

**Sprawozdanie Zarządu
z działalności
Grupy Kapitałowej YellowHatS.A.
w 2014 roku**

Warszawa 12 czerwca 2014

Spis treści:

1. Informacje ogólne	3
2. Wydarzenia mające istotny wpływ na działalność Grupy w 2014 roku	4
3. Wydarzenia, które wystąpiły po dniu bilansowym mające istotny wpływ na działalność Grupy	5
4. Przewidywany rozwój Grupy	6
5. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju	6
6. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa.....	7
7. Informacje o nabyciu akcji własnych.....	7
8. Podmioty wchodzące w skład grupy kapitałowej YellowHat S.A.	7
9. Informacje o instrumentach finansowych	8
10. Oświadczenie w sprawie przestrzegania przez Grupę ładu korporacyjnego w 2014 roku.....	11
11. Wskaźniki finansowe i niefinansowe, łącznie z informacjami dotyczącymi zagadnień środowiska naturalnego i zatrudnienia, a także dodatkowe wyjaśnienia do kwot wskazanych w sprawozdaniu finansowym	15
12. Podpisy członków Zarządu	15

1. Informacje ogólne

Firma Spółki	YELLOW HAT S.A.
Siedziba	ul. Łowicka 19/6, 02-574 Warszawa
Telefon	+48 22 845 5555
Fax	+48 22 880 0035
Adres poczty elektronicznej	biuro@yellowhat.pl
Adres strony internetowej	www.yellowhat.pl
Sąd Rejestrowy	XII Wydział Gospodarczy Sądu Rejonowego dla m. st. Warszawy w Warszawie
KRS	0000365157
Kapitał zakładowy	4 100 000 zł
NIP	701-02-64-750
Regon	142641690
Zarząd	Piotr Sobiś – Prezes Zarządu
Rada Nadzorcza	Katarzyna Łuczak-Celińska – Przewodnicząca Rady Nadzorczej, Wojciech Iwaniuk – Członek Rady Nadzorczej, Kamil Jankowski – Członek Rady Nadzorczej, David Odrakiewicz – Członek Rady Nadzorczej, Jakub Zalewski – Członek Rady Nadzorczej.
Animator Rynku	Alior Bank S.A.

2. Wydarzenia mające istotny wpływ na działalność Grupy w 2014 roku

W okresie którego dotyczy niniejszy raport, dział Digital Publishing (przeniesiony do spółki zależnej Smart Publishing Sp. z o.o.), realizował strategię Emitenta dotyczącą wydawnictw cyfrowych. Smart Publishing jako wydawnictwo cyfrowe, dzięki pozyskaniu przez Emitenta inwestora strategicznego kontynuowało rozwój wydawanych magazynów, między innymi specjalny dedykowany dodatek Magazynu EGO poświęcony Zimowym Igrzyskom Olimpijskim. Ponadto wprowadzone w grudniu 2013 na rynek miesięczniki na tablety, tj. magazyn kulinarny „SMAQ” oraz magazyn o wyposażeniu wnętrz „iN”, były wydawane i rozwijane przez redakcje.

W czerwcu 2014 wprowadzono na rynek 3 nowe magazyny na tablety: „HASHTAG” - magazyn popkulturowy. Czasopismo skupia się na tematach dotyczących popkultury, stylów życia i trendów; „GoodMood” - magazyn wellness&spa, dedykowany tym, którzy chcą żyć świadomie i aktywnie oraz „WORKOUT” - magazyn dla osób zainteresowanych aktywnym trybem życia.

W okresie którego dotyczy niniejszy raport, przygotowywane czasopisma były systematycznie prezentowane rynkowi mediowemu i potencjalnym reklamodawcom. W efekcie tych działań swoje kampanie reklamowe w magazynach umieszczały takie marki jak BZ WBK, Pollena, Lidl, Kia, Carlsberg, Nivea, Orange, Adidas, McDonalds i wiele innych. Kampanie reklamowe przeprowadzane w magazynach należących do Smart Publishing można przeglądać w kanale Youtube spółki pod adresem: <https://www.youtube.com/user/iAMmagazyn>.

