



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU GRUPY KAPITAŁOWEJ  
HARPER HYGIENICS S.A. ZA III KWARTAŁ 2010 ROKU**

# SPIS TREŚCI

<b>1. WSTĘP PREZESA ZARZĄDU HARPER HYGIENICS S.A. DO SKONSOLIDOWANEGO RAPORTU ZA III KWARTAŁ 2010 ROKU .....</b>	<b>4</b>
<b>2. PODSUMOWANIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ HARPER HYGIENICS .....</b>	<b>6</b>
2.1. Informacja o zasadach polityki rachunkowości i zasadach ustalania wartości składników aktywów i pasywów. ....	6
2.2. Opis ostatnich ważnych zdarzeń w Spółce. ....	6
2.3. Zdarzenia o jednorazowym lub nietypowym charakterze wpływające na wartość aktywów, pasywów, kapitał, przepływy środków pieniężnych lub osiągnięte wyniki finansowe.....	6
2.4. Objasnienie dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności w prezentowanym okresie. ....	7
2.5. Podstawowe dane finansowe za III kwartał 2010 roku.....	7
2.6. Przychody i wyniki przypadające na poszczególne segmenty działalności lub segmenty geograficzne. ....	10
2.7. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy.....	11
2.8. Istotne zdarzenia, które wystąpiły po dniu, na który sporządzono sprawozdanie finansowe, nieujęte w sprawozdaniu za ten okres, a mogące w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej.....	11
<b>3. RYNEK .....</b>	<b>12</b>
3.1. Krótka informacja o czynnikach rynkowych, które wpłynęły na poziom sprzedaży, tempo wzrostu rynku etc. ....	12
3.2. Wybrane wyjątkowe osiągnięcia lub istotne niepowodzenia, w okresie którego dotyczy raport.....	13
3.3. Podsumowanie dotyczące budowania i utrzymywania pozycji rynkowej swoich marek, a także równoległego rozwijania sprzedaży pod markami własnymi, co stwarza podstawę do dalszego wzrostu w następnych latach .....	13
<b>4. POZOSTAŁE INFORMACJE .....</b>	<b>13</b>
4.1. Wybrane dane finansowe, zawierające podstawowe pozycje skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego (również przeliczone na euro) przedstawiające dane narastająco za wszystkie pełne kwartały danego i poprzedniego roku obrotowego, a w przypadku bilansu – na koniec bieżącego kwartału i koniec poprzedniego roku obrotowego. ....	13
4.2. Opis organizacji Grupy Kapitałowej Harper Hygienics ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji. ....	14
4.3. Wskazanie skutków zmian w strukturze Grupy Kapitałowej Harper Hygienics w wyniku połączenia, przejęcia lub sprzedaży jednostek Grupy, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności. ....	15
4.4. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok. ....	15
4.5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na WZA na dzień przekazania raportu wraz ze wskazaniem zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji Harper Hygienics S.A. w okresie od przekazania prospektu emisyjnego. ....	15
4.6. Zestawienie stanu posiadania akcji Harper Hygienics S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę na dzień przekazania raportu, wraz ze	

wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania prospektu emisyjnego.....	16
4.7. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej. ....	16
4.8. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązаныmi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe. ....	16
4.9. Informacje o udzieleniu przez emitenta lub przez jednostkę od niego zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji. ....	17
4.10. Inne informacje, które zdaniem Harper Hygienics S.A. są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupę Kapitałową. ....	18
4.11. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.....	21
4.12. Wskazanie czynników, które w ocenie Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej będą miały wpływ na osiągnięte przez nich wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego półrocza. ....	25

## 1. WSTĘP PREZESA ZARZĄDU HARPER HYGIENICS S.A. DO SKONSOLIDOWANEGO RAPORTU ZA III KWARTAŁ 2010 ROKU

Szanowni Akcjonariusze, Szanowni Państwo,

Trzeci kwartał bieżącego roku był dla spółki sprawdzianem, zarówno w zakresie przyjętej przed kilkoma laty strategii działania, jak również pod względem szybkości reakcji na zmieniającą się sytuację rynkową.

Trzeci kwartał był kontynuacją rosnącej dynamiki przychodów, którą obserwowaliśmy od początku roku. Sprzedaż w tym okresie wyniosła 53,35 mln złotych, co stanowiło 6,2% % wzrostu w stosunku do trzeciego kwartału ubiegłego roku. Tym samym spółka narastająco od początku roku zrealizowała sprzedaż na poziomie blisko 151 mln. złotych, - tj. ponad 17% więcej niż przed rokiem. Jednocześnie zrealizowana EBITDA od początku roku wyniosła ponad 21 mln. złotych, co jest wynikiem o 15% niższym niż w tym samym okresie roku ubiegłego.

Rosnąca dynamika sprzedaży jest zgodna z wcześniejszymi planami spółki, o których mówiliśmy zarówno w procesie IPO jak i w komentarzach do wyników pierwszego półrocza. Natomiast spadająca dynamika EBITDA wymaga pełniejszego wyjaśnienia głównych przyczyn, które się na nią złożyły.

Pierwszą i najistotniejszą przyczyną mającą wpływ na wynik finansowy osiągnięty w trzecim kwartale a tym samym narastająco od początku roku, była rosnąca cena wyczesów bawełnianych, stanowiących główny składnik kosztu wytworzenia w grupie produktów bawełnianych. Ceny wyczesów wzrosły w trzecim kwartale średnio prawie o 30% w porównaniu do cen z tego samego okresu roku ubiegłego. Główną przyczyną tej sytuacji były powodzie w Pakistanie i Chinach, gdzie zostały zniszczone duże obszary upraw bawełny, znacząco ograniczając podaż tego surowca na światowych rynkach. W efekcie ceny na rynku surowej bawełny osiągnęły obecnie poziom najwyższy od 15 lat, co ma wpływ na rynek włókienniczy a pośrednio także na rynek wyczesów bawełnianych. Z tego powodu w samym tylko trzecim kwartale zrealizowana EBITDA była o 1,7 mln. złotych niższa niż w trzecim kwartale 2009, co stanowi 27,3% całej zrealizowanej EBITDA w trzecim kwartale. W odpowiedzi na tę sytuację spółka podjęła kolejne działania w ramach optymalizacji struktury kosztu wytworzenia. Działania te są związane z dwoma projektami z których jeden dotyczy kwestii technologii wytwarzania taśmy bawełnianej, podczas gdy drugi jest nakierowany na zagadnienia związane z zaopatrzeniem w surowiec o odpowiednich parametrach. Oczekujemy pierwszych efektów jednego z tych projektów już w pierwszym kwartale przyszłego roku podczas gdy kolejny z nich powinien zostać uruchomiony w początkach drugiego kwartału 2011.

Drugi ważny czynnik, który miał wpływ na osiągnięty wynik to sytuacja rynkowa związana z częściowym przesunięciem zakupów konsumenckich do segmentu ekonomicznego oraz segmentu marek własnych, przy jednoczesnym zaostrzeniu konkurencji pomiędzy poszczególnymi sieciami detalicznymi. Było to szczególnie widoczne porównując dynamikę kanałów dystrybucyjnych, gdzie w jednej z naszych głównych kategorii (płatki bawełniane), największe wzrosty odnotował kanał dyskontowy z 9% dynamiką w porównaniu do okresu lipiec-sierpień 2009 podczas gdy w kanale hipermarketów, wystąpiła zerowa dynamika w porównaniu do poziomu sprzed roku. Spółka kompensowała te efekty rynkowe poprzez wzrost wolumenów i przychodów, widoczny zarówno na rynku krajowym (12,3% w okresie styczeń - wrzesień), jak i w eksporcie (26,6% w tym samym okresie)

Ostatnim elementem wpływającym na porównanie wyników bieżącego roku do roku ubiegłego jest efekt bazy porównawczej. Trzeci kwartał ubiegłego roku był bardzo udany zarówno pod względem przychodów jak i kosztów, co wpływa na ich dynamikę zrealizowaną w tym samym kwartale bieżącego roku.

Na tym tle kluczem dla utrzymania długofalowego wzrostu była koncentracja na utrzymaniu udziałów rynkowych zarówno w obszarze marki Cleanic oraz Presto jak i marek własnych sieci handlowych, które spółka produkuje. Działania te wymagały zwiększonego wsparcia promocyjnego w szczególności ze względu na wprowadzone nowości, ale także na rzecz produktów już istniejących na rynku. Konsekwentne działania w tym obszarze pozwoliły nam na utrzymanie pozycji lidera w większości kategorii produktowych w których spółka operuje. W młodszych, bardziej innowacyjnych kategoriach produkty Cleanic i Presto zanotowały bardzo obiecujące dynamiki wzrostu, np. w kategorii higieny intymnej (16,8% a w kategorii chusteczek gospodarczych 29,1%. Wprawdzie kategorie te mają jeszcze stosunkowo niski udział w sprzedaży spółki, ale oczekujemy że w najbliższych latach kategorie te i inne podobne staną się motorem wzrostu sprzedaży nowych marek.

Z wyrazami szacunku,

Robert Neymann  
Prezes Zarządu

## **2. PODSUMOWANIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ HARPER HYGIENICS**

### **2.1. Informacja o zasadach polityki rachunkowości i zasadach ustalania wartości składników aktywów i pasywów.**

W ciągu pierwszych trzech kwartałów 2010 roku Grupa Kapitałowa Harper Hygienics nie zmieniła zasad polityki rachunkowości ani nie zmieniła zasad ustalania wartości składników aktywów i pasywów. Zasady stosowane przez Harper Hygienics oraz spółki zależne objęte konsolidacją zostały szczegółowo opisane w informacji dodatkowej do sprawozdania finansowego za III kwartał 2010 roku. Stosowanie powyższych zasad umożliwia rzetelne i prawidłowe ustalenie stanu majątkowego i wyniku finansowego.

### **2.2. Opis ostatnich ważnych zdarzeń w Spółce.**

W dniu 23 lipca 2010 roku odbyło się pierwsze notowanie akcji Spółki na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Moment ten był bardzo ważny dla Spółki gdyż pozwolił on jej wejść do prestiżowego grona spółek giełdowych. Status spółki notowanej publicznie z jednej strony otwiera nowe możliwości finansowania dalszego rozwoju, z drugiej zaś strony narzuca ścisły rygor w zakresie sprawozdawczości finansowej i procedur wewnętrznych oraz transparentności w prowadzeniu działalności gospodarczej.

