



Sprawozdanie z działalności emitenta za rok 2009

Lubliniec, marzec 2010 r.

1. HISTORIA FIRMY	4
2. INFORMACJA O PODSTAWOWYCH PRODUKTACH.....	4
2.1. Branża.....	4
2.2. Rodzaje produktów.....	5
2.3. Wielkość produkcji.....	5
2.4. Firma na tle branży i konkurencji	6
2.5. Źródła zaopatrzenia w materiały do produkcji	9
3. INFORMACJE O ZDARZENIACH W ROKU OBROTOWYM	9
3.3. Realizacja wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok	10
3.4. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu oraz wskazanie zmian w strukturze własności znaczących pakietów akcji emitenta w okresie od przekazania poprzedniego raportu	10
3.5. Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu, wraz z wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu, odrębnie dla każdej z osób	12
3.6. Postępowania toczące się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, z uwzględnieniem informacji w zakresie postępowań dotyczących zobowiązań albo wierzytelności emitenta lub jednostki od niego zależnej, których wartość stanowi co najmniej 10 % kapitałów własnych emitenta.....	12
3.7. Informacje o zawarciu przez Emitenta jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe	13
3.8. Udzielone przez emitenta poręczenia kredytu lub pożyczki lub udzielone gwarancje – łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji stanowi równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych emitenta.....	13

4. INFORMACJE I INNYCH ZDARZENIACH W ROKU OBROTOWYM	14
4.1. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących.....	14
4.2. Wynagrodzenia dla osób zarządzających i nadzorujących	15
4.3. Wartość nie spłaconych pożyczek udzielonych osobom zarządzającym i nadzorującym oraz ich osobom bliskim, a także udzielonych im gwarancji i poręczeń	15
4.4. Informacja o znaczących umowach	16
4.5. Zarządzanie zasobami finansowymi i ocena płynności	16
4.6. Możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych.....	17
4.7. Wpływ czynników i nietypowych zdarzeń na wynik.....	17
4.8. Charakterystyka czynników rozwoju i funkcjonowania	17
4.8.1. Czynniki zewnętrzne.....	17
4.8.2. Czynniki wewnętrzne: zarządzanie i komputeryzacja	20
4.9. Znaczące zdarzenia, które miały miejsce po dniu bilansowym.....	21
4.10. Umowy z podmiotami uprawnionymi do badania sprawozdań finansowych.....	21

1. HISTORIA FIRMY

Na mocy aktu notarialnego z dnia 09 lipca 1991 roku (Rep. A Nr 5721/91, sporządzonego przez notariusza Pawła Błaszczaka, prowadzącego Indywidualną Kancelarię Notarialną w Warszawie i zgodnie z treścią Zezwolenia Prezesa Agencji ds. Inwestycji Zagranicznych, zawiązana została spółka Euro-Cristal Sp. z o.o. Spółka podjęła działalność w dniu 02 września 1991 roku. Zgodnie z uchwałą NWZA z dnia 01 grudnia 1995 roku Euro-Cristal Sp. z o.o. uległa przekształceniu w Euro-Cristal S.A. Na podstawie aktu notarialnego Rep. A Nr 11842/2002, sporządzonego dnia 04 grudnia 2002 roku przez asesora notarialnego Wojciecha Szczypkowskiego, zastępcę Doroty Kałowskiej – notariusz w Warszawie, NWZA Spółki zmieniło nazwę Spółki na "Hygienika Euro Cristal" S.A. Na podstawie Uchwały Nr 2/II/2003 NWZA z dnia 10 września 2003 roku (akt notarialny Rep. A Nr 10242/2003, sporządzony dnia 10 września 2003 roku przez Dorotę Kałowską - notariusza w Warszawie), Spółka zmieniła nazwę na "Hygienika" S.A. Na podstawie Uchwały Nr 24 ZWZ z dnia 10.06.2009 roku (akt notarialny Rep. A Nr 8924/2008, sporządzony dnia 10.06.2008 roku przez Wojciecha Szczypkowskiego – notariusza w Warszawie), Spółka zmieniła adres siedziby z Marek, na Lubliniec woj. śląskie.

2. INFORMACJA O PODSTAWOWYCH PRODUKTACH

2.1. Branża

Rynek pieluszek dziecięcych w Polsce

Rynek pieluszek dziecięcych w Polsce składa się z produktów markowych oraz produktów prywatnych marek oferowanych przez sieci handlowe. Pieluszki dziecięce są dobrami pierwszej potrzeby charakteryzującymi się wysoką jakością oraz dużą wrażliwością cenową,

Rynek artykułów higieny kobiecej w Polsce

Rynek artykułów higieny kobiecej w Polsce również składa się z produktów markowych oraz produktów prywatnych marek oferowanych przez sieci handlowe. Podpaski higieniczne stanowią największą ilościowo kategorię artykułów higieny kobiecej, następnie wkładki higieniczne i tampony. W ostatnim czasie na znaczeniu zyskały wkładki higieniczne.

2.2. Rodzaje produktów

Wyroby Spółki sprzedawane są zarówno na rynku polskim jak i zagranicznym, głównie pod prywatnymi markami wielkich sieci handlowych oraz detalu i własnymi markami należącymi do Spółki.

