

DIGITAL AVENUE S.A.

JEDNOSTKOWY RAPORT PÓŁROCZNY

ZA OKRES OD 1 STYCZNIA DO 30 CZERWCA 2009 R.



RAPORT ZAWIERA:

Oświadczenie Zarządu Digital Avenue S.A. w sprawie rzetelności sporządzenia wybranych danych finansowych oraz sprawozdania zarządu z działalności jednostki za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2009 r.

Wybrane dane finansowe Digital Avenue S.A. za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2009 r. przygotowane przez Doradztwo Księgowo Informatyczne Jarosław Niziołek

Półroczne sprawozdanie Zarządu Digital Avenue S.A. z działalności jednostki za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2009 r. przygotowane przez Zarząd Digital Avenue S.A.

Wrocław, 4 sierpnia 2009

**OŚWIADCZENIE ZARZĄDU DIGITAL AVENUE S.A. W SPRAWIE RZETELNOŚCI
SPORZĄDZENIA WYBRANYCH DANYCH FINANSOWYCH ORAZ
SPRAWOZDANIA ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI JEDNOSTKI ZA OKRES
OD 01.01.2009 R. DO 30.06.2009 R.**

Zarząd Digital Avenue S.A. na podstawie §5 pkt. 4.1 Załącznika Nr 1 do Uchwały nr 346/2007 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 30 maja 2007 r. „Informacje Bieżące i Okresowe w Alternatywnym Systemie Obrotu” oświadcza, iż wedle swojej najlepszej wiedzy, wybrane informacje finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Spółkę lub standardami uznawanymi w skali międzynarodowej oraz, że półroczne sprawozdanie z działalności Spółki zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

Prezes Zarządu
Andrzej Jasieniecki

.....

**WYBRANE DANE FINANSOWE DIGITAL AVENUE S.A.
 ZA OKRES OD 01.01.2009 R. DO 30.06.2009 R.
 WRAZ Z DANymi PORÓWNYWALNYMI
 (DANE W TYS. ZŁOTYCH I W PRZELICZENIU NA EUR)**

WYBRANE DANE (tys. PLN i tys. EUR)	od	od	od	od
	01.01.2009	01.01.2008	01.01.2009	01.01.2008
	do	do	do	do
	30.06.2009	30.06.2008	30.06.2009	30.06.2008
	PLN	PLN	EUR	EUR
Przychody ze sprzedaży	360	409	80	117
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	-97	-193	-21	-56
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-31	-190	-7	-55
Zysk (strata) netto	-31	-190	-7	-55
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	-197	9	-44	5
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej	216	-762	48	-227
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej	-40	0	-9	0
Zwiększenie / (zmniejszenie) netto środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	-21	-753	-5	-222
	30.06.2009	30.06.2008	30.06.2009	30.06.2008
	PLN	PLN	EUR	EUR
Aktywa, razem	5 926	7 099	1 326	2 118
Zobowiązania długoterminowe	0	0	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe	860	1 076	192	322
Kapitał własny	5 065	6 023	1 133	1 796
Kapitał podstawowy	851	851	190	254
Liczba akcji (w szt.)	8 513 220	8 513 220	8 513 220	8 513 220
Strata na jedną akcję zwykłą	-0,0036	-0,0223	-0,0008	-0,0065
Wartość księgowa na jedną akcję	0,5950	0,7075	0,1331	0,2110

Kurs średni NBP na 30.06.2008	2008-06-30	3,3542
Średnia arytm. kursów NBP (od 01.01.08 do 30.06.08)		3,4776
Kurs średni NBP na 30.06.2009	2009-06-30	4,4696
Średnia arytm. kursów NBP (od 01.01.09 do 30.06.09)		4,5184

ZASADY SPORZĄDZANIA WYBRANYCH DANYCH FINANSOWYCH

Zasady rachunkowości

Jednostkowe sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości (MSR), Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) oraz związanymi z nimi Interpretacjami ogłoszonymi w formie rozporządzeń Komisji Europejskiej (zwanymi dalej MSR oraz łącznie zasadami rachunkowości przyjętymi do stosowania w Unii Europejskiej).

Prezentacja

Jednostkowe sprawozdanie finansowe jest przedstawione w zł, a wszystkie wartości, o ile nie jest to zaznaczone inaczej, podane są w tysiącach złotych (tys. zł).

Waluty obce

Transakcje przeprowadzane w walucie innej niż polski złoty są księgowane po kursie waluty obowiązującym na dzień transakcji. Na dzień bilansowy, aktywa i pasywa pieniężne denominowane w walutach obcych są przeliczane według kursu obowiązującego na ten dzień. Zyski i straty wynikłe z przeliczenia walut są odnoszone bezpośrednio w rachunek zysków i strat, za wyjątkiem przypadków, gdy powstały one wskutek wyceny aktywów i pasywów niepieniężnych, w przypadku których zmiany wartości godziwej odnosi się bezpośrednio na kapitał.

Rzeczowe aktywa trwałe

Składniki rzeczowego majątku trwałego początkowo ujmowane są według kosztu (ceny nabycia lub kosztu wytworzenia) pomniejszonego w kolejnych okresach o odpisy amortyzacyjne oraz utratę wartości.

Koszty finansowania zewnętrznego bezpośrednio związanego z nabyciem lub wytworzeniem składników majątku wymagających dłuższego okresu czasu, aby mogły być zdatne do użytkowania lub odsprzedaży, są doliczane do kosztów wytworzenia takich środków trwałych, aż do momentu oddania tych środków trwałych do użytkowania. Przychody z inwestycji uzyskane w wyniku krótkoterminowego inwestowania pozyskanych środków a związane z powstawaniem środków trwałych pomniejszają wartość skapitalizowanych kosztów finansowania zewnętrznego.

Amortyzację wylicza się dla wszystkich środków trwałych, z pominięciem gruntów oraz środków trwałych w budowie, przez oszacowany okres ekonomicznej przydatności tych środków, używając metody liniowej, przy zastosowaniu stawek amortyzacji zgodnych z regulacjami podatkowymi.

Aktywa utrzymywane na podstawie umowy leasingu finansowego są amortyzowane przez okres ich ekonomicznej użyteczności, odpowiednio jak aktywa własne, nie dłużej jednak niż okres trwania leasingu.

Zyski lub straty wynikłe ze sprzedaży / likwidacji lub zaprzestania użytkowania środków trwałych są określane jako różnica pomiędzy przychodami ze sprzedaży a wartością netto tych środków trwałych i są ujmowane w rachunku zysków i strat.

Wartości niematerialne

Wartość firmy powstająca przy konsolidacji wynika z wystąpienia na dzień nabycia nadwyżki kosztu nabycia jednostki nad wartością godziwą identyfikowalnych składników aktywów i pasywów jednostki zależnej, stowarzyszonej lub wspólnego przedsięwzięcia na dzień nabycia.