### **2.3. Zdarzenia o jednorazowym lub nietypowym charakterze wpływające na wartość aktywów, pasywów, kapitał, przepływy środków pieniężnych lub osiągnięte wyniki finansowe.**

W dniu 26 lipca 2010 roku w wyniku realizacji przez Central European Cotton Holdings Ltd prawa do wcześniejszego wykupu Obligacji posiadanych przez Harper Trade Sp. z o.o., doszło do całkowitego zaspokojenia roszczenia przysługującego Harper Trade Sp. z o.o. wobec Central European Cotton Holdings Ltd z tytułu wykupu Obligacji w kwocie 36.088.961,61 złotych (obejmującego zapłatę należności głównej wraz z odsetkami). Tym samym Central European Cotton Holdings Ltd wykupił wszystkie swoje obligacje od Grupy Kapitałowej Harper Hygienics. Informacja o zawarciu umowy oraz o przewidywanym terminie wykupu została przekazana przez Spółkę w raporcie bieżącym nr 7/2010 z dnia 22 lipca 2010 roku.

W dniu 15 września 2010 roku spółka zależna, Harper Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, dokonała przedterminowej spłaty, w łącznej kwocie 30.000.000. złotych, Kredytów C i D zaciągniętych przez Spółkę i Harper Trade na podstawie zawartej z Bankiem Zachodnim WBK S.A. umowy kredytów z dnia 15 maja 2009 roku (ze zmianami), o której to umowie Spółka informowała w rozdziale 11.1.2 Prospektu Emisyjnego zatwierdzonego przez Komisję Nadzoru Finansowego w dniu 28 czerwca 2010 roku (wraz ze zmianami wynikającymi z aneksu nr 1 do tego prospektu). W przypadku Kredytu C, przedterminowa spłata kwoty 15.000.000 złotych spowodowała całkowitą spłatę tego kredytu (udzielnego Harper Trade). W przypadku Kredytu D, przedterminowa spłata kwoty 15.000.000 złotych spowodowała obniżenie całkowitej wartości nominalnej tego kredytu (udzielnego Emitentowi i Harper Trade) do kwoty 51.000.000 złotych. Kwoty wydatkowane przez Harper Trade na przedterminową spłatę powyższych kredytów pochodziły ze środków pieniężnych w kapitale obrotowym Harper Trade, uzyskanych z tytułu przedterminowego wykupu od Harper Trade Obligacji serii A, wyemitowanych przez Central European Cotton Holdings Limited - większościowego akcjonariusza Emitenta. Informacja na ten temat została przekazana w raporcie bieżącym nr 18/2010 z dnia 15 września 2010 roku.

W III kwartale 2010 roku Harper Hygienics S.A. poniósł koszty o charakterze jednorazowym związane z przygotowaniem do notowania na GPW w Warszawie – co obciążyło koszty ogólnego zarządu w tym okresie kwotą 410 tys. złotych, a w całym 2010 roku koszty te wyniosły 1,1 mln złotych.

Poza tymi zdarzeniami, w III kwartale 2010 roku nie wystąpiły zdarzenia jednorazowe lub o nietypowym charakterze wpływające na wartość aktywów, pasywów, kapitał, przepływy środków pieniężnych lub osiągnięte wyniki finansowe.

#### 2.4. Objąsnienie dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności w prezentowanym okresie.

Szeroki wachlarz produktów Spółki w dużym stopniu eliminuje wpływ sezonowości bądź cykliczności sprzedaży właściwy dla niektórych grup produktowych. Grupą produktową, która charakteryzuje się największą cyklicznością sprzedaży jest grupa chusteczek nawilżanych. Sprzedaż produktów z tej grupy przypada w około 30% na miesiące letnie (czerwiec – sierpień). Jednakże ze względu na wysoki i rosnący udział w całym portfolio produktów Spółki z innych grup produktowych wpływ sezonowości występujący w sprzedaży chusteczek nawilżanych jest niwelowany i różnica w poziomie sprzedaży pomiędzy kwartałami wyraźnie się obniża na przestrzeni ostatnich lat.

#### 2.5. Podstawowe dane finansowe za III kwartały 2010 roku.

wybrane dane finansowe	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
przychody netto ze sprzedaży	150 874	128 890	17,1%
zysk brutto ze sprzedaży	55 414	52 528	5,5%
zysk operacyjny	17 071	21 116	-19,2%
zysk netto	10 749	14 343	-25,1%
rentowność zysku brutto ze sprzedaży	36,7%	40,8%	
rentowność zysku netto	7,1%	11,1%	

Wyniki narastająco po trzech kwartałach 2010 pokazują gorszą dynamikę względem analogicznego okresu roku 2009 w porównywaniu z dynamikami osiągniętymi w pierwszym półroczu – w szczególności:

- dynamika zysku brutto ze sprzedaży po trzech kwartałach wynosi +5,5% i obniżyła się w porównaniu do wysokiej (24,2%) dynamiki na koniec pierwszego półrocza 2010,
- dynamika zysku operacyjnego po trzech kwartałach jest ujemna i wynosi -19,2% w porównaniu z dodatnią dynamiką na koniec półrocza wynosząca +7,2%,
- dynamika zysku netto po trzech kwartałach wyniosła -25,1%, w porównaniu z dynamiką w wysokości +20,8% na koniec półrocza.

Niska dynamika wzrostu zysku brutto ze sprzedaży była efektem wzrostu cen wyczesów bawełnianych w kwartale III oraz zaostrzającej się walki konkurencyjnej między klientami marki własnej co przyczyniło się do obniżenia ceny transakcyjnej ze względu na większy udział produktów w wariantach promocyjnych w całości sprzedaży. Zaznaczył się też efekt niższej bazy wynikający z braku sprzedaży do klienta B2B.

Zysk operacyjny w pierwszych trzech kwartałach 2010 roku był niższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego o 4 mln złotych (-19,2%), co jest przede wszystkim efektem wzrostu kosztów wyczesów bawełnianych oraz wspomnianej powyżej sytuacji konkurencyjnej wśród odbiorców Spółki. Do tego należy dodać zwiększone nakłady na wsparcie marketingowo-sprzedażowe nakierowane na

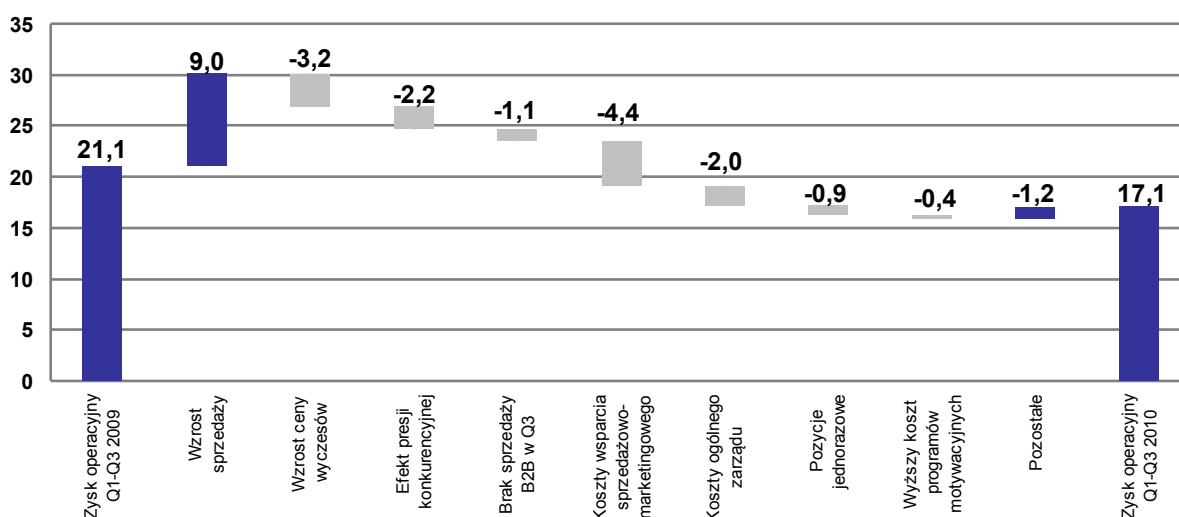
utrzymanie naszych udziałów rynkowych i pozycji lidera w grupie produktów brandowych (wzrost o 4,4 mln złotych, +26,7%).

Na wynik netto, który obniżył się o 3,6 mln złotych w stosunku do ubiegłego roku, oprócz czynników wspomnianych powyżej, wpływ miały również koszty jednorazowe związane z otwarciem nowego centrum dystrybucyjnego w Garwolinie oraz koszty związane z wejściem na GPW w Warszawie. Łączna kwota kosztów poniesiona z tych dwóch tytułów wyniosła blisko 1,4 mln złotych. Do tego należy dodać koszt programów motywacyjnych dla kadry zarządzającej, który w 2010 roku był wyższy o 404 tys. złotych niż w tym samym okresie w poprzednim roku.

Warte odnotowania jest natomiast, że w trakcie trzech kwartałów 2010 roku marża brutto na sprzedaży produktów brandowych, pomimo wzrostu cen surowców, wykazała w tym samym okresie wzrost o 3 punkty procentowe.

Ze względu na duże nagromadzenie negatywnych czynników w samym trzecim kwartale 2010 i znaczący wpływ wyników tego kwartału na pogorszenie się rentowności i dynamiki wyników za cały okres 1-3Q 2010, poniżej prezentujemy szczegółowe wyjaśnienie najważniejszych pozycji mających wpływ na wyniki narastająco za trzy kwartały 2010 roku.