Pod własnymi markami Hygienika sprzedaje:

- o Pieluszki dziecięce

- o pod marką Bambino - Air Comfort,

- o pod marką Bambi Plus,

Marka Bambino Air Comfort to produkt ze średniej półki cenowej, Bambi Plus to produkt tzw. pierwszocenowy (najtańszy produkt markowy).

- o Artykuły higieny kobiecej, pod marką Linéll

- o podpaski higieniczne,

- o wkładki higieniczne.

Marka Linéll jest pozycjonowana jako produkt pierwszocenowy.

Produkty spółki sprzedawane są także pod markami należącymi do większości sieci handlowych. Biorąc pod uwagę że sprzedaż pod marką własną sieci handlowych z roku na rok jest rosnąca, kategoria ta będzie coraz bardziej atrakcyjna dla producentów. Spółka prowadzi bardzo aktywną pracę marketingową, której celem jest rozszerzanie ilości odbiorców (eksport, sieci i rynek tradycyjny) zarówno na produkty marki własnej odbiorców jak również na produkty pod markami Hygieniki. Podkreślamy, iż znaczna ilość przetargów odbywa się na przełomie roku lub połowy roku. W większości u znaczących klientów na rynku Hygienika przystępuje do przetargów. W II połowie roku 2009 nasza firma podpisała nowe kontrakty na dostawy do klientów na terenie kraju jak i za granicą. Ponadto w celu dywersyfikacji działalności od miesiąca listopada 2009 roku Spółka wzbogaciła swoją ofertę o dystrybucję towarami handlowymi, co pozwoli na uzyskanie dodatkowej marży na sprzedaży.

2.3. Wielkość produkcji

W roku 2009 wielkość produkcji wynosiła 26 651 tys. PLN i wzrosła o 1,2% w stosunku do roku 2008. Wielkość produkcji ustalają potrzeby rynku. W analizowanym okresie nastąpiło zwolnienie tempa produkcji spowodowane zakończonym okresem montażu linii produkcyjnych w nowej siedzibie. Aktualnie ten stracony czas nadrabiamy i pozytywne wyniki tejże pracy będą widoczne w kolejnych okresach.

2.4. Firma na tle branży i konkurencji

Pieluszki dziecięce

W grupie produktów prywatno-markowych, produkowanych na zlecenie sieci handlowych, działają:

- o Ontex;
- o Hygienika;
- o SCA Hygiene Products (Szwecja);

Zarząd Spółki szacuje, iż dwa pierwsze podmioty posiadają największy udział w segmencie pieluszek dziecięcych z prywatną marką. Hygienika posiada wzrastającą pozycję w segmencie marki prywatnej.

W segmencie wyrobów markowych Hygienika konkuruje z następującymi podmiotami:

- o Procter&Gamble, producent pieluszek dziecięcych Pampers;
- o Toruńskie Zakłady Materiałów Opatunkowych, producent pieluszek dziecięcych Happy;
- o Kimberly-Clark, producent pieluszek dziecięcych Huggies;
- o SCA Hygiene Products, producent pieluszek dziecięcych Libero.

Na sprzedaż produktów markowych przeznaczamy coraz więcej środków finansowych na wprowadzenie produktów markowych na rynek jak również na akcje promocyjne, zarówno jeżeli chodzi o pieluszki jak również o produkty higieny kobiecej.

Dokonany zakup nowego ciągu technologicznego pozwoli nam na produkcję nowości produktowych które winny znaleźć się minimum na tzw. „średniej półce” w super i hipermarketach oraz w hurtowniach chemicznych.

Firma zaplanowała również odświeżenie szaty graficznej na pieluchach oraz poszerzenie oferty higieny kobiecej. .

Rynek artykułów higieny kobiecej

W segmencie higieny kobiecej Spółka konkuruje z następującymi podmiotami:

- o TZMO, producent podpasek Bella i wkładek Panty;
- o Procter&Gamble, producent podpasek i wkładek Always;
- o Kimberly-Clark, producent podpasek i wkładek Subtelle
- o Johnson&Johnson, producent wkładek Carefree;
- o SCA Hygiene Products, producent podpasek i wkładek Libresse;

Rynek artykułów higieny kobiecej charakteryzuje się silnym przywiązaniem klienta do marki, dlatego Spółka rozszerza zakres swojej oferty w tym segmencie poprzez wprowadzenie produktów pod jedną marką Linell.

Struktura sprzedaży

Przychody ze sprzedaży produktów

tys. zł	Rok 2009		Rok 2008		-spadek/ +wzrost
produkty	Wartość	%	Wartość	%	%
Higiena kobieca	4 196	14%	5 727	20%	-17%
Higiena dziecięca	25 356	86%	22 520	80%	13%
Razem	29 552	100%	28 247	100%	5%

Produkty sprzedawane przez Spółkę można podzielić na dwie kategorie: artykuły higieny dziecięcej, kobiecej. Do produktów higieny dziecięcej zaliczają się jednorazowe pieluszki dziecięce marki Bambino i Bambi oraz marek prywatnych. Do artykułów higieny kobiecej zaliczają się podpaski i wkładki higieniczne produkowane pod marką Linell jak i markami prywatnymi. Dominującą, utrzymującą się pozycję w strukturze sprzedaży wartościowej zajmują jednorazowe pieluszki dziecięce i tę pozycję będziemy systematycznie rozszerzać. Rok 2009 wskazuje na dalsze umocnienie udziału tej kategorii w przychodach ze sprzedaży (rok 2008 – 80%; rok 2009 – 86%). Kategoria „higiena kobieca” zanotowała w roku 2009 w stosunku do tego samego okresu roku poprzedniego spadek.

