



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI HELIO S.A.**

w okresie

od 25 sierpnia 2006 r. do 30 czerwca 2007 r.

SPIS TREŚCI

1. Zasady sporządzania sprawozdania Zarządu z działalności HELIO S.A.
2. Podstawowe informacje o spółce
3. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych, ujawnionych w 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 straty w roku obrotowym, a także omówienie perspektyw rozwoju działalności Spółki przynajmniej w najbliższym roku obrotowym
4. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń
5. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach
6. Informacje o rynkach zbytu i dostawcach
7. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności spółki
8. Informacja o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych spółki 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
9. Opis transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli jednorazowa lub łączna wartość transakcji zawartych przez dany podmiot powiązany w okresie od początku roku obrotowego przekracza wyrażoną w złotych równowartość kwoty 500.000 euro
10. Informacje o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczek, z uwzględnieniem terminów ich wymagalności oraz o udzielonych poręczeniach i gwarancjach.
11. Informacje o udzielonych pożyczkach, z uwzględnieniem terminów ich wymagalności, a także udzielonych poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek, poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym emitenta
12. Opis wykorzystania przez Spółkę wpływów z emisji
13. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w sprawozdaniu a wcześniej publikowanymi prognozami wyników
14. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi
15. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem zmian w strukturze finansowania tej działalności
16. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za analizowany okres, z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik
17. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa oraz opis perspektywy rozwoju działalności spółki co najmniej do końca roku obrotowego następującego po roku obrotowym, za który sporządzono sprawozdanie finansowe, z uwzględnieniem strategii rynkowej przez niego wypracowanej
18. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem
19. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących spółki w ciągu ostatniego roku obrotowego, zasady dotyczące powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz uprawnienia osób zarządzających, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji
20. 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
21. Oświadczenie osób odpowiedzialnych za informacje zawarte w niniejszym sprawozdaniu Zarządu z działalności HELIO S.A.

1. Zasady sporządzania sprawozdania Zarządu z działalności HELIO S.A.

Prezentowane sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki za okres od 25 sierpnia 2006 r. (dzień przekształcenia spółki „PH Bona” Sp. z o.o. w HELIO S.A.) do dnia 30 czerwca 2007 r. (dzień zakończenia roku obrotowego) zostało sporządzone zgodnie z Ustawą z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości z późniejszymi zmianami.

Zgodnie ze statutem spółki rok obrotowy HELIO S.A. rozpoczyna się w dniu 1 lipca, a kończy się w dniu 30 czerwca. Z uwagi na fakt przekształcenia spółki w spółkę akcyjną, pierwszy rok obrotowy HELIO S.A. (z wyłączeniem okresu działalności jej prawnego poprzednika - „PH Bona” Sp. z o.o.) rozpoczął się w dniu jej zarejestrowania, tj. w dniu 25 sierpnia 2006 r. W związku z powyższym dane prezentowane w niniejszym sprawozdaniu dotyczą okresu ponad 10 miesięcy, tj. od 25 sierpnia 2006 r. do 30 czerwca 2007 r.

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 (dawniej „PH BONA” Sp. z o.o.) |
| Forma prawna: | Spółka akcyjna |
| Kraj siedziby: | Polska |
| Siedziba: | Wyględy |
| Adres: | ul. Stołeczna 26 , 05-083 Zaborów |
| Telefon: | 022 796 31 96 |
| Telefaks: | 022 752 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. 55 ¹ 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 import i konfekcjonowanie bakalii, produkcja wyrobów z maku oraz dystrybucja wyrobów. Cała sprzedaż spółki skierowana jest do krajowego rynku hurtowego i detalicznego. Spółka corocznie wprowadza na rynek kilka nowych produktów w zakresie bakalii.

Siedziba Spółki mieści się w Wyględach przy ul. Stołecznej 26, tu również znajduje się zakład produkcyjny. Drugi zakład mieści się w Feliksowie przy ul. Stołecznej 121. Obie lokalizacje znajdują się na szlaku komunikacyjnym Warszawa – Sochaczew w odległości 20 kilometrów od centrum stolicy i około 10 kilometrów od drogi tranzytowej Warszawa Poznań.

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 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 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

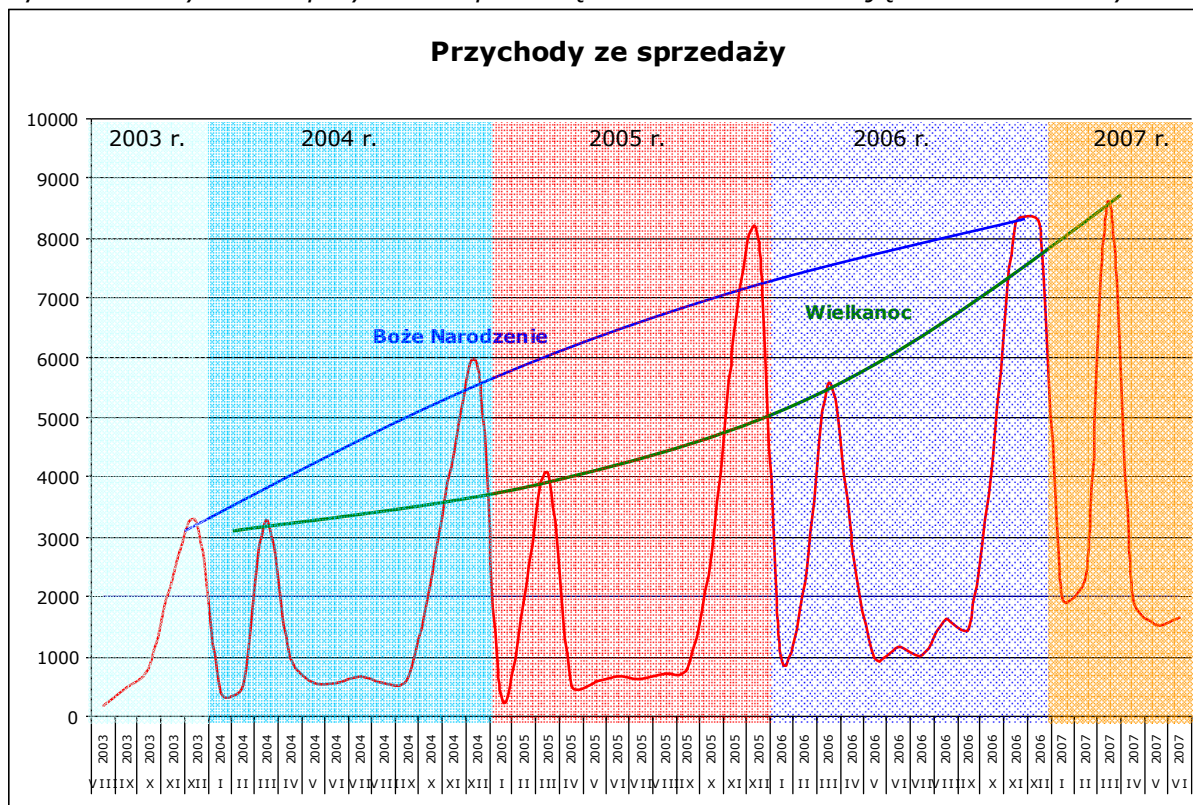
Przyjęta od roku 1992 strategia rozwoju działalności okazała się słuszną, co znalazło potwierdzenie w znaczącej dynamice przychodów uzyskiwanej przez przedsiębiorstwo w każdym kolejnym roku, niezależnie od zmian formy prawnej. Dzięki rosnącemu popytowi na oferowane produkty konsekwentnie rozbudowywane były moce produkcyjne, dzięki czemu następował dalszy dynamiczny wzrost przychodów. W okresie od dnia zarejestrowania Spółki do końca roku obrotowego, HELIO S.A. osiągnęła przychody ze sprzedaży, które wyniosły 40.851 tys. zł. Porównując sprzedaż w analogicznych miesiącach poszczególnych lat działania Przedsiębiorstwa (Rysunek 1), można zauważyć wysoki wzrost sprzedaży pokrywający się ze stałym trendem obserwowanym od początku prowadzonej działalności. Wraz ze wzrostem przychodów, następuje wzrost osiąganych zysków. W przedmiotowym okresie (od 25.08.2006 r. do 30.06.2007 r.) HELIO S.A. wygenerowała zysk netto w wysokości 2.498 tys. zł.

