

YOUR IMAGE GE YOUR IMA

raport
roczny za rok 2013



YOUR IMAGE

spis treści

1. List Prezesa Zarządu	3
2. Dane ewidencyjne	4
3. Wybrane dane finansowe	6
4. Sprawozdanie Zarządu na temat działalności Spółki	8
- Stan prawny	
- Struktura akcjonariatu	
- Działalność Spółki	
- Oferta	
- Sytuacja finansowa Spółki	
- Plany rozwoju	
- Stanowisko Zarządu dotyczące prognozy finansowej na rok 2013	
- Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń	
- Jednostki wchodzące w skład grupy kapitałowej. Przyczyny nie sporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych	
- Rozwój sieci franczyzowej	
- Nowa siedziba	
- Reorganizacja struktury firmy	
- Inwestycja w Norton Kancelarie Finansowe	
- Animator	
5. Oświadczenie Zarządu YOUR IMAGE S.A. w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego za okres 01.01.2013 do 31.12.2013	22
6. Oświadczenie Zarządu YOUR IMAGE S.A. w sprawie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych	24
7. Informacje na temat wynagrodzenia	26
8. Oświadczenie o dobrych praktykach	28

List Prezesa Zarządu Your Image S.A.

Szanowni Państwo, Drodzy Akcjonariusze,

Prezentuję dziś Państwu raport roczny spółki Your Image S.A. Miniony rok nie był łatwy. Trwające wciąż jeszcze załamanie gospodarcze wpłynęło znacząco na branżę PR i branżę reklamową w Polsce. Sytuacja ta zmobilizowała nas do przeprowadzenia – w celu ograniczenia kosztów – zmian w strukturze organizacyjnej firmy. Postawiliśmy na outsourcing działań i szkolenia specjalizacyjne dla zespołu Your Image. Efekty tych zmian widoczne są już teraz. Przeniesienie biur Spółki z Chorzowa do Katowic, które miało miejsce na początku ubiegłego roku pozwoliło nam na znaczne zbliżenie się do klientów zainteresowanych ofertą firmy. Ważnym dla spółki jest także realizowany pierwszy projekt unijny w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Zapraszam do analizy raportu za 2013 rok.



Pozdrawiam serdecznie

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

YOUR IMAGE S.A.
Your Image S.A.
02-515 Warszawa
ul. Puławska 11

Adres Oddziału Spółki:
40-014 Katowice
ul. Mariacka 20/4
Tel. 32 445 35 56
www.yourimage.pl
biuro@yourimage.pl

Czas na jaki został utworzona spółka:
Nieograniczony

Okres objęty sprawozdaniem finansowym:
Roczne sprawozdanie finansowe zostało sporządzone za okres 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.

Zakres sprawozdania finansowego:
Sprawozdanie finansowe nie zawiera danych łącznych, ponieważ w skład Spółki nie wchodzi wewnętrzne jednostki organizacyjne

Sposób sporządzania sprawozdania finansowego i pomiaru wyniku finansowego:

Wynik finansowy ustalany jest na podstawie przychodów i kosztów według typów działalności. Rachunek zysków i strat sporządzany jest w wersji kalkulacyjnej. Rachunek przepływów pieniężnych sporządzany jest metodą pośrednią.

Założenia kontynuowania działalności:

Sprawozdanie finansowe zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej przez Your Image S.A., przez kolejny rok i dłużej. Nie są znane okoliczności, które świadczyłyby o istnieniu poważnych zagrożeń dla kontynuowania działalności przez Spółkę.

Autoryzowany Doradca

BeskidzkieBiuroConsultingoweSpółkaAkcyjna
ul. Warszawska 153, 43-300 Bielsko-Biała
bbc@bbc-polska.com

Animator rynku

Dom Maklerski BDM S.A.
ul. Stojątowskiego 27, 43-300 Bielsko-Biała
telefon 33 812-84-40
fax 33 812-84-42

wybrane dane finansowe

Wybrane jednostkowe dane finansowe Your Image S.A. za rok 2013 r

Wybrane dane finansowe zawierające podstawowe pozycje rocznego sprawozdania finansowego, w tym przeliczone na euro

	01.01.2013- 31.12.2013	01.01.2012- 31.12.2012	01.01.2013- 31.12.2013	01.01.2012- 31.12.2012
	w złotych		w euro ¹	
Kapitał własny	159 961,80	812 992,74	38 571,04	198 863,25
Należności długoterminowe	0,00	0,00		
Należności krótkoterminowe	333 154,13	499 316,09	80 332,30	122 135,93
Zobowiązania długoterminowe	82 878,23	66 002,62	19 984,14	16 144,67
Zobowiązania krótkoterminowe	997 989,84	614 563,19	240 641,84	150 326,11
Inwestycje długoterminowe	0,00	0,00		
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	195 811,83	27 549,82	47 215,43	6 738,86
Inwestycje krótkoterminowe	674 175,27	573 564,75	162 561,55	140 297,62
Amortyzacja	199 587,62	144 007,47	48 125,87	35 225,15
Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi	604 418,10	951 599,19	145 741,25	232 767,28
Zysk (strata) ze sprzedaży	-513 955,88	-123 341,32	-123 928,40	-30 170,08
Pozostałe przychody operacyjne	64 688,00	4 146,97	15 597,99	1014,38
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-610 942,83	-124 935,67	-147 314,53	-30 125,31
Przychody finansowe	14 088,46	177 799,47	3 397,10	43 490,89
Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-653 030,94	33 067,34	-157 463,09	8 088,48
Zysk (strata) brutto	-653 030,94	33 067,34	-157 463,09	8 088,48
Zysk (strata) netto	-653 030,94	33 067,34	-157 463,09	8 088,48

¹ wg kursu ustalonego odpowiednio na dzień 31.12.2012 r. oraz 31.12.2013 r.:
- 31.12.2012 r. - 4,0882 zł
- 31.12.2013 r. - 4,1472 zł



Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki



Stan prawny

Pełna nazwa podmiotu:
Your Image Spółka Akcyjna

Centrala :
Your Image S.A.
02-515 Warszawa
ul. Puławska 11

Adres korespondencyjny:
40-014 Katowice
ul. Mariacka 20/4
Tel. 32 445 35 56

e-mail: biuro@yourimage.pl
www.yourimage.pl
NIP: 521-359-78-81
KRS:0000381296
REGON:142844239

Na dzień 31.12.2013 w Zarządzie Spółki
zasiadał:
Kamil Kita – Prezes Zarządu

Na dzień 31.12.2013 w Radzie Nadzorczej
Spółki zasiadali:

Tomasz Jańczak– Członek Rady Nadzorczej
Piotr Kita – Członek Rady Nadzorczej
Ofka Piechniczek– Członek Rady Nadzorczej
Lestaw Tabor – Członek Rady Nadzorczej
Joanna Wieczorek– Członek Rady Nadzorczej



Struktura akcjonariatu

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%



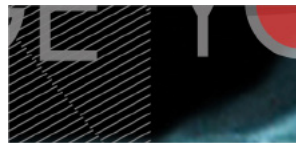
Działalność Spółki

Your Image to innowacyjne połączenie agencji PR, agencji marketingowej, interaktywnej oraz studia reklamy. Tworzy firmę oferującą kompleksowe usługi dla swoich klientów.

Co nas wyróżnia? Przede wszystkim współpraca wyodrębnionych działów, która tworzy efekt synergii. Dzięki temu oferta firmy jest nieporównywalna z ofertą innych firm. Kolejnym elementem wyróżniającym jest też oferowany system pakietowy. Jest to metoda, która dzięki działaniom z naszej oferty przełoży się na efekty klienta. Działaniom z zakresu PR, marketingu i reklamy skupionym w jednym podmiocie.

Co jest dla nas najważniejsze? Jasna komunikacja! Nasze działania mają na celu usprawnienie, przefiltrowanie i wzmocnienie obustronnej komunikacji pomiędzy naszymi klientami, a ich otoczeniem.

Co jest naszym celem? Stworzenie takiej sytuacji, w której nasz klient harmonijnie współdzieli z otoczeniem, odbiera płynące stamtąd komunikaty i umiejętnie wykorzystuje w swojej działalności. Rośnie wartość materialna jak i wizerunkowa jego firmy.



Oferta

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.

SEO I USŁUGI WWW

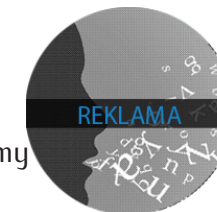


Chciałbyś zaistnieć w internecie, lecz nie wiesz, jak się do tego zabrać? Wystarczy umiejętnie wykorzystać dostępne możliwości, jakie daje nam sieć, by stworzyć wyrazisty wizerunek marki i stać się firmą rozpoznawalną przez internautów!

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!

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

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.

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 nieoptyczne. 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. 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 społeczną komunikacji.

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. Wyrwykowe działania marketingowe rzadko mogą zagwarantować powodzenie – warto więc dotożyć starań, żeby firma możliwie szybko postużyła się kompleksową strategią identyfikacyjną.

SOCIAL MEDIA

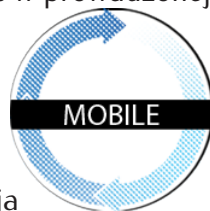


Media społecznościowe są trendy, ale czy są potrzebne Twojej firmie? Nie mamy wątpliwości, że tak! Nie dlatego, że konkurencja już się w nich pojawiła. Są potrzebne, bo to naturalne środowisko Twoich klientów (obecnych i przyszłych!). Rozmawiają w nim o Twojej

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 czuł się w nim dobrze!

Zwiększanie się dostępności Internetu spowodowało zmiany w jego strukturze. Chociaż 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.

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!



Sytuacja finansowa Spółki

Przychody netto ze sprzedaży

W roku 2013 Spółka Your Image S.A. zrealizowała przychody netto ze sprzedaży na poziomie 604 418,10 PLN. W roku 2012 wyniosły one 951 599,19 PLN.

Przychody netto ze sprzedaży za rok 2013 były niższe niż w roku 2012 ze względu na mniejszą ilość zleceń realizowanych przez Spółkę.

Zysk/strata netto

Strata netto w 2013 roku osiągnęła – 653 030,94 PLN, zaś w roku 2012 zanotowano zysk na poziomie 33 067,34 PLN.

Strata netto zanotowana w 2013 roku wynika ze znacznie mniejszej sprzedaży usług Spółki, poniesienia kosztów związanych z realizacją projektu „Wdrożenie internetowego systemu B2B w zakresie zarządzania procesami e-usług marketingu internetowego” w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz spłaty zadłużenia wobec Urzędu Skarbowego i ZUS.

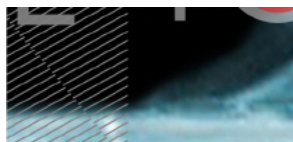
Kapitał własny

Kapitał własny w dniu 31.12.2013 wynosił 159 961,80 PLN zaś na dzień 31.12.2012 roku wynosił 812 992,74 PLN.

Kapitał własny na koniec 2013 był niższy niż w roku poprzednim ze względu na stratę zanotowaną w 2013 roku.

Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne

Środki pieniężne oraz inne aktywa pieniężne na koniec 2013 roku wyniosły 195 811,83 PLN, natomiast w 2012 roku wynosiły 27 549,82 PLN.



Plany rozwoju

Your Image S.A. stabilizuje swoją sytuację na rynku, ustawicznie realizując założenia strategii rozwoju określonej w Dokumencie Informacyjnym. Pozytywne zmiany trybu pracy zespołu firmy przynoszą oczekiwane efekty. Kontynuacja tych działań, zwrócenie się w kierunku szerszego outsourcingu usług firmy, specjalizacja oferty a także zintensyfikowane poszukiwania nowych podmiotów w celu rozszerzenia i profesjonalizacji działalności – to plany firmy na rok 2014. Stale prowadzone będą również działania promocyjne Spółki na rynku krajowym.



