



## **YELLOW HAT S.A.**

**Raport za III kwartał 2012 r.  
za okres 01.07.2012 – 30.09.2012**

**Warszawa 14.11.2012**

**Spis treści**

SPIS TREŚCI .....	2
1. Podstawowe informacje o Spółce.....	3
1.1. DANE SPÓŁKI .....	3
1.2. ZARZĄD.....	3
1.3. RADA NADZORCZA.....	3
1.4. AKCJONARIAT .....	3
2. Wybrane dane finansowe za III kwartał 2012 r. ....	4
3. Komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe .....	4
4. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania publikowanych prognoz .....	5
5. Informacje na temat aktywności podejmowanej przez Zarząd .....	5

## 1. Podstawowe informacje o Spółce

### 1.1. Dane Spółki

Firma: Yellow Hat  
 Forma prawna: spółka akcyjna  
 Kraj siedziby: Polska  
 Siedziba: Warszawa  
 Adres: ul. Łowicka 19/6, 02-574 Warszawa  
 Tel./ fax: +4822 845 5555 / +4822 880 0035  
 Internet: [www.yellowhat.pl](http://www.yellowhat.pl)  
 E-mail: [inwestor@yellowhat.pl](mailto:inwestor@yellowhat.pl)  
 KRS: 0000365157  
 REGON: 142641690  
 NIP: 701-02-64-750

### 1.2. Zarząd

1. Sławomir Szymański - Prezes Zarządu
2. Łukasz Mroczek - Członek Zarządu

### 1.3. Rada Nadzorcza

1. Adam Osiński - Przewodniczący Rady Nadzorczej
2. Grzegorz Samborski - Członek Rady Nadzorczej
3. Mateusz Iżowski - Członek Rady Nadzorczej
4. Martyna Osińska - Członek Rady Nadzorczej
5. Sanjeev Choudhary - Członek Rady Nadzorczej

### 1.4. Akcjonariat

Struktura akcjonariatu Emitenta przedstawia się następująco:

Lp.	Imię i nazwisko akcjonariusza	Seria akcji	Liczba akcji (w szt.)	Udział w kapitale zakładowym	Udział w głosach
1.	Digital Solutions Sp. z o.o.	seria B	30 041 500	73,27%	73,27%
2.	pozostali	seria A, B i C	10 958 500	26,73%	26,73%
<b>Razem</b>			<b>41 000 000</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 2. Wybrane dane finansowe za III kwartał 2012 r.

Wybrane dane z bilansu (w tys. PLN)

POZYCJE	Stan na dzień 30.09.2012	Stan na dzień 30.09.2011
Kapitał własny	3 790	4 204
Należności długoterminowe	0	0
Należności krótkoterminowe	171	1 259
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	293	768
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	454	0
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe	196	1 082

Wybrane dane z rachunku zysków i strat (w tys. PLN)

POZYCJE	Okres od 01.07.2012 do 30.09.2012	Okres od 01.07.2011 do 30.09.2011	Narastająco od 01.01.2012 do 30.09.2012	Narastająco od 01.01.2011 do 30.09.2011
Przychody netto ze sprzedaży	158	1 773	1 492	2 344
Zysk/strata ze sprzedaży	89	64	220	257
Zysk/strata z działalności operacyjnej	54	25	-212	125
Zysk/strata brutto	57	31	-199	130
Zysk/strata netto	57	25	-199	105
Amortyzacja *)	16	0	44	0

\*) amortyzacja wartości firmy w wysokości 116,2 tys. PLN zgodnie z obowiązującymi przepisami wykazywana jest w pozostałych kosztach operacyjnych

## 3. Komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

W wyniku działań podejmowanych przez Spółkę w okresie, którego dotyczy niniejszy raport, Spółka wygenerowała przychody ze sprzedaży na poziomie 158 tys. PLN. Zysk ze sprzedaży wyniósł 89 tys. PLN, natomiast na działalności operacyjnej Spółka wygenerowała zysk w wysokości 54 tys. PLN.

Na powyższe wyniki finansowe wpływ miała koncentracja na intensywnych pracach rozwojowych nad wprowadzeniem na rynek nowych produktów Spółki – czasopism dedykowanych na tablety. Pierwszy z wprowadzonych na rynek magazynów wygenerował już przychody ze sprzedaży.

#### **4. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania publikowanych prognoz**

Komunikatem EBI nr 16/2012 z dnia 14 listopada 2012 Zarząd skorygował prognozy finansowe na koniec 2012 roku. Zarządu podtrzymuje prognozy finansowe opublikowane we wskazanym powyżej raporcie.

#### **5. Informacje na temat aktywności podejmowanej przez Zarząd**

Spółka we wrześniu br rozpoczęła wydawanie czasopisma kobiecego „iAM”, dedykowanego na tablety. Jest to pierwszy w Polsce magazyn kobiecy, stworzony specjalnie na tablety i dostępny wyłącznie w wersji cyfrowej. Magazyn „iAM” jest autorskim projektem Spółki.

Spółka, będąc świadoma, że medium papierowe przestało wystarczać nie tylko czytelnikom, lecz także reklamodawcom – co potwierdzają spadkowe trendy sprzedaży egzemplarzowej oraz zmniejszające się udziały w torcie reklamowym - proponuje zupełnie inny poziom interakcji czytelnika z marką, budując poprzez swoje formaty reklamowe więź i zaangażowanie.

Spółka w ramach realizacji celów inwestycyjnych, od początku roku budowała zespół i gromadziła kompetencje z zakresu cyfrowych publikacji treści. Podpisała też umowę partnerską z firmą Mag+ AB w Sztokholmie, co dało jej status resellera platformy do tworzenia cyfrowych publikacji na polskim rynku.

Magazyn „iAM” jest elementem strategii spółki, zakładającej zyskanie na rynku wydawniczym publikacji na tablety pozycji wydawcy atrakcyjnych i nowoczesnych treści, odpowiadających oczekiwaniom nowoczesnego odbiorcy. W ciągu pięciu dni od debiutu magazyn iAM znalazł się w pierwszej piątce darmowych aplikacji na iPada w sklepie iTunes. Projekt zyskał duże zainteresowanie reklamodawców. Klienci reklamowi magazynu iAM to m. in. Unilever – partner wydania, Adidas, Fiat, Tissot, General Motors, Oceanic, National Geographic oraz Twinnigs.

Spółka zbudowała kompetencje w zakresie produkcji interaktywnych kreacji reklamowych na platformach tabletowych co daje jej unikalną pozycję na rynku oraz możliwość generowania dodatkowych przychodów.

Spółka pracowała w okresie, którego dotyczy raport nad przygotowaniem magazynu EGO kierowanego do mężczyzn.

#### **6. Jednostki wchodzące w skład grupy kapitałowej**

Emitent nie tworzy grupy kapitałowej w rozumieniu obowiązujących Emitenta przepisów o rachunkowości.

Prezes Zarządu  
Sławomir Szymański

Członek Zarządu  
Łukasz Mroczek