Grupa Kapitałowa - zmiana wyniku operacyjnego Q1-Q3 2010 vs Q1-Q3 2009 [MPLN]



#### Dane finansowe za trzeci kwartał 2010 roku

wybrane dane finansowe	Q3 2010	Q3 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
przychody netto ze sprzedaży	53 350	50 240	6,2%
zysk brutto ze sprzedaży	18 406	22 740	-19,1%
zysk operacyjny	4 596	9 480	-51,5%
zysk netto	2 153	7 229	-70,2%
rentowność zysku brutto ze sprzedaży	34,5%	45,3%	
rentowność zysku netto	4,0%	14,4%	

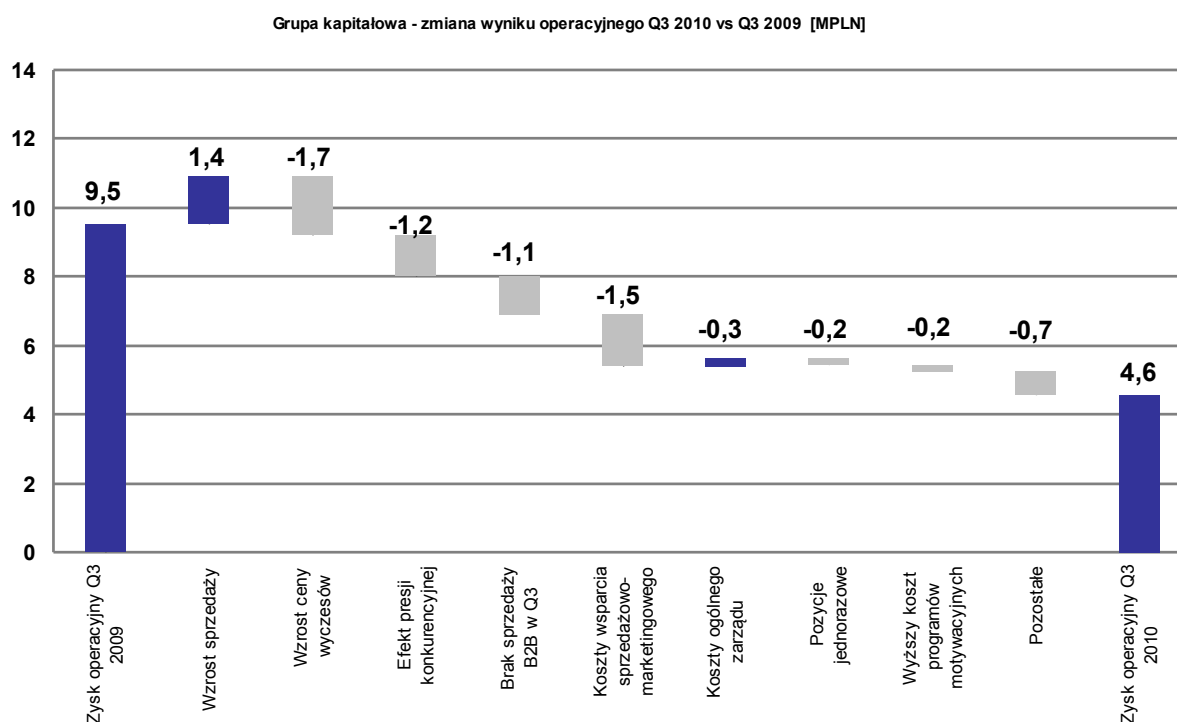


W III kwartale 2010 roku w wyniku pogorszenia rentowności, wszystkie kategorie zysku odnotowały ujemne dynamiki względem III kwartału 2009 roku. Na ten efekt złożyły się zarówno czynniki o charakterze jednorazowym lub wynikające z bazy porównawczej, jak i trudna sytuacja rynkowa zarówno po stronie przychodowej, głównie na rynku polskim, jak i po stronie kosztowej - gwałtowny wzrost ceny wyczesów bawełnianych stanowiących główny składnik kosztu wytworzenia produktów bawełnianych.

Wpływ poszczególnych czynników na poziom zrealizowanego zysku operacyjnego można oszacować w sposób następujący:

- koszty o charakterze jednorazowym zaliczone do wyników Q3 2010 z wejściem na GPW (0,4 mln złotych)
- brak oportunistycznej sprzedaży taśmy bawełnianej w III kwartale 2010 roku do klienta B2B we Francji – w efekcie „utracony” zysk operacyjny w wysokości 1,1 mln złotych
- wzrost kosztów wytworzenia o 1,7 mln kwartał-do-kwartału z tytułu wzrostu ceny wyczesów o 29,2% w III kwartale 2010 względem analogicznego okresu roku ubiegłego
- wzrost wydatków marketingowo-sprzedażowych w III kwartale 2010 względem III kwartału 2009 o 1,5 mln złotych
- gorszy price-mix (średnia cena transakcyjna) będąca efektem presji konkurencyjnej między klientami marki własnej – efekt na poziomie zysku operacyjnego ok. 1,2 mln złotych.

Poniżej prezentujemy szczegółowe wyjaśnienie najważniejszych pozycji mających wpływ na wyniki trzeciego kwartału 2010 roku w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.



## 2.6. Przychody i wyniki przypadające na poszczególne segmenty działalności lub segmenty geograficzne.

**tabela 1. sprzedaż netto w podziale na kraj i zagranicę**

przychody netto	1-3Q 2010		1-3Q 2009	
	tys. PLN	udział %	tys. PLN	udział %
sprzedaż krajowa	96 309	63,8%	85 783	66,6%
sprzedaż eksportowa	54 564	36,2%	43 108	33,4%
sprzedaż netto razem	150 874		128 890	

**tabela 2. sprzedaż netto w ujęciu geograficznym**

przychody netto	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
sprzedaż krajowa	96 309	85 783	12,3%
sprzedaż eksportowa	54 564	43 108	26,6%
Rosja	18 996	11 206	69,5%
Ukraina	8 035	9 039	-11,1%
Rumunia	2 607	735	254,7%
Pozostałe kraje	24 926	22 127	12,6%
sprzedaż netto razem	150 874	128 890	17,1%

**tabela 3. sprzedaż netto w podziale na brand i markę własną**

przychody netto	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
brand razem	66 849	65 953	1,4%
marka własna razem	84 025	62 937	33,5%
sprzedaż netto razem	150 874	128 890	17,1%

Sprzedaż w eksporcie rozwija się dynamiczniej (+27%) niż w kraju (+12%) pomimo zakończenia współpracy z jednym z odbiorców zagranicznych B2B oraz zmniejszającej się sprzedaży na jednym z kluczowych rynków Ukrainy.

Sprzedaż w Polsce oraz na rynkach eksportowych wykazuje dalszą tendencję wzrostową jednak przy niższej dynamice sprzedaży brandowej. Sytuacja ta jest głównie wynikiem spowolnienia rozwoju kanału hipermarketów w kategoriach kosmetycznych. Pomimo tego hipermarkety stanowią nadal podstawowy kanał dystrybucyjny dla produktów brandowych w kategorii bawełnianej. Silnie rosnącym kanałem stają się natomiast sieci dyskontowe oraz chemiczno-kosmetyczne, których dynamika rok do roku przewyższa blisko dwukrotnie dynamikę kanału hipermarketów. Pomimo tego Spółka osiąga przyrosty ze sprzedaży w kanale hipermarketów oraz na całym rynku, dzięki dobrze dopasowanemu portfelowi produktów marek własnych.

Jednocześnie silne wsparcie marketingowe, które spółka zastosowała w okresie Q3 dla produktów marki Cleanic, Ola i eksportowej Nieżność, pozwoliło na uzyskanie średniego wzrostu sprzedaży brand na poziomie wyższym o 1,4% i utrzymaniu pozycji lidera w głównych kategoriach bawełnianych.

Warto podkreślić wysokie wzrosty sprzedaży odnotowane na rynku rosyjskim i rumuńskim, odpowiednio +70% i +255%, które są efektem dalszego, konsekwentnego zwiększania dystrybucji, rozwoju dedykowanych działań promocyjnych dla produktów brandowych oraz przygotowania portfela produktowego odpowiadającego na potrzeby konsumenta i klienta na tych rynkach - między innymi uruchomienie nowych kontraktów dla marek własnych.

Jedynie na rynku ukraińskim spółka odnotowała spadki sprzedaży chociaż tempo spadku wyhamowało z -14,1% w I półroczu do -5,6% w III kwartale. Jest to wynik lepszego dopasowania strategii spółki do zmieniającej się, jednak ciągle jeszcze kryzysowej sytuacji na rynku Ukrainy.

Dynamika sprzedaży na rynku polskim wyniosła 12,3%, co wynika z jednej strony z utrzymania wysokich udziałów w rynku brandowym przy jednoczesnym rozszerzeniu współpracy z klientami marek własnych. W grupie marek własnych, Spółka osiągnęła dobre wyniki sprzedaży między innymi dzięki wprowadzeniu nowych produktów z obecnymi klientami, podpisywaniu nowych kontraktów oraz wykorzystując ogólny rosnący trend marek własnych.

Wysoka dynamika sprzedaży na rynkach eksportowych związana jest z dalszym silnym rozwojem produktów brandowych jak również uruchomieniem nowych kontraktów dla marek własnych, szczególnie na rynkach Europy Zachodniej.

**tabela 4. sprzedaż netto wg kategorii**

przychody netto	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
przychody netto ze sprzedaży	150 874	128 890	17,1%
Płatki	57 975	49 937	16,1%
Patyczki	22 284	16 919	31,7%
chusteczki nawilżane	61 081	51 581	18,4%
Pozostałe	9 534	10 453	-8,8%

Należy także podkreślić stabilną strukturę wzrostu sprzedaży realizowanej przez Spółkę w poszczególnych grupach produktowych. Wynika ona z równoległego zwiększania sprzedaży we wszystkich przekrojach: kraj vs. eksport, eksport na rynki zachodnie vs. eksport na rynki wschodnie, sprzedaż brand vs. sprzedaż marka własna oraz w poszczególnych kategoriach produktowych.

## **2.7. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy**

W trzecim kwartale 2010 roku Spółka nie wypłaciła dywidendy ani też Zarząd nie rekomendował takiej wypłaty w przyszłości.

## **2.8. Istotne zdarzenia, które wystąpiły po dniu, na który sporządzono sprawozdanie finansowe, nieujęte w sprawozdaniu za ten okres, a mogące w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej.**

Do dnia przekazania niniejszego sprawozdania nie wystąpiły żadne istotne zdarzenia mogące w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej poza opisanymi poniżej.

W dniu 11 października 2010, Spółka zawarła z Zakładami Naprawczymi Taboru Kolejowego Mińsk Mazowiecki S.A. (Sprzedający), umowę przyrzeczoną sprzedaży prawa użytkowania wieczystego

nieruchomości, w wykonaniu warunkowej umowy przedwstępnej sprzedaży z dnia 1 kwietnia 2010 roku.