Głównymi czynnikami, które wpłynęły na osiągnięte wyniki od dnia zarejestrowania Spółki HELIO S.A. do końca roku obrotowego były przede wszystkim:

- pozyskanie nowych odbiorców w kanale tradycyjnym (dystrybutorzy hurtowi) oraz nowoczesnym (sieć supermarketów),
- wzmocnienie dobrych relacji z dotychczasowymi głównymi odbiorcami Spółki, co zaowocowało zwiększonym wolumenem dostaw,
- wzrost sieci handlowych, z którymi współpracujemy, implikujący wzrost obrotów z nimi,
- rosnąca popularność marki „Słoneczne Owoce”, wprowadzonej na rynek w ostatnim kwartale roku kalendarzowego 2006,

- intensyfikacja prowadzonych w tym okresie działań marketingowych, w szczególności działań z zakresu reklamy oraz Public Relations skierowanych zarówno do finalnego klienta, jak i do dostawców,
- znaczny i kilkukrotny wzrost cen surowców, w tym przede wszystkim maku, co negatywnie wpłynęło na osiąganą przez Spółkę marżę,
- wzrost kosztów wynagrodzeń.

Rysunek 1: *Dynamika przychodów przedsiębiorstwa z wizualizacją lat kalendarzowych*



Źródło: Zarząd HELIO S.A.

W związku z rosnącą skalą działalności, implikującą zmiany organizacyjne, Spółka zdecydowała się na zatrudnienie na stałe kilku wykwalifikowanych pracowników zajmujących się importem oraz wspomagających bieżącą pracę biura. Niewątpliwie wpłynęło to na wzrost kosztów wynagrodzenia, nie mniej jednak główną przyczyną wzrostu tej pozycji kosztów było zwiększenie się wymagań formalno-prawnych oraz płacowych pracowników produkcyjnych. Należy jednak podkreślić, że wzrost ten był czynnikiem charakterystycznym dla całej gospodarki.

W celu uniknięcia pojawienia się trudności ze skompletowaniem załogi produkcyjnej na okres wzmożonej aktywności Spółki (wrzesień 2007 – kwiecień 2008), Spółka musiała reagować intensyfikacją działań w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi. Niekomfortowa dla pracodawców sytuacja na krajowym rynku pracy, zmusiła do poniesienia dodatkowych kosztów wynagrodzenia oraz zwiększenia liczby osób zatrudnionych na stanowiskach produkcyjnych w oparciu o umowę o pracę. Rezygnacja z dotychczasowych pracowników determinowałaby bowiem dużą fluktuację zatrudnienia, wiążącą się z długotrwałym procesem rekrutacji oraz wdrożeniem nowoprzyjętych osób, co niewątpliwie odzwierciedliłoby się w spadku efektywności działania Spółki w kluczowym dla niej okresie przygotowywania się do przedsięwziętego piku sprzedażowego.

Łączne zatrudnienie z uwzględnieniem osób pracujących w oparciu o umowy cywilno-prawne w okresie od 25 sierpnia 2006 r. do 30 czerwca 2007 r. wahało się od 39 do 91 osób z największą liczbą zatrudnionych w miesiącach poprzedzających szczytowe wartości sprzedaży.

Tabela 1: Średnioroczne zatrudnienie w Spółce na przestrzeni ostatnich trzech lat obrotowych

| | Średnia liczba zatrudnionych |
|----------|-------------------------------------|
| 2004 rok | 45 |
| 2005 rok | 55 |
| 2006 rok | 66 |

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Z czynników o skali makroekonomicznej wpływających na wyniki finansowe Spółki, warto podkreślić odnotowany w Polsce w 2006 r. znaczny wzrost koniunktury gospodarczej. Ogólna poprawa sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych, determinująca zmiany standardowego koszyka zakupów przeciętnego konsumenta, który przeznaczając coraz większą część swojego dochodu na dobra luksusowe, w tym zdrową i ekologiczną żywność, wpłynęła na ogólny wzrost sprzedawanych bakalii w Polsce. Trend ten jest naturalną zmianą nawyków konsumenckich w rozwijających się gospodarkach. Według badań GfK Polonia ogólny wolumen sprzedaży rynku bakalii wzrósł w roku kalendarzowym 2006 o ok. 7% w stosunku do porównywalnego okresu roku 2005. Ze względu na niższe w porównaniu do krajów Europy Zachodniej spożycie bakalii na mieszkańca szacuje się, iż rynek będzie jeszcze rósł w najbliższych latach o około 5-6% rocznie.

Dobre perspektywy rozwoju spowodowały działania konsolidacyjne firm sprzedających bakalie. Jeszcze kilka lat temu do największych dystrybutorów należało około 35% rynku, zaś obecnie udział ten jest szacowany na około 60%.

W analizowanym okresie miały miejsce również zdarzenia związane z podwyższeniem kapitału zakładowego Spółki w drodze oferty publicznej nowej emisji akcji serii B. W dniu 4 grudnia 2006 r. Walne Zgromadzenie Emitenta podjęło uchwały w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w drodze oferty publicznej nowej emisji akcji serii B oraz o ubieganiu się o dopuszczenie akcji serii A i B oraz praw do akcji serii B do obrotu na rynku regulowanym i ich dematerializacji. W dniu 16 marca został zatwierdzony przez Komisję Nadzoru Finansowego prospekt emisyjny, zaś w dniach 28-30 marca została przeprowadzona subskrypcja akcji serii B. W dniu 2 kwietnia Zarząd Spółki podjął uchwałę w sprawie przydziału akcji nowej emisji serii B, zaś podwyższenie kapitału zakładowego zostało zarejestrowane w dniu 20 kwietnia 2007 r. Spółka pozyskała po odjęciu kosztów emisji ponad 10 mln złotych, zaś kapitał zakładowy Spółki zwiększył się do kwoty 2.500.000 zł. Pozyskane środki Spółka zamierza przeznaczyć na rozbudowę infrastruktury przedsiębiorstwa pozwalającej na zwiększenie potencjału produkcyjnego oraz finansowanie wzrostu majątku obrotowego Spółki.

Perspektywy rozwoju

Na przestrzeni co najmniej najbliższego roku obrotowego Spółka planuje kontynuować przyjętą dotychczas strategię rozwoju. Podstawowymi założeniami przyjętej i konsekwentnie realizowanej średnioterminowej strategii Emitenta jest umocnienie pozycji na rynku bakalii i konfekcjonowania żywności niskoprzetworzonej, co dzięki wykorzystaniu zdobytego doświadczenia powinno znaleźć odzwierciedlenie w istotnym wzroście udziału przedsiębiorstwa w rynku krajowym. Strategia długoterminowa zakłada wprowadzenie nowoczesnymi kanałami dystrybucji dotychczasowych produktów na rynki międzynarodowe, w tym na rynki krajów o zbliżonej kulturze i tradycjach oraz na rynki krajów *starej* Unii Europejskiej, gdzie w porównaniu do polskiego rynku produkty ekologiczne mają znacznie większy udział w koszyku konsumenta.

