

**INFORMACJA DODATKOWA
DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO
ZA I KWARTAŁ ROKU OBROTOWEGO 2010/2011
TRWAJĄCEGO OD 1 LIPCA 2010 R. DO 30 CZERWCA 2011 R.**



Zgodnie z § 87 ust. 4 oraz 7 Rozporządzenia 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, Zarząd Spółki HELIO S.A. z siedzibą w Wyględach, w składzie:

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

przedstawia poniżej informację dodatkową do raportu okresowego **za I kwartał bieżącego roku obrotowego 2010/2011**. Niniejszy raport kwartalny obejmuje okres od **1 lipca 2010 r.** do **30 września 2010 r.**

Zgodnie ze statutem Spółki rok obrotowy HELIO S.A. rozpoczyna się w dniu 1 lipca, a kończy się w dniu 30 czerwca.

Spółka nie sporządza skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

1. Zasady rachunkowości przyjęte przy sporządzaniu raportu

Prezentowane dane finansowe Spółki za I kwartał roku obrotowego 2010/2011 zostały sporządzone zgodnie z Ustawą z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości. W bieżącym roku obrotowym Spółka nie zmieniała zasad (polityki) rachunkowości w stosunku do zasad przyjętych w sprawozdaniu za poprzedni rok obrotowy.

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

W celu zapewnienia porównywalności danych finansowych za I kwartał bieżącego roku obrotowego, za okres porównywalny przyjęto analogiczny okres ubiegłego roku obrotowego, tj. okres od 1 lipca 2009 roku do 30 września 2009 r.

Wszystkie dane zaprezentowane w sprawozdaniu zostały przedstawione w tysiącach złotych chyba, że zaznaczono inaczej. Operacje wyrażone w walutach oraz pozycje aktywów i pasywów zostały przeliczone na walutę polską z zastosowaniem następujących zasad:

- przychody oraz koszty wyrażone w walutach obcych zostały przeliczone po kursach średnich NBP z dnia transakcji,
- operacje finansowe w walutach obcych zostały przeliczone wg kursu kupna lub sprzedaży walut stosowane przez bank, z którego usług korzystano,
- pozycje aktywów i pasywów na dzień bilansowy zostały wycenione po kursie NBP ogłoszonym na dzień 30 września 2010 r.

Przedstawione wybrane dane finansowe z bilansu, rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływu środków pieniężnych zostały przeliczone ze złotych na euro według następujących zasad:

- poszczególne pozycje aktywów i pasywów bilansu na dzień 30 września 2010 roku zostały przeliczone według kursu średniego ogłoszonego na dzień bilansowy przez Narodowy Bank Polski dla euro, Tabela nr 191/A/NBP/2010 z dnia 30 września 2010 r., czyli 1 EUR = 3,9870 zł,
- poszczególne pozycje rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów środków pieniężnych za okres od 1 lipca 2010 roku do 30 września 2010 roku zostały przeliczone według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłoszonych przez Narodowy Bank Polski dla euro obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca w danym okresie w następujący sposób:

Nr tabeli	Data	Kurs (PLN)
147/A/NBP/2010	30.07.2010	4,0080
169/A/NBP/2010	31.08.2010	4,0038
191/A/NBP/2010	30.09.2010	3,9870
Średni kurs za 3 miesiące	1 EUR =	3,9996

W prezentowanym okresie występują korekty z tytułu rezerw, rezerwy i aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego.

Utworzono rezerwy z tytułu:

- nieopłaconych wynagrodzeń i składek ubezpieczenia społecznego (92 tys. zł),
- leasingu finansowego (6 tys. zł),
- usług promocyjno-marketingowych (211 tys. zł).

Wykorzystano rezerwy z tytułu:

- nieopłaconych wynagrodzeń i składek ubezpieczenia społecznego (59 tys. zł),
- dodatnich różnic kursowych (19 tys. PLN).

Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego dotyczą:

- usług promocyjno-marketingowych (80 tys. zł),
- leasingu finansowego (14 tys. zł),
- nieopłaconych wynagrodzeń i składek ubezpieczenia społecznego (61 tys. zł),
- odpraw emerytalno-rentowych (4 tys. zł),
- magazynów w budowie w części użytkowanych (8 tys. zł),
- niewykorzystanych urlopów (27 tys. zł),
- odpisów aktualizacyjnych wyceny zapasów (7 tys. zł),
- ujemne różnice kursowe (1 tys. zł),
- badanie rocznego sprawozdania finansowego (4 tys. zł).

Rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego dotyczą:

- leasingu finansowego (12 tys. zł).

2. Opis istotnych dokonań lub niepowodzeń Emitenta w okresie, którego dotyczy raport

W I kwartale bieżącego roku obrotowego Spółka zwiększyła sprzedaż, a tym samym osiągnęła rekordowe w historii przychody ze sprzedaży w okresie lipiec – wrzesień, które wyniosły 10.029 tys. zł. Odnosząc się do danych za analogiczny okres ubiegłego roku obrotowego, Emitent zwiększył swoją sprzedaż aż o 26% (za okres lipiec – wrzesień 2009 r. przychody ze sprzedaży wyniosły 7 988 tys. zł), co oznacza, że rozwijał się kilkukrotnie szybciej niż rynek bakalii.

Mimo że pierwszy kwartał bieżącego roku obrotowego zamknął się stratą netto w wysokości 422 tys. zł, wynika ona z sezonowości branży, w której działa Emitent. Należy bowiem pamiętać, że na tle historii przedsiębiorstwa, okres lipiec - wrzesień corocznie cechował się stratą i jest to wpisane w sezonowy charakter generowania zysków przez Spółkę.

3. Opis czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

Bieżący kwartał obejmował typowy okres letniego obniżenia sprzedaży bakalii. Poczynione w tym okresie działania pozwalają w poprawny sposób przygotować się do strategicznego dla branży sezonu sprzedażowego, a ich efekty będą widoczne w wysokości sprzedaży uzyskanej przez Spółkę w przyszłym kwartale.

W bieżącym okresie Spółka przygotowywała się zatem do swojego kluczowego sezonu m.in. dokonując zakupów surowca oraz wytwarzając zapasy pod przyszłą sprzedaż. Z uwagi na dynamicznie rosnący popyt na produkty Spółki oraz opóźnienie w zakończeniu budowy nowego zakładu produkcyjno-magazynowego w Brochowie, Emitent podjął już w I kwartale bieżącego roku obrotowego stosowne działania mające na celu zapewnienie odpowiednich mocy produkcyjno-magazynowych na najbliższy sezon bożonarodzeniowy, w tym zmodernizował odpowiednio infrastrukturę produkcyjną, czy najął krótkoterminowo dodatkowe powierzchnie magazynowe.

W pierwszym kwartale roku obrotowego 2010/2011 Emitent podjął również liczne działania mające na celu intensyfikację sprzedaży w przyszłych okresach. Wśród nich warto wymienić pozyskanie nowych odbiorców, w szczególności w kanale tradycyjnym (hurtownie i dystrybutorzy). Mimo że wiązało się to ze zwiększonymi kosztami sprzedaży wynikającymi zarówno z rozbudowy działu handlowego oraz poniesienia znacznych kosztów wejścia na dotychczas nieobsługiwaną część rynku, było to konieczne do zapewnienia dalszego dynamicznego zwiększania popytu na produkty Spółki w przyszłości, w tym również w czasie zbliżającego się sezonu świątecznego.

Z myślą o intensyfikacji sprzedaży w przyszłym okresie, Emitent podjął również działania mające na celu wprowadzenie na rynek nowej linii produktów z kategorii mas krówkowych HELIO. Zgłaszany realny popyt na ten produkt oraz silna świadomość marki HELIO w grupie docelowej produktu powinny odzwierciedlić się w szybkiej ich popularyzacji na rynku, w szczególności w sezonach świątecznych.