Przychody ze sprzedaży – struktura terytorialna

tys. zł	Rok 2009		Rok 2008		(-)spadek/ (+)wzrost
	Wartość	%	Wartość	%	
Eksport	6 884	23%	7 369	26%	-7%
Kraj	23 123	77%	20 961	74%	10%
Razem	30 007	100%	28 330	100%	6%

W roku 2009 roku Spółka odnotowała spadek udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży w porównaniu do roku poprzedniego w kwocie 485 tys. PLN. Eksport wyrobów Spółki kierowany jest głównie do krajów Europy Wschodniej i Centralnej. Sprzedaż eksportowa w głównej mierze realizowana jest za pośrednictwem klientów sieciowych. Spadek udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży w roku 2009 spowodowany jest brakiem zamówień na produkty po pierwsze po przez zwiększeniem ceny sprzedaży produktów, jak również wypowiedzeniem współpracy z klientami niestabilnymi finansowo. W miejsce tych klientów są zawierane nowe kontrakty z kontrahentami którzy regulują płatności na bieżąco a sprzedaż odbywa się na wyższej marży.

Struktura odbiorców pod względem osiągniętych obrotów w roku 2009

ODBIORCA	UDZIAŁ	
	2009	2008
Sieci krajowe i zagraniczne	87%	88%
Pozostali	13%	12%

Stwierdzamy, że głównymi odbiorcami dla w/zakładu są przede wszystkim super i hipermarkety o zasięgu krajowym i zagranicznym – stanowi to udział 87% w sprzedaży ogółem. Celem działania Zarządu jest rozszerzanie tej grupy odbiorców, nie pomijamy również rynku klasycznego, który aktualnie globalizuje się i w przyszłości będzie to cenowo atrakcyjny partner. Dlatego spółka aktywizuje swoje działania na tym rynku po przez zacieśnianie współpracy z klientami którzy posiadają własny dział handlowy a czasami sieć własnych sklepów i są silni na rynkach lokalnych jak i na terenie całego kraju.

W przypadku rozwoju tego kanału dystrybucji Hygienika S.A. planuje na przełomie roku 2009/2010 zatrudnić własnych Przedstawicieli Handlowych. Dopuszcza to jednak tylko wtedy kiedy obrót oraz marża w tym kanale zbytu będzie na odpowiednim poziomie.

2.5. Źródła zaopatrzenia w materiały do produkcji

Znaczna ilość materiałów używanych do produkcji naszego asortymentu pochodzi z importu – strefa euro i dolara.

Struktura dostawców ze względu na strefy walutowe w 2009 roku:

STREFA WALUTOWA	UDZIAŁ	
	2009	2008
USD	20%	16%
EURO	56%	42%
PLN	24%	42%

Podstawowym zadaniem jest obniżenie kosztów zakupu surowców po przez negocjowanie lepszych cen zakupu jak również poszukiwanie nowych dostawców.

Dokonaliśmy selekcji dostawców pod względem jakościowym i cenowym. Każdy strategiczny surowiec ma minimum dwóch dostawców aby w kryzysowych sytuacjach zabezpieczyć produkcję. Po za tym firma nawiązała współpracę z firmami wyspecjalizowanymi w poszukiwaniu surowców po niższych cenach ale w jakości tej samej lub wyższej niż dotychczas używane i parametrach które umożliwiają utrzymanie odpowiednich wydajności produkcji.(zwiększenie wydajności produkcji po przez stosowanie lepszych surowców przy jednoczesnym obniżeniu kosztów).

3. INFORMACJE O ZDARZENIACH W ROKU OBROTOWYM

3.1. Opis organizacji grupy kapitałowej emitenta, ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji, a w przypadku emitenta będącego jednostką dominującą, który na podstawie obowiązujących go przepisów nie ma obowiązku lub może nie sporządzać skonsolidowanych sprawozdań finansowych

Raport finansowy R „Hygienika” S.A. za rok 2009

Hygienika nie tworzy ani nie wchodzi w skład żadnej grupy kapitałowej.

Spółka nie jest jednostką dominującą ani znaczącym inwestorem, zatem nie sporządza skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Spółka nie posiada również oddziałów (zakładów).

3.2. Skutki zmian w strukturze jednostki gospodarczej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej emitenta, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności

W okresie sprawozdawczym nie nastąpiły zmiany w strukturze Spółki, nie dokonano połączeń ani przejęć.

3.3. Realizacja wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok

Spółka nie publikowała prognozy finansowej na 2009 rok.

3.4. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu oraz wskazanie zmian w strukturze własności znaczących pakietów akcji emitenta w okresie od przekazania poprzedniego raportu

W okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (III kwartał 2009) do dnia publikacji niniejszego raportu znaczący akcjonariat Spółki ulegał następującym zmianom:

Akcjonariusz/ ilość akcji/ ilość głosów/ % udział w łącznej liczbie głosów i w kapitale/
informacja o zmianie

1. Krzysztof Moska/ 2.314.000/ 2.314.000/ 9,91% - bez zmian

2. Zakłady "Lentex" SA/ 2.122.874/ 2.122.874/ 9,09% - bez zmian

3. Kamil Kliniewski/ 2.515.888/ 2.515.888/ 10,77%%

a. zawiadomienie otrzymane w dniu 29 maja 2009 roku o przekroczeniu progu 5% tj.

