

YOUR IMAGE

raport
kwartalny 1Q/2014



spis treści

1. List Prezesa Zarządu	3
2. Dane ewidencyjne	4
3. Struktura akcjonariatu	6
4. Jednostki wchodzące w skład grupy kapitałowej. Przyczyny niesporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych	8
5. Oferta usług	10
6. Informacje na temat zatrudnienia	18
7. Wybrane dane finansowe, metody wyceny	20
8. Komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały istotny wpływ na osiągnięte wyniki finansowe	28
9. Stanowisko Zarządu dotyczące prognozy	30
10. Informacje Zarządu na temat działalności w obszarze rozwoju	32
11. Wykaz kursu w akcji w I kwartale 2014	34

List Prezesa Zarządu Your Image S.A.

Szanowni Państwo,

Mamy za sobą I kwartał nowego 2014 roku. Z prawdziwą satysfakcją przedstawiam dziś Państwu raport obrazujący ten okres w firmie Your Image S.A. Przeprowadzone w minionym roku zmiany (program ograniczenia kosztów, wdrożenie systemu szkoleń kierunkowych, sprecyzowanie oferty usług) przyniosły już pierwsze zmiany, które widoczne są w zaprezentowanych wynikach finansowych. Ważny dla firmy jest również pierwszy projekt dofinansowywany ze środków unijnych „Wdrożenie internetowego systemu B2B w zakresie zarządzania procesami e-usług marketingu internetowego” w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Szczerze zachęcam Państwa do analizy wyników Your Image S.A. w I kwartale 2014 roku.



Z wyrazami szacunku,

Kamil Kita
Prezes Zarządu
Your Image S.A.



dane ewidencyjne

Spółka Your Image S.A. zarejestrowana jest w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla M.ST. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy, pod numerem KRS 0000381296

Adres:

02-515 Warszawa

ul. Puławska 11

Tel: 22 188 18 80

Adreskorespondencyjny:

40-014 Katowice

ul. Mariacka 20/4

Tel. 32 445 35 56

14.05.2014 r. w Zarządzie zasiadał:

Kamil Kita – Prezes Zarządu

14.05.2014 r. w Radzie Nadzorczej zasiadali:

Tomasz Jańczak – Członek Rady Nadzorczej

Piotr Kita – Członek Rady Nadzorczej

Ofka Piechniczek – Członek Rady Nadzorczej

Lesław Tabor – Członek Rady Nadzorczej

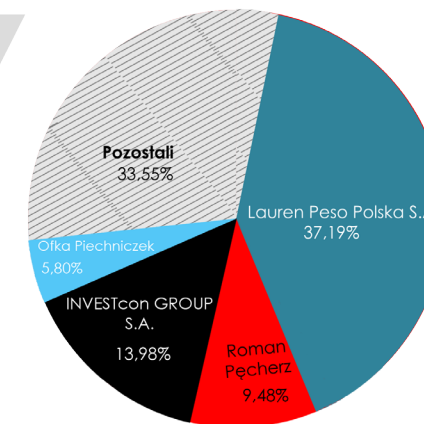
Joanna Wieczorek – Członek Rady Nadzorczej



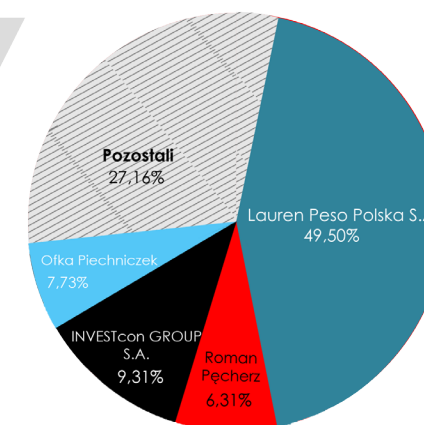
struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu na dzień 14.05.2014

Struktura akcjonariatu



Struktura głosów na WZA



Akcjonariat	Liczba akcji				Razem akcji	% akcji	Liczba głosów	% głosów
	A	B	C	D				
Lauren Peso Polska S.A.	1 550 636	0	0	0	1 550 636	37,19%	3 101 272	49,50%
INVEStcon GROUP S.A.	0	0	510 000	72 992	582 992	13,98%	582 992	9,31%
Roman Pęcherz	0	364 500	0	30 770	395 270	9,48%	395 270	6,31%
Ofka Piechniczek	242 064	0	0	0	242 064	5,80%	484 128	7,73%
Pozostali	302 500	240 300	190 000	666 238	1 399 038	33,55%	1 701 538	27,16%
Razem	2 095 200	604 800	700 000	770 000	4 170 000	100,00%	6 265 200	100,00%



Jednostki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej

Jednostki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej.
Przyczyny niesporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych.