Przedmiotowe prawo użytkowania wieczystego nieruchomości zostało nabyte za cenę sprzedaży wynoszącą łącznie 5 046 522,00 złotych netto, powiększoną o należny podatek VAT, tj. w sumie 6.156.756,84 złotych.

Zgodnie z decyzją Regionalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska w Warszawie z dnia 11 maja 2010 roku, część Nieruchomości podlega obowiązkowi rekultywacji, który może być wykonany zarówno przez Sprzedającego, jaki i Emitenta, ze skutkiem w postaci zwolnienia stron z jakichkolwiek obowiązków związanych z oczyszczeniem Nieruchomości także po jej nabyciu przez Emitenta.

Nieruchomość położona jest w bezpośrednim sąsiedztwie należących do Emitenta gruntów przy ul. Generała Kazimierza Sosnkowskiego 34, gdzie znajduje się główny zakład produkcyjny Emitenta, magazyn oraz budynek biurowy. Nieruchomość znajduje się na terenie o przeznaczeniu przemysłowo-budowlanym, na którym możliwe jest zlokalizowanie inwestycji w postaci budowy i kontynuacji obiektów i budynków Emitenta (Nieruchomość zostanie przeznaczona pod budowę nowej hali fabrycznej Emitenta).

Informacja o tej transakcji została przekazana w raporcie bieżącym nr 22/2010 z dnia 12 października 2010 roku.

### **3. RYNEK**

#### **3.1. Krótka informacja o czynnikach rynkowych, które wpłynęły na poziom sprzedaży, tempo wzrostu rynku etc.**

W dwóch pierwszych miesiącach 3 kwartału 2010 roku większość segmentów produktowych, w których obecne są produkty Harper Hygienics (płatki suche do demakijażu, patyczki higieniczne, chusteczki i płyny do higieny intymnej) wykazywały pozytywną dynamikę wzrostu w porównaniu do analogicznego okresu roku 2009. Jedynym segmentem z negatywną dynamiką były chusteczki do demakijażu, co związane jest z dużą sezonowością tej kategorii produktowej. Dwie największe dla Harper Hygienics kategorie produktowe – płatki suche do demakijażu, oraz chusteczki do pielęgnacji dzieci – także wykazały pozytywne dynamiki rozwoju, a co istotne, chustki dla dzieci po widocznym spadku dynamiki w poprzednich miesiącach, zaraportowały w ostatnim okresie 4% wzrost w wartości.

Na dynamiki rozwoju większości kategorii największy wpływ mają czynniki związane z rozwojem marek własnych sieci dyskontowych, jak i sieci hiper i supermarketów. Jednocześnie w niektórych segmentach (np. chusteczki dla dzieci) obserwujemy silne działania promocyjne i cenowe ze strony głównych graczy – jak np. Procter&Gamble.

Spośród głównych rynków eksportowych, Rosja oraz Rumunia wykazują pozytywne dynamiki wzrostów w głównych kategoriach produktowych. Pomimo dużej presji konkurencyjnej i silnej obecności lokalnych graczy marka Cleanic sukcesywnie wzmacnia swoją obecność terytorialną jak i skutecznie konkuruje o zakup konsumencki.

Z kolei na Ukrainie, po stosunkowo trudnych początkowych miesiącach tego roku, gdzie silnie odczuwane były skutki kryzysu ekonomicznego z roku 2009, ostatnie miesiące wskazują na odbudowywanie się popytu konsumenckiego i poprawę koniunktury handlowej co widać we wzroście sprzedaży produktów markowych takich jak Cleanic.

### 3.2. Wybrane wyjątkowe osiągnięcia lub istotne niepowodzenia, w okresie którego dotyczy raport

W całym okresie 3 kwartału 2010 roku Spółka kładła szczególny nacisk na wdrożenie wszystkich inicjatyw produktowych i działań konsumenckich, które zostały przygotowane w pierwszym półroczu 2010r. W szczególności obejmowało to takie projekty jak: nowe warianty Presto, nowe chusteczki do higieny intymnej, płatki do demakijażu Sensitive, patyczki higieniczne Sensitive, chusteczki odświeżające Travel, chusteczki do higieny intymnej 20 sztuk, chusteczki dla dzieci Kindii 108 sztuk, opakowania promocyjne (multipacki) dla chusteczek dla dzieci.

### 3.3. Podsumowanie dotyczące budowania i utrzymywania pozycji rynkowej swoich marek, a także równoległego rozwijania sprzedaży pod markami własnymi, co stwarza podstawę do dalszego wzrostu w następnych latach

W ostatnim okresie badawczym raportowanym przez Nielsen (JA 2010) marka Cleanic zaraportowała solidne udziały rynkowe w większości kategorii produktowych, w których jest obecna. I tak w szczególności o blisko 1 p.p. poprawiła się pozycja Cleanic w segmencie płatków suchych do demakijażu gdzie jednocześnie wzmocniona została pozycja tej marki jako lidera segmentu. Podobnie w segmencie chusteczek do higieny intymnej marka Cleanic znacząco zwiększyła swoje udziały (6 p.p.). W pozostałych segmentach udziały pozostały bez zmian, bądź delikatnie spadły (np. w kategorii chustek dla dzieci, gdzie jednak widoczne jest wyraźna tendencja do odwrócenia poprzedniej niekorzystnej sytuacji).

Z perspektywy producenta Harper Hygienics pozostaje w dalszym ciągu liderem we wszystkich kategoriach produktowych, w których jest obecny na rynku polskim, budując swoje marki i wykorzystując tendencje wzrostowe w rynku marek własnych.

## 4. POZOSTAŁE INFORMACJE

### 4.1. Wybrane dane finansowe, zawierające podstawowe pozycje skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego (również przeliczone na euro) przedstawiające dane narastająco za wszystkie pełne kwartały danego i poprzedniego roku obrotowego, a w przypadku bilansu – na koniec bieżącego kwartału i koniec poprzedniego roku obrotowego.

tabela 5. wybrane dane finansowe

Wyszczególnienie	1-3Q 2010		1-3Q 2009	
	tys. PLN	tys. EUR	tys. PLN	tys. EUR
Przychody netto ze sprzedaży	150 874	37 693	128 890	29 298
zysk brutto ze sprzedaży	55 414	13 844	52 528	11 940
zysk z działalności operacyjnej	17 071	4 265	21 116	4 800
zysk brutto	12 506	3 124	18 156	4 127
zysk /strata/ netto	10 749	2 686	14 343	3 260
EBITDA	21 305	5 323	25 061	5 697

**tabela 6. wybrane dane bilansowe**

Aktywa	30-09-2010		31-12-2009	
	tys. PLN	tys. EUR	tys. PLN	tys. EUR
aktywa trwale	59 887	15 021	109 728	26 710
aktywa obrotowe	82 445	20 678	69 885	17 011
aktywa razem	142 332	35 699	179 613	43 721

**tabela 7. wybrane dane bilansowe**

Pasywa	30-09-2010		31-12-2009	
	tys. PLN	tys. EUR	tys. PLN	tys. EUR
kapitał własny	14 351	3 600	21 651	5 270
zobowiązania długoterminowe	72 333	18 142	106 048	25 814
zobowiązania krótkoterminowe	55 647	13 957	51 914	12 637
pasywa razem	142 332	35 699	179 613	43 721

W III kwartale 2010 roku Grupa Kapitałowa Harper Hygienics S.A. nie posiadała istotnych zobowiązań pozabilansowych

#### **4.2. Opis organizacji Grupy Kapitałowej Harper Hygienics ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji.**

Na dzień 30 września 2010 roku w skład Grupy Kapitałowej Harper Hygienics wchodziły w rozumieniu przepisów Ustawy o Rachunkowości, oprócz jednostki dominującej Harper Hygienics S.A.:

1. Harper Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie  
Dnia 30 czerwca 2009 r. Harper Hygienics S.A. nabył od Trinity Shelf Companies Sp. z o.o. spółkę Melesio Investments Sp. z o.o., której nazwa została zmieniona następnie na Harper Trade Sp. z o.o., zaś na podstawie umowy z dnia 31 grudnia 2009 roku przeniósł zorganizowaną część przedsiębiorstwa na Harper Trade Sp. z o.o. w zmian za nowoutworzone udziały w Harper Trade Sp. z o.o. Od 2010 roku spółka Harper Trade Sp. z o.o. zajmuje się dystrybucją, sprzedażą oraz marketingiem produktów wytwarzanych w ramach Grupy Kapitałowej Harper Hygienics.
2. Harper Hygienics Rus OOO z siedzibą w Moskwie
3. Spółka Harper Hygienics Rus OOO została utworzona w dniu 19 lipca 2005 roku i zajmuje się pozyskiwaniem klientów i dystrybucją produktów Grupy na rynku rosyjskim.
4. Harper Production OOO z siedzibą w Jarcewie  
Spółka Harper Production OOO została utworzona w dniu 23 maja 2006 roku i ma docelowo pełnić rolę centrum produkcyjno-logistycznego Grupy na rynku rosyjskim.

Harper Hygienics S.A. posiada 100% udziałów w kapitałach zakładowych oraz 100% głosów na zgromadzeniach wspólników wyżej opisanych spółek. Wszystkie te spółki podlegają ujęciu w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych Grupy Harper Hygienics za rok 2009 oraz za III kwartał 2010 roku.

**4.3. Wskazanie skutków zmian w strukturze Grupy Kapitałowej Harper Hygienics w wyniku połączenia, przejęcia lub sprzedaży jednostek Grupy, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.**

W III kwartale 2010 roku struktura Grupy Kapitałowej Harper Hygienics nie uległa zmianie.

**4.4. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok.**

Harper Hygienics S.A. nie publikował prognoz wyników na 2010 rok.

**4.5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na WZA na dzień przekazania raportu wraz ze wskazaniem zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji Harper Hygienics S.A. w okresie od przekazania ostatniego raportu okresowego.**

**Akcjonariusze posiadający powyżej 5% głosów na WZA wg stanu na dzień 15 listopada 2010 r.**

nazwa akcjonariusza - siedziba	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZA	% udział w ogólnej liczbie głosów na WZA
Central European Cotton Holdings Ltd. – Irlandia	38 170 000	74,59%	38 170 000	74,59%
PKO BP Bankowy Otwarty Fundusz Emerytalny S.A.	2 569 473	5,02%	2 569 473	5,02%
Aviva OFE Aviva BZ WBK – Warszawa	2 560 000	5,0%	2 560 000	5,0%

W dniu 13 października 2010, Harper Hygienics, otrzymał zawiadomienie o zmianie ogólnej liczby głosów w Spółce od PKO BP Bankowego Otwartego Funduszu Emerytalnego S.A. (dalej Akcjonariusz)

Zgodnie z przekazaną informacją w wyniku rozliczenia w dniu 12.10.2010, transakcji kupna akcji Spółki, udział Akcjonariusza przekroczył 5,00% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki.