1.169.917 sztuk akcji, 1.169.917 głosów, co stanowi 5,01%

b. liczba akcji zablokowana przez Pana Kamila Kliniewskiego na ZWZ w dniu 25 czerwca 2009 roku tj. 1.700.050 sztuk akcji, 1.700.050 głosów, co stanowi 7,28%

c. zawiadomienie otrzymane w dniu 1 października 2009 roku o przekroczeniu progu 10%

Raport finansowy R „Hygienika” S.A. za rok 2009

- d. liczba akcji zablokowana przez Pana Kamila Kliniewskiego na ZWZ w dniu 23 listopada 2009 roku tj. 2.515.888 sztuk akcji, 2.515.888 głosów, co stanowi 10,77%
4. Pioneer Pekao Investment Management S.A. 1 154 537/ 1 154 537/ 4,94%
- a. zawiadomienie otrzymane w dniu 3 lipca 2009 roku
- b. zawiadomienie otrzymane w dniu 14 października 2009 roku o zmniejszeniu zaangażowania poniżej 5%
5. PEKAO OFE/ 1.200.000/ 1.200/1.200.000/ 5,14% - bez zmian
6. Piotr Szostak 1.428.807/ 1.428.807/ 6,12%
- a. zawiadomienie otrzymane w dniu 14 września 2009 roku

Akcjonariusze Hygienika S.A. według stanu na dzień 19.03.2010 roku.

AKCJONARIUSZ	ILOŚĆ AKCJI	ILOŚĆ GŁOSÓW NA WZA	% UDZIAŁU W ŁĄCZNEJ LICZBIE GŁOSÓW I W KAPITALE
Kamil Kliniewski	2.515.888	2.515.888	10,77%
Krzysztof Moska	2.314.000	2.314.000	9,91%
Zakłady Lentex S.A.	2.122.874	2.122.874	9,09%
Piotr Szostak	1.428.807	1.428.807	6,12%
Pekao OFE	1.200.000	1.200.000	5,14%
Pozostali	13.770.055	13.770.055	58,97%
Ogólna liczba akcji	23.351.624	23.351.624	100,0%

W okresie sprawozdawczym Spółka nie przeprowadzała emisji akcji.

Spółka nie nabywała akcji ani udziałów.

3.5. Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu, wraz z wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu, odrębnie dla każdej z osób

Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta, zgodnie z posiadanymi przez Emitenta informacjami.

Zarząd „Hygienika” S. A. :

- 1/ Krzysztof Brzozowski – Prezes Zarządu – nie posiada akcji emitenta / brak uprawnień do objęcia akcji (opcji)
- 2/ Łucja Latos – Prokurent – nie posiada akcji emitenta / brak uprawnień do objęcia akcji (opcji)

Członkowie Rady Nadzorczej Spółki „Hygienika” S.A.:

- 1/ Grzegorz Szymański – Przewodniczący Rady Nadzorczej – nie posiada akcji emitenta / brak uprawnień do objęcia akcji (opcji)
- 2/ Paweł Hordyński – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej – nie posiada akcji emitenta / brak uprawnień do objęcia akcji (opcji)
- 3/ Eryk Karski – Członek Rady Nadzorczej – nie posiada akcji emitenta / brak uprawnień do objęcia akcji (opcji)
- 4/ Ewa Markiewicz – Członek Rady Nadzorczej – nie posiada akcji emitenta / brak uprawnień do objęcia akcji (opcji)
- 5/ Zbigniew Sienkiewicz – Członek Rady Nadzorczej – nie posiada akcji emitenta / brak uprawnień do objęcia akcji (opcji)”

3.6. Postępowania toczące się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, z uwzględnieniem informacji w zakresie postępowań dotyczących zobowiązań albo wierzytelności emitenta lub jednostki od niego zależnej, których wartość stanowi co najmniej 10 % kapitałów własnych emitenta

W związku z zakończeniem postępowania sądowego przeciwko Robertowi Sadowskiemu zakończonego wyrokiem zasądającym od pozwanego kwoty 141 tys. PLN wraz z ustawowymi odsetkami, w dniu 17 lutego 2010 roku wystąpiono z wnioskiem o doręczenie

wyroku opatrzonego klauzulą wykonalności w celu wszczęcia postępowania egzekucyjnego. Sprawa w toku.

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

W roku 2009 nie miały miejsca transakcje z podmiotami powiązanymi, których wartość przekraczałaby wyrażoną w złotych równowartość 500 tys. EURO.

3.8. Udzielone przez emitenta poręczenia kredytu lub pożyczki lub udzielone gwarancje – łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji stanowi równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych emitenta

Spółka nie udzielała poręczeń ani gwarancji.

Spółka korzysta z kredytu obrotowego nieodnawialnego zaciągniętego w PKO BP SA w wysokości 2 000 tys. PLN, o terminie spłaty do 28 lutego 2012 roku, spłacanego w 36 ratach, stan zadłużenia na dzień 31 grudnia 2009 roku wynosi 1 429 tys. PLN.

