

Raport miesięczny za maj 2012 roku

Zgodnie z punktem 16 Załącznika Nr 1 do Uchwały Nr 795/2008 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 października 2008 roku "Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect" Zarząd DIGITAL AVENUE SA przekazuje do publicznej wiadomości raport miesięczny za maj 2012 roku.

I. Wykaz wszystkich informacji opublikowanych przez Emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem

W maju 2012 r. spółka przekazała do publicznej wiadomości za pośrednictwem systemu EBI oraz ESPI następujące raporty:

1. Raport bieżący numer 18 (2012) – 10.05.2012 – Raport miesięczny za kwiecień 2012 r.
2. Raport Kwartalny Skonsolidowany i Jednostkowy 19 (2012) – 14.05.2012 – Skonsolidowany i Jednostkowy Raport Kwartalny za pierwszy kwartał 2012 r.
3. Raport bieżący numer 20 (2012) - 24.05.2012 – Rejestracja akcji serii D, serii E oraz serii F w depozycie papierów wartościowych
4. Raport bieżący numer 4 ESPI (2012) – 28.05.2012 – Nabycie instrumentów finansowych przez Członka Zarządu
5. Raport bieżący numer 21 (2012) – 29.05.2012 – Wniosek o wprowadzenie akcji serii D, akcji serii E, akcji serii F do obrotu
6. Raport Roczny Skonsolidowany i Jednostkowy numer 22 (2012) – 31.05.2012 – Skonsolidowany i Jednostkowy Raport Roczny za 2011 r.

II. Wydarzenia w grupie

1. Raport Kwartalny za okres 01.01.2012 – 31.03.2012 roku

W I kwartale 2012 szczególny nacisk położono na dalszy rozwój sprzedaży własnej, a także koordynację działań sprzedażowych i dostosowanie oferty portali przejętych w formie akwizycji lub objętych umowami o zarządzanie powierzchnią reklamową. Ponadto sfinalizowano powołanie spółki zależnej, która przejęła aktywa związane z portalem Fashionstyle.pl. W marcu 2012 roku Zarząd Digital Avenue podpisał umowę kupna - sprzedaży udziałów spółki Fashionstyle.pl Sp. z o.o. Na mocy tej umowy Digital Avenue nabył 55%

udziałów w kapitale zakładowym spółki Fashionstyle.pl. Zawarcie w/w umowy stanowi realizację założeń biznesowych Digital Avenue, które zmierzają do pozyskania czołowej pozycji na rynku internetowych mediów lifestylowych i rozrywkowych. Fashionstyle Sp. z o.o. została zarejestrowana 20 kwietnia 2012 i będzie konsolidowana od 2 kwartału 2012.

Pomimo niekorzystnych uwarunkowań makroekonomicznych, przychody Grupy Kapitałowej w I kwartale 2012 r. wzrosły rok do roku o 18%. Tak wysoka dynamika sprzedaży pomimo negatywnego otoczenia makroekonomicznego wynika głównie z włączenia do oferty portali zarządzanych przez Digital Avenue, jednak nie należących do Grupy Kapitałowej.

Dynamika sprzedaży nie przełożyła się na zysk ze sprzedaży, ponieważ na portalach „zewnętrznych” pod zarządzaniem Digital Avenue realizuje znacznie niższe marże niż na portalach własnych. W rezultacie zysk ze sprzedaży i EBITDA spadły w porównaniu z 1 kwartałem 2011 o 42%, zysk operacyjny i brutto – o 81%, a zysk netto – o 83%. Silny spadek zysku operacyjnego, brutto i netto wynikał też, poza wymienionym już większym udziałem sprzedaży o niższej rentowności, także znacznie wyższym poziomem amortyzacji, niż przed rokiem (niemal 2-krotny wzrost amortyzacji rok do roku). Wysoka amortyzacja odzwierciedla intensywne prace rozwojowe nad udoskonaleniem portali należących do Grupy, przeprowadzone w 2011 roku.

