



Raport roczna za rok 2014

1. Spis treści

List Prezesa Zarządu	str.3
Dane ewidencyjne	str.4
Struktura akcjonariatu	str.5
Jednostki wchodzące w skład grupy kapitałowej. Przyczyny niesporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych	str.6
Oferta usług	str.6-11
Informacje na temat zatrudnienia	str.12
Wybrane dane finansowe, metody wyceny	str.12-13
Komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały istotny wpływ na osiągnięte wyniki finansowe	str.14
Stanowisko Zarządu dotyczące prognozy	str.14
Informacje Zarządu na temat działalności w obszarze rozwoju	str.14
Oświadczenie Zarządu Your Image S.A. w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego za okres 01.01.2014 do 31.12.2014.	str. 21
Oświadczenia zarządu Your Image S.A. w sprawie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdania finansowego.	str. 20
Oświadczenie o dobrych praktykach	str. 15-18

List Prezesa Zarządu

Drodzy Państwo,

Dziś przedstawiam Państwu raport za rok 2014. Your Image S.A. W minionym roku prowadziliśmy projekt B2B w zakresie zarządzania procesami e-usług marketingu internetowego” w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, oraz z sukcesem pozyskiwaliśmy nowych klientów.

Zachęcam do analizy przedstawionych danych.



Pozdrawiam serdecznie

Kamil Kita
Prezes Zarządu
Your Image S.A.

2. 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

Adres korespondencyjny:

40-014 Katowice

ul. Słowackiego 12/4

Tel. 32 445 35 56

31.12.2014 r. w Zarządzie zasiadał:

Kamil Kita – Prezes Zarządu

29.05.2015 r. w Radzie Nadzorczej zasiadali:

Tomasz Jańczak – Członek Rady Nadzorczej

Adrian Tabor – Członek Rady Nadzorczej

Małgorzata Katarzyna Zawadzka – Członek Rady Nadzorczej

Tatiana Wątor-Kurkowska – Członek Rady Nadzorczej

Małgorzata Wójcik – Członek Rady Nadzorczej

3. Struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu na dzień 29.05.2015:

AKCJONARIUSZE					
	Data	Ilość akcji	% akcji	Ilość głosów	% głosów
Piechniczek Ofka	16.02.2015	242 064	5,800	484 128	7,720
Przyłęcki Michał	11.03.2015	308 000	7,380	462 372	7,380
INC SA	31.05.2012	582 992	13,980	582 992	9,300
Lauren Peso Polska SA	31.05.2012	1 550 636	37,180	3 101 272	49,490

4. 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

5. 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 arsenatu 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 przetożyć 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



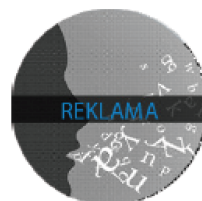
Systemy e-commerce

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 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.



E-mail marketing



Outsourcing marketingu



Programy lojalnościowe



Strategie marketingowe

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 przetrwać 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

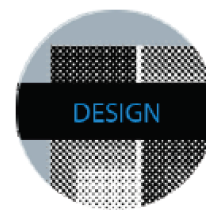


Infografiki



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 przetrwać się na zainteresowanie klienta marką: istotne jest jednak, by prowadzone zabiegi miały odpowiednią spójność i systematyczność, które łatwo można zdyskontować i przetrwać 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 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.



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

6. Informacje na temat zatrudnienia

W okresie 01.01.2015 – 31.03.2015 w firmie Your Image S.A. zatrudnionych było 6 osób, zatrudnienie wynosiło 3 i 3/8 etatu.

- Wykaz opłat animatora animator rynku
Dom Maklerski BDM S.A.
ul. Stojłowskiego 27, 43-300 Bielsko-Biała : 12 000 rocznie
- Wynagrodzenie zarządu : 1073 brutto , 900 netto

7. Wybrane dane finansowe

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

	01.01.2014	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2013
	-31.12.2014	-31.12.2013	-31.12.2014	-31.12.2013
	w złotych		w euro¹	
Kapitał własny	156 687,76	159 961,80	36 761,32	38 571,04
Należności długoterminowe	0,00	0,00	0,00	
Należności krótkoterminowe	598 244,69	333 154,13	140 357,25	80 332,30
Zobowiązania długoterminowe	62 423,84	82 878,23	14 645,58	19 984,14
Zobowiązania krótkoterminowe	1 562 783,74	997 989,84	366 652,69	240 641,84
Inwestycje długoterminowe	0,00	0,00	0,00	
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	325 512,48	195 811,83	76 370,15	47 215,43
Inwestycje krótkoterminowe	804 681,54	674 175,27	188 790,45	162 561,55
Amortyzacja	93 687,55	199 587,62	21 980,52	48 125,87
Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi	615 859,79	604 418,10	144 490,01	145 741,25
Zysk (strata) ze sprzedaży	39 258,90	-513 955,88	9 210,73	-123 928,40
Pozostałe przychody operacyjne	51 069,18	64 688,00	11 981,60	15 597,99
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	20 176,42	-610 942,83	4 733,69	-147 314,53
Przychody finansowe	5 418,83	14 088,46	1 271,34	3 397,10
Zysk (strata) z działalności gospodarczej	-3 274,04	-653 030,94	-768,14	-157 463,09
Zysk (strata) brutto	-3 274,04	-653 030,94	-768,14	-157 463,09
Zysk (strata) netto	-3 274,04	-653 030,94	-768,14	-157 463,09

¹ wg kursu ustalonego odpowiednio na dzień 31.12.2013 r. oraz 31.12.2014 r.:
- 31.12.2013 r. - 4,1472 zł
- 31.12.2014 r. - 4,2623 zł

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.

8. Komentarz Zarządu do wyników

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

Przedstawione dane odzwierciedlają sytuację finansową spółki w okresie 01.01.2014 do 31.12.2014 r.

9. Stanowisko dotyczące prognozy

Spółka nie podaje prognoz na kolejne okresy.

Zarząd ma nadzieję, iż wprowadzane zmiany w firmie, mające wpływ na zwiększenie konkurencyjności Your Image na rynku i tym samym zwiększenie sprzedaży usług firmy, wpłyną pozytywnie na wyniki finansowe Spółki w kolejnych latach.

10. Informacje Zarządu na temat działalności w obszarze rozwoju

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

Oświadczenia

Informacje o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego

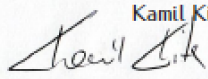
LP.	ZASADA	TAK/ NIE/ NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
1.	Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki i interaktywny 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 rozważa 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 najwięcej 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. zaręby 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 stałych 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 emisji 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.

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. Rozdzieńskiego 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 bestronnej i niezależnej opinii o badaniu, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.

I-1 Kamil Kila
Przewodniczący Zarządu

Prezes Zarządu Your Image S.A.

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

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.

I/-/ Kamila Kila
Przedstawiciel
Kamila Kila
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