Odsetki i prowizje od zaciągniętego w roku 2009 kredytu wyniosły 108 tys. PLN.

Na dzień 31 grudnia 2009 roku Spółka posiada zobowiązania z tytułu zaciągniętych pożyczek na kwotę 440 tys. PLN. Odsetki od zaciągniętej pożyczki w 2009 roku wynosiły 5 tys. PLN.

Posiadamy również kredyt factoringowy, kredyt ten dotyczy kilku odbiorców sieciowych – cel poprawa płynności finansowej. Zobowiązania z tytułu factoringu na 31 grudnia 2009 roku wynoszą 2 595 tys. PLN.

Zapłacone w okresie sprawozdawczym odsetki od kredytu factoringowego wyniosły 91 tys. PLN.

Na dzień 31 grudnia 2009 roku Spółka posiada zobowiązania z tytułu leasingu finansowego na kwotę 64 tys. PLN z terminem spłaty na 30 czerwca 2012 roku.

W okresie roku 2009 poniesiono koszty finansowe związane z leasingiem finansowym w wysokości 4 tys. PLN.

4. INFORMACJE I INNYCH ZDARZENIACH W ROKU OBROTOWYM

4.1 Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących

W dniu 17 lutego 2009 roku Zarząd otrzymał pisemną rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej "Hygienika" S.A. od Pana Wojciecha Kozy. Rezygnacja nastąpiła z dniem 17 lutego 2009 roku.

W dniu 2 kwietnia 2009 roku Zarząd "Hygienika" S.A. otrzymał pisemną rezygnację z pełnienia funkcji przewodniczącego i członka Rady Nadzorczej "Hygienika" S.A. od Pana Andrzeja Majchrzaka oraz pisemną rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej "Hygienika" S.A. od Pana Aleksandra Łapki. Rezygnacja nastąpiła z dniem 2 kwietnia 2009 roku.

W dniu 2 kwietnia 2009 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Uchwałami o numerach 6, 7 i 8 powołało w skład rady nadzorczej następujące osoby: Pana Grzegorza Szymańskiego, Panią Marzenę Jach oraz Pana Sławomira Badorę.

W dniu 9 kwietnia 2009 roku Pan Stanisław Kołaciński – Prezes Zarządu złożył rezygnację z pełnienia funkcji Prezesa Zarządu.

Rada Nadzorcza Spółki, wykonując swoje statutowe uprawnienia, na posiedzeniu w dniu 9 kwietnia 2009 roku ustaliła, iż Zarząd Spółki składa się z dwóch członków. Na tym samym posiedzeniu Rada Nadzorcza powołała na stanowisko Prezesa Zarządu Pana Krzysztofa Brzozowskiego, a Panu Stanisławowi Kołacińskiemu dotychczasowemu Prezesowi Zarządu Spółki powierzyła stanowisko Członka Zarządu Spółki.

W dniu 4 maja 2009 roku Zarząd otrzymał pisemną rezygnację z pełnienia funkcji Członka Zarządu od Pana Stanisława Kołacińskiego. Rezygnacja nastąpiła z dniem 4 maja 2009 roku.

W dniu 28 września 2009 roku Zarząd otrzymał pisemną rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej "Hygienika" S.A. od Pani Marzeny Jach. Rezygnacja nastąpiła z dniem 28 września 2009 roku. Przyczyną rezygnacji wskazaną przez Panią Marzenę Jach była duża ilość obowiązków służbowych, nie pozwalających na dalsze wykonywanie zadań członka Rady Nadzorczej, z dotychczas wykazywaną sumiennością i zaangażowaniem.

Raport finansowy R „Hygienika” S.A. za rok 2009

W dniu 28 września 2009 roku zmarł Pan Sławomir Badora – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej.

W dniu 20 listopada 2009 roku Zarząd Spółki otrzymał pisemną rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej "Hygienika" S.A. od Pana Cezarego Gregorczyka. Rezygnacja nastąpiła z dniem 20 listopada 2009 roku.

W dniu 23 listopada 2009 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Uchwałami o numerach 5, 6 i 7 powołało w skład rady nadzorczej następujące osoby: Panią Ewę Markiewicz, Pana Pawła Hordyńskiego oraz Pana Eryka Karskiego.

4.2. Wynagrodzenia dla osób zarządzających i nadzorujących

Wynagrodzenia brutto członków zarządu Emitenta oraz osób zarządzających wyższego szczebla w roku 2009 (w PLN)

1. Kołaciński Stanisław	186 252,10
2. Brzozowski Krzysztof	107 139,60

Wynagrodzenia brutto członków Rady Nadzorczej w roku 2009 roku (w PLN)

1. Badora Sławomir	14 954,38
2. Gregorczyk Cezary	23 917,43
3. Jach Marzena	13 280,13
4. Koza Wojciech	3 324,80
5. Łapka Aleksander	6 529,00
6. Majchrzak Andrzej	8 395,30
7. Sienkiewicz Zbigniew	26 389,88
8. Szymański Grzegorz	15 015,61
9. Markiewicz Ewa	2 683,00
10. Hordyński Paweł	2 892,30
11. Karski Eryk	2 683,00

4.3. Wartość nie spłaconych pożyczek udzielonych osobom zarządzającym i nadzorującym oraz ich osobom bliskim, a także udzielonych im gwarancji i poręczeń

Spółka nie udzielała osobom zarządzającym i nadzorującym oraz ich osobom bliskim pożyczek, gwarancji i poręczeń.