W perspektywie najbliższego roku obrotowego znaczącym czynnikiem mającym wpływ na działalność operacyjną HELIO S.A. będzie wykorzystanie pozyskanych środków finansowych z publicznej oferty akcji serii B. Pozyskane środki pozwolą na realizację przedstawionej w Prospekcie Emisyjnym strategii.

Dodatkowym czynnikiem pozytywnie wpływającym na działalność Spółki, jest odnotowywany systematyczny wzrost zamożności społeczeństwa w Polsce, który charakteryzuje się między innymi zwiększającym się udziałem zakupów dóbr luksusowych. W kontekście działalności HELIO S.A. przewidujemy, że tendencja ta spowoduje wzrost zakupów bakalii mniej popularnych i droższych np. orzechów nerkowca, pistacji, czy migdałów, których sprzedaż jest bardziej zyskowna. Godnym podkreślenia jest również fakt, że zamożniejsze społeczeństwa przywiązują większą uwagę do jakości kupowanych produktów, co stwarza lepsze perspektywy sprzedażowe dla HELIO S.A. Produkty Emitenta charakteryzują się bowiem wysoką jakością i renomą oraz dużym uznaniem wśród klientów, co powinno przyczynić się do wzrostu udziału bakalii HELIO na krajowym rynku.

Koszty poczynione w analizowanym okresie na rzecz promocji nowej marki oraz pozyskania nowych odbiorców powinny przyczynić się do zwiększonych przychodów ze sprzedaży, widocznych już na przestrzeni pierwszego półrocza przyszłego roku obrotowego. Nie mniej jednak spółka planuje utrzymać zwiększony poziom wydatków na promocję marki Słoneczne Owoce do końca przyszłego roku obrotowego.

Według przewidywań Zarządu, najbliższy rok obrotowy charakteryzował się będzie utrzymaniem na dotychczasowym poziomie liczby osób zatrudnionych całorocznie w oparciu o umowę o pracę.

4. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń

Ryzyko związane z konkurencją

Spółka jest narażona na konkurencję ze strony innych podmiotów działających na rynku detalicznej sprzedaży bakalii. Rynek bakalii w Polsce cechuje się bardzo dużym rozdrobnieniem. Działa w 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 oraz stałe poszerzanie asortymentu.

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 będzie starała się odpowiednio wcześniej reagować na panującą na rynku sytuację, w tym przede wszystkim: zwiększać zapasy surowców, których cena wzrośnie oraz odpowiednio wcześniej renegocjować z odbiorcami ceny sprzedawanych produktów.

Ryzyko kursu walut obcych

Ze względu na fakt, iż Spółka importuje bezpośrednio z krajów pochodzenia część surowców do przygotowania produktów, poziom kursu walut obcych może mieć wpływ na jego wyniki finansowe. W celu uniknięcia negatywnego wpływu kursu walut obcych na wyniki finansowe Spółka zabezpiecza się obecnie przed ryzykiem kursowym poprzez stosowanie odpowiednich instrumentów finansowych.

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.

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 brak 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. W celu dywersyfikacji po stronie dostawców Spółka ma zawarte umowy z większością działających w Polsce sieci marketów oraz rozbudowuje dział handlowy w celu zwiększenia dotarcia do mniejszych sklepów. Godnym podkreślenia jest jednak fakt, iż ryzyko to jest również szansą na zwiększenie sprzedaży Spółki. Utrzymanie bowiem dotychczasowych kluczowych odbiorców, wiąże się z ich zwiększonym zapotrzebowaniem na produkty wynikającym z rosnącej skali ich działalności.

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 tego też względu Spółka zdecydowała się podjąć szereg działań z obszaru zarządzania zasobami ludzkimi, w tym podniesienie wynagrodzeń oraz zwiększenie liczby osób zatrudnionych całorocznie w oparciu o umowę o pracę. Mimo podjętych środków, Zarząd Spółki przypuszcza, iż w związku z liczną i rosnącą emigracją zarobkową do krajów starej Unii Europejskiej, utrzymanie niskiej fluktuacji kadry, w szczególności produkcyjnej może okazać się w najbliższym roku dużym wyzwaniem.

Ryzyko wpływu znacznych akcjonariuszy na decyzje organów Spółki

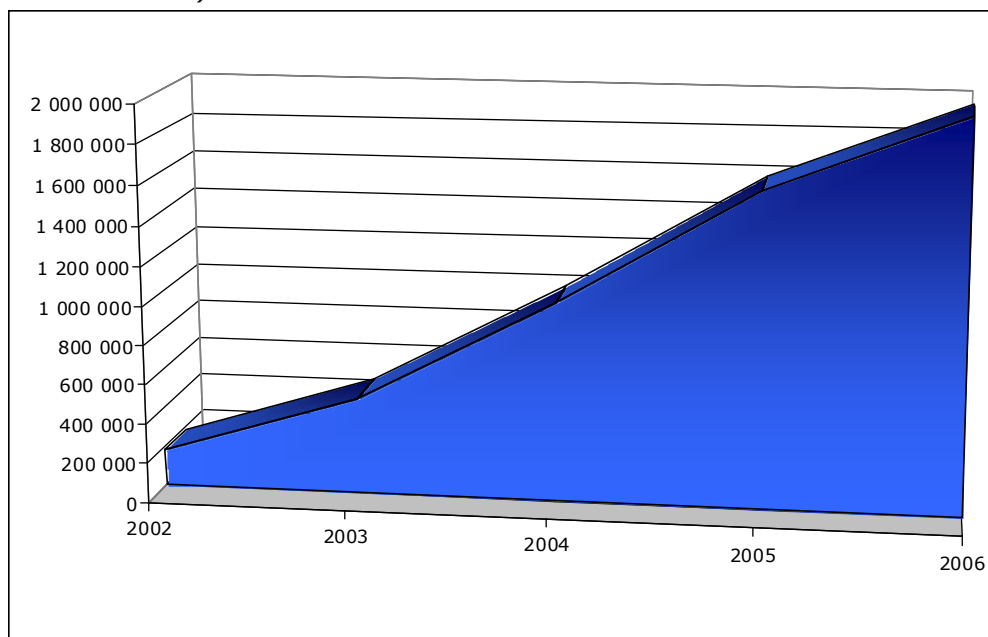
Po emisji Akcji Serii B udział dominującego akcjonariusza, Pana Leszka Wąsowicza w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu wynosi ponad 77 %. Znaczący udział w ogólnej liczbie głosów pozostawia mu faktyczną kontrolę nad decyzjami podejmowanymi w Spółce i ogranicza wpływ nowych akcjonariuszy. Dodatkowo 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 serii A, 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 podstawowych produktach, towarach lub usługach

Przedmiotem działalności HELIO S.A. jest import i konfekcjonowanie bakalii, produkcja wyrobów z maku oraz dystrybucja wyrobów. Przedsiębiorstwo oferuje wyroby pod markami Spółki, do których należą: „HELIO”, „Słoneczne Owoce” oraz „Bona”. Spółka oferuje bakalie również w postaci mieszanek takich jak: mieszanka owocowa, mieszanka studencka, mieszanka orzechowa czy mieszanka bakaliowa. Dzięki możliwości elastycznego podejścia do oczekiwań klientów oraz wytwarzania produktów zgodnie z sugestiami i potrzebami klientów HELIO S.A. sprzedaje wyroby również pod markami własnymi super i hipermarketów, a także w opakowaniach hurtowych do sprzedaży luzem.

