

## **Raport miesięczny za lipiec 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" , zmienionych Uchwałą Nr 293/2010 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 marca 2010 r. w sprawie zmiany dokumentu „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”.

Zarząd DIGITAL AVENUE SA przekazuje do publicznej wiadomości raport miesięczny za lipiec 2012 roku.

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

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

1. Raport bieżący numer 27 (2012) – 01.07.2012 – Treść uchwał podjętych przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 30 czerwca 2012 roku
2. Załącznik do raportu bieżącego numer 27 (2012) – 01.07.2012 – Treść uchwał podjętych przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 30 czerwca 2012 roku
3. Raport bieżący numer 28 (2012) - 03.07.2012 – Złożenie wniosku o wyznaczenie 1. dnia notowania
4. Raport bieżący numer 7 ESPI (2012) – 03.07.2012 – Wykaz akcjonariuszy posiadających powyżej 5% głosów na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Spółki w dniu 30 czerwca 2012 roku
5. Raport bieżący numer 8 ESPI (2012) – 09.07.2012 – Pełnomocnictwo do wykonywania prawa głosu z akcji Spółki na ZWZ Digital Avenue S.A. w dniu 30 czerwca 2012 roku
6. Raport bieżący numer 29 (2012) – 11.07.2012 – Raport miesięczny za czerwiec 2012 r.
7. Raport bieżący numer 9 ESPI (2012) – 12.07.2012 – Informacja o zwiększeniu udziału w ogólnej liczbie głosów w spółce powyżej 10%
8. Raport bieżący numer 30 (2012) – 19.07.2012 – Nabycie udziałów w spółce Medousa Sp. z o.o.

9. Raport bieżący numer 31 (2012) – 31.07.2012 – Uchwała Zarządu w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego spółki w ramach kapitału docelowego.

## **II. Wydarzenia w grupie**

### **1. Złożenie wniosku o wyznaczenie 1. dnia notowania**

Dnia 2 lipca 2012 roku został złożony wniosek o wyznaczenie 1. dnia notowania akcji serii D, akcji serii E oraz akcji serii F na dzień 10 lipca 2012 roku.

Giełda Papierów Wartościowych 4 lipca 2012 roku podjęła uchwałę o wprowadzeniu w/w akcji do obrotu z dniem 10 lipca 2012 roku pod warunkiem dokonania rejestracji tych akcji w dniu 10 lipca przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. i oznaczenia ich kodem „PLDGTAV00013”.

Rejestracja akcji w KDPW nastąpiła w w/w terminie.

### **2. Nabycie udziałów w spółce Medousa Sp. z o.o.**

W dniu 19 lipca 2012 roku Zarząd Digital Avenue S.A. zawarł umowę sprzedaży udziałów spółki Medousa Sp. z o.o. – spółki zależnej od Digital Avenue – z dotychczasowymi współnikami mniejszościowymi spółki Medousa Sp. z o.o.

Na mocy powołanej umowy Emitent – posiadający już 74% udziałów w spółce Medousa Sp. z o.o. - zakupił wszystkie posiadane przez współników mniejszościowych udziały w spółce Medousa Sp. z o.o. tj. w łącznej ilości 2860 udziałów o wartości nominalnej 52,00 zł każdy udział, stanowiących łącznie 26,00% wszystkich udziałów Spółki.

W wyniku nabycia udziałów na mocy umowy sprzedaży udziałów Emitent posiadać będzie 100% udziałów spółki Medousa Sp. z o.o.

Zawarcie przedmiotowej umowy nabycia przez Emitenta udziałów w kapitale zakładowym spółki Medousa Sp. z o.o. nastąpiło w wykonaniu postanowień umowy inwestycyjnej z dnia 15.06.2012 roku.

### **3. Digital Avenue S.A. podwyższa kapitał zakładowy spółki w ramach kapitału docelowego**

W dniu 31 lipca 2012 r. w Kancelarii Notarialnej w obecności notariusza Sławomira Strojnego odbyło się posiedzenie Zarządu Spółki Digital Avenue S.A., który powziął uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w ramach kapitału docelowego.