Bezpośrednio przed zmianą udziału, Akcjonariusz posiadał 2.557.471 (słownie: dwa miliony pięćset pięćdziesiąt siedem tysięcy czterysta siedemdziesiąt jeden) akcji Spółki (5,00% udziału w kapitale zakładowym) dających prawo do 2.557.471 (słownie: dwóch milionów pięćset pięćdziesiąt siedem tysięcy czterystu siedemdziesiąt jeden) głosów na walnym zgromadzeniu Spółki (5,00% udziału w ogólnej liczbie głosów)

Obecnie Akcjonariusz posiada 2.569.473 (słownie: dwa miliony pięćset sześćdziesiąt dziewięć tysięcy czterysta siedemdziesiąt trzy) akcji Spółki (5,02% udziału w kapitale zakładowym), dającym prawo do 2.569.473 (słownie: dwóch milionów pięćset sześćdziesiąt dziewięć tysięcy czterystu siedemdziesiąt trzech) głosów na walnym zgromadzeniu Spółki (5,02% udziału w ogólnej liczbie głosów).

Spółka informowała o powyższym zdarzeniu w raporcie bieżącym nr 23/2010 z dnia 14.10.2010

**4.6. Zestawienie stanu posiadania akcji Harper Hygienics S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę na dzień przekazania raportu, wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania ostatniego raportu okresowego.**

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania żadna z osób zarządzających i nadzorujących w Grupie Kapitałowej Harper Hygienics S.A. nie posiadała akcji Spółki Harper Hygienics S.A. ani uprawnień do nich. W okresie od ostatniego raportu okresowego do dnia publikacji przedmiotowego raportu sytuacja nie uległa zmianie.

**4.7. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.**

Spór z Clinique Laboratories, Inc. dotyczący znaków towarowych „CLEANIC dzidzius” oraz CLEANIC”.

Urząd Patentowy RP decyzjami z dnia 27 października 2010 roku oddalił w całości sprzeciw Clinique Laboratories, Inc. z siedzibą w State Delaware wobec rejestracji przez Spółkę znaków towarowych CLEANIC dzidzius (R-169920) i CLEANIC (R-170657) w zakresie udzielenia Spółce prawa ochronnego na w/w znaki towarowe w klasach, odpowiednio – 03, 05, 16 oraz 03, 05, 16, 20. Decyzja nie jest ostateczna, a stronom przysługuje prawo wniesienia skargi do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie w terminie 30 dni od dnia doręczenia decyzji.

Wskazane postępowania zostały dokładnie opisane w punkcie 22.1 pkt. 2 Prospektu Emisyjnego. Spór z Przedsiębiorstwem Chemii Gospodarczej Pollena S.A. dotyczący znaku towarowego „Cleanic dzidzius”.

Urząd Patentowy RP decyzją z dnia 20 października 2010 roku oddalił w całości sprzeciw Przedsiębiorstwa Chemii Gospodarczej „Pollena” S.A. z siedzibą w Ostrzeszowie wobec rejestracji przez Spółkę znaku towarowego Cleanic dzidzius (R-169920) w zakresie udzielenia Spółce prawa ochronnego na znak towarowy Cleanic dzidzius (R-169920) w klasie 03, w zakresie chusteczek nasączonych płynami kosmetycznymi. Decyzja nie jest ostateczna, a stronom przysługuje prawo wniesienia skargi do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie w terminie 30 dni od dnia doręczenia decyzji.

Wskazane postępowanie zostało dokładnie opisane w punkcie 22.2 Prospektu Emisyjnego.

Stan pozostałych postępowań sądowych, administracyjnych i arbitrażowych opisanych w punkcie 22 Prospektu Emisyjnego nie uległ zmianie.

W III kwartale 2010r nie zostały wszczęte postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego ani organami administracji publicznej dotyczące zobowiązań lub wierzytelności Spółki, a także podmiotów od niej zależnych, których pojedyncza lub łączna wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Harper Hygienics S.A. Takie postępowania nie zostały także wszczęte do dnia publikacji raportu.

**4.8. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.**

Transakcje zawarte w III kwartale 2010 roku z podmiotami powiązanymi, były transakcjami typowymi. Ich charakter i warunki wynikały z bieżącej działalności operacyjnej Harper Hygienics S.A. i jednostek zależnych. Transakcje te są realizowane na normalnych zasadach rynkowych.



W trzecim kwartale 2010 roku Central European Cotton Holdings Ltd. wykupił od Harper Trade Sp. z o.o. swoje obligacje za kwotę 36.088.961,61 złotych (obejmującego zapłatę należności głównej wraz z odsetkami). Opis tej transakcji jest zawarty w części 2.3 niniejszego sprawozdania.

Zestawienie umów zawartych pomiędzy Harper Hygienics SA a Harper Trade Sp. z o.o. w związku z wniesieniem zorganizowanej części przedsiębiorstwa do Harper Trade Sp. z o.o. Przedmiotowe umowy zostały zawarte na warunkach rynkowych.

Lp.	Oznaczenie stron		Data umowy	Istotne postanowienia
1.	Harper Hygienics S.A	Harper Trade Sp. z o.o.	25.01.2010	Umowa świadczenia usług regulująca prawa i obowiązki stron w zakresie świadczenia przez Harper Trade Sp. z o.o. na rzecz Emitenta usług finansowo-księgowych, logistycznych, zarządzania i kontrolą jakości, obsługi kadrowej, HR i BHP, administrowania nieruchomościami planowania w zakresie produkcji oraz usług zakupowych. Umowa została zawarta na czas nieoznaczony. Każda ze stron ma prawo do rozwiązania umowy z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego.
2.	Harper Hygienics S.A	Harper Trade Sp. z o.o.	05.01.2010	Ramowa umowa regulująca prawa i obowiązki stron w zakresie sprzedaży towarów wyprodukowanych przez Emitenta do dnia 31 grudnia 2009 roku. Przedmiotowa umowa została zawarta w związku z zawartą w dniu 31 grudnia 2009 roku pomiędzy Emitentem a Harper Trade Sp. z o.o. umową przeniesienia zorganizowanej części przedsiębiorstwa. Celem umowy jest uregulowanie zasad wzajemnej współpracy w zakresie realizacji umów handlowych Emitenta do czasu przeniesienia przez Emitenta na Harper Trade Sp. z o.o. praw i obowiązków Emitenta ze wszystkich umów handlowych Emitenta.
3.	Harper Hygienics S.A	Harper Trade Sp. z o.o.	04.01.2010	Ramowa umowa współpracy regulująca prawa i obowiązki stron w zakresie wytwarzania przez Emitenta na zlecenie Harper Trade Sp. z o.o. artykułów kosmetycznych i higienicznych. Umowa została zawarta na czas nieoznaczony. Każda ze stron ma prawo do rozwiązania umowy z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec kwartału kalendarzowego.
4.	Harper Hygienics S.A	Harper Trade Sp. z o.o.	01.01.2010	Umowa najmu powierzchni magazynowych o pow. 500 m2 znajdujących się w budynku zlokalizowanym na nieruchomości, do której Emitentowi przysługuje prawo użytkowania wieczystego, położonej w Mińsku Mazowieckim przy ul. Sosnkowskiego 34. Umowa została zawarta na czas nieoznaczony. Każda ze stron ma prawo do rozwiązania umowy z zachowaniem 1-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego.

#### **4.9. Informacje o udzieleniu przez Spółkę lub przez jednostkę od niej zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji.**

W III kwartale 2010 roku Spółka ani żadna spółka zależna nie udzielała innych pożyczek poręczeń kredytu, pożyczki ani też nie udzielała gwarancji.

**4.10. Inne informacje, które zdaniem Harper Hygienics S.A. są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupę Kapitałową.**

W dniu 15 września 2010 roku spółka zależna Emitenta - Harper Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, dokonała przedterminowej spłaty, w łącznej kwocie 30.000.000. PLN, Kredytów C i D zaciągniętych przez Emitenta i Harper Trade na podstawie zawartej z Bankiem Zachodnim WBK S.A. umowy kredytów z dnia 15 maja 2009 roku (ze zmianami), o której to umowie Emitent informował w rozdziale 11.1.2 Prospektu Emisyjnego zatwierdzonego przez Komisję Nadzoru Finansowego w dniu 28 czerwca 2010 roku (wraz ze zmianami wynikającymi z aneksu nr 1 do tego prospektu). W przypadku Kredytu C, przedterminowa spłata kwoty 15.000.000 PLN spowodowała całkowitą spłatę tego kredytu (udzielonego Harper Trade). W przypadku Kredytu D, przedterminowa spłata kwoty 15.000.000 PLN spowodowała obniżenie całkowitej wartości nominalnej tego kredytu (udzielonego Emitentowi i Harper Trade) do kwoty 51.000.000 PLN. Kwoty wydatkowane przez Harper Trade na przedterminową spłatę powyższych kredytów pochodziły ze środków pieniężnych w kapitale obrotowym Harper Trade, uzyskanych z tytułu przedterminowego wykupu od Harper Trade Obligacji serii A, wyemitowanych przez Central European Cotton Holdings Limited - większościowego akcjonariusza Emitenta (o czym Emitent informował w raporcie bieżącym nr 7/2010 z dnia 22 lipca 2010 roku). O powyższym wydarzeniu Emitent informował w raporcie bieżącym nr 18/2010 z dnia 15 września 2010 roku.

W dniu 14 października 2010 roku Emitent otrzymał zawiadomienie z Sądu Rejonowego w Mińsku Mazowieckim, V Wydział Ksiąg Wieczystych o dokonaniu w dniu 5 października 2010 roku wpisu hipoteki umownej kaucyjnej na prawie użytkownika wieczystego nieruchomości należącej do Spółki, położonej przy ul. Sosnkowskiego 34 w Mińsku Mazowieckim stanowiącej działki ewidencyjne nr 2614/14, 2614/25, 2614/27, przysługującemu Spółce do maksymalnej kwoty 45 mln zł (słownie: czterdzieści pięć milionów złotych) na rzecz Banku Zachodniego WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu (Bank) celem zabezpieczenia spłaty kredytu długoterminowego przeznaczonego na spłatę zadłużenia Spółki.