4.4. Informacja o znaczących umowach

W okresie sprawozdawczym zawarto następujące umowy, jako kryterium uznania umów za znaczące przyjęto 10% kapitałów własnych Spółki:

1. Zarząd Hygienika S.A. z siedzibą w Lublińcu działając na podstawie § 5 ust. 1 pkt 3 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych informuje, że w dniu 13 października 2009 roku została podpisana umowa dystrybucyjna z firmą Stella Pack S.A. z siedzibą w Lubartowie. Przedmiotem umowy jest współpraca pomiędzy Hygienika S.A. oraz Stella Pack S.A. w zakresie dystrybucji produktów Stella Pack S.A. przez Hygienika S.A. Umowa została zawarta na czas nieokreślony.

2. Zarząd Hygienika S.A. z siedzibą w Lublińcu działając na podstawie § 5 ust. 1 pkt 3 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych informuje, że w dniu 13 października 2009 roku została podpisana umowa dystrybucyjna z firmą Stella Pack S.A. z siedzibą w Lubartowie. Przedmiotem umowy jest współpraca pomiędzy Hygienika S.A. oraz Stella Pack S.A. w zakresie dystrybucji produktów Hygienika S.A. przez Stella Pack S.A. Umowa została zawarta na czas nieokreślony.

3. Zarząd Hygienika S.A. z siedzibą w Lublińcu działając na podstawie § 5 ust. 1 pkt 3 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych informuje, iż w dniu 28 października 2009 roku Spółka otrzymała podpisaną umowę dystrybucyjną zawartą ze spółką prawa niemieckiego Feucht Hygiene Werk GmbH z siedzibą w Niemczech oraz KOSCHEM Ksel-Adamus Sp. j. z siedzibą w Węgorzynie. Przedmiotem umowy jest współpraca pomiędzy Hygienika S.A. oraz spółką Feucht Hygiene Werk GmbH z siedzibą w Niemczech, dotycząca wytwarzania i sprzedaży produktów higienicznych przez Feucht Hygiene Werk GmbH na rzecz Hygienika S.A. Umowa została zawarta na czas nieokreślony.

4.5. Zarządzanie zasobami finansowymi i ocena płynności

Na dzień 31 grudnia 2009 roku ogólny poziom zobowiązań krótkoterminowych wyniósł 11 758 tys. PLN i stanowił 30,6% sumy bilansowej i wzrósł w porównaniu do stanu z dnia 31 grudnia 2008 roku, kiedy wskaźnik ten zanotował wartość 29,1%. Wzrost finansowania zewnętrznego wynika z konieczności sfinansowania wzrostu produkcji. Wskaźnik płynności (stosunek aktywów obrotowych do zobowiązań krótkoterminowych-z wyłączeniem rezerw) uległ

Raport finansowy R „Hygienika” S.A. za rok 2009

obniżeniu w omawianym okresie do poziomu 1,06 (na dzień 31 grudnia 2009 roku) z 1,33 na dzień 31 grudnia 2008 roku.

Niski poziom wskaźnika płynności jest wynikiem wykorzystania środków na sfinansowanie nakładów inwestycyjnych.

4.6. Możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

W roku 2008 Spółka nabyła nieruchomość w Lublińcu pod nową siedzibę oraz produkcję. Ostateczny termin przeniesienia do nowej siedziby to 31 marzec 2009. W chwili obecnej całość działalności prowadzona jest w nowej siedzibie. Zarząd Spółki nie widzi zagrożeń związanych z brakiem możliwości realizacji głównych zamierzeń. Kontrakty zawarte pod koniec I oraz w II półroczu 2009 roku umożliwią realizację, a nawet w optymistycznej wersji znaczne polepszenie zakładanych parametrów przez spółkę. Działania podjęte w zakładzie umożliwią dodatkowo zwiększenie produkcji, a co za tym idzie będzie możliwość powiększenia zakładanej sprzedaży. Przyjęty na rok 2010 budżet zakłada 40% wzrost przychodów ze sprzedaży wyrobów gotowych.

4.7. Wpływ czynników i nietypowych zdarzeń na wynik.

W rozpatrywanym okresie nie wystąpiły nietypowe zdarzenia mające wpływ na wynik finansowy.

4.8. Charakterystyka czynników rozwoju i funkcjonowania

4.8.1. Czynniki zewnętrzne

Sytuacja makroekonomiczna

Takie czynniki jak tempo wzrostu PKB, poziom inflacji, poziom kursów walut obcych względem złotego, poziom bezrobocia wpływają bezpośrednio na stopień zamożności i siły nabywczej społeczeństwa i w efekcie wielkość popytu zgłaszanego na dobra konsumpcyjne, w tym produkty oferowane przez Hygienikę. Należy jednocześnie zaznaczyć, że z uwagi na charakter produktów oferowanych przez Spółkę – dobra konsumpcyjne pierwszej potrzeby – pogorszenie koniunktury gospodarczej nie powinno mieć istotnego wpływu na ograniczenie konsumpcji tej kategorii produktów, może mieć natomiast niekorzystny wpływ na spowolnienie tempa wzrostu rynku artykułów higienicznych.