Your Image S.A. wchodzi w skład Grupy Kapitałowej Lauren Peso nie będąc spółką zależną.



oferta usług

PUBLIC RELATIONS

Świat biznesu kręci się obecnie w błyskawicznym tempie. Jeszcze kilka lat temu różnego typu próby usprawnienia komunikacji z otoczeniem wydawały się zbędną fanaberią. Pojawienie się całego arsenału kanałów bezpośredniej komunikacji – jak wszechobecny Internet – radykalnie zmieniło tę sytuację. Nie przez przypadek przecież nazwano początek naszego wieku ‘epoką informacji’. Nie ma żadnych wątpliwości, że umiejętne generowanie komunikatów, służących budowie związków z biznesowymi partnerami, jest podstawą skutecznej marketingowej rywalizacji. Również z tego względu tak błyskotliwą karierę zaczęły robić rozmaitego rodzaju usługi z zakresu Public Relations. Jasnym stało się, że – dzięki kontroli nad kreowanymi informacjami – można łatwo zbudować pożądany wizerunek przedsiębiorstwa, tak w oczach potencjalnych klientów, pracowników, jak i całych rynków.

Badacze podkreślają, że zakres PR dalece przekracza zakres ‘tradycyjnego’ marketingu. W sytuacji, gdy o sukcesie częściej niż sam produkt decyduje jego wizerunek, jedynie pełen precyzji profesjonalizm może przełożyć się na rzeczywiste efekty. W nowoczesnym biznesie przepływ informacji jest tak kluczowy, że nawet najmniejszy błąd może przesądzić o finalnej porażce. Właśnie z tego powodu warto zaufać specjalistom.



Opieka wizerunkowa



Relacje z mediami



Komunikacja wewnętrzna



Copywriting



PR firmy, produktu, usługi



Usługi e-PR

SEO I USŁUGI WWW

Chciałbyś zaistnieć w internecie, lecz nie wiesz, jak się do tego zabrać? Wystarczy umiejętnie wykorzystać dostępne możliwości, jakie daje nam sieć, by stworzyć wyrazisty wizerunek marki i stać się firmą rozpoznawalną przez internautów!

Znamy się na narzędziach, jakie oferuje nam cyberprzestrzeń! Z nami wypromujesz swoją markę w sieci, zainteresujesz potencjalnych klientów niebanalną stroną www, która dzięki nam znajdzie się na pierwszych pozycjach wyszukiwarki internetowej!

Doświadczyć w pełni dobrodziejstwa internetu, korzystając z wiedzy wykwalifikowanych specjalistów z Your Image! Sprawimy, że Twoja marka zawładnie siecią!



-  Hosting plików oraz www
-  Pozycjonowanie witryn w wyszukiwarce
-  Audyt i optymalizacja SEO
-  Kampanie Google Adwords
-  Projektowanie witryn www
-  Katalogowanie witryn www
-  Systemy e-commerce

REKLAMA

Nowoczesny biznes bez reklamy – to niemożliwe. Czasami wydaje się, że wszechobecne plakaty, ulotki i telewizyjne spoty już nas denerwują: ale przecież finalnie i tak okazuje się, że w procesie sprzedaży mają decydujące znaczenie. Coraz trudniej dotrzeć jednak do potencjalnego klienta – ilość marketingowych przekazów, które opanowały publiczną przestrzeń, jest wszak tak wielka, że tylko najbardziej wyraziste reklamy mogą jeszcze znaleźć grono odbiorców. Właśnie z tego powodu tak kluczową stała się idea, pozwalająca na poprowadzenie rozpoznawalnej marketingowej narracji. Trafiony pomysł w nowoczesnym biznesie jest tym czynnikiem, który potrafi zdecydować o odniesieniu finalnego sukcesu.