Stanowisko Zarządu dotyczące prognozy finansowej na rok 2013

Zarząd Your Image S.A. dnia 14.02.2014 opublikował korektę prognozy wyników finansowych na rok 2013 o następującym brzmieniu:

Zarząd spółki Your Image S.A. z siedzibą w Warszawie niniejszym odwołuje prognozy finansowe zamieszczone w Dokumencie Informacyjnym z dnia 29.03.2012 r. za rok 2013.

Przedstawiona prognoza przewidywała osiągnięcie w 2013 roku przychodów ze sprzedaży w kwocie 1 300 000 zł oraz zysku netto w kwocie 200 000 zł. Spółka nie osiągnęła zakładanych wyników finansowych w następstwie następujących zdarzeń:

- realizacja w 2013 roku projektów współfinansowanych ze środków UE, które wymagały przez Spółkę poniesienia znaczących nakładów, co bezpośrednio przełożyło się na jej rentowność,*

- pogorszenie sytuacji w branży, w której funkcjonuje Spółka, co bezpośrednio przełożyło się na zmniejszenie liczby zleceń, a tym samym wysokość*

osiągniętych przychodów (pomimo realizacji działań związanych ze wzrostem konkurencyjności, rozszerzania oferty świadczonych usług, przychody Spółki 2013 zmniejszyły się o 1/3 w stosunku do roku poprzedniego),

- wzrost konkurencji w branży, w związku z pojawieniem się nowych podmiotów zarówno niewielkich jak i dużych grup świadczących usługi szczególnie w zakresie PR oraz reklamy.*

Jednocześnie Zarząd podtrzymuje prognozy finansowe zamieszczone w Dokumencie Informacyjnym z dnia 29.03.2012 r. na rok 2014.

Prezentując wyniki finansowe Your Image S.A. za rok obrotowy 2013 Zarząd podtrzymuje określone w Dokumencie Emisyjnym prognozy na 2014 rok.



Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń

Ryzyko związane z krótkim okresem działalności Spółki

Emitent powstał na mocy decyzji Zarząd Lauren Peso Polska S.A. o wyodrębnieniu działalności związanej z obsługą wizerunkową, reklamą, nowymi mediami, marketingiem i usługami PR. Decyzję tą Zarząd tłumaczył planami znacznego rozszerzenia działalności w tym zakresie.

Your Image S.A. została zawiązana dnia 2 listopada 2010 roku w Warszawie oraz zarejestrowana w KRS dnia 18.03.2011 r. przez Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego. Relatywnie krótki okres działalności operacyjnej wiąże się między innymi z ograniczoną rozpoznawalnością marki, a także zmiennym poziomem lojalności klientów, co w przypadku branży w której działa Emitent ma istotne znaczenie dla stabilności przychodów. Działania Emitenta nakierowane są w dużej mierze na stopniowe budowanie coraz silniejszej i bardziej rozpoznawalnej marki, a także stabilnej bazy klientów.

Ryzyko związane ze strategią rozwoju Emitenta

Podstawowa działalność Emitenta opiera się na kształtowaniu wizerunku oraz promocji dzięki wykorzystaniu najnowocześniejszych technik oraz Internetu. Rynek tego typu usług w Polsce nie ma długiej historii. Jego rozwój w dużym stopniu uzależniony jest od wzrostu sektora mediów, który charakteryzuje się dużą zmiennością oraz nieprzewidywalnością. Istnieje ryzyko, że przyjęte założenia dotyczące m.in. prognoz dotyczących zapotrzebowania na poszczególne usługi będą nietrafione, a oferta nie spełni oczekiwań klientów. Może to wpłynąć na pozycję konkurencyjną Emitenta oraz osiągnięte przez niego wyniki finansowe.

Ryzyko skali działania

Emitent planuje znaczący wzrost skali prowadzonej działalności. Obrona strategia rozwoju wymaga od Spółki zmian w strukturze organizacyjnej oraz delegowania uprawnień pozostających do tej pory na szczeblu Zarządu. Dynamiczny wzrost skali prowadzonej działalności może powodować komplikacje w obrębie zarządzania strategicznego oraz operacyjnego. Istnieje ryzyko, że taka sytuacja spowoduje trudności w realizacji celów strategicznych oraz nie pozwoli na uzyskanie zakładanego tempa wzrostu wyników finansowych.

Ryzyko związane z krótkim cyklem życia oferowanych produktów

Specyfika branży Public Relations wymusza na dostawcach usług permanentne dostosowywanie oferty do dynamicznie zmieniających się kanałów komunikacji między klientami Your Image S.A., a ich odbiorcami. Istnieje ryzyko, że Emitent nie będzie w stanie zareagować na zmieniające się trendy, tym samym nie odpowiadając na potrzeby rynku. Może to spowodować spadek sprzedaży i zachwianie pozycji rynkowej Spółki. Zarząd Spółki zaznacza, że jego celem jest stałe monitorowanie i aktualizowanie oferty, a także dbałość o dostosowanie produktu do indywidualnych potrzeb klienta.

Ryzyko związane z budową sieci franczyzowej.

Jednym z kluczowych założeń przedstawionej w Dokumencie Informacyjnym strategii Emitenta jest rozwój systemu oraz budowa sieci franczyzowej. Na podstawie umowy franczyzy Emitent daje swoim partnerom możliwość posługiwania się marką, udostępnia akces do bazy ofertowej, zapewnia niezbędne szkolenia w zakresie prowadzenia biznesu oraz standardów świadczonych usług, a także umożliwia korzystanie z innych praw przysługujących Spółce. Istnieje ryzyko, że franczyzobiorcy nie dotrzymają ustalonych w umowie warunków, co w konsekwencji prowadziło będzie do zakończenia współpracy. Nasilenie tego zjawiska może spowodować znaczne ograniczenie skali działalności Emitenta i negatywnie wpłynąć na prognozowane wyniki finansowe. Ponadto Spółka narażona jest na utratę dobrego imienia spowodowaną zaniedbaniami

ze strony franczyzobiorców. Istnieje ryzyko, że standardy wypracowane przez Emitenta nie zostaną dotrzymane przez partnerów biznesowych, co przełoży się na wzrost skarg i reklamacji klientów oraz uszczerbek na reputacji Spółki. W konsekwencji wpłynie to negatywnie na pozycję konkurencyjną oraz wyniki finansowe Emitenta. Jak podkreśla Zarząd Spółki każdorazowo potencjalni partnerzy franczyzowi poddawani są weryfikacji posiadanych przez nich kompetencji, co w znacznym stopniu wydaje się ograniczać wskazane ryzyko.