Mocą postanowień powołanej uchwały Zarząd Spółki podwyższył kapitał zakładowy z kwoty 1.200.002,70 zł (jeden milion dwieście tysięcy dwa złote siedemdziesiąt groszy) do kwoty 1.265.002,70 zł (jeden milion dwieście sześćdziesiąt pięć tysięcy dwa złote siedemdziesiąt groszy) tj. o kwotę 65 000,00 zł (sześćdziesiąt pięć tysięcy złotych 00/100) w drodze emisji 650 000 (sześćset pięćdziesiąt tysięcy) akcji na okaziciela serii G, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda.

Akcje serii G zostaną zaoferowane w drodze subskrypcji prywatnej skierowanej do udziałowców spółki Medousa Sp. z o.o., w tym 210.000 sztuk zostanie zaoferowanych udziałowcowi Spółki Medousa Sp. z o.o. panu Tomaszowi Pruszczyńskiemu; 210.000 sztuk zostanie zaoferowanych udziałowcowi Spółki Medousa Sp. z o.o. panu Damianowi Rutkowskiemu; 165.000 sztuk zostanie zaoferowanych udziałowcowi Spółki Medousa Sp. z o.o. panu Tomaszowi Dwornickiemu; 32.500 sztuk zostanie zaoferowanych udziałowcowi Spółki Medousa Sp. z o.o. panu Arkadiuszowi Seńko i 32.500 sztuk zostanie zaoferowanych udziałowcowi Spółki Medousa Sp. z o.o. panu Maciejowi Zawisza de Sulima.

Ustalona za zgodą Rady Nadzorczej cena emisyjna za każdą akcję serii G wynosi 0,71 zł (siedemdziesiąt jeden groszy).

### **4. Ponad 800 tys. użytkowników Grupy Styl.fm**

Jak wynika z czerwcowego raportu Megapanel PBI/Gemius, Grupa Styl.fm posiada ponad 800 000 realnych użytkowników, którzy generują ponad 18 000 000 odsłon, co daje portalowi 4,10 % zasięgu w polskim Internecie.

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

### **5. Ponad 1,3 mln użytkowników Fotosik.pl**

W opublikowanym przez Megapanel PBI/Gemius raporcie za czerwiec 2012 Fotosik.pl zarządzany przez spółkę Medousa osiągnął w kategorii Kultura i Rozrywka następujące wyniki: ponad 1,3 mln realnych użytkowników, ponad 13 000 000 milionów odsłon, co daje ok. 5,63 % zasięg w polskim Internecie.

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

## **6. Ponad 40 tysięcy fanów na Facebooku Styl.fm**

W lipcu 2012 liczba fanów serwisu Styl.fm na Facebooku przekroczyła 40 tysięcy. Tym samym liczba osób lubiących ten fanpage wzrosła w ciągu miesiąca prawie dwukrotnie. Najbardziej popularne wpisy na tablicy marki generują nawet tysiąc „Lubię to” w ciągu kilku godzin. Dużą popularnością cieszą się także interaktywne aplikacje mające na celu zwiększenie popularności marki oraz wzrost odsłon i odwiedzin w serwisie. Idealnie wpisująca się w zainteresowanie czytelników Styl.fm tematyka aplikacji powoduje, że są one rozpowszechniane przez fanów poprzez komentarze, udostępnianie na swojej tablicy, przycisk „Lubię to” oraz zapraszanie znajomych do korzystania z zabawy. Specjaliści od social marketingu Digital Avenue planują w najbliższym czasie wprowadzenie nowych aplikacji wykorzystujących efekt wirusowy i rekomendacje znajomych.

## **7. Nowy Generator Galerii Aukcyjnych**

W lipcu 2012 użytkownicy uzyskali dostęp do wersji beta nowego generatora galerii aukcyjnych. To popularne narzędzie oferowane przez Fotosik.pl przeszło gruntowną przebudowę oferując możliwość sprawniejszego generowania i zarządzania zdjęciami produktów oraz prezentowania ich w atrakcyjny sposób w ramach oferowanych aukcji. Narzędzie, które obecnie jest wzbogacane o nowe przydatne funkcje, pozwala oszczędzić czas, zaprezentować zdjęcia produktu w korzystny sposób, a także stanowi znacznie tańsze rozwiązanie w stosunku do opłat obowiązujących w serwisach aukcyjnych.