Wartość firmy jest wykazywana jako składnik aktywów i przynajmniej raz w roku podlega analizie pod kątem utraty wartości. Ewentualna utrata wartości rozpoznawana jest od razu w rachunku zysków i strat i nie podlega odwróceniu w kolejnych okresach.

Przy sprzedaży jednostki zależnej, stowarzyszonej lub wspólnego przedsięwzięcia, odpowiednia część wartości firmy uwzględniana jest przy wyliczaniu zysku bądź straty na sprzedaży.

Koszty prac rozwojowych są kapitalizowane wyłącznie w sytuacji, gdy realizowany jest ściśle określony projekt, jest prawdopodobne, że składnik aktywów przyniesie przyszłe korzyści ekonomiczne oraz koszty związane z projektem mogą być wiarygodnie oszacowane.

Koszty prac rozwojowych są amortyzowane metodą liniową przez przewidywany okres ich ekonomicznej przydatności.

W przypadku, gdy niemożliwe jest wyodrębnienie wytworzonego we własnym zakresie składnika aktywów, koszty prac rozwojowych są ujmowane w rachunku zysków i strat w okresie, w którym zostały poniesione.

Koszty prac badawczych nie podlegają aktywowaniu i są prezentowane w rachunku zysków i strat jako koszty w okresie, w którym zostały poniesione.

Zakupione licencje na oprogramowanie komputerowe aktywuje się w wysokości kosztów poniesionych na zakup i przygotowanie do używania danego programu komputerowego. Aktywowany koszt odpisuje się przez szacowany okres użytkowania oprogramowania nie dłuższy niż 3 lata.

Utrata wartości

Na każdy dzień bilansowy spółka dokonują przeglądu wartości netto składników majątku trwałego w celu stwierdzenia, czy nie występują przesłanki wskazujące na możliwość utraty ich wartości. W przypadku, gdy stwierdzono istnienie takich przesłanek, szacowana jest wartość odzyskiwalna danego składnika aktywów, w celu ustalenia potencjalnego odpisu z tego tytułu. W sytuacji, gdy składnik aktywów nie generuje przepływów pieniężnych, które są w znacznym stopniu niezależnymi od przepływów generowanych przez inne aktywa, analizę przeprowadza się dla grupy aktywów generujących przepływy pieniężne, do której należy dany składnik aktywów.

W przypadku wartości niematerialnych o nieokreślonym okresie użytkowania, test na utratę wartości przeprowadzany jest corocznie, oraz dodatkowo, gdy występują przesłanki wskazujące na możliwość wystąpienia utraty wartości.

Wartość odzyskiwalna ustalana jest jako kwota wyższa z dwóch wartości: wartość godziwa pomniejszona o koszty sprzedaży lub wartość użytkowa. Ta ostatnia wartość odpowiada wartości bieżącej szacunku przyszłych przepływów pieniężnych zdyskontowanych przy użyciu stopy dyskonta uwzględniającej aktualną rynkową wartość pieniądza w czasie oraz ryzyko specyficzne dla danego aktywa.

Jeżeli wartość odzyskiwalna jest niższa od wartości księgowej netto składnika aktywów (lub grupy aktywów), wartość księgowa jest pomniejszana do wartości odzyskiwalnej. Strata z tytułu utraty wartości jest ujmowana jako koszt w okresie, w którym wystąpiła, za wyjątkiem sytuacji gdy składnik aktywów ujmowany był w wartości przeszacowanej (wówczas utrata wartości traktowana jest jako obniżenie wcześniejszego przeszacowania).

W momencie, gdy utrata wartości ulega następnie odwróceniu, wartość netto składnika aktywów (lub grupy aktywów) zwiększana jest do nowej wyszacowanej wartości odzyskiwalnej, nie wyższej jednak od wartości netto tego składnika aktywów jaka byłaby ustalona, gdyby utrata wartości nie została rozpoznana w poprzednich latach. Odwrócenie utraty wartości ujmowane jest przychodach, o ile składnik aktywów nie podlegał wcześniej przeszacowaniu – w takim przypadku, odwrócenie utraty wartości odnoszone jest na kapitał z aktualizacji wyceny.

Zapasy

Wartość początkowa (koszt) zapasów obejmuje wszystkie koszty (nabycia, wytworzenia i inne) poniesione w związku z doprowadzeniem zapasów do ich aktualnego miejsca i stanu. Cena nabycia zapasów obejmuje cenę zakupu, powiększoną o cła importowe i inne podatki (niemożliwe do późniejszego odzyskania od władz podatkowych), koszty transportu, załadunku, wyładunku i inne koszty bezpośrednio związane z pozyskaniem zapasów, pomniejszaną o opusty, rabaty i inne podobne zmniejszenia.

Zapasy wycenia się w wartości początkowej (cenie nabycia lub koszcie wytworzenia) lub w cenie sprzedaży netto w zależności od tego, która z nich jest niższa. Cena sprzedaży netto odpowiada oszacowanej cenie sprzedaży pomniejszonej o wszelkie koszty konieczne do zakończenia produkcji oraz koszty doprowadzenia zapasów do sprzedaży lub znalezienia nabywcy (tj. koszty sprzedaży, marketingu itp.).

W odniesieniu do zapasów, które nie są wzajemnie wymienne oraz wyrobów i usług wytworzonych i przeznaczonych do realizacji konkretnych przedsięwzięć, koszt zapasów ustala się metodą szczegółowej identyfikacji poszczególnych kosztów. Metoda ta polega na przyporządkowaniu konkretnego kosztu (wartości początkowej) do poszczególnych pozycji zapasów. W odniesieniu do pozostałych zapasów koszt ustala się stosując metodę „pierwsze weszło, pierwsze wyszło” (FIFO).

Należności z tytułu dostaw i usług

Należności z tytułu dostaw i usług nie są instrumentem generującym odsetki i wyceniane są w księgach w wartości nominalnej skorygowanej o odpowiednie odpisy aktualizujące wartość należności wątpliwych.

Zobowiązania z tytułu dostaw i usług

Zobowiązania z tytułu dostaw i usług nie są instrumentem odsetkowym i wykazywane są w bilansie w wartości nominalnej.

Rezerwy na zobowiązania

Rezerwy na zobowiązania tworzy się w przypadku, gdy na spółce ciąży istniejący obowiązek (prawny lub zwyczajowy) wynikający z przeszłych zdarzeń i jest prawdopodobne, że wypełnienie obowiązku spowoduje zmniejszenie zasobów ucieleśniających korzyści ekonomiczne spółki oraz można dokonać wiarygodnego oszacowania kwoty zobowiązania. Nie tworzy się rezerw na przyszłe straty operacyjne. Rezerwa na koszty restrukturyzacji ujmowana jest tylko wtedy, gdy spółka ogłosiła wszystkim zainteresowanym stronom szczegółowy i formalny plan restrukturyzacji.