W kontekście wyników pierwszego kwartału bieżącego roku obrotowego, pozytywnym czynnikiem, na który należy zwrócić uwagę jest również systematyczny wzrost zapotrzebowania na produkty Spółki w okresach letnich. Emitent starał się dodatkowo wzmocnić ten pozytywny trend poprzez intensyfikację sprzedaży bakalii przekąskowych, w tym wprowadzanej od IV kwartału roku obrotowego 2009/2010 nowej, luksusowej linii bakalii marki HELIO GOLD. Asortyment ten celuje w niezajętą dotychczas niszę bakaliowego rynku, dzięki czemu rokuje szanse szybkiego rozwoju w swoim segmencie. Wyniki bieżącego kwartału w zakresie sprzedaży HELIO GOLD pokrywają się z oczekiwaniami Emitenta. Należy jednak pamiętać, że choć asortyment HELIO GOLD z uwagi na swój luksusowy charakter cechuje się stosunkowo wysoką marżą brutto, Spółka musi ponosić nakłady na wprowadzanie produktu na rynek i jego promocję, w tym m.in. kampania w prasie luksusowej i lifestylowej (np. Twój Styl, Pani, Zwierciadło, Voyage), intensywne działania PR, w tym konferencja prasowa dla dziennikarek reprezentujących segment pism kobiecych oraz przedstawicieli pism branżowych, a także liczne degustacje, materiały POS i inne. Poniesienie powyższych kosztów było założone w strategii wejścia nowej marki Emitenta na rynek, zaś ich efekty powinny być widoczne w umocnieniu świadomości marki HELIO oraz zwiększonej sprzedaży już w bieżącym roku obrotowym.

Podsumowując zatem pierwszy kwartał roku obrotowego 2010/2011 należy stwierdzić, że był to okres aktywnych działań, których efekty będą widoczne przede wszystkim w wynikach finansowych kolejnych kwartałów i lat. Dzięki intensywnej działalności, w szczególności na polu sprzedażowo-marketingowym,

udało się Emitentowi osiągnąć wysoką dynamikę wzrostu przychodów ze sprzedaży oraz utrzymać zakładaną efektywność kosztową. Mimo zakładanego wzrostu kosztów sprzedaży, Emitent utrzymał bowiem wynik finansowy kwartału na poziomie porównywalnym do zeszłorocznego z uwzględnieniem rosnącej skali działalności Spółki i generowanych przez nią zysków rocznych.

4. Objasnienia dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności Emitenta w prezentowanym okresie

Z uwagi na specyfikę branży, która charakteryzuje się wysoką sezonowością, poniżej szczegółowo przedstawiono kilka zależności istotnych do prawidłowej interpretacji niektórych wielkości ekonomicznych występujących w przedsiębiorstwach działających w branży konfekcjonowania bakalii. Tytułem wstępu warto podkreślić, że przychody Spółki są ściśle związane z datami świąt Wielkanocnych i Bożego Narodzenia.

W działalności Emitenta występuje zjawisko 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.

Przygotowując się do okresu największego wzrostu sprzedaży, tj. przed świętami Bożego Narodzenia oraz Wielkanocnymi Spółka dokonuje zakupów znacznej ilości surowca.

5. Informacje dotyczące emisji, wykupu i spłaty nieudziałowych i kapitałowych papierów wartościowych.

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport, w HELIO S.A. nie przeprowadzono żadnych operacji związanych z emisją, wykupem i spłatą nieudziałowych i kapitałowych papierów wartościowych.

6. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport, HELIO S.A. nie deklarowała, ani też nie wypłacała dywidendy.

7. Zdarzenia, które wystąpiły po dniu 30 września 2010 r. nieujęte w skróconym sprawozdaniu, a mogące w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Emitenta

Po dniu, na który sporządzono kwartalne sprawozdanie finansowe, nie miały miejsca zdarzenia, które w znaczący sposób mogą wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Emitenta.

8. Informacja dotycząca zmian zobowiązań warunkowych lub aktywów warunkowych, które nastąpiły od czasu zakończenia ostatniego roku obrotowego

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport, a tym samym od zakończenia ostatniego roku obrotowego, zdarzeń tego typu nie było.

9. Opis organizacji grupy kapitałowej emitenta, ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji

HELIO S.A. nie tworzy grupy kapitałowej, ani nie jest jednostką dominującą.

10. Informacje o zmianach w strukturze HELIO S.A., w tym w wyniku połączenia z innymi jednostkami, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej Emitenta, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności

Zdarzenia takie nie miały miejsca.

