

Raport miesięczny za październik 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 październik 2012 roku.

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

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

1. Raport bieżący numer 40 (2012) – 10.10.2012 – Raport miesięczny za wrzesień 2012 r.

II. Wydarzenia w grupie

1. Styl.fm w nowej odsłonie

W październiku Styl.fm – flagowy serwis Digital Avenue - przeszedł gruntowną przebudowę zarówno od strony wizualnej, jak i technologicznej, a także spore zmiany redakcyjne - oprócz artykułów, na stronie głównej pojawia się coraz więcej zdjęć użytkowników serwisu. Zmiana szaty graficznej pozwoliła na uporządkowanie i wdrożenie nowych funkcjonalności w bardziej przystępny i przejrzysty sposób. Twórcy layoutu docenili zaangażowanie czytelników - odświeżona strona główna zapewnia mozaikową ekspozycję zdjęć. Dzięki temu nowy Styl.fm jest nowoczesny, a jego nawigacja - intuicyjna. Dynamiczny układ

zdjęć na stronie głównej pozwolił na stworzenie bardziej rozbudowanej platformy komunikacyjnej pozwalającej na interakcję zarówno z redakcją portalu, jak i ożywiony kontakt pomiędzy użytkownikami. Ekskluzywne materiały zostały dodatkowo wyeksponowane dzięki zmianie miejsca na stronie, większym tytułom i zdjęciom. Duże przyciski przy fotografiach umożliwiają przeglądanie strony także na ekranach dotykowych. Odświeżony Styl.fm idealnie wpisuje się w wymogi współczesnych czytelników, którzy w mediach poszukują nie tylko tekstu, ale także obrazu. To pierwsza tak gruntowana zmiana od czasu powstania serwisu.

2. Ponad 700 tys. użytkowników Grupy Styl.fm

Jak wynika z wrześniowego raportu Megapanel PBI/Gemius, Grupa Styl.fm posiada ponad 700 000 realnych użytkowników, którzy generują ponad 15 000 000 odsłon, co daje portalowi 3,69 % zasięgu w polskim Internecie.

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

3. Prawie 900 tys. użytkowników Fotosik.pl

W opublikowanym przez Megapanel PBI/Gemius raporcie za wrzesień 2012 Fotosik.pl, zarządzany przez spółkę Medousa, osiągnął w kategorii Kultura i Rozrywka następujące wyniki: prawie 900 000 realnych użytkowników, ponad 11 milionów odsłon, co daje 4,52 % zasięgu w polskim Internecie.

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

4. Nowe rozwiązania w fotosik.pl

W październiku w serwisie Fotosik.pl wprowadzono kolejne udogodnienia. Użytkownicy otrzymali dostęp do powiadomień drogą mailową o nowych fotopojedynkach - konkursach polegających na rywalizacji zdjęć o wybranej tematyce. Fotozabawy od początku ich uruchomienia cieszyły się dużym

zainteresowaniem internautów. Nowe powiadomienia zapewnią łatwiejszy dostęp do usługi.

III Otoczenie rynkowe, trendy

1. Rynek reklamy online w Polsce nadal rośnie

Mimo kryzysowych zawirowań w gospodarce wszystko zapowiada kolejny dobry sezon dla specjalistów od marketingu. Najnowsze badania IAB AdEx pokazują, że na reklamę w sieci przeznaczono 7,3 proc. więcej niż w analogicznym okresie w poprzednim roku. Trochę ponad miliard złotych, wydane na reklamę internetową w I półroczu, to rekordowy wynik na polskim rynku i aż trzy razy większy niż 5 lat temu.

Prognozy ekspertów pokazują, że tendencja wzrostowa utrzyma się także w II półroczu. Marketerzy z sektorów motoryzacji, finansów i handlu wygenerowali razem prawie 40% wartości reklamy online, a wydatki na działania marketingowe artykułów FMCG - 12% , a na marketing dóbr trwałych - 37%.

Imponujący wzrost wydatków rok do roku zanotowały segmenty turystyczno-gastronomiczny, motoryzacyjny, edukacyjny i nieruchomościowy. Wzrasta także udział kampanii prowadzonych w Internecie w całym rynku reklamy w Polsce. Obecnie kształtuje się on na poziomie 17,8%.

Największą popularnością cieszy się reklama display, choć jej udział w rynku reklamy online konsekwentnie maleje, a coraz większy odsetek środków inwestowany jest w SEO marketing.

IAB AdEx jest cyklicznym badaniem służącym do mierzenia wydatków na reklamę online. Projekt realizuje IAB Polska wspólnie z PwC od 2007 roku, a jego wyniki są standardem rynkowym i bazą dla innych analiz dotyczących wydatków na reklamę.

W badaniu biorą udział wszystkie wiodące firmy internetowe. Wydatki reklamowe zdefiniowano jako budżety firm przeznaczane na zakup powierzchni reklamowej w Internecie. Składają się na nie zarówno przychody uczestników

badania uzyskane z tytułu sprzedaży powierzchni reklamowej, jak i prowizje agencji z tego tytułu (tzw. kick-backi). Warto zaznaczyć, że oprócz wydatków gotówkowych liczone są także współpracy o charakterze barterowym.

Źródło: <http://www.iabpolska.pl/index.php?mnu=93&id=478>

IV Realizacja celów emisyjnych

Emitent, w okresie objętym raportem, nie realizował celów emisji.

V Kalendarz inwestora

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