Waluta funkcjonalna

Pozycje zawarte w sprawozdaniu finansowym dotyczące Spółki są mierzone przy użyciu waluty podstawowej polskiego złotego. Walutą prezentacyjną sprawozdania finansowego spółki jest również złoty polski („zł”). **Dane w sprawozdaniu prezentowane są tysiącach złotych.**

PÓŁROCZNE SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI JEDNOSTKI DIGITAL AVENUE S.A. ZA OKRES OD 01.01.2009 r. DO 30.06.2009 R.

L.p.	SPIS TREŚCI	STRONA
1.	Informacje ogólne	8
2.	Utworzenie i rejestracja spółki w Krajowym Rejestrze Sądowym	8
3.	Organy Spółki	8
4.	Otoczenie rynkowe	9
5.	Charakterystyka działalności Spółki	12
6.	Wydarzenia mające istotny wpływ na działalność Spółki w pierwszej połowie 2009 roku	12
7.	Wydarzenia, które wystąpiły po dniu 30 czerwca 2009 r. i mogą w znaczący sposób wpłynąć na wyniki finansowe	13
8.	Przewidywany rozwój Spółki	14
9.	Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa	14
10.	Informacja Zarządu dotycząca zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na rok 2009	15
11.	Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń	15
12.	Informacja o zawartych znaczących umowach dla działalności Spółki	17
13.	Opis istotnych transakcji z podmiotami powiązаныmi	17
14.	Informacje na temat zaciągniętych kredytów i pożyczek	18
15.	Informacje na temat udzielonych pożyczek, poręczeń i gwarancji	18
16.	Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych	18
17.	Umowy zawarte między Digital Avenue S.A. a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska	19
18.	Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących Spółkę	19
19.	Znaczeni akcjonariusze	19
20.	Informacja o umowach w wyniku, których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy	20
21.	Wskazanie posiadaczy papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Digital Avenue SA, wraz z opisem tych uprawnień	20
22.	Umowy z podmiotem uprawnionym do badań sprawozdań finansowych	21
23.	Informacje o ważniejszych osiągnięciach w dziedzinie badań i rozwoju	21
24.	Informacje o nabyciu udziałów (akcji) własnych, a w szczególności celu ich nabycia, liczbie i wartości nominalnej, ze wskazaniem, jaką część kapitału zakładowego reprezentują, cenie nabycia oraz cenie sprzedaży tych udziałów (akcji) w przypadku ich zbycia	21
25.	Informacje o posiadanych przez jednostkę oddziałach (zakładach)	21

1. Informacje ogólne

FIRMA: Digital Avenue

FORMA PRAWNA: Spółka Akcyjna

KRAJ SIEDZIBY: Polska

SIEDZIBA: Wrocław

ADRES: ul. Klecińska 125, 54-413 Wrocław

TELEFON: 71 78 17 386

FAKS: 71 78 17 383

ADRES E-MAIL: info@digitalavenue.pl

ADRES STRONY WWW: www.digitalavenue.pl

NIP: 8971729452

REGON: 020512760

KRS: 0000282571

2. Utworzenie i rejestracja Spółki w Krajowym Rejestrze Sądowym

Spółka Digital Avenue S.A. została powołana na mocy Aktu Założycielskiego z dnia 19 kwietnia 2007 r. z inicjatywy MCI Management S.A. Dnia 14 czerwca 2007 r. Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego wydał postanowienie o wpisie Digital Avenue Spółka Akcyjna do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000282571.

3. Organy Spółki

Zarząd Spółki II kadencji (czerwiec 2009 – czerwiec 2011):

Kadencja Zarządu I kadencji upłynęła wraz z zatwierdzeniem sprawozdania finansowego spółki za 2008 rok. Rada Nadzorcza na posiedzeniu 24 czerwca 2009 r. przyjęła rezygnację Pana Andrzeja Jasienieckiego z dniem 31 sierpnia 2009 r. Decyzja ta wynika z zakończenia współpracy Pana Andrzeja Jasienieckiego z MCI Management S.A. oraz zapisów porozumienia zawartego z MCI Management S.A. Do dnia 31 sierpnia 2009 r. Rada Nadzorcza powoła nowy Zarząd, który będzie jednocześnie Zarządem II kadencji.

Zarząd Spółki I kadencji (kwiecień 2007 – czerwiec 2009):

Od dnia 20 marca 2009 r. do 25 czerwca 2009 r.:

- Prezes Zarządu – Andrzej Jasieniecki

Od dnia 5 marca 2008 r. do dnia 20 marca 2009 r.:

- Prezes Zarządu – Andrzej Jasieniecki
- Członek Zarządu – Michał Świdorski

W dniu 20 marca 2009 r. nastąpiła zmiana w składzie Zarządu Spółki. Pan Michał Świdorski złożył rezygnację z funkcji Członka Zarządu, wynikającą z nowych planów zawodowych. Uchwałą Rady Nadzorczej od dnia 20 marca 2009 r. Zarząd Spółki jest sprawowany jednoosobowo przez Prezesa Zarządu Pana Andrzeja Jasienieckiego.

Rada Nadzorcza II kadencji (2008 – 2011):

- Przewodniczący Rady Nadzorczej – Sylwester Janik (od 6 marca 2009 r.)
- Członek Rady Nadzorczej – Roman Cisek (od 19 kwietnia 2007 r.)
- Członek Rady Nadzorczej – Tomasz Dalach (od 1 kwietnia 2008 r.)
- Członek Rady Nadzorczej – Tomasz Pruszczyński (od 5 lutego 2009 r.)
- Członek Rady Nadzorczej – Olgierd Świda (od 13 sierpnia 2007 r.)
- Przewodniczący/Członek Rady Nadzorczej – Maciej Kowalczyk (od 19 kwietnia 2007 r. do 6 marca 2009 r.)
- Członek Rady Nadzorczej – Monika Fizia (od 25 czerwca 2008 r. do 5 lutego 2009 r.)

W dniu 17 lutego 2009 r. Zarząd Digital Avenue S.A. otrzymał pisemne informacje datowane na dzień 5 lutego 2009 r.:

- 1) o rezygnacji Pani Moniki Fizi z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Digital Avenue S.A.
- 2) o powołaniu Członka Rady Nadzorczej w oparciu o postanowienia § 26 ust. 3 pkt. b Statutu Digital Avenue S.A.: Akcjonariusze: Tomasz Pruszczyński, Damian Rutkowski, Tomasz Dwornicki, Maciej Zawisza de Sulima, Arkadiusz Seńko powołali Pana Tomasza Pruszczyńskiego do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Spółki Digital Avenue S.A z dniem 5 lutego 2009 r.