Nieumiejętne posłużenie się istniejącymi możliwościami medialnymi potrafi jednak zabić nawet najlepszą ideę.

To sprawiło, że taką wagę przykładamy do nadania komunikatom reklamowym właściwej formy i treści – a także dbamy o to, by emitowane były na najdogodniejszych dla naszego klienta warunkach. Celny dobór grupy docelowej, i takie sprofilowanie stosowanych środków, by mogły przynieść największy oddźwięk, stały się metodą, dzięki której możemy zagwarantować skuteczność wszelkich prowadzonych działań. Wdrożone dotychczas strategie reklamowe pozwalają zapewnić, że końcowy efekt spełni pokładane w nim nadzieje.



-  Reklama telewizyjna
-  Reklama outdoorowa
-  Media plan
-  Reklama prasowa
-  Reklama internetowa
-  Reklama radiowa

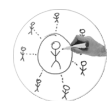
MARKETING

W czasach rosnącej biznesowej specjalizacji coraz trudniej stworzyć firmę, która samodzielnie potrafiłaby sprostać wszelkim rzucanym przez rynek wyzwaniom. Jeszcze niedawno normą były działy promocji albo marketingu... które obecnie stają się przeżytkiem. Dlaczego? Głównie dlatego, że okazały się wysoce nieopłacalne. Zlecenie przygotowania usług marketingowych zewnętrznemu podwykonawcy, dla którego podobne realizacje są normą, pozwala do minimum ograniczyć ponoszone nakłady – przy jednoczesnym zwiększeniu jakości efektów. Outsourcing pozwala przecież przekazać zadania w ręce ekspertów, dysponujących wiedzą o skutecznych rozwiązaniach i najbardziej nowoczesnych technologiach.

Niezależnie, czy zamierzasz przeprowadzić badania rynku, zorganizować konferencję prasową albo promocyjny event – zespół Your Image może pomóc w realizacji tego zamierzenia.



E-mail marketing



Outsourcing marketingu



Programy lojalnościowe



Strategie marketingowe

Nasze doświadczenie pozwoliło dobrze zorientować się we wszystkich drobiazgach, które przekładają się na uzyskanie satysfakcjonujących rezultatów. Wsparcie tej wiedzy pasją i kreatywnością, które akcelerują dostarczone przez naszych klientów rozwiązania, jest sekretem sukcesu.



DESIGN

Zbudowanie rozpoznawalnego, charakterystycznego wizerunku marki jest jednym z głównych zadań, stojących przed wszystkimi, którzy na serio wkraczają w świat biznesu. Najczęściej o wyborach klienta decyduje znajomość konkretnego brandu: te przedsiębiorstwa, którym udało się wykreować wyrazisty wizerunek, z reguły już na starcie zyskują znaczną przewagę nad konkurencją. Cały szereg marketingowych zabiegów ma przetożyć się na utrwaleniu marki w świadomości klienta: od przygotowania elementów graficznych, po umiejętne wprowadzenie ich w przestrzeń społecznej komunikacji. Jest przynajmniej kilkanaście metod, które pomogą zagwarantować odniesienie sukcesu – należy zadbać o to, by posłużyć się nimi z odpowiednim wyczuciem, tak, by promowany brand został otoczony realnym konsumenckim zaufaniem.



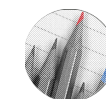
Branding



Re-Branding



Corporate Identity



Gadżety reklamowe



Infografiki



Reklamy

Niekiedy wydaje się, że stworzenie odpowiedniej identyfikacji wizualnej to proces wymagający długotrwałych zabiegów. To od dawna mit. W epoce błyskawicznej komunikacji niemal każdy wygenerowany komunikat może przetożyć się na zainteresowanie klienta marką: istotne jest jednak, by prowadzone zabiegi miały odpowiednią spójność i systematyczność, które łatwo można zdyskontować i przetożyć na rzeczywisty marketingowy profit. Wyrywkowe działania marketingowe rzadko mogą zagwarantować powodzenie – warto więc dołożyć starań, żeby firma możliwie szybko postużyła się kompleksową strategią identyfikacyjną.