Dnia 19 lutego 2014 roku, w ramach realizacji Umowy Inwestycyjnej z dnia 2 sierpnia 2013 roku, nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego spółki zależnej Emitenta - Smart Publishing sp. z o.o. Wszystkie nowo utworzone udziały zostały objęte przez Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych Venture Capital SATUS (Inwestor) w zamian za wkład pieniężny w wysokości 550 000 zł. Dalsze dokapitalizowanie spółki Smart Publishing sp. z o.o. przez Inwestora będzie realizowane w kolejnych etapach inwestycji w ramach realizacji założeń Umowy Inwestycyjnej. W wyniku wskazanego powyżej podwyższenia kapitału zakładowego Yellow Hat S.A. posiadał 61,07% udziałów Smart Publishing sp. z o.o.

W dniu 23 września 2014 roku, w ramach realizacji Umowy Inwestycyjnej z dnia 2 sierpnia 2013 roku, nastąpiło kolejne podwyższenie kapitału zakładowego spółki zależnej Emitenta - Smart Publishing sp. z o.o. Wszystkie nowo utworzone udziały zostały objęte przez Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych Venture Capital SATUS w zamian za wkład pieniężny w wysokości 550 000 zł. W wyniku wskazanego powyżej podwyższenia kapitału zakładowego Emitent posiadał 57,23% udziałów Smart Publishing sp. z o.o. zaś Fundusz Inwestycyjny posiadał 42,77% udziałów Smart Publishing sp. z o.o.

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport, Emitent kontynuował współpracę z firmą Prymat Sp. z o.o., czołowym producentem przypraw oraz przetworów owocowo-warzywnych w Europie Środkowo-Wschodniej, w ramach której dostarczał publikacje dedykowane na tablety, smartfony oraz komputery PC. Spółka zrealizowała również obsługę technologiczną głosowania SMS dla banku ING na zlecenie agencji Allegro Group. Emitent, jako partner handlowy platformy Mag+, współpracował z wydawcami, którzy nabyli licencję na

publikację swoich treści z wykorzystaniem platformy Mag+. Zaowocowało to wydaniem magazynu „Łazienki” na tablety, współpracą z magazynem „W Punkt” (iPady), a także współpracą z magazynem „iAuto” (tablety oraz smartfony).

W okresie którego dotyczy raport, Zarząd Emitenta podjął również wstępne rozmowy dotyczące ewentualnej inwestycji kapitałowej w Emitenta. W tym celu podpisano odpowiedni dokument o zachowaniu poufności z zainteresowanym oraz zaproponowano odpowiednie projekty uchwał na Walne Zgromadzenie, zwołane na dzień 24 listopada 2014 roku, zakładające ewentualne dokonanie inwestycji. Ze względu na fakt, że rozmowy nie przyniosły oczekiwanych rezultatów i zostały wstrzymane, Walne Zgromadzenie podjęło jedynie uchwały związane z możliwością przeprowadzenia transakcji w terminie późniejszym, o których Zarząd informował w komunikacie nr 30/2014 z dnia 9 grudnia 2014 roku.

3. Wydarzenia, które wystąpiły po dniu bilansowym mające istotny wpływ na działalność Grupy

W okresie I kwartału 2015 r. czasopisma wydawane przez spółkę zależną od Emitenta – Smart Publishing Sp. z o.o. – były systematycznie publikowane, a także prezentowane rynkowi mediowemu i potencjalnym reklamodawcom. Do nowych reklamodawców dołączyły m.in. następujące marki: Samsung, Audi, Hortex i inni. Kampanie reklamowe przeprowadzane w magazynach należących do Smart Publishing można przeglądać w kanale Youtube spółki pod adresem: <https://www.youtube.com/user/iAMmagazyn>.