W dniu 6 marca 2009 r. Zarząd Digital Avenue S.A. otrzymał pisemną informację od MCI Management S.A., iż na podstawie art. 385 § 2 Kodeksu spółek handlowych oraz § 26 ust. 3 pkt. 1 lit. a) tiret 3 oraz § 26 ust. 4 Statutu Digital Avenue Spółka Akcyjna z dniem 6 marca 2009 r. MCI Management S.A. odwołała Pana Macieja Kowalczyka z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Digital Avenue S.A. drugiej wspólnej kadencji i jednocześnie powołała Pana Sylwestra Janika do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Digital Avenue S.A. drugiej wspólnej kadencji wskazując go na Przewodniczącego Rady Nadzorczej Digital Avenue S.A.

4. Otoczenie rynkowe

Digital Avenue S.A. prowadzi swoją działalność na następujących rynkach:

- internetowy,
- mobilny,
- mediów,
- e-commerce,
- reklamy internetowej.

Tendencjami coraz wyraźniej widocznymi w otoczeniu rynkowym Spółki są konwergencja i digitalizacja mediów, czyli wzajemne przenikanie różnych postaci mediów spowodowane standaryzacją przekazu danych. Cyfrowe formaty mediów, ze względu na swoje liczne zalety, stają się powszechnie obowiązującym standardem przekazywania danych. Konsumenci chętnie przystają na szerokie spektrum oferowanych przez nie możliwości. Obserwowany jest coraz silniejszy wpływ końcowego odbiorcy na kształt mediów, co znajduje swe odzwierciedlenie w społecznościowym trendzie Web 2.0 - użytkownicy sami tworzą i prezentują treści, przez co kształtują media. Błyskawiczne tempo zmian technologicznych i olbrzymi wzrost znaczenia Internetu i telefonii komórkowej powoduje zmiany w sposobach poszukiwania i wykorzystywania informacji. Wymusza to zmianę w podejściu do strategii i metod marketingowych. Internet czy telefon komórkowy stały się jednym z podstawowych narzędzi komunikacji, bez którego nie można już sobie wyobrazić skutecznego działania na rynku.

Rynek internetowy:

- Obecnie w Polsce liczbę internautów szacuje się na ponad 17,3 mln [źródło: *GfK Net Index 03.2009*]
- Rynek Internetu w Polsce znajduje się w fazie dynamicznego rozwoju. Mimo globalnego kryzysu, coraz więcej osób korzysta z Internetu. [źródło: <http://wiadomosci.onet.pl/2012306,12,item.html>]
- Penetracja rynku internetowego, wynosi około 53% i wykazuje stałą tendencję wzrostową. Średnia wartość penetracji w Unii Europejskiej to 64%. [źródło: *opracowanie na podstawie danych Komisji Europejskiej*]
- Istotnym elementem rozwoju tego rynku jest również dostęp do Internetu szerokopasmowego.
- Wartość rynku internetowego w 2007 r. wyniosła 3,2 mld zł, szacuje się, że w przeciągu 4 lat rynek może przekroczyć nawet 6 mld zł. [źródło: *Gazeta Prawna, http://webstudying.wordpress.com „Jaka jest wartość polskiego rynku internetowego?” 03.03.2008*]

Rynek mobilny:

- Ponadprzeciętny potencjał rozwoju branży.
- Z badań konsumenckich w roku 2007, realizowanych przez operatorów telekomunikacyjnych wynika, że najbardziej oczekiwaną przez klientów usługą dodatkową jest muzyka i filmy.
- Wydatki na muzykę mobilną na całym świecie w ciągu najbliższych 5 lat będą osiągały dwucyfrowy wzrost. Obecnie wartość tego rynku szacuje się na 1,7 mld dolarów. W Polsce usługi związane z rozrywką na komórkę zaczynają wyraźnie przyspieszać. Tylko w roku 2008 rynek tzw. usług dodanych dla telefonów mobilnych wzrósł o 22 % do około 930 mln zł. [źródło: *Dziennik.pl/The Wall Street Journal Polska*] W roku 2009 powinien wzrosnąć o ponad 24% do kwoty 1,15 mld zł. [www.wirtualnemedial.pl]
- Prognoza wartości sprzedanej muzyki na rok 2011, przewiduje, że prawie 30% stanowić będzie muzyka dostarczana przez telefony komórkowe [źródło: *Raport Understanding & Solutions*].

Natomiast cała muzyczna branża w ciągu najbliższych trzech lat ma zanotować spadek aż o 5,6 mld dolarów: z 31,8 mld do 26,2 mld. To spowoduje, że wytwórnie będą kierować się coraz częściej do przestrzeni mobilnej i internetowej w celu uzyskania lub podtrzymania dodatkowych dochodów. [źródło: Money.pl „Muzyka w komórkach: odtwarzacze mp3 w opałach” 16.07.2008]

- Penetracja telefonii komórkowej w Polsce wynosi 115,27%. [źródło: GUS marzec 2009]
- Powszechność zaawansowanych terminali.
- Rozwój multimedialnych i interaktywnych usług.
- Szerokopasmowy Internet mobilny będzie kolejnym wielkim impulsem technologicznym w rozwoju rynku.

Rynek e-commerce:

- Rynek e-commerce znajduje się w fazie permanentnego wzrostu. Sprzedaż za pośrednictwem sieci internetowej wciąż rośnie w tempie dwucyfrowym, choć zauważalny jest spadek dynamiki wzrostu. [źródło: Gazeta Prawna, 29.09.2009 r.]
- Polski rynek e-commerce od kilku lat notuje wyraźne wzrosty, nawet wyższe od wcześniej przewidywanych. W 2007 roku wzrost wartości w stosunku do roku poprzedniego wyniósł średnio ok. 62%, a rynek osiągnął wartość 8,1 mld zł. W roku 2008 wartość rynku osiągnęła 11 mld zł. [„Rynek e-commerce 2007” Internet Standard, marzec 2008. Raport Grupy roboczej e-commerce Stowarzyszenia Marketingu Bezpośredniego, 31.03.2009 r.]
- Kryzys dotyczący również polską gospodarkę jest dla rynku e-commerce szansą, ponieważ społeczeństwo w poszukiwaniu oszczędności w domowych budżetach trafia do sklepów internetowych ze świadomością, iż znajdują tam tańsze produkty.
- W związku z rosnącym bezpieczeństwem zakupów, powszechniejszym do kart kredytowych oraz przyzwyczajaniem Polaków, do zakupów online, ale również uwzględniając czas kryzysu, przewiduje się, iż wzrost zakupów elektronicznych osiągnie pułap 20% w roku 2009. [źródło: Raport Grupy roboczej e-commerce Stowarzyszenia Marketingu Bezpośredniego, 31.03.2009 r.]