SOCIAL MEDIA

Media społecznościowe są trendy, ale czy są potrzebne Twojej firmie? Nie mamy wątpliwości, że tak! Nie dlatego, że konkurencja już się w nich pojawiła. Są potrzebne, bo to naturalne środowisko Twoich klientów (obecnych i przyszłych!). Rozmawiają w nim o Twojej firmie i branży. Czy możesz pozwolić, by tak pasjonujący dialog odbywał się bez Ciebie?

Pomożemy Ci monitorować, moderować i wzniecać dyskusje na temat Twojej firmy i jej produktów. Wprowadzimy Cię w pasjonujący świat social media i sprawimy, że będziesz czuć się w nim dobrze!

Zwiększanie się dostępności Internetu spowodowało zmiany w jego strukturze. Choć już jego założyciele planowali, by przestrzeń sieci stała się miejscem bezpośredniego kontaktu i komunikacyjnego równouprawnienia – potrzeba było jeszcze kilkunastu lat, by

faktycznie zrealizować te postulaty. Przecież być może dopiero upowszechnienie się różnego typu portali społecznościowych, blogów, for internetowych i podobnych narzędzi, pozwalających każdemu zabrać głos w Internecie – jest ostatecznym potwierdzeniem dokonującej się przemiany. Nie potrzeba już solidnego zaplecza technologicznego: często wystarczy chęć, by wziąć udział w prowadzonej dyskusji.



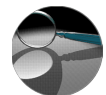
Aplikacje, konkursy, gry



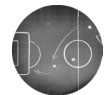
Kampanie reklamowe



Marketing szeptany (WoMM) i wirusowy



Monitoring social media



Strategie obecności w social media



Szkolenia social media

MOBILE

Rynek mobilny w Polsce rozwija się w zawrotnym tempie. Obecnie ponad 40% internautów korzysta ze smart fonów i nic nie wskazuje na to, że ten trend ulegnie zahamowaniu. Tym samym coraz większego znaczenia nabierają działania reklamowo-promocyjne dostosowane do wymogów mobilnych urządzeń.

Kto szybko to zrozumie, wyprzedzi konkurencję, oferując produkty zgodne z oczekiwaniami współczesnego klienta. Specjaliści Your Image wiedzą doskonale, jak je spełnić i z chęcią pomogą Ci w osiągnięciu celów biznesowych.

Poznaj siłę świata mobile. Zwiększ sprzedaż dzięki taktyce, którą opracujemy specjalnie dla Ciebie!



Aplikacje mobilne



Mobilne kampanie reklamowe



Mobilne serwisy internetowe



informacje o zatrudnieniu

W okresie 01.01.2014 - 31.03.2014 w firmie Your Image S.A. zatrudnionych było 5 osób, zatrudnienie wynosiło 2 i 3/8 etatu.



wybrane dane finansowe

Wybrane jednostkowe dane finansowe Your Image S.A. za I kwartał 2014 r

	BILANS - AKTYWA	31.03.2014	31.03.2013
A.	AKTYWA TRWAŁE	527941,55	403842,17
I.	Wartości niematerialne i prawne	252266,35	166890,30
II.	Rzeczowe aktywa trwałe	275675,20	236951,87
III.	Należności długoterminowe		
IV.	Inwestycje długoterminowe		
V.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		
B.	AKTYWA OBROTOWE	1 161730,76	954448,79
I.	Zapasy	2761,37	8213,20
II.	Należności krótkoterminowe	437609,39	416256,89
III.	Inwestycje krótkoterminowe	634274,36	522538,49
IV.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	87085,64	7440,21
	AKTYWA RAZEM	1 689672,31	1 358290,96
	BILANS - PASYWA		
A.	KAPITAŁY (FUNDUSZ) WŁASNY	292 841,20	586190,81
I.	Kapitał (fundusz) podstawowy	417000,00	417000,00
II.	Należne wpłaty na kapitał podstawowy (wielkość ujemna)		
III.	Udziały (akcje) własne (wielkość ujemna)		
IV.	Kapitał (fundusz) zapasowy	456182,72	456182,72
V.	Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny		
VI.	Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe		
VII.	Zysk (strata) z lat ubiegłych	-526859,13	-60189,98
VIII.	Zysk (strata) netto	-53 482,39	-226801,93
IX.	Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)		
B.	ZOBOWIĄZANIA I REZERWY NA ZOBOWIĄZANIA	1 396 831,11	772100,15
I.	Rezerwy na zobowiązania	2000,00	3500,00
II.	Zobowiązania długoterminowe	77898,08	62121,38
III.	Zobowiązania krótkoterminowe	1 039 583,11	660752,80
IV.	Rozliczenia międzyokresowe	277349,92	45725,97
	PASYWA RAZEM	1 689672,31	1 358290,96

	RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	1.01.2014- 31.03.2014	1.01.2014- 31.03.2014	1.01.2013- 31.03.2013	1.01.2013- 31.03.2013
A.	Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, w tym	148 181,48	148 181,48	50372,65	50372,65
I.	Przychody netto ze sprzedaży produktów	148 181,48	148 181,48	50372,65	50372,65
II.	Zmiana stanu produktów (zwiększenie - wartość dodatnia, zmniejszenie wartość ujemna)				
III.	Koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki				
IV.	Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów				
B.	Koszty działalności operacyjnej	172 825,46	172 825,46	278 046,40	278 046,40
I.	Amortyzacja	46 505,39	46 505,39	49 737,69	49 737,69
II.	Zużycie materiałów i energii	959,71	959,71	26329,21	26329,21
III.	Usługi obce	42612,10	42612,10	78547,62	78547,62
IV.	Podatki i opłaty	977,12	977,12	1061,42	1061,42
V.	Wynagrodzenia	70441,23	70441,23	76290,39	76290,39
VI.	Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	2915,49	2915,49	4865,36	4865,36
VII.	Pozostałe koszty rodzajowe	8 688,72	8 688,72	41 214,71	41 214,71
VIII.	Wartość sprzedanych towarów i materiałów				
C.	Zysk (strata) ze sprzedaży (A-B)	-24 643,98	-24 643,98	-227 673,75	-227 673,75
D.	Pozostałe przychody operacyjne	8 688,72	8 688,72	0,16	0,16
I.	Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych				
II.	Dotacje	8 688,68	8 688,68		
III.	Inne przychody operacyjne	0,04	0,04	0,16	0,16
E.	Pozostałe koszty operacyjne	16 989,83	16 989,83	403,44	403,44
I.	Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych				
II.	Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych				
III.	Inne koszty operacyjne	16 989,83	16 989,83	403,44	403,44
F.	Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D-E)	-32 945,09	-32 945,09	-22 8077,03	-228077,03
G.	Przychody finansowe	0,27	0,27	3 500,66	3 500,66
I.	Dywidendy i udziały w zyskach				
II.	Odsetki	0,27	0,27	3 500,66	3 500,66
III.	Zysk ze zbycia inwestycji				
IV.	Aktualizacja wartości inwestycji				
V.	Inne				
H.	Koszty finansowe	20 537,57	20 537,57	2 225,56	2 225,56
I.	Odsetki	20 537,57	20 537,57	2 213,01	2 213,01
II.	Strata ze zbycia inwestycji				
III.	Aktualizacja wartości inwestycji				
IV.	Inne			12,55	12,55
I.	Zysk (strata) brutto z działalności gospodarczej (F+G-H)	-53 482,39	-53 482,39	-22 6801,93	-22 6801,93
J.	Wynik zdarzeń nadzwyczajnych (J.I-J.II)				
I.	Zyski nadzwyczajne				
II.	Straty nadzwyczajne				
K.	Zysk (strata) brutto (I+/-J)	-53 482,39	-53 482,39	-22 6801,93	-22 6801,93
L.	Podatek dochodowy				
M.	Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia straty)				
N.	Zysk (strata) netto (K-L-M)	-53 482,39	-53 482,39	-226 801,93	-226 801,93

	ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM	1.01.2014- 31.03.2014	1.01.2014- 31.03.2014	1.01.2013- 31.03.2013	1.01.2013- 31.03.2013
I.	Stan kapitału własnego na początek okresu (BO)	346 323,59	346 323,59	812 992,74	812 992,74
I.a.	Stan kapitału własnego na początek okresu (BO), po uzgodnieniu do danych porównywalnych	346 323,59	346 323,59	812 992,74	812 992,74
II.	Kapitał własny na koniec okresu (BZ)	292 841,20	292 841,20	586 190,81	586 190,81
III.	Kapitał własny, po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku (pokrycia straty)	292 841,20	292 841,20	586 190,81	586 190,81

	RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH	1.01.2014- 31.03.2014	1.01.2014- 31.03.2014	1.01.2013- 31.03.2013	1.01.2013- 31.03.2013
A.	Przepływ środków pieniężnych z działalności operacyjnej				
I.	Zysk (strata) netto	-53 482,39	-53 482,39	-22 6801,52	-22 6801,52
II.	Korekty razem	55 504,54	55 504,54	18 2903,10	18 2903,10
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/- II)	2 022,15	2 022,15	-43 898,42	-43 898,42
B.	Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej				
I.	Wpływy			30 367,60	30 367,60
II.	Wydatki	51 311,32	51 311,32		
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	-51 311,32	-51 311,32	30 367,60	30 367,60
C.	Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej				
I.	Wpływy	145 050,00	145 050,00		
II.	Wydatki	135 661,74	135 661,74	7 127,84	7 127,84
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	9 388,26	9 388,26	-7127,84	-7 127,84
D.	Przepływy pieniężne netto razem (A.III+/-B.III+/-C.III)	-39 900,91	-39 900,91	-20 658,66	-20 658,66
E.	Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych	-39 900,91	-39 900,91	-20 658,66	-20 658,66
F.	Środki pieniężne na początek okresu	195 811,83	195 811,83	27 549,82	27 549,82
G.	Środki pieniężne na koniec okresu	155 910,92	155 910,92	6 891,16	6 891,16

Metody wyceny

- a) środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne – według cen nabycia lub kosztów wytworzenia, lub wartości przeszacowanej (po aktualizacji wyceny środków trwałych), pomniejszonych o odpisy amortyzacyjne lub umorzeniowe, a także o odpisy z tytułu trwałej utraty wartości.
- b) środki trwałe w budowie – w wysokości ogółu kosztów pozostających w bezpośrednim związku z ich nabyciem lub wytworzeniem, pomniejszonych o odpisy z tytułu trwałej utraty wartości,
- c) udziały w innych jednostkach oraz inne inwestycje zaliczone do aktywów trwałych – według ceny nabycia pomniejszonej o odpisy z tytułu trwałej utraty wartości,
- d) inwestycje krótkoterminowe – według ceny (wartości) rynkowej albo według ceny nabycia lub ceny (wartości) rynkowej, zależnie od tego, która z nich jest niższa, a krótkoterminowe inwestycje, dla których nie istnieje aktywny rynek w inny sposób określonej wartości godziwej,
- e) rzeczowe składniki aktywów obrotowych – według cen nabycia lub kosztów wytworzenia nie wyższych od cen ich sprzedaży netto na dzień bilansowy,
- f) należności i udzielone pożyczki – w kwocie wymaganej zapłaty, z zachowaniem ostrożności,
- g) zobowiązania – w kwocie wymagającej zapłaty, przy czym zobowiązania finansowe, których uregulowanie zgodnie z umową następuje drogą wydania aktywów finansowych innych niż środki pieniężne lub wymiany na instrumenty finansowe – według wartości godziwej,
- h) rezerwy – w uzasadnionej, wiarygodnie oszacowanej wartości,
- i) kapitały (fundusze) własne oraz pozostałe aktywa i pasywa – w wartości nominalnej.