## **8. Ułatwienia w eksporcie zdjęć w Fotosik.pl**

Od lipca 2012 w serwisie Fotosik.pl dostępna jest możliwość pobrania jednym kliknięciem wszystkich zdjęć z albumu na twardy dysk. Innowacyjna funkcjonalność dostępna jest dla wszystkich posiadaczy kont płatnych w serwisie. Zawartość albumu zapisywana jest na twardym dysku w postaci skompresowanego pliku .zip. Nowa opcja pozwala na szybsze i łatwiejsze pobieranie skompresowanych zdjęć z uwagi na mniejszy rozmiar plików.

## **9. Konkursy i akcje promocyjne w serwisie Styl.fm**

W lipcu w serwisie Styl.fm zostały zorganizowane liczne konkursy z nagrodami w postaci książek, zestawów kosmetyków, ubrań i innych upominków.

Systematyczna organizacja interesujących konkursów wpływa na budowanie społeczności wokół Styl.fm, zwiększa liczbę atrakcyjnych treści, co przyciąga nowych użytkowników i przyczynia się do rozwoju potencjału reklamowego serwisu.

## **III Otoczenie rynkowe, trendy**

### **1. Rozwój rynku reklam online w II kwartale 2012**

Najnowszy raport gemiusAdMonitor podaje, że największy udział w całkowitej liczbie emisji badanych kampanii w II kwartale 2012 roku, odnotowano w następujących branżach: telekomunikacja (24,1%), finanse, ubezpieczenia, maklerstwo (13%) i motoryzacja (9,2%). Z kolei w I kwartale najbardziej aktywnie reklamowały się : telekomunikacja (30,7%), motoryzacja (17,9%) oraz sprzęty domowe, meble i dekoracje (12,4%).

Największą popularnością internautów w II kwartale 2012 roku cieszyły się kreacje firm działających w sektorach: żywność (CTR: 1,10%), czas wolny (CTR: 1,06%) oraz podróże, turystyka, hotele i restauracje (CTR: 0,92%).

Badanie pokazuje, że reklamodawcy nadal stawiają na tradycyjne formaty reklamowe. Do najczęściej stosowanych formatów w II kwartale 2012 należały: Double Billboard (25,8%), Preroll (16,4 %) oraz Toplayer (12,4%). Analizy są przychylnie jednak także dla mniej standardowych rozwiązań. Udział formatu Preroll wzrósł o 3%, a Toplayer o 4% względem okresu od stycznia do marca 2012 roku.

Wśród najpopularniejszych formatów reklamowych pod względem średniego CTR w II kwartale 2012 roku znalazły się: Toplayer (2,43%), Wideboard 1024x300 (2,03%) oraz Preroll (2,02%). Natomiast najwyższy uCTR – wskaźnik określający jak wielu użytkowników spośród tych, którzy widzieli daną kreację, kliknęło w nią – odnotowano dla następujących : Wideboard 1024x300 (3,85%), Toplayer (3,14%) oraz Wallpaper (2,71%).

Raport gemiusAdMonitor przygotowano na podstawie danych zgromadzonych w badaniu gemiusDirectEffect. Zrealizowane w II kwartale 2012 roku kampanie internetowe przeanalizowano pod kątem wykorzystywanych form kreacji, osiąganych przez nie wskaźników oraz branż, które się reklamowały.

*\*Opr. na podstawie, [www.gemius.pl](http://www.gemius.pl): „gemiusAdMonitor: Rynek reklamy online w II kwartale 2012 roku”.*

#### **IV Realizacja celów emisyjnych**

W ramach realizacji celów emisyjnych Zarząd Digital Avenue podjął uchwałę w przedmiocie podwyższenia kapitału zakładowego spółki w ramach kapitału docelowego, o której mowa w punkcie II.3 niniejszego raportu.

#### **V Kalendarz inwestora**

W miesiącu sierpniu 2012 roku Emitent planuje zaoferowanie, w drodze subskrypcji prywatnej, mniejszościowym udziałowcom spółki Medousa sp. z o.o., akcji serii G wyemitowanych na mocy uchwały, o której mowa w punkcie II.3 niniejszego raportu.

Według wiedzy posiadanej na dzień sporządzenia niniejszego raportu, Emitent nie przewiduje, aby w sierpniu 2012 roku miały mieć miejsce inne wydarzenia,

poza wskazanym w zdaniu poprzedzającym, które mogłyby być istotne z punktu widzenia interesu inwestorów.

.....

*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.*