Ryzyko związane z utratą kluczowych pracowników oraz trudnościami w pozyskiwaniu wykwalifikowanej kadry

Charakter prowadzonej przez Emitenta działalności oraz strategia opracowana przez Zarząd wymaga delegowania części uprawnień oraz obowiązków. Doświadczenie kluczowych pracowników, ich wiedza oraz wypracowane relacje w branży, stanowią dla Emitenta kapitał intelektualny. Ewentualna utrata kluczowych pracowników wiąże się z poniesieniem wysokich nakładów na jego odtworzenie. Poza tym jest to proces długotrwały, dlatego konieczność wyszkolenia oraz wdrożenia nowo zatrudnionych pracowników mogłaby przełożyć się na spadek dynamiki wzrostu Spółki oraz przejściowe trudności w zarządzaniu nią.

Ryzyko związane z możliwością prowadzenia działalności konkurencyjnej przez pracowników

W branży PR wartość dodaną niewątpliwie stanowią doświadczeni specjaliści z dziedziny kreowania wizerunku, a także ich relacje z klientami i światem mediów. Pracownicy decydują o sile zespołu i mają wpływ na wiele ważnych aspektów stanowiących o sukcesie podmiotu dla którego pracują. Istnieje ryzyko, że osoby zatrudnione przez Emitenta mogą podjąć decyzję o odejściu i kontynuowaniu działalności na własny rachunek. Emitent, aby minimalizować wskazane ryzyko, zabezpiecza się odpowiednimi klauzulami w umowach z kadrą pracowniczą. Krótki okres działalności Emitenta nie pozwolił na zaobserwowanie podobnych zdarzeń w przeszłości, natomiast nie można wykluczyć wystąpienia w przyszłości, co mogłoby mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe Emitenta.

Ryzyko związane z niezrealizowaniem umów przez dostawców usług

Większość usług z oferty Your Image będzie wykonywana przez zespół własny, jednak wraz z rozwojem firmy, a także w przypadku realizacji niektórych projektów, Emitent nie wyklucza wsparcia podwykonawców. Wyróżnia się tu m.in. dostawców systemów informatycznych, programistów, grafików, specjalistów od eventów, itp. Realizacja zawartych przez Emitenta umów może być więc zdeterminowana przez wywiązywanie się z obowiązków podmiotów kooperujących. Istnieje ryzyko, że zleceniobiorcy nie wykonają należycie powierzonych im zadań, co może mieć negatywny wpływ na terminowość i jakość realizowanych przedsięwzięć, a ponadto niekorzystnie wpłynąć na wizerunek Spółki i powodować problemy z pozyskiwaniem nowych klientów i franczyzobiorców.

Ryzyko związane z jakością świadczonych usług

Rynek na którym działa Emitent stawia wysokie wymagania w obszarze jakości świadczonych usług. Specyfika PR, kreowania wizerunku i promocji za pomocą Internetu wiąże się ponadto z ciągłą weryfikacją podjętych działań, nie tylko przez stronę umowy, ale pośrednio także i wielu innych niezależnych podmiotów. Emitent w niedalekiej przyszłości planuje ekspansję na rynku krajowym poprzez otwarcie 16 oddziałów w miastach wojewódzkich oraz 100 mniejszych oddziałów na terenie całego kraju. Istnieje ryzyko, że dynamiczny rozwój Spółki może odbić się niekorzystnie na jakości oferowanych przez Emitenta usług, które nie będą w pełni satysfakcjonowały potencjalnych klientów. Może to doprowadzić do pojawienia się reklamacji, spadku popytu na usługi oferowane przez Emitenta oraz pogorszenia jego reputacji w branży.

Ryzyko związane z wizerunkiem Your Image S.A.

Ze względu na dużą konkurencję w branży PR wizerunek przedsiębiorstwa ma duże znaczenie dla prowadzenia działalności, a także pozyskiwania nabywców usług oraz partnerów biznesowych. Ugruntowana w świadomości klientów, szeroko rozpoznawalna marka jest często warunkiem osiągnięcia sukcesu. Istnieje wiele czynników, które

mogą mieć negatywny wpływ na reputację Spółki, na które Emitent nie ma wpływu. Są to między innymi przerwy i trudności w działaniu stron internetowych czy niestosowanie się franczyzobiorców do standardów przyjętych przez Emitenta. Zarząd Your Image S.A. dokłada wszelkich starań aby wszystkie podejmowane działania wykonywane były z należytą starannością i dbałością, zarówno o interesy klientów, jak i współpracujących z Emitentem podmiotów.

Ryzyko utraty zaufania odbiorców

Kreowanie publicznego wizerunku, a także budowanie sposobu postrzegania firmy klienta w Internecie związane jest z szeregiem czynników, które mogą powodować opóźnienia w realizacji zlecanych projektów, bądź ich nienależyte wykonanie. Opinia rzetelnego, solidnego i godnego zaufania kontrahenta to niewątpliwie jedna z podstawowych cech, które powinny charakteryzować spółkę działającą w branży PR. Zarząd Emitenta dokłada wszelkich starań, aby w przypadku każdego z realizowanych projektów terminowo wywiązywano się z powierzonych zadań, a obsługa klientów spełniała najwyższe standardy. Istnieje ryzyko, że mimo powyższej postawy Emitenta utracone zostanie zaufanie kontrahentów wobec Spółki, co w dalszej kolejności może być związane ze zmniejszeniem ilości podmiotów potencjalnie zainteresowanych współpracą z Emitentem. Ziszczenie się wskazanego ryzyka może powodować spadek przychodów i wyniku finansowego Emitenta. Spółka ma zamiar minimalizować związane z tym ryzyko poprzez konsekwentny proces budowania wizerunku Spółki jako godnej zaufania, przestrzegającej terminów realizacji oraz solidnego kontrahenta.