Największym sukcesem ostatnich lat był dla Spółki projekt wprowadzenia na rynek „Masy makowej w puszcze” oraz „Maku babuni”, co znalazło swoje odzwierciedlenie w udziale przychodów ze sprzedaży tych produktów w sprzedaży przedsiębiorstwa ogółem. Ten zupełnie innowacyjny produkt wymagał stworzenia unikalnego projektu technologii, konstrukcji nietypowego parku. Marka produktów jest już bardzo dobrze znana i rozpoznawalna na rynku. Spółka postrzegana jest jako lider w tym segmencie rynku. Jednocześnie zdaniem Zarządu rynek na te produkty będzie się szybko rozwijał, a Spółka dzięki innowacyjności produktu, utrwalonej pozycji na rynku oraz intensyfikacji działań marketingowych powinna w najbliższych latach zwiększać przychody z tego produktu, mimo konkurencji ze strony innych podmiotów. Dynamikę sprzedaży produktów z kategorii mas makowych ilustruje rysunek 2.

Rysunek 2: Wzrost sprzedaży mas makowych HELIO S.A. w ujęciu ilościowym w sztukach (okresy kalendarzowe)



Źródło: Zarząd Emitenta

Poza produktami z maku w ofercie Spółki znajdują się następujące grupy bakalii:

orzechy:

- ✓ włoskie
- ✓ laskowe
- ✓ pistacje
- ✓ ziemne
- ✓ fistaszki
- ✓ nerkowce
- ✓ migdały
- ✓ migdały blanszowane
- ✓ migdały siekane
- ✓ płatki migdałowe
- ✓ wiórki kokosowe

owoce kandyzowane:

- ✓ ananasy
- ✓ skórki pomarańczowe
- ✓ papaja

owoce suszone:

- ✓ rodzynki
- ✓ morele suszone
- ✓ śliwki kalifornijskie
- ✓ daktyle
- ✓ figi
- ✓ chipsy bananowe
- ✓ skórki pomarańczowe

owoce w syropie lub zalewie:

- ✓ ananasy
- ✓ brzoskwinie

ziarna i pestki:

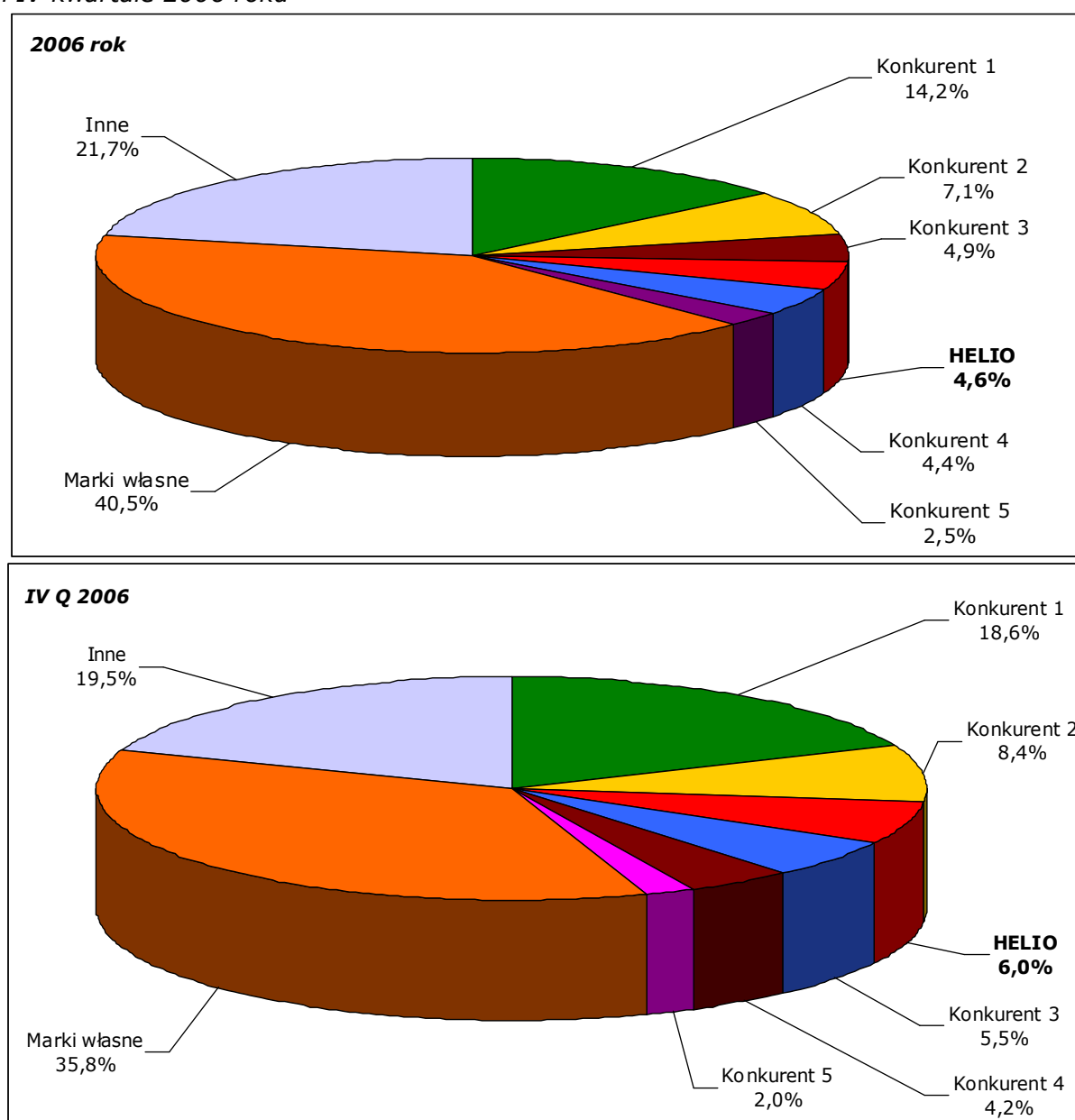
- ✓ słonecznika
- ✓ dyni
- ✓ maku
- ✓ sezamu
- ✓ kukurydzy (popcorn)

Z nowości pojawiających się w asortymencie Spółki warto zwrócić szczególną uwagę na wprowadzoną w ostatnim kwartale 2006 roku kalendarzowego nową linię bakalii pod marką Słoneczne Owoce. Linia ta spełnia wymagania najwybredniejszych klientów nie tylko w zakresie najlepszego gatunku surowca, ale również opakowania jednostkowego jak i zbiorczego. Dzięki atrakcyjnym opakowaniom, najwyższej jakości produktu i wsparciu marketingowemu, HELIO S.A. chce tworzyć nowy, dobry wizerunek marki Słoneczne Owoce zasługującej na zaufanie klientów i ich lojalność. Produkty tej marki odnoszą już pierwsze sprzedażowe sukcesy m.in. w hipermarketach Carrefour, Tesco, Kaufland.

6. Informacje o rynkach zbytu i dostawcach

W okresie od zarejestrowania Spółki do końca roku obrotowego, HELIO S.A. sprzedawała swoje produkty wyłącznie na rynku polskim. Spółka prowadzi działalność na terenie całego kraju, zaś jej wyroby sprzedawane są w większości sieci handlowych, a także w małych sklepach, które obsługiwane są przez handlowców oraz za pośrednictwem hurtowni spożywczych. Klientami HELIO S.A. jest kilkadziesiąt hurtowni o zasięgu regionalnym oraz kilka sieci hurtowych o zasięgu ogólnopolskim. Największy udział w sprzedaży Spółki mają super i hipermarkety, co jest w chwili obecnej charakterystyczne dla całego rynku bakalii, na którym istotna część sprzedaży odbywa się pod własnymi markami super i hipermarketów.