W dniu 5 marca 2015 r. Emitent otrzymał zawiadomienie sporządzone na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej [...], sporządzone przez Digital Solutions Sp. z o.o. („DP”), w którym spółka ta poinformowała o sprzedaży w dniu 2 marca 2015 r. wszystkich posiadanych przez siebie (tj. 30.041.500 szt.) akcji Emitenta. Wskutek opisywanej powyżej transakcji udział DP w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta spadł poniżej progu 5% i wyniósł 0%.

W tym samym dniu Emitent otrzymał zawiadomienie sporządzone na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej [...], sporządzone przez BENTEN Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością INVEST S.K.A. („Benten”), w którym spółka ta poinformowała o nabyciu w dniu 2 marca 2015 r. 30.041.500 szt. akcji Emitenta. Wskutek opisywanej powyżej transakcji udział Benten w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta przekroczył próg 50% i wyniósł 73,27%. Zarząd Emitenta informuje, że zgodnie z jego najlepszą wiedzą w okresie I półrocza 2015 r. firma spółki Benten uległa zmianie i obecnie brzmi: Amida Capital Sp. z o.o. S.K.A.

W dniu 2 marca 2015 r. Spółka zawarła przedwstępną umowę sprzedaży udziałów spółki zależnej od Spółki, tj. Smart Publishing sp. z o.o. („SP”). Ww. umowa przedwstępna określała, że sprzedaż udziałów kupującemu będzie możliwa po uzyskaniu wszelkich stosownych zgód korporacyjnych, w szczególności zgody drugiego udziałowca SP tj. Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego Aktywów Niepublicznych Venture Capital SATUS z siedzibą w Bielsku-Białej oraz uchyleniu wszelkich obciążeń. Sprzedaży podlegać miały wszystkie posiadane przez Spółkę udziały, a z tytułu ich nabycia kupujący zapłacić miał Spółce cenę w kwocie 2 195 600 złotych. W

wykonaniu tej umowy, Spółka zbyła, w dniu 1 kwietnia 2015 roku, 9.100 udziałów w SP, o wartości nominalnej 50 zł każdy udział, za cenę uzgodnioną w Umowie Przedwstępnej.

W dniu 1 kwietnia 2015 r. Spółka zawarła umowę kupna akcji spółki Molmedica S.A., na mocy której nabyła 778.582 sztuk akcji spółki Molmedica S.A, o wartości nominalnej 0,34 zł każda akcja, za cenę łączną równą 2.195.600 zł (słownie: dwa miliony sto dziewięćdziesiąt pięć tysięcy sześćset złotych), co dało cenę jednostkową równą 2,82 zł (słownie: dwa złote osiemdziesiąt dwa grosze) za jedną akcję. Akcje te zostały następnie, w dniu 12 maja 2015 r., sprzedane przez Spółkę za łączną cenę równą 695.600 zł (słownie: sześćset dziewięćdziesiąt pięć tysięcy sześćset złotych), co dało cenę jednostkową równą 0,89 zł (słownie: osiemdziesiąt dziewięć groszy) za jedną akcję. Rozliczenie ceny sprzedaży ww. akcji nastąpi nie później niż do 30 kwietnia 2016 r., a jako dobrowolne zabezpieczenie tego rozliczenia na rzecz Spółki ustanowione zostanie przez kupującego oświadczenie o poddaniu się egzekucji w trybie art. 777 par. 1 ust. 4) i 5) Kodeksu postępowania cywilnego.

4. Przewidywany rozwój Grupy

W dniu 3 czerwca 2015 r. Zarząd Spółki podjął decyzję o przyjęciu planu zmiany przedmiotu działalności prowadzonej przez Emitenta, z dotychczasowej skoncentrowanej głównie na świadczeniu usług w modelu mobilnych usług zintegrowanych, na działalność polegającą na tworzeniu i zarządzaniu grupą spółek operacyjnych – tj. działalność holdingową.

