Ze względu jednak na duży krajowy popyt na produkty Spółki, w pierwszej kolejności Emitent nadal koncentrować się będzie na rynku polskim, rozwijając

eksport systematycznie w miarę rosnących możliwości organizacyjnych i podażyowych przedsiębiorstwa.

Produkty oraz rynek bakalii

Rynek bakalii w Polsce nadal rozwija się. Jednym z głównych czynników mających wpływ na rosnącą ilość sprzedawanych bakalii jest ich ogólna popularyzacja wśród Polaków, którzy to coraz częściej postrzegają je w szerszym kontekście niż tylko niezastąpiony składnik świątecznych potraw. Trend ten jest naturalną zmianą nawyków konsumenckich Polaków wynikającą z wprowadzania zachodnioeuropejskich i śródziemnomorskich nawyków żywieniowych w polskiej diecie, co dodatkowo jest w Polsce wzmacniane prowadzonymi kampaniami informacyjno-promocyjnymi. Coraz częściej Polacy sięgają zatem po bakalie jako substytut tradycyjnej przekąski, jak również chętniej wykorzystują je jako składnik codziennej diety, np. dodając do sałatek. Należy jednak zauważyć, że mimo popularyzacji bakalii wśród Polaków, branża charakteryzuje się nadal wysoką sezonowością, co oznacza, że popyt systematycznie rośnie na wszystkie bakalie, czyli również te tradycyjnie kupowane do świątecznych wypieków. Mając na uwadze powyższe, szacuje się, iż mimo spowolnienia gospodarczego, krajowy rynek bakalii będzie rość w najbliższych latach jeszcze o około 5% rocznie. Ponadto, w ocenie Emitenta obecne w minionym roku na rynku bakalii zjawisko silnych presji cenowych w dłuższym horyzoncie czasowym będzie traciło na sile z uwagi na konieczność przywrócenia racjonalnej z biznesowego punktu widzenia rentowności działających w branży przedsiębiorstw.

Obserwując popyt na krajowym rynku, HELIO S.A. systematycznie wprowadzała i będzie wprowadzała nowe produkty z grupy bakalii i mas do ciast sygnowanych marką Emitenta, a także będzie poszukiwała nowych kategorii produktowych dających. Z nowości wprowadzanych w pierwszej połowie roku obrotowego 2011/2012 należy wyróżnić przede wszystkim linię polew do ciast i deserów, rozszerzając ofertę Emitenta o nową kategorię produktową. Polewy HELIO przygotowane są, w odróżnieniu do dotychczas popularnych na rynku, w formie okrągłych pastylek. Polewy w takiej postaci są nie tylko łatwe i szybkie w użyciu, ale również umożliwiają dodatkowe formy dekoracji. Ponadto Spółka planuje także rozszerzyć swoją ofertę o linię bakalii przekąskowych HELIO Snack, a także wprowadzić nowe opakowania najpopularniejszych bakalii i mas do ciast dedykowane do kanału HoReCa, w tym przede wszystkim drobnym firm cateringowych zaopatrujących się za pośrednictwem kanału tradycyjnego.

Jednocześnie z uwagi na stale rosnące zapotrzebowanie na produkty marek własnych sieci handlowych, HELIO S.A. będzie dążyła do dalszego zwiększenia wolumenu sprzedaży tych produktów oraz rozszerzenia dotychczasowej listy dostarczanych asortymentów marek własnych o nowe pozycje oraz nowych kontrahentów. Taka strategia pozwala na bieżące dostosowywanie oferty do potrzeb i upodobań klienta, a tym samym do dalszego zwiększania sprzedaży Spółki.

Strategia marketingowa

Biorąc pod uwagę bieżącą wartość sprzedaży, pozycję rynkową oraz liczbę konsumentów, Spółka zamierza nadal utrzymywać działalność promocyjną wspierającą sprzedaż produktów sygnowanych logo HELIO na wysokim, lecz efektywnym kosztowo poziomie, w tym w szczególności poprzez działania z obszaru PR i reklamy.

Czynniki makroekonomiczne

Z czynników makroekonomicznych mających wpływ na wyniki HELIO S.A. należy zwrócić szczególną uwagę na sytuację panującą na rynku walutowym. Niestabilna sytuacja w tym zakresie wpływa bowiem negatywnie na działalność HELIO S.A. Mimo że Spółka ma możliwość renegocjowania cen sprzedawanych produktów ze swoimi odbiorcami, dostosowując je do aktualnych warunków rynkowych, jest to proces rozciągnięty w czasie i implikujący okresowy spadek osiągniętych przez Spółkę marż na sprzedaży.

Podsumowując należy uznać, że choć harmonię pozytywnych czynników burzy niestabilna sytuacja makroekonomiczna, w szczególności na rynku walutowym, perspektywy rozwoju HELIO S.A. wydają się być niezagrażone. Determinanty kształtujące wyniki Emitenta w przyszłym roku są bowiem bardzo korzystne dla Spółki. W okresie przejściowym dla rozwoju przedsiębiorstwa, jakim były minione dwa lata, zostały powzięte liczne działania, których wymierne rezultaty powinny być z każdym okresem coraz bardziej widoczne, co powinno znaleźć swoje odzwierciedlenie w długotrwałej i systematycznej poprawie zysków Spółki.

20. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta

Skład osobowy Zarządu Emitenta oraz ogólne zasady zarządzania przedsiębiorstwem nie uległy znaczącym zmianom.

21. Wszelkie umowy zawarte między emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie

Członkowie Zarządu są zatrudnieni w Spółce na podstawie umowy o pracę. W przypadku rozwiązania umowy o pracę przysługują im odszkodowania i odprawy, wynikające z przepisów prawa pracy.

Członkowie Rady Nadzorczej nie są zatrudnieni przez Emitenta.

Nie istnieją żadne umowy o świadczenie usług ze strony członków Zarządu oraz członków Rady Nadzorczej na rzecz Emitenta, określające świadczenia wypłacane w chwili rozwiązania stosunku pracy.

22. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiovych opartych na kapitale emitenta, w tym programów opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych (w pieniądzu, naturze lub jakiegokolwiek innej formie), wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych, odrębnie dla każdej z osób zarządzających i nadzorujących emitenta w przedsiębiorstwie emitenta bez względu na to, czy odpowiednio były one zaliczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku

Wartość wynagrodzeń i nagród członków Zarządu i Rady Nadzorczej w roku obrotowym 2011/2012 kształtowała się następująco:

Zarząd

- Leszek Wąsowicz - Prezes Zarządu405.950 zł brutto
- Justyna Wąsowicz - Wiceprezes Zarządu305.710 zł brutto

Rada Nadzorcza

- Jacek Kosiński – Przewodniczący Rady Nadzorczej 5.479 zł brutto
- Adam Wąsowicz – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej 3.623 zł brutto
- Irena Gałan-Stelmaszczuk – Członek Rady Nadzorczej 1.764 zł brutto
- Magdalena Kącka – Członek Rady Nadzorczej 588 zł brutto
- Grzegorz Kowalik – Członek Rady Nadzorczej..... 1.176 zł brutto
- Radosław Turski – Członek Rady Nadzorczej 1.764 zł brutto

23. Określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji Emitenta będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Według wiedzy Zarządu HELIO S.A., na dzień zakończenia roku obrotowego, tj. 30 czerwca 2012 r., osoby zarządzające i nadzorujące posiadały akcje Spółki w wielkościach podanych poniżej (Tabela 4).

Tabela 4: Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień 30.06.2012 r.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Wartość nominalna posiadanych akcji	Procentowy udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu	Procentowy udział w ogólnej liczbie głosów na WZ
Członkowie Zarządu					
Leszek Wąsowicz	3.857.000	1.928.500 zł	77,1%	3.857.000	77,1%
Członkowie Rady Nadzorczej					
Jacek Kosiński	17.800	8.900 zł	0,4%	17.800	0,4%

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

24. Informacje o znanych emitentowi umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy

Według wiedzy Zarządu HELIO S.A., tego typu umowy nie zostały zawarte.

25. Informacje o systemie kontroli akcji pracowniczych

Nie dotyczy.

26. Informacje dotyczące umowy z podmiotem uprawnionym do badania i przeglądu sprawozdań finansowych

W dniu 19 listopada 2009 r. Rada Nadzorcza Spółki dokonała wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych. Wybrany podmiotem jest spółka PKF Audyt Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych prowadzoną przez Krajową Izbę Biegłych Rewidentów, pod numerem 548. W dniu 8 grudnia 2009 r. z wybranym podmiotem zostały zawarte 2 umowy na okres kończący się w momencie zakończenia prac wynikających z badania rocznego/przeglądu śródrocznego sprawozdania finansowego Spółki za ostatni okres objęty umową. Umowy obejmują swym zakresem odpowiednio:

- badanie rocznego sprawozdania finansowego spółki HELIO S.A. wg stanu na 30.06.2010 r., 30.06.2011 r., 30.06.2012 r.,
- przegląd śródrocznego sprawozdania finansowego spółki HELIO S.A. wg stanu na 31.12.2009 r., 31.12.2010 r., 31.12.2011 r.

Tabela 5: Wynagrodzenie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych wypłacone lub należne za bieżący i poprzedni rok obrotowy (w PLN netto)

Nazwa usługi	Rok obrotowy 2010/2011	Rok obrotowy 2011/2012
Badanie rocznego sprawozdania finansowego	20.000	20.000
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego	10.000	10.000
Usługi doradztwa podatkowego	-	-
Pozostałe usługi	-	-

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

27. Oświadczenie osób odpowiedzialnych za informacje zawarte w niniejszym sprawozdaniu z działalności Zarządu HELIO S.A.

Zarząd Spółki w składzie:

Leszek Wąsowicz – Prezes Zarządu

Justyna Wąsowicz – Wiceprezes Zarządu

oświadcza, że:

- 1) wg jego najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Emitenta oraz jego wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Emitenta zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.
- 2) podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący badania tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badanym rocznym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Wyględy, 31 października 2012 r.

.....
Leszek Wąsowicz
Prezes Zarządu

.....
Justyna Wąsowicz
Wiceprezes Zarządu