Rynek reklamy internetowej:

- Reklama internetowa stała się już bardzo istotnym medium dla reklamodawców i stanowi najbardziej dynamicznie rozwijający się segment reklamy.
- Rozwój poszczególnych rynków powoduje, że znikają bariery w kanałach dystrybucji mediów (komputer, telefon, urządzenie przenośne, konsola) w pracy, w domu, w kawiarni – treści przestają być ograniczone przez technologie, dzięki czemu ich rozwój przebiega w dynamiczny sposób.
- Wg szacunków IAB Polska wartość całego polskiego rynku reklamy w Internecie osiągnęła w 2007 roku wartość 743 mln złotych i tym samym Internet uzyskał 8,7% udziału w całym rynku reklamowym w Polsce. Internet pokonał w tej kategorii radio, którego udział wyniósł 8,2%. W 2008 roku rynek reklamy odnotował dynamikę 36% - najwyższą spośród mediów – czyli około 1,01 mld zł. Kryzys gospodarczy jest zauważalny w dynamice rynku reklamy, na 2009 szacuje

się mniej dynamiczne wzrosty. Według szacunków wartość reklamy internetowej w 2009 roku wyniesie 1,13 mld zł. [źródło: Raport "Internet 2007. Polska, Europa, Świat" oraz „IAB AdEx 2007” Interactive Advertising Bureau (IAB) Polska, www.iabpolska.pl, raport ZenithOptimedia, CR Media Consulting].

5. Charakterystyka działalności Spółki

Digital Avenue S.A. prowadzi działalność inwestycyjną na szeroko rozumianym rynku cyfrowej rozrywki, definiowanym przez technologie, usługi, produkty internetowe i mobilne oraz media i rozrywkę, czerpiąc przeważającą część przychodów z handlu internetowego (e-commerce) i reklamy internetowej. Celem Digital Avenue S.A. jest uzyskanie pozycji lidera rozrywki internetowej i mobilnej. Digital Avenue S.A. nadzoruje spółki portfelowe oraz wspiera ich rozwój. W związku ze zmianą otoczenia rynkowego Zarząd Digital Avenue S.A. realizuje zmianę pierwotnej strategii zakładającą konsolidację branży i skłania się ku koncentracji na rozwoju Medousa Sp. z o.o. – największej spółki wchodzącej w skład Grupy Kapitałowej. Obecnie Digital Avenue S.A. prowadzi zaawansowane rozmowy związane ze sprzedażą Iplay Sp. z o.o. inwestorowi strategicznemu.

Digital Avenue S.A. uzyskuje przychody z czterech podstawowych źródeł:

- przychody z tytułu reklamy internetowej,
- sprzedaż produktów mobilnych,
- sprzedaż usług i rozwiązań dla klientów korporacyjnych,
- zyski kapitałowe ze sprzedaży spółek portfelowych.

6. Wydarzenia mające istotny wpływ na działalność Spółki w pierwszej połowie 2009 r.

Styczeń 2009 r.

W dniu 15 stycznia 2009 r. Digital Avenue S.A. dokonała transakcji sprzedaży udziałów Can't Stop Games Sp. z o.o. Digital Avenue S.A. zawarła umowę sprzedaży 300 udziałów o wartości nominalnej 15 000 zł (piętnaście tysięcy złotych) i wartości ewidencyjnej w księgach rachunkowych równej 151 317,28 zł (sto pięćdziesiąt jeden tysięcy trzysta siedemnaście złotych dwadzieścia osiem groszy), które zostały zakupione przez WAY7 Limited z siedzibą Limassol, Cypr. Pomiędzy WAY7 Limited, a Digital Avenue S.A. nie zachodzą żadne powiązania. Zbyte akcje stanowią 30% kapitału zakładowego Can't Stop Games Sp. z o.o. oraz dają prawo do 30% głosów na Walnym Zgromadzeniu Wspólników spółki. Za sprzedane udziały Digital Avenue S.A. otrzymała 225 000 zł (dwieście dwadzieścia pięć tysięcy złotych).

Luty 2009 r.

W dniu 5 lutego 2009 r. nastąpiła rezygnacja Pani Moniki Fizi z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Digital Avenue S.A. oraz powołanie Członka Rady Nadzorczej w oparciu o postanowienia § 26 ust. 3 pkt. b Statutu Digital Avenue S.A.: Akcjonariusze: Tomasz Pruszczyński, Damian Rutkowski, Tomasz Dwornicki, Maciej Zawisza de Sulima, Arkadiusz Seńko powołali Pana Tomasza Pruszczyńskiego do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Spółki Digital Avenue S.A z dniem 5 lutego 2009 r.

Marzec 2009 r.

W dniu 6 marca na podstawie art. 385 § 2 Kodeksu spółek handlowych oraz § 26 ust. 3 pkt. 1 lit. a) tiret 3 oraz § 26 ust. 4 Statutu Digital Avenue Spółka Akcyjna, MCI Management S.A. z dniem 6 marca 2009 r. odwołał Pana Macieja Kowalczyka z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Digital Avenue Spółka Akcyjna II (drugiej) wspólnej kadencji i jednocześnie powołał Pana Sylwestra Janika do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Digital Avenue Spółka Akcyjna II (drugiej) wspólnej kadencji wskazując go na Przewodniczącą Rady Nadzorczej Digital Avenue Spółka Akcyjna.

W dniu 20 marca 2009 r. nastąpiła zmiana w składzie Zarządu Digital Avenue S.A. Pan Michał Świdorski złożył rezygnację z funkcji Członka Zarządu, wynikającą z nowych planów zawodowych. Uchwałą Rady Nadzorczej od dnia 20 marca 2009r. Zarząd Spółki jest sprawowany jednoosobowo przez Prezesa Zarządu Pana Andrzeja Jasienieckiego.

Maj 2009 r.

W maju 2009 r. rozpoczął się proces sprzedaży spółki zależnej Iplay Sp. z o.o. do inwestora strategicznego. Finalizacja transakcji przewidziana jest na trzeci kwartał 2009 r.

Czerwiec 2009 r.

Rada Nadzorcza na posiedzeniu w dniu 24 czerwca 2009 r. przyjęła rezygnację Pana Andrzeja Jasienieckiego z dniem 31 sierpnia 2009 r. Do dnia 31 sierpnia 2009 r. Rada Nadzorcza powoła nowy Zarząd, który będzie jednocześnie Zarządem II kadencji.

7. Wydarzenia, które wystąpiły po dniu 30 czerwca 2009 r. i mogą w znaczący sposób wpłynąć na wyniki finansowe.

Po dniu 30 czerwca 2009 r. do momentu publikacji raportu półrocznego nie wystąpiły wydarzenia, które mogą w znaczący sposób wpłynąć na wyniki finansowe.