Zamiarem Zarządu Emitenta i zarazem głównym celem realizowanym w ramach nowego przedmiotu działalności Emitenta będzie budowa grupy kapitałowej, w skład której wejdą podmioty działające w obszarze usług wsparcia dla szeroko rozumianej opieki zdrowotnej, z wykorzystaniem wysoko wyspecjalizowanych technologii z zakresu informatyki medycznej i bioinformatyki, a także oferujące innowacyjne usługi telemedyczne dla lekarzy i pacjentów. W rezultacie realizacji tych zamierzeń, Zarząd Emitenta planuje, że stworzy grupę kapitałową, która jako pierwsza w kraju będzie miała możliwość świadczenia zintegrowanych usług medycznych w oparciu o najnowocześniejsze dostępne technologie pomiaru, przetwarzania, analizy i wykorzystania informacji o stanie zdrowia pacjenta. Zarząd Emitenta upatruje szans na budowę wyżej opisanej grupy kapitałowej głównie poprzez akwizycje podmiotów funkcjonujących w takich branżach jak telemedycyna, informatyka medyczna, czy też bioinformatyka, jak również (w mniejszym stopniu) poprzez utworzenie takich podmiotów od podstaw. Zasadność inwestycji, w rozwój wysoce zaawansowanych, innowacyjnych technologii wspierających usługi medyczne, potwierdzają widoczne na innych rynkach trendy w rozwoju szeroko rozumianych usług medycznych. Emitent zamierza realizować nakreślone powyżej plany głównie ze środków pochodzących z emisji akcji, zarówno w ramach oferty prywatnej, jak również oferty publicznej, w tym także z zachowaniem prawa poboru.

5. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W okresie, którego dotyczy niniejszy raport, nie wystąpiły istotne osiągnięcia Grupy w dziedzinie badań i rozwoju.

6. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa.

Na dzień 31 grudnia 2014 roku podstawowe wielkości ekonomiczne wykazane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy YellowHat S.A. przedstawiają się następująco :

Pozycja	Wartość w tys. zł.
Kapitał zakładowy	4 100,0
Kapitał własny	- 802,4
Finansowe inwestycje długoterminowe	0,0
Aktywa obrotowe	397,4
Zobowiązania długoterminowe	0,0
Zobowiązania krótkoterminowe	751,0

Planowane jest przeprowadzenie podwyższenia kapitału zakładowego Emitenta, w drodze oferty prywatnej, z której Zarząd Emitenta planuje pozyskać środki na realizację planu zmiany prowadzonej działalności, opisanego w pkt. 4 niniejszego sprawozdania.

7. Informacje o nabyciu akcji własnych

Grupa nie nabywała własnych akcji.

8. Podmioty wchodzące w skład grupy kapitałowej YellowHat S.A.

Oprócz Emitenta, w skład grupy kapitałowej YellowHat S.A., na dzień 31 grudnia 2014 r., wchodził następujący podmiot zależny:

Smart Publishing sp. z o.o.

Forma prawna:	spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Siedziba:	Warszawa
Numer w rejestrze:	0000467132
Przedmiot działalności:	wydawanie cyfrowych publikacji na tablety i smartfony
Udział Emitenta:	57,23% w kapitale zakładowym

9. Informacje o instrumentach finansowych

Poniżej przedstawione zostały podstawowe ryzyka związane z działalnością Grupy.

Ryzyko niepowodzenia strategii rozwoju Grupy

Z uwagi na fakt, że Grupa zamierza działać na dynamicznym, szybko rozwijającym się rynku ściśle związanym z innowacyjnymi technologiami, które to technologie nie mają długiej historii i są w dużym stopniu obciążone ryzykiem zmienności i nieprzewidywalności, Grupa narażona jest na ryzyko związane z nietrafnością przyjętych założeń strategicznych dotyczących m.in. rozwijanych usług i produktów oraz przyszłego zapotrzebowania na nie ze strony klientów. Powyższe wpływa także na ryzyko niezrealizowania możliwych do osiągnięcia przychodów i wyników finansowych.