2. Rejestracja akcji serii D, E oraz F w depozycie papierów wartościowych

Zarząd Digital Avenue S.A. w dniu 24 maja 2012 r. powziął informację o uchwale nr 372/12 Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych o warunkowej rejestracji:

- 1) 169.000 akcji serii D,
- 2) 912.227 akcji serii E,
- 3) 176.666 akcji serii F.

Rejestracja akcji dokonana jest pod warunkiem wyznaczenia pierwszego dnia notowania akcji na rynku NewConnect.

3. Nabycie instrumentów finansowych przez Członka Zarządu

Zarząd Digital Avenue S.A. w związku z rejestracją w dniu 23 maja 2012 r. w depozycie papierów wartościowych akcji serii D, akcji serii E oraz akcji serii F, otrzymał zawiadomienie od Prezesa Zarządu – Piotra Wąsowskiego – o nabyciu przez niego:

- W dniu 22.11.2011 r., w wyniku objęcia w dniu 18 sierpnia 2011 r. – 70 000 sztuk akcji serii D po cenie 0,10 zł za każdą akcję,
- W dniu 17.04.2012 r. w wyniku objęcia w dn. 28.03.2012 r. – 110 000 sztuk akcji serii F, po cenie 0,10 zł za każdą akcję.

4. Wniosek o wprowadzenie akcji serii D, akcji serii E oraz akcji serii F do obrotu

W dniu 28 maja 2012 roku został złożony wniosek o wprowadzenie do obrotu w alternatywnym systemie obrotu NewConnect:

1) 169.000 (stu sześćdziesięciu dziewięciu tysięcy) akcji serii D,

2) 912.227 (dziewięciuset dwunastu tysięcy dwustu dwudziestusiedmiu) akcji serii E

3) 176.666 (stu siedemdziesięciu sześciu tysięcy sześciuset sześćdziesięciu sześciu) akcji serii F,

tj. łącznie 1.257.893 (jednego miliona dwustu pięćdziesięciu siedmiu tysięcy ośmiuset dziewięćdziesięciu trzech) akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda.

5. Prawie 900 tys. użytkowników Grupy Styl.fm

Jak wynika z marcowego raportu Megapanel PBI/Gemius, Grupa Styl.fm posiada prawie 900 000 realnych użytkowników, którzy generują ponad 20 000 000 odsłon, co daje portalowi 4,55 % zasięgu w polskim Internecie.

Źródło: raport Megapanel PBI/Gemius za marzec 2012, kategoria Styl Życia

6. Ponad 1,2 mln użytkowników Fotosik.pl

W opublikowanym przez Megapanel PBI/Gemius raporcie za marzec 2012 Fotosik.pl zarządzany przez spółkę Medousa osiągnął w kategorii Kultura i Rozrywka następujące wyniki: ponad 1,2 mln realnych użytkowników, ponad 17 000 000 milionów odston, co daje ok. 6,34 % zasięg w polskim Internecie.

Źródło: raport Megapanel PBI/Gemius za marzec 2012, kategoria Kultura i Rozrywka

7. Ponad 16 tysięcy fanów na Facebooku Styl.fm

W maju 2012 liczba osób lubiących profil Styl.fm na Facebooku przekroczyła 16 tysięcy. Często aktualizowane wpisy na fanpage'u Styl.fm umożliwiają błyskawiczny i stały kontakt z czytelnikami. Duża liczba bezpośrednich zwrotów do użytkowników, publikacja wielu zdjęć i promocja najciekawszych artykułów pozwala na kreowanie pozytywnego wizerunku marki i umożliwia śledzenie na bieżąco potrzeb i priorytetów klienta. Specjaliści od social marketingu administrujący fanpage'm aktywizują użytkowników poprzez organizowanie akcji promocyjnych i konkursów związanych z bieżącymi wydarzeniami. Profil charakteryzuje się wysokim odzewem i aktywnością ze strony fanów. Z analizy wynika, że najpopularniejsze wpisy generują odzew na poziomie nawet kilkuset like'ów.