komentarz

Zarządu

na temat osiągniętych wyników

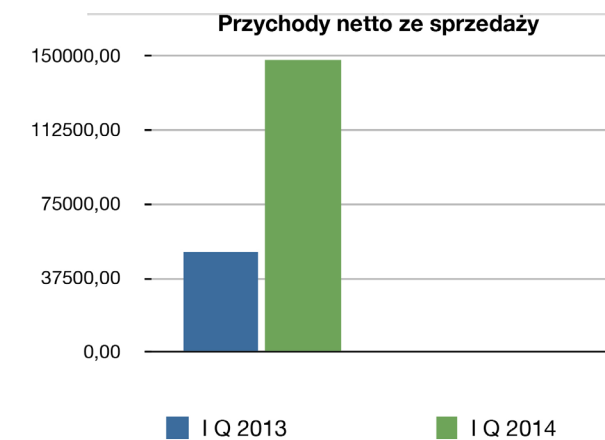
Zgodnie z obowiązkami informacyjnymi spółek notowanych na rynku NewConnect, Zarząd Your Image S.A. publikuje jednostkowe wyniki finansowe spółki za I kwartał 2014 roku.

Przedstawione dane odzwierciedlają sytuację finansową spółki w okresie 01.01.2014 do 31.03.2014 r.

Przychody netto ze sprzedaży

Przychody netto ze sprzedaży w I kwartale 2014 roku wyniosły 148 181,48 zł. Przychody netto ze sprzedaży w I kwartale 2013 r. zaś wyniosły 50 372,65 zł.

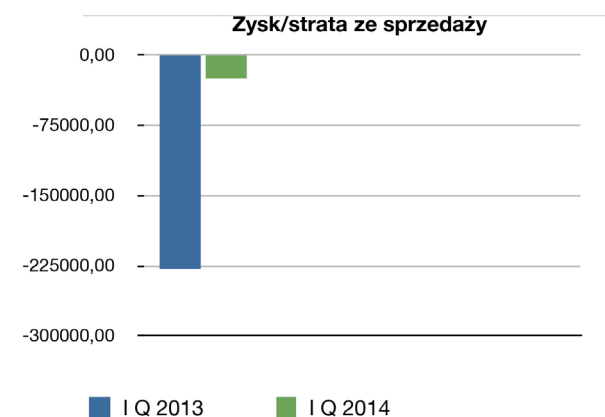
Przychody netto ze sprzedaży w I kwartale 2014 roku są prawie trzy razy wyższe niż w analogicznym okresie roku 2013 z uwagi na podpisane i realizowane umowy z klientami.



Zysk/ strata na sprzedaży

Strata na sprzedaży w I kwartale 2014 roku wyniosła – 24 643,98 zł. W analogicznym okresie roku 2013 strata na sprzedaży wyniosła – 227 673,75 zł.

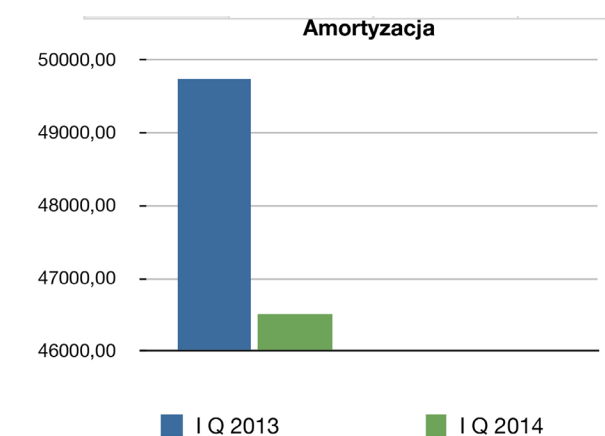
Gwałtowne zmniejszenie straty ze sprzedaży spowodowane jest ustabilizowaniem kosztów firmy i stale zwiększającym się przychodem Spółki.



Amortyzacja

Amortyzacja w I kwartale 2014 roku wyniosła 46 505,39 zł, natomiast w I kwartale 2013 roku wyniosła 49 737,69 zł.