Ryzyko krótkiego okresu prowadzenia działalności

Emitent prowadzi działalność operacyjną od początku 2011 roku. Ponadto, w związku ze zmianami w strukturze akcjonariatu Emitenta, w 2015 roku przyjęty został plan zmiany przedmiotu działalności prowadzonej przez Grupę. Biorąc powyższe pod uwagę należy stwierdzić, że działalność Grupy nadal obciążona jest więc ryzykiem:

- niedostosowania oferty Grupy do oczekiwań klientów;
- nieosiągnięcia oczekiwanej pozycji rynkowej i tym samym niemożliwości realizacji planów strategicznych;
- nieosiągnięcia zakładanych rezultatów z uwagi na stosunkowo małą rozpoznawalność Grupy na rynku.

Grupa stara się ograniczać powyższe ryzyka poprzez:

- przeprowadzanie monitoringu trendów rynkowych i śledzenie dostępnych badań marketingowych, dzięki którym możliwe jest rozpoznanie potrzeb potencjalnych klientów i zaoferowanie produktów lub usług w najwyższym stopniu spełniających ich oczekiwania;
- stałe modyfikowanie i rozszerzanie oferty z uwzględnieniem zgłaszanego zapotrzebowania potencjalnych klientów;
- zatrudnienie wysoko wykwalifikowanych pracowników i współpracowników dla realizacji zleceń klientów na optymalnym poziomie;
- prowadzenie działań marketingowych, reklamowych i public relations, mających na celu budowę marki Grupy.

Ryzyko związane ze zmianami technologicznymi

Istotną charakterystyką branży, w którą Emitent ma zamiar inwestować, jest szybkość zachodzących zmian technologicznych, które mają swoje bezpośrednie przełożenie na „żywość” produktów i usług oferowanych na rynku. Tempo tych procesów oraz ich zakres powoduje, iż Grupa, aby zachować swoją pozycję rynkową, zmuszony będzie do stałej obserwacji rynku pod względem pojawiania się coraz nowszych produktów i usług oraz do stałej obserwacji zaplecza technologicznego branży, które wpłynąć będzie na kierunek jej rozwoju.

Opisana płynność i dynamika branży niesie ze sobą ryzyko ponoszenia znacznych kosztów związanych z koniecznością obserwacji rynku, najnowszych produktów i usług jak również najnowszych technologii, a także wdrażania coraz to nowszych usług i produktów.

Ryzyko związane z tworzeniem nowych usług i produktów oraz pozyskiwaniem nowych kontraktów

Emitent zamierza inwestować w podmioty z branży, w której niezbędne jest ciągle ulepszanie oferowanych usług i produktów, jak również dodawanie nowych, co wymaga zgromadzenia przez te podmioty, w relatywnie krótkim czasie, szerokiej wiedzy na ten temat. Poszerzanie bazy klientów wymaga m.in. wyprzedzania działań konkurencji oraz skutecznego zaspokajania rosnących potrzeb klientów. Wprowadzanie nowatorskich usług wiąże się ze znacznymi kosztami, ponoszonymi na opracowanie ich koncepcji, wypracowanie, testowanie oraz reklamę. Nie można wykluczyć przypadku, w którym nowatorskie usługi i produkty wprowadzone przez Grupę przyniosą gorsze niż oczekiwane rezultaty ekonomiczne.