Rysunek 3. Ilościowy udział HELIO S.A. w rynku paczkowanych bakalii w 2006 roku i IV kwartale 2006 roku



Źródło: Zarząd HELIO S.A. na podstawie Consumer Scan - GfK Polonia Sp. z o.o.

Godnym podkreślenia jest fakt, że w dalszym ciągu następuje zmiana form dystrybucji na rynku FMCG. Coraz większe znaczenie mają duże sieci hipermarketów i sklepów dyskontowych. Zjawisko to umacniane jest tendencją łączenia się największych globalnych sieci super i hipermarketów, co powoduje zmiany na rynku odbiorców Spółki. Udział sprzedaży do super i hipermarketów w przychodach ze sprzedaży Emitenta wynosi blisko 90%. W celu ograniczenia uzależnienia od pojedynczych odbiorców, Spółka zawarła umowy z największymi międzynarodowymi sieciami handlowymi działającymi w Polsce, które doceniły jakość produktów Spółki oraz elastyczne warunki współpracy. Największymi odbiorcami produktów Spółki w przedmiotowym okresie były sieci Carrefour, Kaufland, Tesco oraz JMD „Biedronka”. W przyszłości Spółka planuje zwiększyć udział swojej sprzedaży w tradycyjnym kanale dystrybucji (hurtownie i dystrybutorzy), a także rozpocząć sprzedaż na rynki zagraniczne.

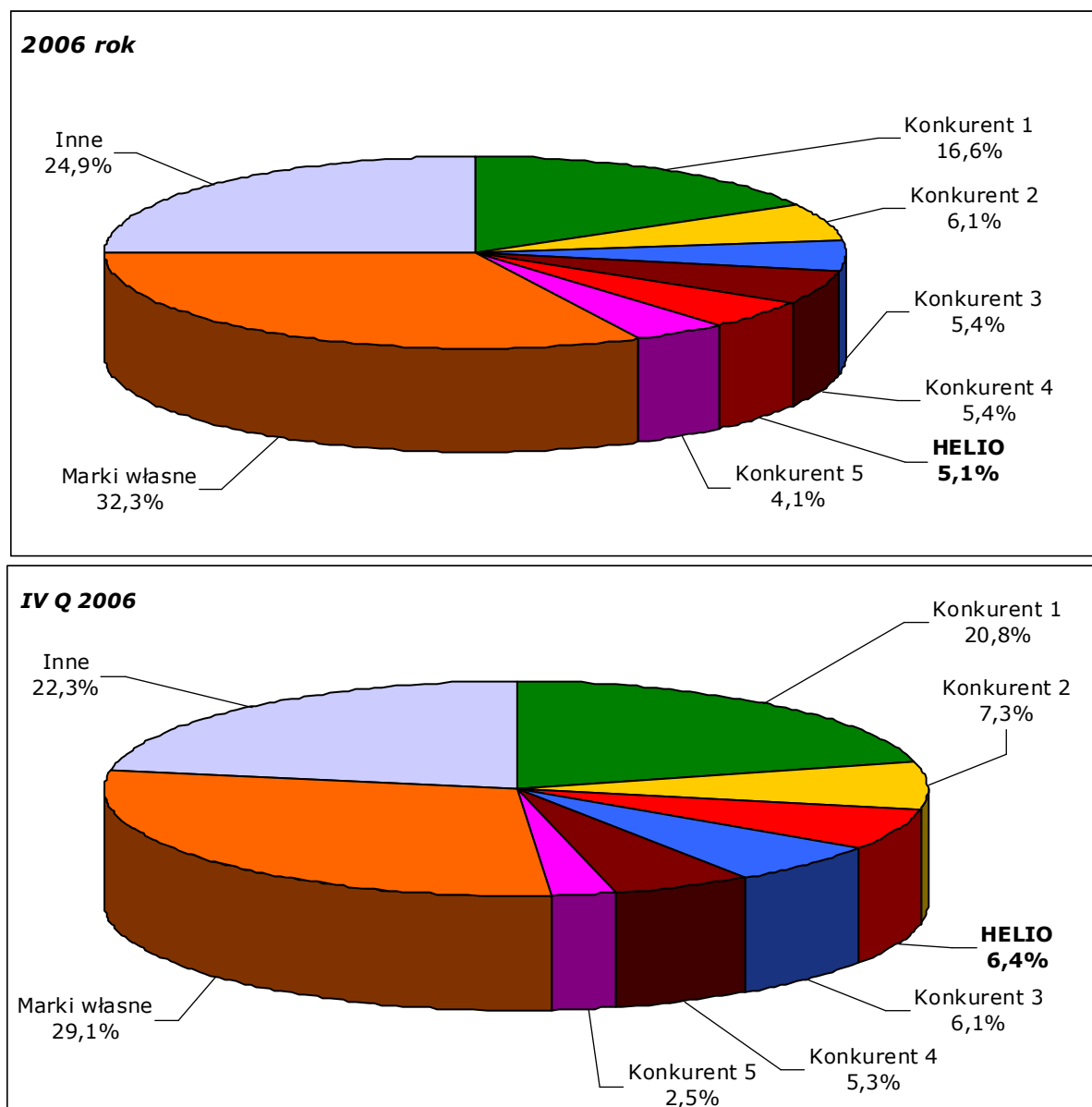
Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi przez GfK Polonia Sp. z o.o. udział ilościowy Spółki w rynku paczkowanych bakalii w roku kalendarzowym 2006 wyniósł 4,6%. W IV kwartale 2006, w którym to sprzedaż bakalii jest najwyższa w skali całego roku udział Spółki w rynku wyniósł 6,0% (Rysunek 3). Należy zwrócić uwagę na fakt, iż w 2006 roku zwiększył się udział tzw. marek własnych super i hipermarketów do 40,5% w skali roku (38,3% w 2005 r.) oraz 35,8% w perspektywie IV kwartału (35,3% w IVQ 2005). Warto zatem podkreślić, że „marki własne” zawierają również produkty HELIO S.A., które Spółka wytwarza na zlecenie sieci handlowych, co w perspektywie zwiększonego udziału marki własnej w strukturze asortymentowej Spółki, oznacza wzrost udziałów Spółki w rynku w stosunku do analogicznych okresów roku ubiegłego.

W ujęciu wartościowym, udział w rynku HELIO S.A., przedstawiony jest na Rysunku 4.

Dzięki silnej pozycji w branży bakaliowej, Spółka jest uznanym i cenionym za solidność dostawcą we wszystkich kanałach dystrybucji. W ostatnim roku działalności przedsiębiorstwo utrzymało swoją niekwestionowaną pozycję lidera wśród producentów mas makowych oraz pozycję jednej z czołowych firm na rynku bakalii. W omawianym okresie spółce udało się utrzymać odbiorców z lat ubiegłych, poszerzając ich grono między innymi o nowe sieci hipermarketów i sklepów dyskontowych. Powszechna obecność produktów Spółki na rynku oraz ich wysoka jakość odzwierciedliła się uzyskaniem kolejnych nagród.

W bieżącym roku obrotowym nasze bakalie zostały po raz kolejny uhonorowane prestiżowymi tytułami „*Laur Konsumenta 2006 i 2007*”, zaś w kategorii dodatki do ciast nasza masa makowa została wyróżniona „*Złotym Laurem Konsumenta 2006*” oraz dzięki intensyfikacji działań marketingowych „*Larem Klienta – Odkrycie Roku 2007*”. Godło „*Laur Konsumenta*” jest projektem tworzonym przez polski rynek konsumencki pod opieką merytoryczną Instytutu Gallupa, jednego ze światowych liderów badań opinii publicznej. Produkty uhonorowane godłem „*Laur Konsumenta*” to artykuły, które bardzo dobrze się sprzedają, są najczęściej wybierane przez konsumentów oraz pozytywnie przez nich oceniane i rekomendowane innym osobom.