Ryzyko związane z uzyskaniem informacji poufnych o klientach

Zakres świadczonych przez Emitenta usług może wiązać się z wejściem w posiadanie informacji poufnych w rozumieniu ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi związanych z działalnością oraz sytuacją finansową podmiotów znajdujących się w portfelu klientów Spółki. Wykorzystanie tego typu informacji wiązać może się z poważnymi konsekwencjami natury prawnej, a także rzutować negatywnie na wizerunek

Emitenta. Zarząd Emitenta podkreśla, że dokłada wszelkich starań, aby nie doszło do sytuacji wykorzystania przez pracownika jakiegokolwiek szebla takich informacji, a jedną z najważniejszych kwestii jest profesjonalne postrzeganie Spółki i pełne zaufanie klientów. W tym celu zarówno pracownicy Spółki, jak i oddziałów franczyzowych zobowiązani będą do przestrzegania standardów obowiązujących w tym zakresie.

Ryzyko związane z możliwością pojawienia się nieprawdziwych informacji dotyczących Emitenta lub jego działalności

Rynek usług PR charakteryzuje się relatywnie dużym nasyceniem podmiotów świadczących tego typu usługi. Wpływa to na konieczność włożenia większego wysiłku w pozyskanie nowych klientów. Ważnym elementem walki konkurencyjnej jest więc opinia i postrzeganie Emitenta jako rzetelnego podmiotu. Istnieje ryzyko wykorzystania przez konkurencję nieprawdziwych informacji o Your Image S.A., a także podmiotach i osobach powiązanych z Emitentem mające na celu pogorszenie sytuacji rynkowej Spółki. Rozpowszechnienie nieprawdziwych informacji o Emitencie może przełożyć się na przejściowe pogorszenie jego wizerunku i osłabienie pozycji podczas negocjacji z potencjalnymi klientami. Ziszczenie się wskazanego ryzyka może mieć negatywny wpływ na osiągnięte przez Emitenta wyniki finansowe, co może przełożyć się na trudności z realizacją przedstawionych w dokumencie prognoz finansowych. Emitent jako jeden z celów stawia sobie dbałość o odpowiedni wizerunek Spółki, a w razie ziszczenia się wskazanego ryzyka Zarząd zapewnia, że podejmie dostępne prawne kroki wobec podmiotów rozpowszechniających nieprawdziwe informacje.

Ryzyko związane z wystąpieniem zdarzeń losowych

Specyfika działalności na rynku Public Relations wymaga od agencji pełnej dostępności i sprawnego koordynowania współpracy z kontrahentem. Istnieje prawdopodobieństwo wystąpienia zakłóceń w przepływie informacji dotyczących kluczowych projektów, np. w wyniku awarii łączy telefonicznych, internetowych,

prądu, co może skutkować spadkiem zaufania klientów oraz pogorszeniem reputacji w branży. Zarząd Emitenta deklaruje, że w każdym z realizowanych projektów zapewnione jest pełne zaangażowanie ze strony zespołu, który dołoży wszelkich starań aby minimalizować oraz przeciwdziałać wymienionym powyżej zagrożeniom.

Ryzyko związane z koniunkturą gospodarczą

Na funkcjonowanie Emitenta oraz sytuację na rynkach objętych jego działalnością istotny wpływ ma ogólnogospodarcza sytuacja w Polsce i na świecie, wyrażająca się w poziomie wskaźników makroekonomicznych. Zalicza się do nich m.in.: poziom i dynamikę wzrostu PKB, poziom stóp procentowych, wysokość dochodów gospodarstw domowych, stopę bezrobocia, poziom nakładów inwestycyjnych w gospodarce oraz politykę gospodarczą i fiskalną. Pogorszenie sytuacji makroekonomicznej może mieć bowiem znaczący wpływ na skłonność przedsiębiorstw do korzystania z usług świadczonych przez Emitenta, co w konsekwencji doprowadzić może do spadku poziomu przychodów Spółki, a tym samym pogorszenia wyników finansowych z prowadzonej działalności.

Ryzyko związane ze spowolnieniem rozwoju sektora Public Relations w Polsce

Rozwój branży w której działa Emitent jest silnie skorelowany ze wzrostem produktu krajowego brutto w Polsce. Można zatem stwierdzić, iż znaczne spowolnienie gospodarcze przełożyłoby się na spadek przychodów całego rynku PR, bądź w długim horyzoncie czasowym zahamowałoby ich wzrost. Istnieje więc ryzyko, iż omawiana sytuacja może mieć bezpośredni wpływ na rozwój Spółki, pozyskiwanie nowych klientów, a także osiągnięte wyniki finansowe.

Ryzyko związane z konkurencją w branży

Rynek usług PR charakteryzuje się w ostatnich latach dużą dynamiką wzrostu. Jest to jedna z bezpośrednich przyczyn powstawania dużej liczby nowych agencji zajmujących się szeroko rozumianą reklamą. Emitent funkcjonuje więc w wysoko konkurencyjnej branży, co sprawia, że istnieje ryzyko wystąpienia negatywnych efektów finansowych będących wynikiem działalności innych

podmiotów. W celu minimalizacji wskazanego w niniejszym punkcie ryzyka Zarząd Emitenta podejmuje starania w zakresie budowy trwałych relacji z klientami, a także oferuje usługi zgodne z najnowocześniejszymi trendami.

Ryzyko konsolidacji branży

Ze względu na fakt, że polski sektor PR jest rozdrobniony, można spodziewać się konsolidacji branży w przyszłości. Istnieje duże prawdopodobieństwo łączenia się pojedynczych agencji w silniejsze grupy biznesowe, które w dłuższej perspektywie czasu mogą zdominować rynek, przyciągając kluczowych klientów, pracowników oraz przejmując mniejsze podmioty. Wraz ze wzrostem polskiej gospodarki może również wzrosnąć zainteresowanie ze strony agencji sieciowych z Europy Zachodniej i USA, które wykorzystując swoją pozycję mogą zyskać znaczny udział w krajowym rynku. Taki rozwój wydarzeń może spowodować zahamowanie wzrostu Emitenta znajdując wyraz w niższych niż zakładane wynikach finansowych.