Ryzyko realizowanych kontraktów

Działalność podmiotów, w które Emitent zamierza inwestować, polega w dużej mierze na realizacji procesów i zadań o wysokim stopniu złożoności, wymagających długookresowej pracy specjalistów, co może wiązać się z ryzykiem wydłużenia czasu wdrożenia, zmiany zakresu działań oraz wyższych, przekraczających planowane, kosztów związanych z realizacją kontraktu. Ryzyko takie może wiązać się z odstąpieniem klienta od kontraktu, ewentualnymi reklamacjami lub roszczeniami finansowymi. Powyższe zdarzenia mogą mieć negatywny wpływ na sytuację i wyniki finansowe Grupy. Grupa minimalizuje powyższe ryzyka poprzez zatrudnianie posiadających wysokie kompetencje specjalistów oraz doświadczonej kadry zarządzającej.

Ryzyko związane ze współpracą z podwykonawcami

Grupa, świadcząc usługi często opiera się na współpracy z podwykonawcami. Grupa zawierając umowy z podwykonawcami stara się zapewnić najdalej idące bezpieczeństwo procesu poprzez odpowiedni, poprzedzony analizą i weryfikacją referencji dobór podwykonawców. Istnieje jednak ryzyko nienależytego wywiązania się z umowy przez podwykonawców oraz ryzyko awarii bądź niezgodnego z umową sposobu funkcjonowania infrastruktury technologicznej podwykonawcy, co może odbić się na jakości świadczonej usługi, a w konsekwencji spowodować utratę zaufania kontrahentów do Grupy.

Ryzyko utraty i trudności w pozyskaniu kluczowych pracowników

Istotnym elementem dla działalności Grupy oraz jej pozycji rynkowej jest kadra zarządzająca oraz kluczowi pracownicy dysponujący specjalistyczną wiedzą, doświadczeniem i zrozumieniem dla tak specyficznego sektora gospodarki jak branża, w której Grupa zamierza prowadzić działalność. Biorąc pod uwagę bardzo duże zapotrzebowanie na specjalistów i menedżerów w branży, istnieje ryzyko utraty poszczególnych członków kadry zarządzającej lub kluczowych pracowników na skutek ich przejścia do spółek konkurencyjnych, co z kolei może skutkować trudnościami w prowadzeniu przez Grupę bieżącej działalności, a nawet doprowadzić do naruszenia rynkowej pozycji Grupy.

Ryzyko pojawienia się konkurencji (w tym zagranicznej)

Grupa zamierza działać na szybko rozwijającym się rynku usług dla branży medycznej. Istnieje duże prawdopodobieństwo zaistnienia na tym rynku silnej konkurencji, która może posiadać znacznie większe zasoby finansowe niż Grupa. Grupa stara się ograniczać to ryzyko poprzez konsekwentny rozwój nowych innowacyjnych produktów oraz marketing i promocję swojej marki w kontekście usług, które zamierza świadczyć.

Ryzyko związane z bezpieczeństwem internetowym oraz ochroną danych osobowych

Oparcie świadczonych usług na infrastrukturze teleinformatycznej wiąże się z zagrożeniami typowymi dla sieci informatycznych, czyli ryzykiem włamania do systemu, paraliżu sieci lub kradzieży danych o udostępnianych usługach lub danych osobowych podlegających rygorowi ustawy o ochronie danych osobowych. Niebezpieczeństwo włamania, kradzieży danych teleinformatycznych lub paraliżu systemu wiąże się z zagrożeniem dla możliwości prowadzenia przez Grupę działalności. Z kolei kradzież lub udostępnienie danych niezgodnie z ustawą o ochronie danych osobowych może skutkować karami przewidzianymi ustawą lub roszczeniami osób poszkodowanych.

Ryzyko związane z zawieraniem przez Emitenta umów o zachowaniu poufności

W związku z charakterem prowadzonej przez Grupę działalności konieczne może się okazać zawieranie z kontrahentami umów dotyczących zachowania poufności. Zapisy takich umów mogą nakładać na Grupę obowiązek zachowania poufności zarówno co do danych handlowych, organizacyjnych lub finansowych, udostępnianych przez kontrahentów w związku ze świadczeniem usług, jak i co do informacji dotyczącej samego faktu zawarcia umowy. Sankcjami za naruszenie obowiązku zachowania poufności mogą być kary umowne. Skuteczne dochodzenie od Grupy przewidzianych w tego rodzaju umowach kar umownych, a ewentualnie także odszkodowań przekraczających kary umowne, może mieć negatywny wpływ na sytuację finansową Emitenta.