8. Przewidywany rozwój Spółki

Digital Avenue S.A. zamierza w drugiej połowie 2009 roku:

- przeprowadzić proces wyjścia z inwestycji w spółce Iplay Sp. z o.o.
- kontynuować rozwój Medousa Sp. z o.o.
- przygotować proces pełnej integracji i fuzji z Medousa Sp. z o.o.

Uzyskane środki z wyjść z inwestycji mają zostać przeznaczone na działania rozwojowe Medousa Sp. z o.o., spółki zależnej która koncentruje się na rozwoju portali wspomagających serwis fotosik.pl. Rozwój serwisu fotosik.pl jest związany przede wszystkim z rozbudową funkcjonalności dla użytkowników serwisu. W ostatnim kwartale 2008 roku spółka uruchomiła dwa serwisy: blopik.pl oraz foreo.pl. Blopik.pl jest serwisem skupiającym blogi, których główną treść stanowią zdjęcia i obrazy, blopik.pl jest rozszerzeniem funkcjonalności podstawowej fotosik.pl. Foreo.pl jest serwisem akumulującym fora internetowe, serwis powstał w związku z dużym zainteresowaniem użytkowników fotosik.pl forami i wymianą informacji poprzez fora. W kolejnych okresach w zamierzeniach spółki jest przebudowa serwisu supergry.pl oraz sms.pl. Serwisy te wymagają przemodelowania i zmiany modelu biznesowego. Strategicznym kierunkiem rozwoju Medousa Sp. z o.o. jest rozwój usług, za które użytkownicy będą płacić mini opłaty i abonamenty. Kierunek ten powinien zdywersyfikować źródła przychodów spółki. W lutym 2009 roku spółka wprowadziła dla użytkowników opłaty za transfer danych korzystających z hot link (linkowanie kontentu z serwerów Medousa Sp. z o.o. do serwisów użytkowników), co spowodowało istotny wzrost przychodów spółki oraz pozwoliło zoptymalizować koszty technologii, które rosną wraz z liczbą przechowywanych i serwowanych zdjęć i obrazów. Kolejnym projektem, który może zostać zrealizowany jest przygotowanie serwisu, za pośrednictwem którego użytkownicy będą mogli odpłatnie udzielać praw do swoich zdjęć. Spółka zostanie przygotowana do sprzedaży do inwestora strategicznego w perspektywie 3 lat.

9. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa

Po realizacji sprzedaży Can't Stop Games Sp. z o.o. sytuacja finansowa Digital Avenue S.A. uległa poprawie. Spółka odzyskała zainwestowane środki, które umożliwiły pokrycie bieżących kosztów. W pierwszej połowie 2009 roku została zakończona restrukturyzacja, mająca na celu optymalizację kosztów operacyjnych i już w drugim kwartale 2009 r. Digital Avenue S.A. zanotowała koszty na docelowym poziomie. Obecnie koszty zostały zoptymalizowane w kontekście skali prowadzonej działalności.

Digital Avenue posiada zobowiązania na ponad 600 tys. zł względem podmiotów powiązanych – akcjonariuszy Spółki. Ewentualna spłata lub konwersja zobowiązań nastąpi po sprzedaży Iplay Sp. z o.o.

10. Informacja Zarządu dotycząca zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na rok 2009

Zarząd Digital Avenue S.A. nie publikował prognoz wyników finansowych Emitenta na 2009 rok.

11. Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń związanych z działalnością

▪ Ryzyko odejścia kluczowych członków kierownictwa i trudności związane z pozyskaniem nowej wykwalifikowanej kadry zarządzającej

Na działalność Digital Avenue S.A. duży wpływ wywiera jakość pracy kierownictwa, jak i kluczowych pracowników. Digital Avenue S.A. nie może zapewnić, że ewentualne odejście niektórych członków kierownictwa nie będzie mieć negatywnego wpływu na działalność, sytuację finansową i wyniki Digital Avenue S.A., która wraz z odejściem niektórych członków kierownictwa mogłaby zostać pozbawiona personelu posiadającego wiedzę i doświadczenie z zakresu zarządzania i działalności operacyjnej. Digital Avenue S.A. kładzie szczególny nacisk na zaimplementowanie systemów motywacyjnych dla jego kluczowych pracowników, które będą motywowały pracowników i uzależniały ich wynagrodzenie od efektów pracy oraz zaangażowania.

▪ Ryzyko związane z rozwojem nowych usług

Istnieje ryzyko, że pomimo dostosowania oferty Digital Avenue S.A. do zmieniających się potrzeb rynkowych, Spółka może nie być w stanie zaoferować rozwiązań, które w optymalny sposób spełniałyby oczekiwania klientów. Dodatkowo przychody z ewentualnych nietrafnych rynkowo usług oferowanych w przyszłości mogą nie zapewnić pokrycia wydatków poniesionych przez Digital Avenue S.A. na ich wytworzenie, co może mieć negatywny wpływ na sytuację finansową Digital Avenue S.A. oraz osiągnięte wyniki. Digital Avenue S.A. monitoruje na bieżąco trendy panujące na światowych rynkach usług związanych z cyfrową rozrywką i stara się dopasować swoje usługi do aktualnie panujących trendów.

▪ Ryzyko związane ze zmianami regulacji prawnych

Działalność Digital Avenue S.A. jest obarczona ryzykiem bardzo dużej dynamiki zmian polskiego prawa. Zmiany przepisów prawa gospodarczego oraz podatkowego mogą bardzo istotnie wpłynąć na sytuację prawno-finansową Spółki, głównie w postaci zwiększonych kosztów bądź utrudnionego procesu decyzyjnego. Ponadto procesy asymilacyjne prawa unijnego na grunt krajowy prowadzą do niejednoznaczności przepisów przez co w znacznym stopniu utrudniają interpretację przepisów prawa. Na tej podstawie Digital Avenue S.A. uznaje za zasadne uwzględnić ten czynnik jako czynnik o istotnym znaczeniu. Digital Avenue S.A. stara się minimalizować to ryzyko poprzez bieżące śledzenie zmian regulacji prawnych oraz dostosowywanie swojej działalności do wymogów nowych przepisów.

▪ **Ryzyko związane z awariami sprzętu komputerowego**

Dużą część aktywów Grupy Kapitałowej Digital Avenue stanowi infrastruktura komputerowa, w skład której wchodzi m. in. serwery oraz inny sprzęt komputerowy. Ewentualna awaria może spowodować obniżenie jakości usług świadczonych przez Grupę Kapitałową Digital Avenue lub ich czasowy brak. Grupa zabezpiecza swoją infrastrukturę komputerową przed wyżej wymienionym ryzykiem poprzez systemy awaryjnego zasilania oraz archiwizacji dostarczane przez podmioty dostarczające tę infrastrukturę.