Rysunek 4: Wartościowy udział HELIO S.A. w rynku paczkowanych bakalii w 2006 roku i IV kwartale 2006



Źródło: Zarząd Emitenta na podstawie Consumer Scan - GfK Polonia Sp. z o.o.

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. W bieżącym roku Spółka znacznie zwiększyła własny import w stosunku do lat ubiegłych, dywersyfikując tym samym źródła zaopatrzenia. Dzięki temu działaniu, Spółka nie jest uzależniona od znaczących dostawców. Na przestrzeni przyszłego roku planowane jest dalsze zmniejszenie zakupu towarów u dostawców krajowych na rzecz zwiększonego importu bezpośredniego.

7. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Spółki

HELIO S.A. jest stroną kilkunastu umów handlowych z odbiorcami, w których zobowiązuje się do dostarczania produkowanych przez siebie wyrobów, a odbiorcy, reprezentujący sieci handlowe, dysponujące sklepami

wielkopowierzchniowymi, jak również będący mniejszymi przedsiębiorcami, 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. Są to umowy z pięcioma spółkami reprezentującymi duże sieci handlowe, przewidujące sprzedaż wyrobów Spółki zarówno pod jej własną marką, jak i pod marką odbiorcy, w zależności od postanowień konkretnej umowy. Warunki współpracy nie odbiegają od warunków powszechni stosowanych dla tego typu umów.

Spółka corocznie odnawia umowy ubezpieczeniowe z tytułu:

- odpowiedzialności cywilnej związanej z 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 komunikacyjne floty samochodowej Spółki.

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

Na przestrzeni przedmiotowego okresu Spółka była stroną istotnych z perspektywy działalności Spółki umów kredytu. W celu uniknięcia powtarzania informacji, niniejsze umowy zostały zaprezentowane w punkcie 10 niniejszego sprawozdania.

8. Informacja o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych spółki 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

W okresie, którego dotyczy niniejsze sprawozdanie, Spółka nie dokonała inwestycji kapitałowych. Spółka nie rozbudowywała również w znaczący sposób swojej infrastruktury produkcyjnej, gdyż inwestycje tego typu zostały poczynione w ostatnim okresie działalności jej prawnego poprzednika. Wydatki inwestycyjne poczynione w analizowanym okresie dotyczyły głównie poszerzenia dotychczasowej floty samochodowej.

Tabela 2: Wydatki inwestycyjne HELIO S.A. w okresie od 25.08.2006 r. do 30.06.2007 r.

| Wyszczególnienie | Źródła finansowania | |
|--|--|--|
| | Nakłady –środki własne (w tys. zł) | Nakłady – leasing/kredyt (w tys. zł) |
| Grunty w tym prawo wieczystego użytkowania | | |
| Budynki i budowle | | |
| Maszyny i urządzenia | 23 | |
| Środki transportu | 91 | 252 |
| Wyposażenie | 58 | |
| Inwestycje kapitałowe | | |

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Spółka nie posiada powiązań organizacyjnych ani kapitałowych z innymi podmiotami.

9. Opis transakcji z pomiotami powiązanymi, jeżeli jednorazowa lub łączna wartość transakcji zawartych przez dany podmiot powiązany w okresie od początku roku obrotowego przekracza wyrażoną w złotych równowartość kwoty 500.000 euro

W okresie, którego dotyczy niniejsze sprawozdanie, HELIO S.A. nie dokonała transakcji z podmiotem powiązanym o łącznej wartości przekraczającej kwotę 500.000 euro.

10. Informacje o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczek, z uwzględnieniem terminów ich wymagalności oraz o udzielonych poręczeniach i gwarancjach.

Na przestrzeni okresu, którego dotyczy niniejsze sprawozdanie, Spółce nie zostały udzielone poręczenia i gwarancje. Spółka w tym okresie była stroną następujących umów kredytowych. Wszystkie umowy zostały zawarte pomiędzy Spółką (Kredytobiorcą) a Bankiem BPH S.A. z siedzibą w Krakowie (Bank).

- Umowa o kredyt inwestycyjny zawarta dnia 6 września 2005 r. – Bank przyznał Kredytobiorcy kredyt inwestycyjny w kwocie 720.000 zł z przeznaczeniem na finansowanie i refinansowanie 80% kosztów budowy magazynu wyrobów gotowych. Okres kredytowania: do 30 czerwca 2008 r.
- Umowa o kredyt obrotowy odnawialny zawarta dnia 20 lipca 2006 r. – Bank przyznał Kredytobiorcy kredyt obrotowy odnawialny w kwocie, wynoszącej od 10 listopada 2006, 5.800.000 zł, z przeznaczeniem na finansowanie bieżącej działalności Kredytobiorcy, tj. zapewnienie środków na zakupy surowców związane z sezonowością sprzedaży. Okres kredytowania: do 2 lipca 2007 r.
- Umowa kredytu o linię celową wielowalutową zawarta dnia 27 lipca 2004 r., aneksowana dnia 1 września 2006 r. – Bank przyznał Kredytobiorcy kredyt w formie wielocelowej, wielowalutowej linii kredytowej do równowartości kwoty 1.700.000 zł, umożliwiającej korzystanie z sublimatu kredytowego do równowartości kwoty 1.500.000 z przeznaczeniem na finansowanie bieżącej działalności Kredytobiorcy, oraz z sublimatu do wysokości kwoty

200.000 zł z przeznaczeniem na pokrycie ryzyka kredytowego i rynkowego ponoszonego przez Bank w związku z zawarciem między Bankiem i Kredytobiorcą transakcji rynku finansowego na podstawie i na warunkach określonych w odrębnej umowie. Okres kredytowania: do 31 sierpnia 2007 r.

- Umowa o kredyt obrotowy nieodnawialny zawarta dnia 28 listopada 2006 roku. Przedmiotem umowy jest udzielenie przez Bank, Kredytobiorcy kredytu obrotowego nieodnawialnego w kwocie 2.500.000 zł, z przeznaczeniem na zakup surowców przez Kredytobiorcę. Kredytobiorca zobowiązał się do spłaty wykorzystanego kredytu do dnia 25 czerwca 2007 roku.

11. Informacje o udzielonych pożyczkach, z uwzględnieniem terminów ich wymagalności, a także udzielonych poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek, poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym emitenta

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport HELIO S.A. nie udzieliła pożyczki, ani nie udzieliła poręczeń ani gwarancji.

12. Opis wykorzystania przez Spółkę wpływów z emisji

W okresie, którego dotyczy niniejsze sprawozdanie wartość przeprowadzonej subskrypcji wyniosła 11.844.000,00 zł, zaś łączne koszty emisji wyniosły 1.482.585,75 zł. Od momentu pozyskania środków z emisji, zgodnie z przedstawionymi w prospekcie emisyjnym celami emisji, część z nich została przeznaczona na kapitał obrotowy Spółki, zaś pozostała część została ulokowana w bezpieczne instrumenty finansowe, tj. lokaty bankowe.

13. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w sprawozdaniu a wcześniej publikowanymi prognozami wyników

W opublikowanym w dniu 21 marca 2007 r. Prospekcie Emisyjnym HELIO S.A., Zarząd przedstawił prognozę wyników finansowych Spółki na okres od 25 sierpnia 2006 r. (moment przekształcenia „PH BONA” Sp. z o.o. w HELIO S.A.) do 30 czerwca 2007 r. (dzień kończący rok obrotowy). Prognozy oraz uzyskane wyniki finansowe przedstawia poniższa tabela.

Tabela 3: *Prognoza wyników finansowych oraz wykonanie na okres od 25.08.2006 r. do 30.06.2007 r. (w tys. zł)*

| Wyszczególnienie | Prognoza na okres od 25.08.2006r. do 30.06.2007r. przedstawiona w prospekcie emisyjnym | Wykonanie za okres od 25.08.2006r. do 30.06.2007r. |
|-------------------------|--|--|
| | 1. | 2. |
| Przychody ze sprzedaży | 40.000 | 40.851 |
| EBITDA | 4.640 | 3.920 |
| Zysk brutto | 3.827 | 3.138 |
| Zysk netto | 3.100 | 2.498 |

Źródło: Zarząd HELIO S.A.

Przychody ze sprzedaży osiągnięte przez Spółkę w bieżącym roku obrotowego zostały wykonane w 102% w stosunku do wartości pierwotnie szacowanych przez Zarząd. Mimo realizacji założeń w zakresie przychodów ze sprzedaży, osiągnięty

zysk brutto stanowi 82 %, zaś zysk netto 81 % prognozowanej wartości. Rozbieżność, spowodowana była przede wszystkim:

- kosztami poniesionymi z tytułu pozyskania nowych odbiorców oraz rozszerzenia współpracy z dotychczasowymi odbiorcami,
- kosztami prac związanych z planowanym na jesień 2007 wprowadzeniem rozszerzonego asortymentu bakalii marki Słoneczne Owoce,
- wzrostem cen surowców,
- wyższymi od zakładanych kosztami wynagrodzeń pracowników, w szczególności produkcyjnych, w związku z realnym zagrożeniem pojawienia się trudności ze skompletowaniem załogi na okres wzmożonej i szczytowej aktywności Spółki (wrzesień – grudzień 2007).

Wymierne efekty poniesionych nakładów widoczne zatem będą dopiero na przestrzeni najbliższych miesięcy, w tym w szczególności w okresie najlepszego prosperity na cechującym się wysoką sezonowością rynku bakalii.

14. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi

Spółka w okresie, którego dotyczy niniejszy raport zakupiła w drodze czterech umów leasingowych środki transportu, rozbudowując tym samym flotę samochodową Spółki. W analizowanym roku obrotowym spłacane były także raty wynikające z wcześniejszych umów leasingowych oraz kredytów inwestycyjnych.

Finansowanie działalności bieżącej Spółka zapewniła sobie poprzez korzystanie z kredytu w rachunku bieżącym oraz kredytów obrotowych. Wysokość zaangażowania kredytowego dopasowana była do wzrostu zapotrzebowania na kapitał obrotowy wynikającego ze wzrostu obrotów. Wysoki poziom sprzedaży w okresach przedsięwzięczych wymaga bowiem znacznych zakupów surowców, które Spółka głównie finansuje kredytem obrotowym.

Zarząd Spółki nie przewiduje w chwili obecnej zagrożeń dla możliwości wywiązywania się z zobowiązań posiadanych przez Spółkę. Obsługa zobowiązań z tytułu dostaw, usług i kredytów następuje na bieżąco, zgodnie z warunkami umów. W celu zabezpieczenia płynności finansowej Spółki w przyszłym okresie, Zarząd HELIO S.A. podpisał w dniu 6 września 2007 r. roczną umowę kredytową z Bankiem BPH S.A. w formie wielocelowej wielowalutowej linii kredytowej do równowartości 12.700.000 zł.

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

Realizując strategię rozwoju, Spółka planuje budowę nowoczesnego zakładu produkcyjnego, w którym wykorzystane zostaną najnowsze technologie, które umożliwią automatyzację większej części procesu produkcji. W celu zwiększenia wydajności oraz ekonomiki produkcji HELIO S.A. zamierza również dokonać modernizacji obecnej infrastruktury produkcyjno-magazynowej przedsiębiorstwa, wzbogacając poszczególne linie technologiczne w dodatkowe moduły

produkcyjne, oraz zastępując część dotychczasowych modułów bardziej wydajnymi i energooszczędnymi. Realizacja tych zamierzeń wiąże się z zakupem nieruchomości, umożliwiających rozbudowę powierzchni produkcyjnych i magazynowych oraz zakupem nowoczesnych maszyn i urządzeń do produkcji. W związku ze wzrostem cen gruntów oraz materiałów budowlanych, Zarząd Spółki przewiduje, iż wartość inwestycji może wzrosnąć od pierwotnych szacunków.

Spółka planuje realizację powyżej przedstawionej strategii inwestycyjnej ze środków pochodzących z przeprowadzonej emisji akcji (6,3 mln. zł), pożyczek, kredytów bankowych oraz wypracowanych zysków.

16. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za analizowany okres, z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik

W analizowanym roku obrotowym czynnikami, które pozytywnie wpłynęły na osiągnięte wyniki były przede wszystkim:

- pozyskanie nowych odbiorców w kanale tradycyjnym (dystrybutorzy hurtowi) oraz nowoczesnym (sieć supermarketów),
- wzmocnienie dobrych relacji z dotychczasowymi głównymi odbiorcami Spółki, co zaowocowało zwiększonym wolumenem dostaw,
- wzrost sieci handlowych, z którymi współpracujemy,
- rosnąca popularność marki „Słoneczne Owoce”, wprowadzonej na rynek w IV kwartale bieżącego roku obrotowego,
- intensyfikacja prowadzonych w tym okresie działań marketingowych, w tym przede wszystkim działań z zakresu reklamy oraz Public Relations skierowanych zarówno do finalnego klienta, jak i do dostawców.

Głównymi czynnikami negatywnie wpływającymi na wynik finansowy były przede wszystkim:

- wzrost cen surowców,
- zwiększone opłaty marketingowe z tytułu rozszerzenia współpracy z największymi sieciami super i hipermarketów, w związku z przejmowaniem przez nie mniejszych sieci handlowych,
- wzrost kosztów wynagrodzeń pracowników, w szczególności produkcyjnych, w związku z realnym zagrożeniem pojawienia się trudności ze skompletowaniem załogi na okres wzmożonej i szczytowej aktywności Spółki.

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

Na przestrzeni co najmniej najbliższego roku obrotowego Spółka planuje kontynuować przyjętą dotychczas strategię rozwoju. Podstawowymi założeniami przyjętej i konsekwentnie realizowanej średnioterminowej strategii przedsiębiorstwa jest umocnienie swojej pozycji na rynku bakalii i konfekcjonowania żywności niskoprzetworzonej, co dzięki wykorzystaniu

zdobytego doświadczenia powinno znaleźć odzwierciedlenie w istotnym wzroście udziału przedsiębiorstwa w rynku krajowym. Strategia długoterminowa zakłada wprowadzenie nowoczesnymi kanałami dystrybucji dotychczasowych produktów na rynki międzynarodowe, w tym na rynki krajów o zbliżonej kulturze i tradycjach oraz na rynki krajów *starej* Unii Europejskiej, gdzie w porównaniu do polskiego rynku produkty ekologiczne mają znacznie większy udział w koszyku konsumenta.

Jednym z elementów strategii jest również zwiększenie udziału importu bezpośredniego w zakupach surowców i rozwijanie sprzedaży na krajowym rynku sprzedaży hurtowej surowców.