11. Stanowisko Zarządu odnośnie do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok, w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie kwartalnym w stosunku do wyników prognozowanych

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych na bieżący rok obrotowy.

12. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta na dzień przekazania raportu kwartalnego oraz wskazanie zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji emitenta w okresie od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego

Na dzień przekazania niniejszego raportu kwartalnego, według wiedzy Zarządu HELIO S.A. struktura akcjonariuszy posiadających co najmniej 5 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta przedstawiała się następująco:

Posiadacz akcji	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu	Udział w ogólnej liczbie głosów na WZ (%)
Leszek Wąsowicz	3 857 000	77,14	3 857 000	77,14
Bankowy Otwarty Fundusz Emerytalny	250 312	5,01	250 312	5,01

Zgodnie z wiedzą Zarządu, w okresie od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego struktura własności znacznych pakietów akcji Emitenta nie uległa zmianie.

13. Zestawienie stanu posiadania akcji HELIO S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta na dzień przekazania raportu kwartalnego, wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego

Na dzień przekazania niniejszego raportu kwartalnego osoby zarządzające i nadzorujące posiadały następujące akcje Spółki:

Akcjonariusz	Liczba 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	77,1	3.857.000	77,1
Członkowie Rady Nadzorczej				
Jacek Kosiński	17.800	0,4	17.800	0,4

Zgodnie z wiedzą Zarządu w okresie od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego nie miały miejsca żadne zmiany w stanie posiadania akcji Spółki HELIO S.A. przez osoby zarządzające lub nadzorujące.

Osoby zarządzające i nadzorujące nie posiadają opcji na akcje HELIO S.A.

14. 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.

15. Informacja o zawarciu przez Spółkę jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport, HELIO S.A. nie dokonała istotnych transakcji z podmiotem powiązanym na warunkach innych niż rynkowe.

16. Informacje o udzieleniu przez Spółkę poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji – łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, jeśli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji stanowi równowartość co najmniej 10 % kapitałów własnych Spółki.

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport HELIO S.A. nie udzieliła tego typu poręczeń kredytu, pożyczki lub gwarancji.

17. Inne informacje, które zdaniem Emitenta są istotne dla oceny jego sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej i ich zmian, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Emitenta

W ocenie Spółki wszystkie istotne informacje zostały zawarte w niniejszym raporcie kwartalnym.

18. Wskazanie czynników, które w ocenie Emitenta będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału

Na wyniki Emitenta w perspektywie kolejnego kwartału wpływ będzie miała wzmożona wysokość sprzedaży bakalii w trakcie najbliższych, „przedsięwziętych” miesięcy, kiedy to powinny pojawić się efekty z podjętych dotychczas działań Spółki zarówno handlowych, marketingowych, jak i organizacyjnych.

Drugi kwartał roku obrotowego 2010/2011 to również dalszy ciąg intensywnej pracy nad pozyskaniem nowych odbiorców w szczególności w kanale tradycyjnym (hurtownie i dystrybutorzy), jak i w innych, dotychczas niewykorzystanych przez Spółkę kanałach dystrybucji. Powyższe kanały dystrybucji nie stanowiły w ostatnich latach znaczącej pozycji w strukturze sprzedaży Emitenta, zaś ich aktywizacja jest naturalną konsekwencją realizowanej strategii rozwoju Spółki. Ekspansja w nich powinna bowiem w stosunkowo niedługim czasie zaowocować zwiększoną sprzedażą produktów Spółki, a tym samym przyczynić się do możliwie jak najefektywniejszego wykorzystania rosnących możliwości podaży Emitenta.

Dodatkowo, w celu umocnienia swojej pozycji na krajowym rynku bakalii, Spółka planuje w drugim kwartale bieżącego roku obrotowego dalszą intensyfikację działań marketingowych wspierających sprzedaż produktów sygnowanych marką Emitenta, w tym zamierza przeprowadzić telewizyjną kampanię reklamową zarówno w grupie docelowej produktów marki HELIO GOLD, jak i mas makowych HELIO. Poprawienie wizerunku i znajomości marki powinno przyczynić się nie tylko do zwiększenia sprzedaży Emitenta w czasie przedsięwziętej prosperity na rynku bakalii, lecz również w przyszłych okresach.