▪ **Ryzyko związane ze spowolnieniem tempa rozwoju Internetu**

Rynek Internetu w Polsce znajduje się w fazie dynamicznego rozwoju. Mimo globalnego kryzysu, coraz więcej osób korzysta z Internetu. [źródło: <http://wiadomosci.onet.pl/2012306,12,item.html>] Zarówno wzrost liczby internautów, jak i wzrost penetracji Internetu wpływa na liczbę klientów korzystających z usług Digital Avenue S.A. Zahamowanie tempa rozwoju rynku internetowego, może mieć niekorzystny wpływ na dalszy rozwój Digital Avenue S.A., jej działalność, sytuację finansową oraz osiągnięte wyniki. Scenariusz związany ze spadkiem tempa rozwoju rynku internetowego, biorąc pod uwagę prognozy rozwoju rynku, jest jednak mało prawdopodobny.

▪ **Ryzyko spadku dynamiki rozwoju rynku reklamy internetowej**

Wcześniejsze założenia rozwoju Digital Avenue S.A. przewidywały, iż przychody z działalności reklamowej Spółki będą systematycznie wzrastały w przyszłości. Rozwój rynku reklamy internetowej, dotychczas bardzo dynamiczny, został spowolniony przez globalny kryzys, co może przełożyć się na pozostanie przychodów z działalności reklamowej na dotychczasowym poziomie. W chwili obecnej spółka nie zauważa wyraźnych spadków z tytułu przychodów z reklamy, jednak, jeżeli kryzys na rynku reklamy internetowej pogłębiłby się, może mieć to negatywny wpływ na działalność Digital Avenue S.A. w przyszłości.

▪ **Ryzyko związane z tworzeniem konkurencyjnych podmiotów**

Wzrost konkurencji wewnątrz branży IT może spowodować spadek popytu na usługi oferowane przez Digital Avenue S.A. Przedsiębiorstwa konkurencyjne mogą w przyszłości wymusić konieczność obniżenia osiągniętych marż i zwiększenia wydatków na dalsze podnoszenie jakości usług Spółki, co może przełożyć się na spadek wysokości marż i wyników finansowych osiągniętych przez Digital Avenue S.A.

▪ **Ryzyko związane z zawartymi umowami inwestycyjnymi**

W umowie inwestycyjnej zawartej między Digital Avenue S.A., a Medousa Sp. z o.o. nie znajdują się zapisy zobowiązujące do wykonania określonych czynności czy transakcji. Wszelkiego rodzaju zdarzenia, które mogą wynikać z zapisów Umowy Inwestycyjnej będą pochodną praw stron, a nie obowiązków. Dotyczy to szczególnie możliwości konsolidacji 100% udziałów Medousa Sp. z o.o. w zamian za akcje Digital Avenue S.A.

▪ **Ryzyko związane z rozwojem kluczowego projektu Medousa Sp. z o.o.**

Medousa Sp. z o.o. to na chwilę obecną kluczowy projekt Digital Avenue S.A. Ryzyko związane z rozwojem kluczowego projektu jest przede wszystkim ryzykiem operacyjnym oraz technologicznym. Ryzyko operacyjne jest skorelowane z rozwojem Internetu w Polsce i skłonnością użytkowników z używania funkcjonalności serwisów Medousa Sp. z o.o., jak również zdolności płacenia za ponad standardowe funkcjonalności. Ryzyko operacyjne jest również związane z rynkiem reklamy internetowej zarówno w zakresie reklamy zasięgowej, jak i CPA. Należy wziąć pod uwagę, że rynek reklamy jest związany z otoczeniem makroekonomicznym i w okresie dekonunktury jest bardziej podatny na jej negatywne skutki. Ryzyko technologii jest związane z możliwościami technicznymi oprogramowania i sprzętu komputerowego w korelacji z obsługą dużej liczby użytkowników i dużej liczby plików contentowych przechowywanych i serwowanych w ramach prowadzonych serwerów internetowych. Wydajność technologii jest kluczowa dla osiągania zadowalających wyników oglądalności w konsekwencji sprzedaży internetowej i uzyskiwania przychodów od użytkowników za funkcjonalności dodatkowe.

▪ **Ryzyko związane z zamiarem przeprowadzenia integracji i fuzji z Medousa Sp. z o.o.**

Nie została podjęta ostateczna decyzja o integracji i fuzji Digital Avenue S.A. z Medousa Sp. z o.o. u. Na chwilę obecną jest to zamiar strategiczny.

▪ **Ryzyko związane z planowanym wyjściem ze spółki zależnej Iplay Sp. z o.o.**

Istnieje ryzyko w związku z planowanym wyjściem ze spółki zależnej Iplay Sp. z o.o. Planowane do pozyskania środki finansowe mają pokryć zobowiązania Digital Avenue S.A. Jeśli wpływy ze sprzedaży Iplay Sp. z o.o. będą niższe od zakładanych lub jeśli nie dojdzie do sprzedaży, wówczas do spłaty zobowiązań konieczne będzie znalezienie innego źródła finansowania. Istnieje również ryzyko, iż jeśli nie dojdzie do sprzedaży, możliwe jest, iż Iplay Sp. z o.o. złoży wniosek o upadłość.

12. Informacja o zawartych w pierwszej połowie 2009 r. znaczących umowach dla działalności Spółki

Umowa Sprzedaży Udziałów Can't Stop Games Sp. z o.o. z dnia 15 stycznia 2009 r. Szerszy opis znajduje się w pkt. 6 niniejszego raportu.

13. Opis istotnych transakcji z podmiotami powiązanymi

Obecnie istotną umową między podmiotami powiązanymi pozostaje umowa pomiędzy Digital Avenue S.A., a spółkami portfelowymi, na podstawie której Digital Avenue S.A. redystrybuuje przychody z tytułu sprzedaży reklamy internetowej na serwisach internetowych wynikających z umowy zawartej pomiędzy Digital Avenue S.A., a ARBO Media. Przy realizacji powyższych transakcji Digital Avenue S.A. zachowuje 10% marży zgodnie z polityką cen transferowych.

W pierwszej połowie 2009 r. nastąpiło również udzielenie pożyczki przez Digital Avenue S.A. do Iplay Sp. z o.o. na warunkach rynkowych.

14. Informacje na temat zaciągniętych kredytów i pożyczek

Zobowiązania istniejące na dzień publikacji raportu:

Zobowiązania z tytułu zakupu udziałów w Iplay Sp. z o.o. wobec MCI Management S.A. w wysokości 459 170,00 zł.

Zobowiązania z tytułu pożyczki wobec Medousa Sp. z o.o. w wysokości 160 000,00 zł powiększonej o należne odsetki (pożyczka została udzielona na warunkach rynkowych).

Zarząd Digital Avenue S.A. nie przewiduje możliwości niewywiązania się Spółki z istniejących zobowiązań. Jako że w obu przypadkach dług zaciągnięty jest u akcjonariuszy Spółki, ewentualne ryzyko niemożliwości spłaty zostałyby zniwelowane przez możliwość osiągnięcia porozumienia w rozumieniu interesu Spółki i zwiększenia jej wartości, którym zainteresowani są zarówno Zarząd, jak i akcjonariusze.