Ryzyko wahań cen akcji oraz niedostatecznej płynności akcji

Ceny papierów wartościowych notowanych w Alternatywnym Systemie Obrotu mogą podlegać znaczącym wahaniom, w zależności od kształtowania się relacji podaży i popytu. Relacje te zależą od wielu złożonych czynników, w tym w szczególności od niemożliwych do przewidzenia decyzji inwestycyjnych podejmowanych przez poszczególnych inwestorów. Wiele czynników wpływających na ceny papierów wartościowych notowanych w Alternatywnym Systemie Obrotu jest niezależnych od sytuacji i działań Emitenta. Przewidzenie kierunku wahań cen papierów wartościowych notowanych w Alternatywnym Systemie Obrotu, tak w krótkim, jak i w długim terminie, jest przy tym bardzo trudne. Jednocześnie papiery wartościowe notowane w Alternatywnym Systemie Obrotu cechują się mniejszą płynnością w stosunku do papierów wartościowych notowanych na rynku regulowanym. W celu utrzymania płynności obrotu swoimi papierami wartościowymi Emitent podpisał umowę o pełnienie roli animatora rynku z podmiotem uprawnionym do pełnienia takiej funkcji.

W związku z powyższym istnieje ryzyko, że posiadacz akcji lub praw do akcji Emitenta nie będzie mógł sprzedać ich w wybranych przez siebie terminie lub ilości albo po oczekiwanej przez siebie cenie. W skrajnym przypadku istnieje ryzyko poniesienia strat na skutek sprzedaży akcji lub praw do akcji po cenie niższej od ceny ich nabycia. Podobnie istnieje ryzyko, że osoba zainteresowana nabyciem papierów wartościowych Emitenta w ramach transakcji zawartej w Alternatywnym Systemie Obrotu może nie mieć możliwości zakupu tych papierów w wybranych przez siebie terminie lub ilości albo po oczekiwanej przez siebie cenie.

Należy podkreślić, iż ryzyko inwestowania w papiery wartościowe notowane w Alternatywnym Systemie Obrotu jest znacznie większe od ryzyka związanego z inwestycjami na rynku regulowanym, w papiery skarbowe czy też w jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych stabilnego wzrostu lub zrównoważonych.

10. Oświadczenie w sprawie przestrzegania przez Grupę ładu korporacyjnego w 2014 roku

Oświadczenie Zarządu YellowHat S.A. w sprawie przestrzegania przez Spółkę „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na NewConnect” zawartych w Załączniku Nr 1 Uchwały nr 795/2008 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 października 2008r. i zmian dokumentu zatwierdzonych Uchwałą nr 293/2010 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31.marca 2010r.

PKT	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU	UWAGI
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, umożliwiając transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	TAK	Spółka stosuje wszystkie zapisy tego punktu z wyłączeniem transmisji obrad walnego zgromadzenia przez Internet, rejestracji przebiegu obrad i upubliczniania go na stronie internetowej. W opinii Zarządu koszty związane z techniczną obsługą transmisji oraz rejestracji posiedzeń walnego zgromadzenia przez Internet są niewspółmierne do ewentualnych korzyści z tego wynikających.
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:		
3.1	Podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa)	TAK	
3.2	Opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najczęściej przychodów,	TAK	
3.3	Opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na rynku,	TAK	
3.4	Zyciorysy 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 założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent publikuje prognozy),	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 kontakt 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 zamieszczone w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych,	TAK	
3.15	(skreślony)	-	
3.16	Pytania dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,	NIE	Spółka uważa, iż publikacja pytań mogłaby naruszyć interesy akcjonariuszy.
3.17	Informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem,	TAK	
3.18	Informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	TAK	
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)	-	
	Informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający 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.	TAK	
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 się na stronie www.GPWInfoStrefa.pl	NIE	Spółka nie wykorzystuje obecnie indywidualnej sekcji relacji inwestorskich znajdującą się na stronie www.GPWInfoStrefa.pl , jednakże zapewnia wystarczający dostęp do informacji poprzez