8. Fotopojedynki – innowacyjna funkcjonalność w serwisie Fotosik.pl

W maju bieżącego roku w serwisie Fotosik.pl zostały uruchomione cztery nowe Fotopojedynki. Łącznie w akcji wzięło udział aż 423 użytkowników, którzy w sumie zgłosili 660 prac konkursowych. Fotozabawa spotkała się z bardzo pozytywnym przyjęciem i dużym zainteresowaniem. Innowacyjna funkcjonalność przyczyniła się także do pozyskania nowych osób korzystających z serwisu i budowania większej społeczności wokół całej marki.

9. Twitter - nowy kanał komunikacji serwisu Fotosik.pl

W maju 2012 roku serwis Fotosik.pl uruchomił swoje pierwsze oficjalne konto na Twitterze. Nowy kanał pozwala na szybką i efektywną komunikację z jego użytkownikami. Fotosik.pl dzięki aktywności na Twitterze buduje relacje z użytkownikami, promuje nowe funkcjonalności serwisu, prezentuje najpopularniejsze zdjęcia i wzmacnia pozycję swojej marki.

III Otoczenie rynkowe, trendy

1. Rynek mediów internetowych rozwija się dynamicznie

Liczba internautów w Europie systematycznie rośnie. Zgodnie z badaniami IAB Europe na Starym Kontynencie jest już nas około 472 miliony. Niemal 65% Europejczyków aktywnie korzysta z Internetu, a duża część z nich wykorzystuje w tym celu innowacyjne urządzenia przenośne – telefony komórkowe, laptopy i tablety.

Wraz ze wzrostem liczby internautów, rozwija się także rynek reklam online. Z roku na rok specjaliści od marketingu lokują coraz większe kwoty w reklamie internetowej. Wartość europejskiego rynku reklamy w sieci szacowana jest na około 21 miliardów euro. Najsilniejszą pozycję mają tradycyjnie – reklama SEM oraz wideo. Najszybszy wzrost notuje z kolei reklama mobilna (aż 46% w ciągu roku). Według prognoz ekspertów europejski rynek reklamy online dogoni niedługo amerykański rynek reklamowy, którego wartość w 2011 roku wynosiła aż 31 milionów dolarów (czyli około 25 miliardów euro).

Najwięcej Europejczyków wykorzystuje sieć do przeglądania stron z aktualnymi informacjami – deklaruje to dziewięciu na dziesięciu internautów z Europy. Z kolei aż 87% z nas robi zakupy online, a 96% mieszkańców Starego Kontynentu szuka informacji o produktach przed dokonaniem zakupu właśnie w Internecie.

Z badań wynika również, że średnio spędzamy w sieci już około 15 godzin tygodniowo. Motorem napędowym europejskiego rynku medialnego i rozrywkowego jest przede wszystkim szerokopasmowy dostęp do Internetu oraz coraz powszechniejsza telefonia komórkowa z dostępem do sieci.

Źródło: 426.9m Europeans online across 28 markets ... from Belgium to Bulgaria, UK to Ukraine - Europeans are more connected than ever before ,

<http://www.iabeurope.eu/news/4269m-europeans-online-across-28-markets-%E2%80%A6-from-belgium-to-bulgaria-uk-to-ukraine---europeans-are-more-connected-than-ever-before.aspx>

.....

Digital Avenue S.A. to grupa kapitałowa skupiająca spółki internetowe działające w sektorach: lifestyle i rozrywka. Stawia sobie za cel rozwój i zwiększanie wartości swoich przedsięwzięć poprzez dostarczanie treści, usług, rozrywki i nowych rozwiązań na portalach tematycznie związanych z szeroko pojętym stylem życia.

Digital Avenue S.A. zarządza marką – Styl.fm. Jest to grupa portali i usług internetowych skupiająca innowacyjne projekty internetowe i mobilne, wokół których budowane są wirtualne społeczności. Swoim zasięgiem obejmuje ponad 2 miliony użytkowników miesięcznie.

Portale należące do Digital Avenue S.A. są odwiedzane przez blisko 2,5 mln użytkowników, liczba odsłon wszystkich serwisów sięga ponad 40 mln miesięcznie. Grupa zarejestrowanych użytkowników portali przekroczyła już 1,3 mln osób. Digital Avenue to spółka, która jako jedna z pierwszych zadebiutowała na rynku NewConnect warszawskiej giełdy w sierpniu 2007 roku.