Ryzyko niekorzystnych zmian w przepisach prawnych

Otoczenie prawne w Polsce uznawane jest za mało stabilne, co spowodowane jest częstymi zmianami przepisów prawa dotyczącego prowadzenia działalności gospodarczej. Do najczęściej aktualizowanych zaliczamy przede wszystkim Kodeks spółek handlowych, Ustawę o rachunkowości, Ustawę o podatku dochodowym od osób prawnych. Przepisom brakuje jednoznacznej interpretacji, a licznym zmianom towarzyszą kosztowne procesy ich monitorowania, a następnie adaptacji przedsiębiorstw do nowych warunków. Dodatkowo polskie przepisy są nieustannie dostosowywane do wymogów Unii Europejskiej. Nieoczekiwane zmiany przepisów prawnych niosą za sobą ryzyko negatywnego wpływu na rozwój działalności Emitenta.

Ryzyko niekorzystnych zmian w przepisach podatkowych

Polski system podatkowy wciąż nie jest jednoznaczny i wymaga dopracowania. Prowadzi to do różnych interpretacji przepisów przez organy skarbowe

i podmioty gospodarcze, co powoduje funkcjonowanie Spółki w bardzo niepewnym otoczeniu prawnym. Sytuację wzmacnia duża częstotliwość uwarunkowań podatkowych. Ewentualne zmiany przepisów podatkowych mogą negatywnie wpłynąć na działalność Emitenta. Należy jednak pamiętać, że dotyczy to wszystkich podmiotów działających na polskim rynku.

Ryzyko związane z notowaniami akcji Emitenta na NewConnect – kształtowanie się przyszłego kursu akcji i płynności obrotu

Kurs akcji i płynność akcji spółek notowanych na NewConnect zależy od ilości oraz wielkości zleceń kupna i sprzedaży składanych przez inwestorów. Nie ma żadnej pewności co do przyszłego kształtowania się ceny akcji Emitenta po ich wprowadzeniu do obrotu, ani też płynności akcji Emitenta. Nie można wobec tego zapewnić, że inwestor nabywający akcje będzie mógł je zbyć w dowolnym terminie po satysfakcjonującej cenie.

Ryzyko związane z zawieszeniem obrotu akcjami

Zgodnie z § 11 Regulaminu NewConnect Organizator ASO może zawiesić obrót instrumentami finansowymi na okres nie dłuższy niż 3 miesiące:

- na wniosek emitenta,
- jeżeli uzna, że wymaga tego interes i bezpieczeństwo uczestników obrotu, jeżeli emitent narusza przepisy obowiązujące w alternatywnym systemie.

W przypadkach określonych przepisami prawa Organizator Alternatywnego Systemu zawiesza obrót instrumentami finansowymi na okres nie dłuższy niż miesiąc. Zgodnie z § 16 ust. 1 Regulaminu NewConnect, Organizator ASO może zawiesić obrót instrumentami finansowymi Emitenta, jeżeli ten nie wykonuje obowiązków ciążyących na emitentach notowanych na rynku NewConnect. Obowiązki o których mowa w przytoczonym przepisie to w szczególności obowiązki informacyjne.

Nie ma podstaw do przypuszczeń, że taka sytuacja może zdarzyć się w przyszłości w odniesieniu do Emitenta, a ryzyko to dotyczy wszystkich akcji notowanych na NewConnect.

Ryzyko związane z wykluczeniem z obrotu na NewConnect

Zgodnie z § 12 Regulaminu NewConnect Organizator ASO może wykluczyć instrumenty finansowe z obrotu:

na wniosek emitenta, z zastrzeżeniem możliwości uzależnienia decyzji w tym zakresie od spełnienia przez emitenta dodatkowych warunków, jeżeli uzna, że wymaga tego interes i bezpieczeństwo uczestników obrotu, wskutek ogłoszenia upadłości emitenta albo w przypadku oddalenia przez sąd wniosku o ogłoszenie upadłości z powodu braku środków w majątku emitenta na zaspokojenie kosztów postępowania, wskutek otwarcia likwidacji emitenta.

Organizator Alternatywnego Systemu wyklucza instrumenty finansowe z obrotu w alternatywnym systemie:

- w przypadkach określonych przepisami prawa,
- jeżeli zbywalność tych instrumentów stała się ograniczona,
- w przypadku zniesienia dematerializacji tych instrumentów,
- po upływie 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się postanowienia o ogłoszeniu upadłości emitenta, obejmującej likwidację jego majątku, lub postanowienia o oddaleniu przez sąd wniosku o ogłoszenie tej upadłości z powodu braku środków w majątku emitenta na zaspokojenie kosztów postępowania. Przed podjęciem decyzji o wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu Organizator Alternatywnego Systemu może zawiesić obrót tymi instrumentami finansowymi. Zgodnie z § 16 ust. 1 Regulaminu NewConnect, Organizator ASO może wykluczyć z obrotu instrumenty finansowe Emitenta, jeżeli ten nie wykonuje obowiązków ciążyących na emitentach notowanych na rynku NewConnect. Obowiązki, o których mowa w przytoczonym przepisie to w szczególności obowiązki informacyjne. Obecnie nie ma podstaw do przypuszczeń, że taka sytuacja może zdarzyć się w przyszłości w odniesieniu do Emitenta, a ryzyko to dotyczy wszystkich akcji notowanych na NewConnect.

Ryzyko związane z dokonywaniem inwestycji w akcje Emitenta

W przypadku nabywania akcji Emitenta należy zdawać sobie sprawę, że ryzyko bezpośredniego inwestowania w akcje na rynku kapitałowym jest nieporównywalnie większe od ryzyka związanego z inwestycjami w papiery skarbowe, czy też jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych, ze względu na trudną do przewidzenia zmienność kursów akcji zarówno w krótkim, jak i długim terminie.