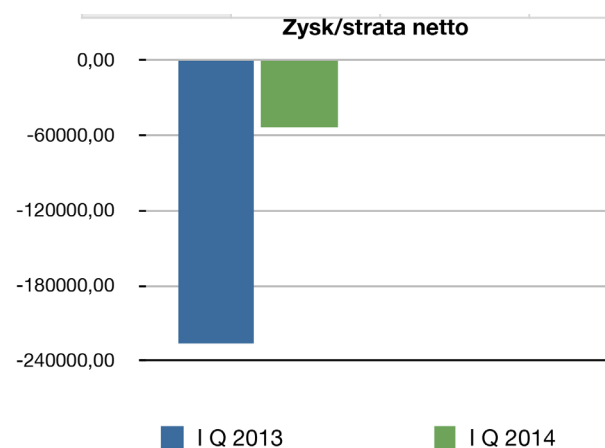
Amortyzacja utrzymuje się stale na tym samym poziomie.



Zysk/ strata netto

W I kwartale 2014 roku strata netto osiągnęła wartość -53 482,39 zł, zaś w analogicznym okresie roku 2013 strata netto wyniosła -226 801,93zł.

Gwałtowne zmniejszenie straty ze sprzedaży spowodowane jest ustabilizowaniem kosztów firmy i stale zwiększającym się przychodem Spółki.





stanowisko Zarządu dotyczące prognozy finansowej

Stanowisko dotyczące prognozy finansowej

Zarząd Your Image S.A. po przebiegu I kwartału 2014 roku podtrzymuje prognozy określone w Dokumencie Informacyjnym na najbliższy rok.

YO IN

informacje Zarządu na temat działalności w obszarze rozwoju

● System franczyzowy Your Image S.A.

W I kwartale 2014 roku nie podpisano żadnej nowej umowy franczyzowej. Dotychczas otwarte oddziały w coraz większym stopniu zdobywają pozycję na lokalnych rynkach. Prowadzone są liczne rozmowy z potencjalnymi nowymi franczyzobiorcami Your Image.

● Projekty unijne

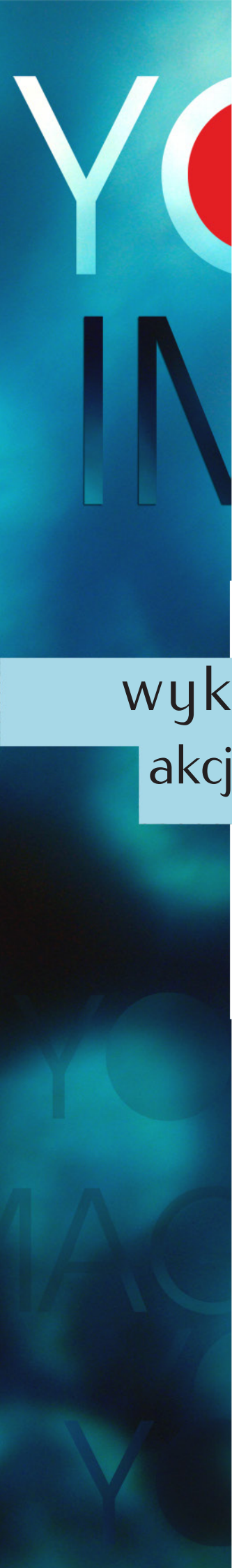
Spółka Your Image S.A. realizuje projekt "Wdrożenie internetowego systemu B2B w zakresie zarządzania procesami e-usług marketingu internetowego" w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (Nr umowy: UDA-POIG.08.02.00-14-333/13-00):

Suma dofinansowania całości projektu opiewa na łączną kwotę 621 692,40 zł.
Realizacja projektu wpłynie na wyniki Spółki w kolejnych latach.

● 14 lutego 2014 Zawarcie umowy z Autoryzowanym Doradcą

W dniu 14 lutego 2014 r. Spółka zawarła umowę z Beskidzkim Biurem Consultingowym S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej („Doradca”), której przedmiotem jest świadczenie przez Doradcę na rzecz Spółki usług Autoryzowanego Doradcy. Mocą zawartej umowy Doradca zobowiązuje się w szczególności świadczyć usługi związane ze współdziałaniem w zakresie wypełniania przez Spółkę obowiązków informacyjnych określonych w Regulaminie ASO oraz prowadzenia bieżącego doradztwa dla Spółki w zakresie dotyczącym funkcjonowania jej instrumentów finansowych w ASO.

Umowa została zawarta na okres 24 miesięcy od daty jej podpisania.



wykaz kursu
akcji w I kwartale 2014