Hipoteka zabezpiecza spłatę wierzytelności Banku w kwocie maksymalnej do 30 mln zł. wobec Spółki i spółki Harper Trade sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie zobowiązanych jako dłużnicy solidarni z tytułu kredytu udostępnionego na mocy umowy kredytowej z dnia 19 lipca 2007 roku, zmienionej umową kredytową z dnia 15 maja 2009 roku. Wyżej wymieniona umowa kredytowa została szczegółowo opisana w punkcie 3.2.8 Prospektu Emisyjnego.

Hipoteka ma równe pierwszeństwo z hipotekami kaucyjnymi wpisanymi pod numerami 5,6,7,8,9 i 10.

Wartość ewidencyjna przedmiotu zabezpieczenia w księgach rachunkowych Spółki na dzień 30.06.2010 roku, zgodnie ze śródrocznym skróconym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym, wynosiła 14.040,7 tys. zł.

Ustanowiona hipoteka przewyższa równowartość 1.000.000 euro, przeliczonej wg kursu średniego NBP, obowiązującego w dniu powstania obowiązku informacyjnego. O powyższym wydarzeniu Emitent informował w raporcie bieżącym nr 25/2010 z dnia 15 października 2010 roku.

W dniu 18 października 2010 roku Emitent otrzymał postanowienie Sądu Rejonowego dla M. St. Warszawy w Warszawie, Wydział XI Gospodarczy – Rejestr Zastawów z dnia 30 września 2010 roku o dokonaniu wpisu zastawu rejestrowego na mieniu ruchomym Spółki, znajdującym się przy ul. Gen. K. Sosnkowskiego 34 w Mińsku Mazowieckim, celem zabezpieczenia wierzytelności Banku Zachodniego WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu (Bank) do najwyższej sumy zabezpieczenia 45 mln zł (słownie: czterdzieści pięć milionów złotych).

Zastaw zabezpiecza spłatę wierzytelności Banku wobec Spółki i spółki Harper Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jako dłużników solidarni z tytułu kredytu udostępnionego na mocy umowy kredytowej z dnia 19 lipca 2007 roku, zmienionej umową kredytową z dnia 15 maja 2009 roku, a następnie kilkakrotnie aneksowaną, a także koszty egzekucji oraz każdą wierzytelność z tytułu, w zależności od przypadku, odsetek, opłat należnych Bankowi oraz dodatkowych zobowiązań do dokonania płatności, z zastrzeżeniem, że całkowita wysokość takich wierzytelności nie przekroczy 45 mln zł (słownie: czterdzieści pięć milionów złotych).

Wyżej wymieniona umowa kredytowa została szczegółowo opisana w punkcie 3.2.8 Prospektu Emisyjnego

Wartość ewidencyjna przedmiotu zabezpieczenia według skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej, stanowiącego część śródrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, sporządzonego na dzień 30.06.2010 roku, wynosi 171.863.500 zł (słownie: sto siedemdziesiąt jeden milionów osiemset sześćdziesiąt trzy tysiące pięćset złotych).

Ustanowiony zastaw rejestrowy przewyższa równowartość 1.000.000 euro, przeliczonej wg kursu średniego NBP, obowiązującego w dniu powstania obowiązku informacyjnego.

O powyższym wydarzeniu Emitent informował w raporcie bieżącym nr 26/2010 z dnia 19 października 2010 roku.

Zmiany w Radzie Nadzorczej w III kwartale 2010 roku

**tabela 8. skład Rady Nadzorczej Harper Hygienics S.A. na dzień 30.06.2010**

Lp	Imię i Nazwisko	Funkcja w Radzie Nadzorczej	uwagi
1	Michał Rusiecki	Przewodniczący RN	
2	Jakub Chechelski	Wiceprzewodniczący RN	
3	Andrzej Kacperski	Członek RN	
4	Mirosław Stachowicz	Członek RN	
5	Edyta Kurek	Członek RN	
6	Gerlinde Rosener	Członek RN	rezygnacja z dniem 01.09.2010

**tabela 9. skład Rady Nadzorczej Harper Hygienics S.A. na dzień 09.09.2010**

Lp	Imię i Nazwisko	Funkcja w Radzie Nadzorczej	Uwagi
1	Michał Rusiecki	Przewodniczący RN	
2	Jakub Chechelski	Wiceprzewodniczący RN	rezygnacja z dniem 15.09.2010
3	Andrzej Kacperski	Członek RN	
4	Mirosław Stachowicz	Członek RN	
5	Edyta Kurek	Członek RN	
6	Agnieszka Masłowska	Członek RN	Powołana z dniem 01.07.2010, uchwałą nr 5, protokołu NWZ z dnia 30.06.2010

**tabela 10. skład Rady Nadzorczej Harper Hygienics S.A. na dzień 28.10.2010**

Lp	Imię i Nazwisko	Funkcja w Radzie Nadzorczej	Uwagi
1	Michał Rusiecki	Przewodniczący RN	
2	Michał Frys	Wiceprzewodniczący RN	Powołana z dniem 01.07.2010, uchwałą nr 5, protokołu NWZ z dnia 30.06.2010
3	Andrzej Kacperski	Członek RN	
4	Mirosław Stachowicz	Członek RN	
5	Edyta Kurek	Członek RN	
6	Agnieszka Masłowska	Członek RN	

**tabela 11. podstawowe dane finansowe**

wybrane dane finansowe	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
przychody netto ze sprzedaży	150 874	128 890	17,1%
zysk brutto ze sprzedaży	55 414	52 528	5,5%
koszty sprzedaży	25 004	19 481	28,4%
koszty ogólnego zarządu	15 449	13 414	15,2%
pozostałe koszty i przychody operacyjne	2 110	1 482	42,4%
zysk operacyjny	17 071	21 116	-19,2%
koszty finansowe netto	4 565	2 960	54,2%
zysk przed opodatkowaniem	12 506	18 156	-31,1%
zysk netto	10 749	14 343	-25,1%
EBITDA	21 305	25 061	-15,0%

Wysoka dynamika wzrostu sprzedaży to przede wszystkim zasługa rynków eksportowych. Wzrost sprzedaży na tych rynkach ogółem wyniósł prawie 27%, a sprzedaż na głównym strategicznym rynku rosyjskim wzrosła aż o 69,5%. Wysoka dynamika sprzedaży wynikała w dużym stopniu ze wzrostu sprzedaży marek własnych co w połączeniu ze wzrostem ceny wyczesów bawełnianych w III kwartale spowodowało obniżenie rentowności sprzedaży brutto z 40,8% do 36,7% pomimo wzrostu marży brutto na portfolio produktów brandowych o 3 pp w porównaniu do ubiegłego roku. Wyższe koszty sprzedaży to przede wszystkim efekt zwiększonych kosztów zmiennych wsparcia sprzedażowo-marketingowego o 4,4 mln złotych.

Koszty dystrybucji wzrosły o 1,3 mln złotych, co jest efektem wysokiej ogólnej dynamiki sprzedaży - w szczególności na rynkach eksportowych.

Główne powody wzrostu kosztów ogólnego zarządu to przede wszystkim koszty związane z przygotowaniem do wejścia na giełdę, które wynosiły 1,1 mln złotych, a także z większą o 404 tys. złotych rezerwą na program motywacyjny dla członków zarządu. Rezerwa ta jest tworzona zgodnie ze standardami MSSF, chociaż gotówkowo Spółka nie ponosi kosztu tego programu. W I półroczu 2010 roku została także rozwiązana częściowo rezerwa na wartość inwestycji w nieruchomości położoną w Jarcewie (własność spółki Harper Production OOO) w kwocie 706 tys. złotych, w związku z zawarciem umowy najmu tej nieruchomości. Przychód z tego tytułu uwzględniony jest w pozostałych przychodach operacyjnych.

**tabela 12. wybrane wskaźniki finansowe etc.**

podstawowe wskaźniki rentowności	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w p.p.
	%	%	2010/2009
rentowność sprzedaży brutto	36,7%	40,8%	-4,0
rentowność zysku operacyjnego	11,3%	16,4%	-5,1
rentowność netto	7,1%	11,1%	-4,0
rentowność EBITDA	14,1%	19,4%	-5,3
stopa zwrotu z aktywów (ROA)	7,6%	8,6%	-1,0
stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE)	74,9%	81,9%	-7,0

*stopa zwrotu z aktywów (ROA): wynik finansowy netto / suma bilansowa*

*stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE): wynik finansowy netto / kapitał własny*

Wskaźniki rentowności uległy pogorszeniu w III kwartale ze względu na niższą rentowność marek własnych i ich rosnący udział w całym portfolio produktowym Spółki. Zmiana stopy zwrotu z kapitałów

własnych wynika z wypłaty dywidendy z zatrzymanych zysków w drugim półroczu 2010 roku, co obniżyło znacząco poziom kapitałów własnych.

podstawowe wskaźniki płynności	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w %
	%	%	2010/2009
płynność bieżąca	1,5	1,5	1,0%
płynność szybka	1,1	1,1	-4,9%
kapitał obrotowy netto	26 798	18 769	42,8%
<i>płynność bieżąca: aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe</i>			
<i>płynność szybka: (aktywa obrotowe – zapasy)/zobowiązania krótkoterminowe</i>			
<i>kapitał obrotowy netto: (aktywa obrotowe – zobowiązania krótkoterminowe)</i>			

Wskaźniki płynności pozostały na niezmiennym poziomie. Wzrost kapitału obrotowego wynika przede wszystkim ze wzrostu zapasów o 9 mln złotych.

podstawowe wskaźniki zadłużenia	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w %
	%	%	2010/2009
wskaźnik ogólnego zadłużenia	89,9%	89,6%	0,4%
wskaźnik zadłużenia długoterminowego	50,8%	65,6%	-22,5%
<i>wskaźnik ogólnego zadłużenia: zobowiązania ogółem/pasywa ogółem</i>			
<i>wskaźnik zadłużenia długoterminowego: zobowiązania długoterminowe/pasywa ogółem</i>			

Wskaźnik ogólnego zadłużenia nie uległ zmianie. Poprawie uległ wskaźnik zadłużenia długoterminowego ze względu na spłatę 30 mln złotych kredytu długoterminowego – to zdarzenie zostało szczegółowo opisane w punkcie 2.3.