15. Informacje na temat udzielonych pożyczek, poręczeń i gwarancji

Informacje na dzień publikacji raportu:

Digital Avenue S.A. udzieliła pożyczki pieniężnej Iplay Sp. z o.o. w 2009 r. na łączną kwotę 70 000,00 zł powiększonej o należne odsetki.

Pożyczka pieniężna udzielona Can't Stop Games Sp. z o.o. w 2008 r. na łączną kwotę 100 000,00 zł powiększonej o należne odsetki, do dnia publikacji raportu została spłacona w kwocie 50 000,00 zł powiększonej o należne odsetki.

Warunki obu pożyczek zostały udzielone na podstawie warunków rynkowych.

16. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Przyjęte zamierzenia inwestycyjne związane z pozyskanym kapitałem z rynku New Connect zostały zrealizowane. Digital Avenue S.A. nie przewiduje realizacji nowych projektów inwestycyjnych aż do momentu przeprowadzenia wyjść z istniejących projektów. W związku ze zmianą otoczenia rynkowego została podjęta decyzja o wycofaniu się z inwestycji dokonanych i koncentracji na rozwoju Medousa Sp. z o.o. W ocenie zarządu Digital Avenue S.A. kluczowym czynnikiem do wzrostu wartości jest koncentracja na rozwoju najbardziej atrakcyjnego aktywa, którym jest Medousa Sp. z o.o. oraz przygotowania Medousa Sp. z o.o. pod wyjście do inwestorów strategicznych w perspektywie 3 lat.

17. Umowy zawarte między Digital Avenue S.A., a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska

Umowy zawarte między Digital Avenue S.A., a osobami zarządzającymi w 2009 roku nie przewidują rekompensat w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia.

18. Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących Spółkę

Tabela 1: Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących Spółkę.

NAZWA / IMIĘ I NAZWISKO	LICZBA AKCJI	UDZIAŁ W KAPITALE ZAKŁADOWYM	UDZIAŁ W LICZBIE GŁOSÓW NA WZ
Andrzej Jasieniecki	55 350	0,65%	0,65%
Tomasz Pruszczyński	287 340	3,38%	3,38%

Źródło: Digital Avenue S.A.

19. Znaczący akcjonariusze Spółki

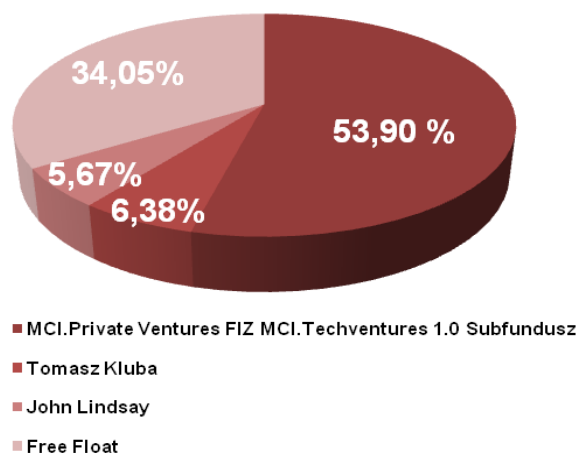
Zgodnie z wiedzą Zarządu Digital Avenue S.A. akcjonariusze posiadający powyżej 5% kapitału zakładowego oraz free float na dzień sporządzenia raportu przedstawiają się następująco:

Tabela 2: Akcjonariat Digital Avenue S.A.

NAZWA / IMIĘ I NAZWISKO	LICZBA AKCJI	UDZIAŁ W KAPITALE ZAKŁADOWYM	UDZIAŁ W LICZBIE GŁOSÓW NA WZA
MCI.Private VenturesFIZ	4 588 620	53,90%	53,90%
MCI.TechVentures 1.0 Subfundusz			
Tomasz Kluba	543 170	6,38%	6,38%
John Lindsay	482 720	5,67%	5,67%
Pozostali (free float)	2 898 710	34,05%	34,05%
SUMA	8 513 220	100%	100%

Źródło: Digital Avenue S.A.

Rysunek 1: Udział w kapitale zakładowym i głosach na Walnym Zgromadzeniu znaczących akcjonariuszy.



Źródło: Digital Avenue S.A.

20. Informacja o znanych Spółce umowach w wyniku, których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy

Umowa inwestycyjna z dnia 16 lipca 2007 roku wskazuje na :

- uprawnienie wspólników – założycieli Spółki Medousa Sp. z o.o. do skorzystania w 2009 roku z Pierwszej Opcji Put tj. uprawnienia do zbycia na rzecz spółki Digital Avenue S.A. łącznie do 13% z puli 26% posiadanych udziałów wspólników założycieli Spółki;
- uprawnienie wspólników – założycieli Spółki Medousa Sp. z o.o. do skorzystania w 2010 roku z Drugiej Opcji Put tj. uprawnienia do zbycia na rzecz spółki Digital Avenue S.A. wszystkich posiadanych udziałów wspólników założycieli Spółki;
- uprawnienie wspólnika Digital Avenue S.A. do skorzystania w okresie od 1 stycznia 2011 roku z Opcji Call tj. uprawnienia do zakupu od pozostałych wspólników Spółki Medousa Sp. z o.o. wszystkich udziałów będących w posiadaniu pozostałych wspólników.

21. Wskazanie posiadaczy papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Digital Avenue S.A., wraz z opisem tych uprawnień

Wszystkie akcje Spółki są akcjami nieuprzywilejowanymi, dającymi tożsame prawa co do głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy, jak i do udziału w kapitale.

22. Umowy z podmiotem uprawnionym do badań sprawozdań finansowych

Jednostkowe sprawozdanie finansowe Digital Avenue S.A. za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2009 r. nie było przedmiotem przeglądu, jak również nie było przedmiotem badania dokonywanego przez podmiot upoważniony do badania jednostkowego sprawozdania finansowego.

23. Informacje o ważniejszych osiągnięciach w dziedzinie badań i rozwoju

Digital Avenue S.A. nie prowadzi bezpośredniej działalności operacyjnej, w tym również działalności polegającej na badaniach i rozwoju.

24. Informacje o nabyciu udziałów (akcji) własnych, a w szczególności celu ich nabycia, liczbie i wartości nominalnej, ze wskazaniem, jaką część kapitału zakładowego reprezentują, cenie nabycia oraz cenie sprzedaży tych udziałów (akcji) w przypadku ich zbycia

W pierwszym półroczu 2009 r. nie nastąpiło nabycie akcji własnych.

25. Informacje o posiadanych przez jednostkę oddziałach (zakładach)

Spółka nie posiada oddziałów (zakładów).