			prorowadzenie działu „Relacje Inwestorskie” na stronie www.yellowhat.pl
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 kontakt 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 powiadomi 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	Informacje na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej,	NIE	Kwestia wynagrodzeń członków zarządu oraz członków rady nadzorczej jest informacją poufną. Emitent bez zgody członków organów spółki nie będzie publikował takich informacji.
9.2	Informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie	NIE	Kwestia wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy jest informacją poufną zawartą w umowie. Emitent nie publikuje takich informacji bez zgody Autoryzowanego Doradcy.
10	Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	TAK	
11	Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	NIE	Spółka nie wyklucza zmiany swojego stanowiska odnośnie stosowania tej zasady w przyszłości. Emitent przy współpracy z Autoryzowanym Doradcą będzie jednak organizować spotkania z inwestorami, analitykami i mediami tak często, jak będzie to możliwe i niezbędne dla prawidłowego funkcjonowania Spółki.
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.	TAK	
13	Uchwała walnego zgromadzenia powinna 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	TAK	

	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 są rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych.		
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.	TAK	
15	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy.	TAK	
16	<p>Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej:</p> <ul style="list-style-type: none"> • informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji 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. 	NIE	W chwili obecnej zasada ta nie jest stosowana przez Emitenta. Z uwagi na fakt, iż publikowane raporty bieżące i okresowe zapewniają akcjonariuszom oraz inwestorom dostęp do kompletnych i wystarczających informacji dających pełny obraz sytuacji Spółki, Zarząd Emitenta nie widzi w chwili obecnej konieczności publikacji raportów miesięcznych.
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.	TAK	
17	(skreślony)	-	

11. Wskaźniki finansowe i niefinansowe, łącznie z informacjami dotyczącymi zagadnień środowiska naturalnego i zatrudnienia, a także dodatkowe wyjaśnienia do kwot wskazanych w sprawozdaniu finansowym

Poniżej zaprezentowano podstawowe wskaźniki finansowe dotyczące Grupy:

Wskaźnik	Sposób obliczania wskaźnika	2014	2013
rentowność netto	$(\text{wynik finansowy netto} / \text{przychody netto ze sprzedaży}) \times 100\%$	-94,5%	-224,2%
rentowność kapitałów własnych	$(\text{wynik finansowy netto} / \text{kapitał własny}) \times 100\%$	113,5%	-1622,6%
wskaźnik płynności gotówkowej	$\text{środki pieniężne} / \text{zobowiązania krótkoterminowe}$	18,5%	19,8%
wskaźnik ogólnego zadłużenia	$(\text{zobowiązania i rezerwy ogółem} / \text{suma pasywów ogółem}) \times 100\%$	80,6%	59,3%

Grupa przestrzega przepisów związanych z ochroną środowiska. Na Grupę nie zostały nałożone żadne kary z tytułu niestosowania przepisów w zakresie ochrony środowiska. W ocenie Zarządu istnieje znikome prawdopodobieństwo wpływu zagadnień dotyczących środowiska na wyniki finansowe oraz działalność Spółki.

Na dzień 31 grudnia 2014 r. Grupa współpracowała łącznie ze 117 osobami (głównie redaktorzy i autorzy tekstów), w tym 5 osób zatrudnionych na umowę o pracę. Polityka zatrudnienia jest elastyczna i dopasowana do aktualnych potrzeb Spółki.

12. Podpisy członków Zarządu

Piotr Sobiś
Prezes Zarządu

Warszawa, 12 czerwca 2015 roku