Zatrudnienie	1-3Q 2010	1-3Q 2009	zmiana w %
zatrudnieni na umowę o pracę	642	535	20,0%
pozostałe formy zatrudnienia	144	139	3,6%
zatrudnienie razem	786	674	16,6%

*zatrudnienie w Harper Hygienics S.A oraz w Harper Trade sp. z o.o. łącznie*

Wzrost zatrudnienia wynika głównie z wzrostu zatrudnienia pracowników bezpośrednio produkcyjnych oraz z zatrudnienia pracowników do centrum dystrybucyjnego otwartego w Garwolinie w I półroczu 2010 roku.

#### 4.11. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyka

##### Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Ogólna sytuacja makroekonomiczna Polski oraz innych rynków, na których działa Harper Hygienics (w szczególności Rosji, Ukrainy i Rumunii) w tym takie czynniki jak: tempo wzrostu PKB, poziom inflacji i stóp procentowych, poziom inwestycji w gospodarce oraz poziom bezrobocia mają bezpośredni wpływ na stopień zamożności i siłę nabywczą społeczeństwa. W efekcie czynniki te wpływają także na wielkość popytu na dobra konsumpcyjne, w tym na produkty oferowane przez Harper Hygienics i mogą mieć wpływ na jego sytuację finansową.

W przypadku rynków zagranicznych (w szczególności Rosji i Ukrainy) poza czynnikami gospodarczymi istotnym elementem jest ogólna sytuacja polityczna.

### **Ryzyko związane ze zmianami przepisów prawa w Polsce i innych krajach**

Od początku przemian gospodarczych w Polsce jednym z istotnych elementów zwiększających ryzyko prowadzonej w naszym kraju działalności był brak stabilności systemu prawnego. Brak jednolitego prawa, jego częste zmiany oraz wewnętrznie sprzeczne normy prawne w szeregu przypadków prowadzą do powstawania stanu niepewności gospodarczej. Niespójność, brak jednolitej interpretacji przepisów prawa oraz częste nowelizacje pociągają za sobą ryzyko błędnej interpretacji przepisów. Nie można wykluczyć, iż ewentualne zmiany w przepisach prawa mających wpływ na zakres działalności prowadzonej przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics mogą powodować wystąpienie negatywnych skutków dla jej działalności.

### **Ryzyko niekorzystnych zmian przepisów podatkowych**

System podatkowy w Polsce ulega ciągłym zmianom zmierzającym do dostosowania go zarówno do dynamicznego wzrostu gospodarczego, jak i do wymogów prawa Unii Europejskiej. Wiele przepisów podatkowych nie zostało sformułowanych w sposób precyzyjny. Jednocześnie brak jest ich jednoznacznej wykładni. Zakres zmian, ich treść oraz trudności interpretacyjne w stosowaniu nowych regulacji mogą stanowić utrudnienie w prowadzeniu działalności, a w szczególności w planowaniu tej działalności pod kątem podatkowym. Istnieje ryzyko zmiany obecnych przepisów w taki sposób, że nowe uregulowania mogą okazać się niekorzystne zarówno dla Grupy Kapitałowej Harper Hygienics, jak i dla podmiotów z nią współpracujących.

### **Ryzyko kursowe**

W ramach prowadzonej działalności Grupa Kapitałowa Harper Hygienics dokonuje transakcji opartych na walutach obcych. Związane jest to z jednej strony z uzyskiwaniem wpływów ze sprzedaży zagranicznej, z drugiej strony z koniecznością ponoszenia wydatków na zakupy poza granicami Polski. Konieczność dokonywania transakcji opartych na walutach obcych może narażać Grupę Kapitałową Harper Hygienics na ryzyko kursowe wynikające z fluktuacji kursów tych walut, w szczególności kursu euro. Obecnie, w obliczu względnej równowagi wpływów i wydatków w walutach obcych (wartość transakcji sprzedaży opartych na walutach obcych za I półrocze 2010 była wyższa o 2,2 mln euro od wartości transakcji zakupów opartych na walutach obcych). Nie można wykluczyć, iż skala fluktuacji kursów walut obcych oraz koszty zabezpieczenia rozliczeń przed ryzykiem kursowym mogą mieć niekorzystny wpływ na wyniki finansowe.

### **Ryzyko zmian cen surowców**

Podstawowymi surowcami wykorzystywanymi przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics w produkcji są: bawełna, włóknina (wytwarzana między innymi z wiskozy będącej produktem pochodnym drewna) oraz polipropylen (produkt pochodny ropy naftowej). Pomimo istnienia wielu źródeł zakupu tych surowców oraz prowadzenia przez Emitenta działań mających na celu dywersyfikację źródeł pozyskiwania surowców (współpraca z więcej niż jednym dostawcą danego surowca), ich ceny mogą podlegać zmianom i są uzależnione m.in. od czynników takich jak: czynniki klimatyczne i środowiskowe (bawełna), stopień podaży i dostępności oraz cena drewna (wiskoza) oraz cena ropy naftowej na rynkach międzynarodowych (polipropylen). Nie można wykluczyć w przyszłości wystąpienia istotnych i nieprzewidzianych wzrostów cen powyższych surowców, które nie będą mogły być uwzględnione w cenach sprzedawanych produktów, co może mieć niekorzystny wpływ na wyniki finansowe.

### **Ryzyko ograniczeń na rynkach zagranicznych**

Grupa Kapitałowa Harper Hygienics realizuje strategię zwiększenia eksportu swoich produktów, pozyskiwania nowych rynków zbytu poza granicami Polski oraz dąży do uzyskania istotnego udziału rynkowego na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej. Swoje produkty eksportuje do państw środkowoeuropejskich będących członkami Unii Europejskiej, jak również do państw spoza Unii Europejskiej, w szczególności do Rosji i na Ukrainę. W związku z realizacją tej strategii nie można wykluczyć, iż Grupa Kapitałowa Harper Hygienics może być zmuszona w przyszłości do ponoszenia dodatkowych kosztów związanych z obecnością na danym rynku zagranicznym, w szczególności kosztów protekcjonistycznej polityki celnej danego państwa, co może mieć niekorzystny wpływ na

wyniki finansowe. Ponadto, zmienność sytuacji politycznej i gospodarczej może mieć wpływ na rozwój lub ograniczenie obecności na określonych rynkach zagranicznych.

### **Ryzyko konkurencji w zakresie produktów brandowych**

Grupa Kapitałowa Harper Hygienics prowadzi działalność na atrakcyjnym, szybko rozwijającym się rynku produktów kosmetyczno-higienicznych do oczyszczania skóry, na którym obecni są inni polscy producenci oraz koncerny międzynarodowe działające w Polsce. Nie można wykluczyć, iż w przyszłości konkurenci podejmą intensywne działania mające na celu istotne zwiększenie ich udziału w polskim rynku produktów kosmetyczno-higienicznych do oczyszczania skóry, co może mieć wpływ na zmniejszenie pozycji produktów brandowych Cleanic. W odpowiedzi na te działania Grupa Kapitałowa Harper Hygienics może być zmuszona ponieść znaczne koszty obrony własnej pozycji rynkowej bądź utrzymania zakładanego tempa wzrostu udziału rynkowego, co może mieć niekorzystny wpływ na działalność lub wyniki finansowe. Nie można wykluczyć, iż w przyszłości udział produktów produkowanych przez inne podmioty w rynku polskim może ulec zwiększeniu z powodu wzrostu ich konkurencyjności cenowej, co może mieć wpływ na udziały rynkowe produktów wytwarzanych przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics i niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywy lub jego wyniki.

### **Ryzyko konkurencji w zakresie produktów marek własnych**

Współpraca z sieciami handlowymi w zakresie produkcji marek własnych na potrzeby tych sieci wiąże się z koniecznością spełniania przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics wielu wymogów odnoszących się do jakości i konkurencyjności jej oferty względem innych wytwórców marek własnych. Odbiorcy marek własnych wyznaczają coraz wyższe normy jakościowe dotyczące procesu produkcji jak i samego wyrobu. Te wysokie oczekiwania w automatyczny sposób podnoszą barierę wejścia dla potencjalnych producentów wyrobów marek własnych, jednakże nie można wykluczyć jej pokonania przez istniejący bądź nowopowstały podmiot produkujący w Polsce lub poza nią produkty marek własnych dla sieci handlowych.

### **Ryzyko utraty znaczącego klienta**

W ramach współpracy z sieciami handlowymi w zakresie produkcji marek własnych, udział największego klienta w przychodach ogółem ulega systematycznemu wzrostowi ze względu na organiczny wzrost tego klienta na rynku krajowym (na koniec września 2010 roku udział ten stanowił ponad 20%). Grupa Kapitałowa Harper Hygienics nie może wykluczyć ryzyka związanego z rozwiązaniem lub nieprzedłużeniem obowiązującej umowy i powierzeniem przez kontrahenta części lub całości produkcji wyrobów kosmetyczno-higienicznych pod jego marką własną innemu podmiotowi, co mogłoby mieć niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywy lub wyniki w wyniku utraty tej części przychodów.

### **Ryzyko związane z dystrybucją produktów na rynkach zagranicznych**

Grupa Kapitałowa Harper Hygienics sprzedaje swoje produkty na strategicznych rynkach eksportowych (Rosja, Ukraina i Rumunia) za pośrednictwem lokalnych dystrybutorów. Wspólnie z dystrybutorem / importerem dociera do głównych kanałów zbytu oraz prowadzi działania promocyjne. W przypadku rozwiązania współpracy z dystrybutorem Grupie Kapitałowej Harper Hygienics może grozić ryzyko związane z utratą importera odpowiedzialnego za dystrybucję w głównych kanałach zbytu na danym rynku.