Ryzyko związane z możliwością nałożenia przez KNF na Emitenta kar administracyjnych za niewykonywanie lub nieprawidłowe wykonywanie obowiązków wynikających z przepisów prawa

Spółki notowane na rynku NewConnect mają status spółki publicznej w rozumieniu Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, w związku z czym Komisja Nadzoru Finansowego może nałożyć na Emitenta kary administracyjne za niewykonywanie obowiązków wynikających z przepisów prawa, a w szczególności obowiązków wynikających z Ustawy o ofercie publicznej i Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi.

W szczególności: zgodnie z art. 176 Ustawy o obrocie w przypadkach, gdy emitent nie wykonuje lub wykonuje nienależycie obowiązki, o których mowa w art. 157 i art. 158 tej ustawy, lub wynikające z przepisów wydanych na podstawie art. 160 ust. 5, KNF może nałożyć na spółkę karę pieniężną w wysokości do 1.000.000 zł. Zgodnie z art. 96 Ustawy o ofercie, w przypadkach, gdy spółka publiczna nie dopełnia obowiązków wymaganych prawem, a w szczególności obowiązków informacyjnych wynikających z Ustawy o ofercie, KNF może nałożyć karę pieniężną w wysokości do 1.000.000 zł



Zarejestrowanie w KRS m.in. zmiany siedziby i oddziału Spółki

Zarząd spółki Your Image S.A. z siedzibą w Warszawie („Emitent”, „Spółka”) informuje, iż w dniu 5 lutego 2014 roku otrzymał informację o zarejestrowaniu w dniu 27 stycznia 2014 roku w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział KRS zmiany siedziby Spółki, oddziału oraz zmian w składzie Rady Nadzorczej.

Nowy adres siedziby Spółki:
Your Image S.A.
ul. Puławska 11
02-515 Warszawa

Adres oddziału Spółki:
Your Image S.A. oddział w Katowicach
ul. Mariacka 20/4
40-041 Katowice



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.

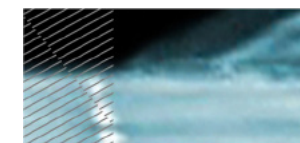


Rozwój sieci franczyzowej

Jednym z kluczowych założeń przedstawionej w Dokumencie Informacyjnym strategii Emitenta jest rozwój systemu oraz budowa sieci franczyzowej Your Image.

Na podstawie umowy franczyzowej Your Image oferuje swoim partnerom możliwość posługiwania się marką, udostępnia akces do bazy ofertowej, zapewnia niezbędne szkolenia w zakresie prowadzenia biznesu oraz standardów świadczonych usług. W 2013 roku kontynuowano inwestycję w promocję systemu franczyzowego.

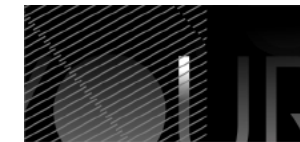
W dniu 20 lutego 2013 r. Spółka podpisała umowę na uruchomienie oddziału franczyzowego w Kaliszu a dnia 25 lutego 2013 r. Spółka podpisała umowę na uruchomienie oddziału franczyzowego w Cieszynie. Podpisanie kolejnych umów franczyzowych stanowi realizację strategii rozwoju Spółki.



Nowa siedziba

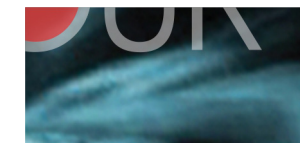
Wraz z początkiem roku 2013 biura Centrali firmy zostały otwarte w Katowicach przy ulicy Mariackiej 20/4. Działania te oznaczają realizację strategii firmy – zbliżenia do klientów biznesowych wraz ze wzmożoną ekspansją handlową na rynku śląskim.

Przeprowadzka do centrum rozwijających się w szybkim ostatnio tempie Katowic jest kolejnym etapem rozwoju Spółki.



Reorganizacja struktury firmy

Rok 2013 przyniósł pozytywne zmiany w strukturze zespołu firmy Your Image oraz organizacji trybu pracy. Znacznie ograniczono koszty firmy i zwiększono wydajność usług, poprzez outsourcing części działalności oraz zmaksymalizowanie specjalizacji poszczególnych członków zespołu.



Projekty unijne

Your Image postanowił wykorzystać możliwości rozwoju działalności jakie oferują fundusze unijne, przystępując do konkursów na interesujące projekty.

W dniu 28.11.2013 roku podpisano umowę (Nr umowy: UDA-POIG.08.02.00-14-333/13-00) o dofinansowanie projektu „Wdrożenie internetowego systemu B2B w zakresie zarządzania procesami e-usług marketingu internetowego” w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka o łącznej kwocie dofinansowanie 621 692,40 PLN.

Spółka w następujących dniach otrzymała kolejno dwie części pierwszej transzy dotacji, w związku z dofinansowaniem projektu „Wdrożenie internetowego systemu B2B w zakresie zarządzania procesami e-usług marketingu internetowego”:
W dniu 06.12.2013 r.: 46 626,93 zł,
w dniu 10.12.2013 r.: 264 219,27 zł

Realizacja projektu wpłynie na wyniki Spółki w kolejnych latach.



Animator rynku

Od dnia 1 października 2013 DOM MAKLESKI BDM S.A. pełni zadanie Animatora Rynku dla akcji Spółki Your Image S.A.

Oświadczenie

w sprawie rzetelności sporządzania
sprawozdania finansowego za okres
01.01.2013 do 31.12.2013

Katowice, 28.05.2014

OŚWIADCZENIE

Zarząd Spółki Your Image S.A. oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy roczne sprawozdanie finansowe i dane porównawcze sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Emitenta oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Your Image S.A. oraz jej wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Spółki zawiera prawdziwy obraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

/-/ Kamil Kita
Prezes Zarządu
Prezes Zarządu Your Image S.A.