Czynniki demograficzne

Dla popytu zgłaszanego na artykuły higieniczne mogą mieć wpływ czynniki demograficzne. W szczególności zmiany popytu będą obserwowane dla produktów przeznaczonych dla najmłodszych (pieluszki) – reakcja na występowanie niżu/wyżu demograficznego.

Poziom kursu walutowego

Silne wahania kursu walutowego mogą w znaczący sposób wpływać na osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe i jego konkurencyjność. Wynika to z faktu, iż Spółka w znaczącym stopniu zaopatruje się w surowce na rynkach zagranicznych. Ponadto, w związku z planami ekspansji, Hygienika oczekuje zwiększenia sprzedaży eksportowej i uzyskiwania większych wpływów w walutach obcych, zwłaszcza w EUR.

Działania firm konkurencyjnych

Na rynku artykułów higienicznych w Polsce Spółka konkuruje z silnymi kapitałowo podmiotami, w tym koncernami międzynarodowymi i firmami o polskim rodowodzie. Plany rozwoju Spółki przewidują odebranie im części rynku zarówno poprzez zwiększenie sprzedaży artykułów z własną marką Spółki, jak i wzrost popularności marek prywatnych wprowadzanych przez sieci handlowe, na którym to rynku Spółka zamierza utrzymać pozycję lidera. Realizacja planów Spółki będzie w dużym stopniu uzależniona od zachowania firm konkurujących z Hygieniką o udział w rynku, w szczególności od stosowanej polityki cenowej, w tym promocji cenowych, unowocześniania i ulepszania produktów, oraz w odniesieniu do produktów markowych – stosowanych działań promocyjnych i reklamowych. Z uwagi na charakter klienta docelowego – osoby o niższych dochodach – dla pozycji Hygieniki na rynku szczególnie istotne mogą być działania podejmowane przez firmy konkurujące w segmencie marek prywatnych.

Barierę wejścia na rynek

Specyfika rynku, na którym działa Spółka powoduje, że istnieją bariery wejścia na rynek dla nowych podmiotów. Wynikają one ze skali nakładów niezbędnych do uruchomienia produkcji, konieczności stworzenia efektywnej i elastycznej organizacji produkcji oraz zapewnienia niezawodnej obsługi logistycznej pozwalającej na realizację dostaw w systemie „just-in-time”. Dodatkowym czynnikiem hamującym wejście nowych podmiotów na rynek jest również konieczność posiadania historii dostaw do sieci handlowych pozwalającej ocenić wiarygodność kontrahenta. Ponadto w ocenie Zarządu istotną barierę do wejścia z konkurencyjną ofertą do Polski lub na rynki krajów Europy Wschodniej dla zagranicznych podmiotów mających zlokalizowane zakłady produkcyjne na terenie państw Europy

Zachodniej lub Centralnej będzie stanowić relatywnie wysoki poziom kosztów transportu, co wynika z cech produktu (połączenie stosunkowo dużej objętości z małą wagą na jednostkę czyni dostawy na duże odległości nieopłacalnymi).

Przewidywany rozwój jednostki

Według dokonanych analiz prognostycznych podaż na produkty higieniczne w Polsce będzie systematycznie rosła. Zadania, które wyznaczył Zarząd, to wykorzystanie tego popytu na zdynamizowanie sprzedaży dotychczasowych produktów oraz poszerzenie oferty handlowej o nowy asortyment.

Hygienika S.A. zintensyfikuje swoje działania w dwóch etapach.

Pierwsze działania mają na celu wykorzystanie istniejących kontraktów oraz zwiększenie sprzedaży o nowe umowy w asortymencie produkcji marek których właścicielami są nasi kontrahenci oraz poszerzenie oferty handlowej w tym zakresie. Działania te pozwolą na zwiększenie produkcji oraz lepsze wykorzystanie parku maszynowego.

Drugi etap związany jest z rozwojem marek Hygienika. SA czyli Bambi i Bambino oraz Linell. Przewiduje on działania sprzedażowe jak i marketingowe które będą miały na celu :

- zwiększenie sprzedaży u obecnych klientów,
- wprowadzenie produktów do nowych klientów,
- zmiany opakowań,
- wprowadzenie nowych produktów,
- promocja produktów,
- działania PR,

Zwiększenie dystrybucji, zintensyfikowanie sprzedaży oraz promocje mają na celu pozyskanie nowych klientów Hygienika S.A.

Następnym etapem jaki jest przewidziany w strategii zarządu jest wprowadzenie innych produktów pod markami Hygieniki, produkowanymi po za zakładem.

W planach spółki jest jak największe wykorzystanie możliwości produkcyjnych oraz sprzedażowych w zakładzie jak również wykorzystanie znaków towarowych w segmencie których działa po przez częściowe zlecenie produkcji na zewnątrz.

Osiągnięcia w zakresie badań i rozwoju

Spółka aktywnie współpracuje z uczelniami (Politechnika Łódzka Wydział Włókienniczy. Akademia Medyczna – Łódź) i placówkami naukowo – badawczymi w celu poprawy doboru surowców, technologii i struktury budowy wytwarzanych produktów.

Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2009 roku sprzedaż wyniosła 30 007 tys. PLN, co oznacza wzrost w odniesieniu do analogicznego okresu roku ubiegłego o 5,9%. W roku 2009 nastąpił wzrost zobowiązań bieżących o 17,6% w stosunku do roku 2008 (po uwzględnieniu wyłączenia zobowiązań z tytułu zakupu nieruchomości w Lublińcu). Główną przyczyną wzrostu zobowiązań w 2009 roku były zwiększone nakłady na remonty linii podyktowane koniecznością zwiększenia wydajności produkcji, a tym samym zapewnienia wywiązywania się w przyszłości z podpisanych kontraktów zakładających 40% wzrost obrotów. W analizowanym okresie Zarząd w celu poprawy kondycji finansowej Spółki realizował plan restrukturyzacji kosztowej. Działania skupione zostały przede wszystkim na:

- pozyskania tańszych surowców
- weryfikacji produktów pod względem marży
- weryfikacja kontrahentów pod względem rentowności
- obniżeniu kosztów sprzedaży oraz kosztów zarządu.
- obniżenie kosztów logistyki
- zmniejszenie kosztów produkcji po przez zwiększanie wydajności.

Restrukturyzacji oraz weryfikacja kosztów oraz działania zmierzające do zwiększenia sprzedaży po określonej marży pozwolą na osiągnięcie przez Hygienikę zamierzonych celów finansowych.

Spadek kursu euro spowodował poprawę wyniku finansowego o 144 tys. PLN (saldo przychodów i kosztów finansowych).

Wykonując nałożony przez MSR 36 wymóg przeprowadzenia wyceny wartości odzyskiwalnej ośrodka wypracowującego środki pieniężne Spółka przeprowadziła testy na utratę wartości. W wyniku przeprowadzonego testu ustalono, że wartość odzyskiwalna przewyższa wartość bilansową, a więc potwierdza, że nie nastąpiła utrata wartości ośrodka wypracowującego środki pieniężne.

4.8.2. Czynniki wewnętrzne: zarządzanie i komputeryzacja

W związku z rozwojem skali działalności, uruchomieniem produkcji nowych wyrobów oraz ekspansją na rynki zagraniczne, Spółka stoi przed koniecznością dostosowania swojej struktury organizacyjnej do zwiększonego zakresu zadań. Umiejętność wdrożenia zmian organizacyjnych, jak również dobór odpowiedniej kadry, tj. handlowców i technologów, które będą miały istotne znaczenie dla sprawnego funkcjonowania Spółki.

Raport finansowy R „Hygienika” S.A. za rok 2009

W roku 2009 Hygienika dokonała istotnych zmian w zakresie organizacji logistyki, zakupu surowców, produkcji, kontroli jakości oraz sprzedaży. Zmiany miały na celu usprawnienie działania poszczególnych komórek i dostosowania ich do realiów rynkowych.

Istotne znaczenie dla polepszenia organizacji ma rozpoczęty plan podnoszenie kwalifikacji pracowników po przez szkolenie wewnętrzne i zewnętrzne.

Spółka zamierza wprowadzić w II połowie roku program obejmujący system motywacyjny uzależniony od efektów pracy. Będzie on obejmował premię w formie dodatkowego dochodu jak również innych niematerialnych korzyści tak jak szkolenia, czy możliwość awansu itd.

Spółka przyjęła „Program motywacyjny dla kadry menedżerskiej Hygienika S.A.. Program podzielony jest na dwie roczne transze obejmujące lata 2010 – 2011. Do objęcia przeznaczonych zostało: za rok 2010 – 583.790 akcji, za rok 2011 – 583.791 akcji. Cena emisyjna uwzględnia motywacyjny charakter. Realizacja programu wymagać będzie:

a/ warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki o kwotę nie większą niż 1.167.581,00 PLN w celu realizacji „Programu motywacyjnego dla kadry menedżerskiej Hygienika S.A.”, poprzez emisję nie więcej niż 1.167.581 akcji zwykłych na okaziciela serii F, z wyłączeniem prawa poboru tych akcji;

b/ emisji warratów subskrypcyjnych serii A w celu realizacji Programu motywacyjnego w ilości nie większej niż 1.167.581, z wyłączeniem prawa poboru tych warratów.

4.9. Znaczące zdarzenia, które miały miejsce po dniu bilansowym

Po dniu bilansowym nie wystąpiły zdarzenia mające wpływ na przyszłą sytuację finansową Spółki.

4.10. Umowy z podmiotami uprawnionymi do badania sprawozdań finansowych

rok	Podmiot	Zakres	koszt usługi netto	data zawarcia umowy
2008	Kancelaria Porad Finansowo - Księgowych dr Piotr Rojek Sp. z o.o. 40-954 Katowice, ul. Powstańców 34,	przegląd śródrocznego sprawozdania finansowego	11 500	17.07.2008
		badanie rocznego sprawozdania finansowego	13 500	
2009	Kancelaria Porad Finansowo - Księgowych dr Piotr Rojek Sp. z o.o. 40-954 Katowice, ul. Powstańców 34,	przegląd śródrocznego sprawozdania finansowego	11 500	17.06.2009
		badanie rocznego sprawozdania finansowego	13 500	

Raport finansowy R „Hygienika” S.A. za rok 2009

Zarząd Spółki:

Prezes Zarządu

Krzysztof Brzozowski

Lubliniec, 19 marca 2009 r.