### **Ryzyko realizacji strategii rozwoju**

Przyjęta strategia rozwoju zakłada dalszy rozwój jego działalności na rynku produktów kosmetyczno-higienicznych do oczyszczania skóry poprzez rozszerzanie zakresu oferty produktowej poprzez wprowadzanie nowych innowacyjnych produktów do oczyszczania skóry pod brandem Cleanic, w tym w segmentach, w których Grupa Kapitałowa Harper Hygienics do tej pory była nieobecna, umocnienie pozycji lidera na rynku krajowym, dalszą ekspansję na strategicznych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej (Rosja, Ukraina, Rumunia), poszukiwanie znaczących kontraktów produkcyjnych dla klientów z Europy Zachodniej. W związku z założonym rozwojem, nie można wykluczyć, że w

przyszłości mogą pojawić się nieprzewidziane trudności lub opóźnienia związane z realizacją strategii rozwoju, pozostające poza kontrolą Grupy Kapitałowej Harper Hygienics.

### **Ryzyko niekorzystnych zdarzeń skutkujących szkodami w majątku**

Ze względu na specyfikę prowadzonej działalności polegającej na wykorzystaniu do wytwarzania produktów surowej bawełny, która w pewnych warunkach może ulec procesowi samozapłonu prowadzącemu do znaczących szkód, istnieje ryzyko wystąpienia takiego zdarzenia, które może mieć niekorzystne skutki dla majątku. Mimo podejmowanych działań mających na celu zminimalizowanie ryzyka wystąpienia takich niekorzystnych zdarzeń, nie można wykluczyć całkowicie ryzyka ich wystąpienia.

### **Ryzyko związane z odpowiedzialnością za produkt**

Produkty wytwarzane przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics służą do oczyszczania skóry, przez co mają bezpośredni kontakt z ciałem ludzkim. Wszelkie uchybienia w jakości produktów mogą skutkować roszczeniami konsumentów na podstawie przepisów prawa cywilnego odnoszących się do odpowiedzialności za produkt. Koszty obrony interesów oraz ewentualne koszty związane z ponoszeniem odpowiedzialności za wytwarzane produkty mogą mieć niekorzystny wpływ na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Harper Hygienics.

### **Ryzyko związane z poziomem zadłużenia**

Na dzień 30 września 2010 roku Harper Hygienics S.A. oraz Harper Trade Sp. z o.o są stroną umowy kredytowej z BZ WBK SA. W przypadku niewypełnienia zobowiązań w zakresie spłaty kredytów wynikających z przedmiotowej umowy bank mógłby podjąć działania mające na celu zaspokojenie przysługujących mu wierzytelności i skorzystać w tym celu z dowolnego zabezpieczenia ustanowionego na podstawie przedmiotowej umowy, zaspokajając się w szczególności z przedmiotu hipoteki albo zastawu, co mogłoby doprowadzić do utraty przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics co najmniej części posiadanej przez nią majątku. Sytuacja taka mogłaby mieć niekorzystny wpływ na sytuację finansową.

### **Ryzyko skutków niekorzystnych wyników sporów w zakresie znaków towarowych, prowadzonych z Clinique Laboratories, Inc,**

W świetle korzystnego dla Spółki wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 21 listopada 2007 roku (opisanego dokładnie w pkt. 22.1 prospektu emisyjnego) dotyczącego znaku towarowego Cleanic (R 95489), a także decyzji Urzędu Patentowego RP z dnia 27 października 2010 roku oddalających w całości sprzeciwu Clinique Laboratories, Inc. wobec rejestracji przez Spółkę znaków towarowych CLEANIC dzidzius (R-169920) i CLEANIC (R-170657) w zakresie udzielenia Spółce prawa ochronnego na w/w znaki towarowe w klasach, odpowiednio – 03, 05, 16 oraz 03, 05, 16, 20 ochrona w/w znaków towarowych nie podlega ograniczeniom, a prawa ochronne wynikające z tych znaków są czynne.

W opinii Spółki działania Clinique Laboratories są obliczane przede wszystkim na utrudnienie Spółce możliwości rejestracji nowych znaków towarowych słowno – graficznych zawierających w swej treści słowo „Cleanic” w nowych dla Spółki grupach towarowych. Biorąc pod uwagę aktualny stan sporów z Clinique Laboratories należy stwierdzić, iż istnieje małe prawdopodobieństwo, aby zakończyły się one orzeczeniami niekorzystnymi dla Spółki. Ponadto, Spółka ocenia jako mało prawdopodobne, aby rezultat sporów i postępowań z udziałem Clinique Laboratories, mógł wywrzeć istotny wpływ na wyniki finansowe i pozycję rynkową Emitenta. Jednocześnie nie można wyeliminować całkowicie ryzyka niekorzystnych rozstrzygnięć w sprawach dotyczących znaków towarowych Cleanic baby (R CTM 6940894), Cleanic Kindii (Z CTM 8151921) oraz Cleanic natural Beauty (Z CTM 8339483) - dokładnie opisanych w pkt. 22.1 prospektu emisyjnego. W takim wypadku decyzje o udzieleniu Spółce praw ochronnych na te znaki towarowe zostałyby uchylone, co mogłoby skutkować pozbawieniem tych konkretnych oznaczeń ochrony przed ich imitacją lub też utrudnienia dochodzenia takiej ochrony w odniesieniu do pewnych elementów oznaczeń bądź też do całego znaku.



**4.12. Wskazanie czynników, które w ocenie Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej będą miały wpływ na osiągnięte przez nich wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału.**

Według stanu na dzień publikacji niniejszego raportu, Zarząd Spółki Harper Hygienics S.A. nie przewiduje wystąpienia czynników mogących w znaczący sposób wpłynąć na wyniki kolejnego kwartału.

Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że ogólna sytuacja makroekonomiczna Polski, w tym takie czynniki jak: tempo wzrostu PKB, poziom inflacji, poziom inwestycji w gospodarce i poziom bezrobocia, wpływają bezpośrednio na stopień zamożności i siłę nabywczą społeczeństwa oraz na wysokość dochodów osobistych ludności. W efekcie czynniki te wpływają także na wielkość popytu zgłaszanego na dobra konsumpcyjne, w tym na produkty oferowane przez Spółkę.

Ponadto, elementami lub czynnikami polityki rządowej, gospodarczej, fiskalnej, monetarnej i politycznej oraz czynnikami, które miały istotny wpływ lub które mogłyby bezpośrednio lub pośrednio mieć istotny wpływ na działalność operacyjną Spółki są:

- **polityka monetarna** - wysokość stóp procentowych ustalana przez Radę Polityki Pieniężnej może wywierać pośredni wpływ na oprocentowanie kredytów bankowych i koszt ewentualnego pozyskania finansowania dłużnego przez Spółkę.
- **regulacje prawne** wyznaczające zakres działalności Spółki, w tym przepisy podatkowe, jak i przepisy dotyczące innych obciążeń o charakterze publicznoprawnym oraz przepisy dotyczące ochrony środowiska
- **poziom kursu** walutowego EUR/PLN

Spółka w ramach prowadzonej działalności dokonuje rozliczeń w walutach obcych. Związane jest to z jednej strony z uzyskiwaniem przez Spółkę wpływów ze sprzedaży zagranicznej, z drugiej strony – z koniecznością ponoszenia przez Spółkę wydatków na zakup maszyn i surowców poza granicami Polski. Podstawową walutą do rozliczeń tego typu dokonywanych przez Spółkę jest Euro. Ponadto, w związku z planami ekspansji, Spółka oczekuje zwiększenia sprzedaży eksportowej i uzyskiwania większych wpływów w walutach obcych (w tym w Euro). Znacząca zmiana kursu EUR/PLN mogłaby mieć wpływ na wyniki osiągnięte przez Spółkę, pomimo znacznego zrównoważenia wpływów i wpływów realizowanych w walutach obcych, głównie w Euro.

Opisane w niniejszym sprawozdaniu działania podejmowane przez Spółkę w obszarze m.in. marketingu, innowacji produktowych, optymalizacji kosztu wytworzenia czy dalszego rozwoju dystrybucji na kluczowych rynkach eksportowych powinny, w ocenie zarządu, przelożyć się na dalsze umacnianie pozycji rynkowej spółki i zapewnić utrzymanie tendencji w zakresie osiągniętych wyników finansowych w kolejnych kwartałach.

Ponadto w dłuższej perspektywie wzrost Spółki będzie również efektem prowadzonych i planowanych inwestycji w zakresie zwiększenia mocy produkcyjnych – na koniec bieżącego roku mocy produkcyjne wzrosną o około 20%, natomiast docelowo w ciągu trzech lat możliwości wytwórcze mogą zwiększyć się nawet o 80% elastycznie reagując na zapotrzebowanie rynkowe na produkty Spółki.

**Wybrane pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów Grupy Kapitałowej Harper Hygienics za III kwartały 2010 roku i odpowiadający okres porównawczy 2009 roku**

Pozycje rachunku wyników	1-3Q 2010		1-3Q 2009		Różnica /A/ - /C/	Dynamika /A/ : /C/
	mIn PLN	%	mIn PLN	%		
	/A/	/B/	/C/	/D/		
przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, w tym:	150,9		128,9		22,0	117,1%
- przychody ze sprzedaży produktów własnych i usług	148,7	98,6%	126,6	98,2%	22,1	117,5%
koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów, w tym:	95,5		76,4		19,1	125,0%
koszty wytworzenia produktów własnych i usług	94,1	98,5%	75,0	98,2%	19,1	125,5%
zysk /strata/ brutto ze sprzedaży	55,4		52,5		2,9	105,5%
koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	40,5		32,9		7,6	123,0%
zysk /strata/ ze sprzedaży	15,0		19,6		-4,7	76,2%
wynik na pozostałej działalności operacyjnej	2,1		1,5		0,6	142,6%
zysk /strata/ z działalności operacyjnej	17,1		21,1		-4,0	80,8%
wynik na działalności finansowej	4,6		3,0		1,6	154,1%
wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,0		0,0		0,0	-
zysk /strata/ brutto	12,5		18,2		-5,6	68,9%
podatek dochodowy	1,8		3,8		-2,1	46,2%
zysk /strata/ netto	10,8		14,4		-3,6	74,9%
EBITDA	21,3		25,1		-3,8	85,0%

Warszawa, dnia 15 listopada 2010 r.

Podpisy Członków Zarządu

Zgodnie podpisano:

\_\_\_\_\_  
Robert Neymann  
Prezes Zarządu

\_\_\_\_\_  
Grzegorz Świdorski  
Członek Zarządu

\_\_\_\_\_  
Rafał Walendzik  
Członek Zarządu