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

Rozwój poprzez rozbudowę infrastruktury produkcyjnej Spółki

Realizując strategię rozwoju, Spółka planuje budowę nowoczesnego zakładu produkcyjnego, w którym wykorzystane zostaną najnowsze technologie, które umożliwią automatyzację większej części procesu produkcji. Rozwiązanie to pozwoli znacznie zwiększyć moce produkcyjne przy nieznacznym wzroście kosztów. W celu zwiększenia wydajności oraz ekonomiki produkcji Spółka zamierza również dokonać modernizacji obecnej infrastruktury produkcyjno-magazynowej przedsiębiorstwa, wzbogacając poszczególne linie technologiczne w dodatkowe moduły produkcyjne, oraz zastępując część dotychczasowych modułów bardziej wydajnymi i energooszczędnymi. Realizacja tych zamierzeń wiąże się z zakupem nieruchomości, umożliwiających rozbudowę powierzchni produkcyjnych i magazynowych oraz zakupem nowoczesnych maszyn i urządzeń do produkcji.

Dywersyfikacja dostawców oraz integracja pionowa

Dzięki rozbudowie działu importu bezpośredniego, który umożliwia dokonywanie zakupów wprost u producentów poszczególnych produktów możliwa będzie dalsza dywersyfikacja źródeł dostawy towarów, obniżenie cen zakupu i jednocześnie rozpoczęcie działalności na rynku sprzedaży hurtowej nieprzetworzonych surowców.

Produkty

Spółka będzie kontynuowała przyjętą dotychczas strategię. HELIO S.A. poprzedzając swoje działania badaniami rynku i testami jakościowymi, systematycznie wprowadza i będzie wprowadzała nowe produkty z grupy bakalii. Taka strategia pozwala na bieżące dostosowywanie swojej oferty do potrzeb i upodobań klienta.

W najbliższym roku Spółka planuje zwiększyć udział w uzyskiwanych przychodach sprzedaży produktów marki Słoneczne Owoce.

Strategia marketingowa

Strategia dystrybucji produktów w przyszłości oparta będzie na kontynuowaniu wykorzystania dotychczasowych kanałów, przy jednoczesnym zwiększeniu nacisku na jej tradycyjne formy, charakteryzujące się wyższą rentownością.

Jednocześnie Emitent rozwinie nowe sposoby dystrybucji dla sprzedaży hurtowej importowanych surowców.

Budując tożsamość marki HELIO Spółka koncentrowała się na stworzeniu wizerunku swoich produktów utożsamianych z najwyższą jakością przy zachowaniu przystępnej ceny. Biorąc pod uwagę bieżącą wartość sprzedaży oraz liczbę konsumentów, Spółka zamierza nadal intensyfikować działania marketingowe. Koszty poczynione w bieżącym roku obrotowym na rzecz promocji nowej marki oraz pozyskania nowych odbiorców powinny przyczynić się do zwiększonych przychodów ze sprzedaży, widocznych już na przestrzeni pierwszego półrocza przyszłego roku kalendarzowego. W najbliższym roku obrotowym Spółka planuje nadal prowadzić aktywne działania marketingowe wspierające sprzedaż marki Słoneczne Owoce, w tym w szczególności działania z obszaru PR i reklamy. Rosnący poziom sprzedaży sankcjonuje bowiem zasadność zwiększenia intensywności reklamy w celu dalszego podnoszenia poziomu sprzedaży oraz budowania świadomości marki HELIO poprzez działania PR.

18. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem

Mimo zmiany formy prawnej przedsiębiorstwa z „PH BONA” Sp. z o.o. w HELIO S.A. oraz uzyskaniu przez Spółkę statusu spółki publicznej, skład osobowy Zarządu oraz ogólne zasady zarządzania przedsiębiorstwem nie uległy znaczącym zmianom.

19. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących spółki w ciągu ostatniego roku obrotowego, zasady dotyczące powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz uprawnienia osób zarządzających, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji

Wszyscy członkowie Zarządu powoływani są na okres 5 letniej, wspólnej kadencji. Obecny skład osobowy Zarządu pełni swoje funkcje od 25 sierpnia 2006 roku, tj. w dniu przekształcenia w spółkę akcyjną. Po tym terminie nie zostały dokonane zmiany w Zarządzie Spółki. Na obecną kadencję został wybrany w dniu 18 lipca 2006 roku, zaś ich kadencja wygasa w dniu 25 sierpnia 2011 roku. Mandat członka Zarządu wygasa w dniu zatwierdzenia przez Walne Zgromadzenie sprawozdania finansowego za rok obrotowy kończący się 30 czerwca 2011.

W skład Zarządu wchodzi:

1. Leszek Wąsowicz – Prezes Zarządu,
2. Justyna Wąsowicz – Wiceprezes Zarządu.

W momencie przekształcenia spółki z „PH BONA” Sp. z o.o. w HELIO S.A., skład osobowy Zarządu nie uległ zmianie.

Członkowie Rady Nadzorczej powoływani zostają na okres 5 letniej, wspólnej kadencji. Obecny skład osobowy Rady Nadzorczej pełni swoje funkcje od 25 sierpnia 2006 roku, tj. od dnia przekształcenia w spółkę akcyjną. Po tym terminie nie zostały dokonane zmiany w jej składzie. Na podstawie uchwały

Wspólników spółki „PH BONA” Sp. z o.o. w sprawie przekształcenia w spółkę akcyjną kadencja członków Rady Nadzorczej wygasa w dniu 25 sierpnia 2011 r. Mandat członka Rady Nadzorczej wygasa w dniu zatwierdzenia przez Walne Zgromadzenie sprawozdania finansowego za rok obrotowy kończący się 30 czerwca 2011.

W skład Rady Nadzorczej wchodzi:

1. Jacek Kosiński – Przewodniczący Rady Nadzorczej powołany uchwałą nr 1/11/2006 Rady Nadzorczej z dnia 30 listopada 2006 r.,
2. Adam Wąsowicz - Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej powołany uchwałą nr 2/11/2006 Rady Nadzorczej z dnia 30 listopada 2006 r.
3. Irena Gałań – Stelmaszczuk – członek Rady Nadzorczej,
4. Magdalena Kącka – członek Rady Nadzorczej,
5. Radosław Turski – członek Rady Nadzorczej.

Zasady dotyczące powoływania i odwoływania osób zarządzających:

Zgodnie z §10 Statutu Spółki Członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą z tym zastrzeżeniem, że członkowie Zarządu pierwszej kadencji powołani zostali w procesie przekształcenia formy prawnej Spółki, przez Zgromadzenie Wspólników spółki przekształcanej. W skład Zarządu Spółki wchodzi od jednego do trzech członków. Dokonując wyboru członków Zarządu, Rada Nadzorcza określa liczbę członków Zarządu oraz wskazuje funkcje, która powołana osoba wykonywać będzie w Zarządzie Spółki. Członków Zarządu powołuje się na okres wspólnej kadencji. Kadencja Zarządu wynosi pięć lat.

Uprawnienia osób zarządzających, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji:

Zarząd HELIO S.A. nie posiada żadnych szczególnych uprawnień, poza uprawnieniami wynikającymi z Kodeksu Spółek Handlowych

20. 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.

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

Zarząd Spółki oświadcza, że wg swojej najlepszej wiedzy, sprawozdanie finansowe za okres od 25 sierpnia 2006 r. do 30 czerwca 2007 r. sporządzone zostało zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Emitenta oraz wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Emitenta zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.

Zarząd Spółki oświadcza, że 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 badaniu, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.

Wyględy, 23 listopada 2007 r.

.....
Leszek Wąsowicz
Prezes Zarządu

.....
Justyna Wąsowicz
Wiceprezes Zarządu