YOUR IMAGE S.A.
02-515 Warszawa ul. Puławska 11
oddział: 40-014 Katowice, Mariacka 20/4
Regon 142844239, KRS 0000381296
NIP 5213597881
www.yourimage.pl



YOUR IMAGE

YOUR IMAGE S.A.
KRS: 0000381296
Kapitał zakładowy:
417 000 zł

02-515 Warszawa
ul. Puławska 11
tel.: 22 242 89 49
NIP: 5213597881

Oddział Katowice
40-014 Katowice
ul. Mariacka 20/4
tel.: 32 445 32 90

www.yourimage.pl

Oświadczenie Zarządu

w sprawie podmiotu uprawnionego
do badania sprawozdań finansowych

Katowice, 28.05.2014

OŚWIADCZENIE

Zarząd Spółki Your Image S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego Kancelaria Biegłego Rewidenta „Księga” Sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach przy Al. Roździeńskiego 188 B, wpisany na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych prowadzoną przez Krajową Izbę Biegłych Rewidentów pod nr 2916, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący badania tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badaniu, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.

/-/ Kamil Kita

Prezes Kamil Kita
Your Image S.A.

Prezes Zarządu Your Image S.A.



YOUR IMAGE

YOUR IMAGE S.A.
KRS: 0000381296
Kapitał zakładowy:
417 000 zł

02-515 Warszawa
ul. Puławska 11
tel.: 22 242 89 49
NIP: 5213597881

Oddział Katowice
40-014 Katowice
ul. Mariacka 20/4
tel.: 32 445 32 90

www.yourimage.pl

Informacje na temat wynagrodzenia

Informacje na temat wynagrodzenia Zarządu, Rady Nadzorczej, Biegłego Rewidenta, Autoryzowanego Doradcy oraz Animatora Rynku.

Informacje na temat wynagrodzenia Zarządu Your Image S.A.

Wynagrodzenie netto członków Zarządu w 2013 roku wyniosło 25 699,99 PLN netto.

Informacje na temat wynagrodzenia Rady Nadzorczej Your Image S.A.

Członkowie Rady Nadzorczej Your Image S.A. w 2013 roku nie pobierali wynagrodzenia.

Informacje na temat wynagrodzenia biegłego rewidenta

Wynagrodzenie biegłego rewidenta lub podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych dotyczących roku obrotowego 2013 wyniosło 4 000 PLN netto z tytułu badania sprawozdania finansowego.

Informacje na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy

W 2013 roku Spółka Your Image S.A. nie posiadała Autoryzowanego Doradcy.

Informacje na temat wynagrodzenia Animatora Rynku

Wynagrodzenie Animatora Rynku, który pełnił tę funkcję dla Your Image S.A. do dnia 01.10.2013 firmy NWA I Dom Maklerski S.A wyniosło 9 000 PLN.

Wynagrodzenie Animatora Rynku, którego funkcję pełni od dnia 01.10.2013 r. Dom Maklerski BDM S.A. wyniosło 3 000 PLN.

Oświadczenie
o dobrych praktykach

Informacje o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego

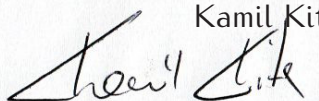
LP.	ZASADA	TAK/ NIE/ NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
1.	Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki i interaktywny dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	CZĘŚCIOWO	Zasada nie będzie stosowana w części, która mówi iż Spółka powinna umożliwić transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie. Spółka rozważy przygotowanie zestawu odpowiednich narzędzi do prowadzenia takiej komunikacji
2.	Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania.	TAK	
3.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej:	TAK	
	3.1. podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa),		
	3.2. opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której Emitent uzyskuje największe przychodów,	TAK	
	3.3. opis rynku, na którym działa Emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku,	TAK	
	3.4. życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK	
	3.5. powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	TAK	
	3.6. dokumenty korporacyjne spółki,	TAK	
	3.7. zarys planów strategicznych spółki,	TAK	
	3.8. opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeńiami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent takie publikuje),	TAK	

3.9. strukturę akcjonariatu Emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie,	TAK
3.10. dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami,	TAK
3.11. Skreślony.	
3.12. opublikowane raporty bieżące i okresowe,	TAK
3.13. kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych,	TAK
3.14. informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy, oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych,	NIE DOTYCZY
3.15. Skreślony.	
3.16. pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,	NIE DOTYCZY
3.17. informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem,	NIE DOTYCZY
3.18. informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	NIE DOTYCZY
3.19. informacje na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy,	TAK
3.20. Informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta,	TAK
3.21. dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy,	TAK
3.22. Skreślony.	
3.23. Informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający	TAK

	łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.	
4.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.	TAK
5.	Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.GPWInfoStrefa.pl .	TAK
6.	Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą.	TAK
7.	W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, Emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	TAK
8.	Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy.	TAK
9.	Emitent przekazuje w raporcie rocznym: 9.1. informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej,	TAK
	9.2. informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	TAK
10.	Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane	TAK

w trakcie walnego zgromadzenia.			
11.	Przynajmniej 2 razy w roku Emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	NIE	Spółka nie stosuje obecnie tej praktyki. Nie wyznaczono statych terminów spotkań, lecz istnieje możliwość umówienia się na indywidualne spotkania z Zarządem.
12.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	NIE DOTYCZY	
13.	Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewnić zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalane są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych.	TAK	
13a.	W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art.399 §3 Kodeksu spółek handlowych, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 §3 Kodeksu spółek handlowych.	NIE DOTYCZY	
14.	Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia.	NIE DOTYCZY	
15.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy.	NIE DOTYCZY	
16.	Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej: informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji	NIE	W chwili obecnej z uwagi na niewielką wartość merytoryczną takich raportów dla inwestorów Spółka nie publikuje raportów miesięcznych.Spółka YOUR IMAGES.A. publikuje raporty kwartalne oraz roczne.

finansowej oraz wyników finansowych emitenta, - zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem, - informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem, - kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego.		
16a.	W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu („Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect”) emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.	NIE DOTYCZY
17.	Skreślony.	



Kamil Kita

Prezes Zarządu Your Image S.A.