

## Raport miesięczny za marzec 2011 r.

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 marzec 2011 roku.

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

W lutym 2011 r. spółka przekazała do publicznej wiadomości za pośrednictwem systemu EBI następujące raporty:

1. Raport bieżący nr 5 (2011). Raport za luty 2011 r.
2. Raport bieżący nr 6 (2011). Akwizycja portalu społecznościowego jakja.pl

### II. Wydarzenia w grupie kapitałowej

#### 1. Digital Avenue przejął serwis społecznościowy jakja.pl

Jakja.pl to miejsce spotkań użytkowników poszukujących w Internecie osób podobnych do siebie. Liczba wizyt użytkowników w portalu wynosi ponad 100 000, którzy generują blisko 2,5 mln odsłon miesięcznie\*. Zarejestrowani użytkownicy mogą rozwiązywać testy psychologiczne, których wyniki pozwalają im znaleźć osoby podobne do nich, nowych przyjaciół, a nawet poznać swoją drugą połowę.

Akwizycja portalu jakja.pl wpisuje się w strategię firmy polegającą na rozwijaniu portfolio mediów internetowych w kategorii lifestyle i rozrywka. Tylko dzięki tej transakcji spółka szacuje, że jej zysk EBITDA w 2011 r. zwiększy się o ponad 100 000 zł. Na ten rok Digital Avanie ma w planach kolejne przejęcia komplementarnych aktywów.

\* źródło: Google Analytics, Marzec 2011

## **2. Styl.fm odwiedziło 1 mln osób.**

Zarządzany przez Digital Avenue portal Styl.fm odwiedziło blisko 1 mln realnych użytkowników, co daje ok. 5,5% zasięgu w Internecie w Polsce.

\* źródło: Raportu Megapanel PBI/Gemius za styczeń 2011, kategoria Styl Życia.

## **3. Medousa Sp. z o.o. uruchomiła w portalu Fotosik.pl nowy mechanizm dodawania zdjęć oraz sekcję „Czytelnia”.**

3.1. Nowy mechanizm oprócz zapewnienia znacznie wygodniejszego i szybszego rozwiązania dla użytkowników ułatwiającego organizację zdjęć w serwisie powinien wpłynąć na lepsze pozycjonowanie stron, łatwiejsze i tym samym bardziej atrakcyjne prezentowanie zdjęć w serwisie z możliwością lepszego eksponowania atrakcyjnych treści, sprawniejszą moderację treści.

3.2. Nowa sekcja: „Czytelnia” użytkownicy serwisu znajdą tu wiele ciekawych aktualności i porad z tematyki szeroko pojętej fotografii. W aktualnościach pojawią się informacje dotyczące samego serwisu i związanej z nim społeczności użytkowników, a także informacje o nowościach sprzętowych, ciekawych imprezach fotograficznych, konkursach oraz wiele innych ciekawostek ze świata fotografii. W „Czytelni” znalazły się również poradniki, o tym, jak robić dobre zdjęcia, jak i za ile kupić dobry sprzęt. Wszystkie publikacje zostaną wzbogacone atrakcyjnym materiałem zdjęciowym. W dziale „Czytelnia” oprócz materiałów tworzonych przez zespół Fotosik.pl i współpracowników znajdą się także materiały ze znanych i lubianych serwisów i blogów. Zakres tematyczny serwisu, zwiększa atrakcyjność i powstał jako narzędzie budowania silniejszej i bardziej aktywnej społeczności użytkowników wokół serwisu.

5. W celu rozwoju sekcji „Czytelnia”, Medousa Sp. z o.o. zawarła umowy redakcyjno-promocyjne z firmą Spryciarze.pl Sp. z o.o. (właścicielem serwisu z poradnikami video Spryciarze.pl) oraz Blomedia Sp. z o.o. (właścicielem bloga Fotoblogia). Wynikiem zawartych umów użytkownicy Fotosik.pl zyskali dostęp do nowych, interesujących treści o tematyce fotograficznej. Dostęp do tych treści ma się przyczynić do wzrostu oglądalności serwisu oraz zainteresowaniem wśród reklamodawców.

#### 4. Fotosik.pl odwiedziło 2 mln osób.

W styczniu 2011r. zarządzany przez spółkę Medousa portal Fotosik.pl odwiedziło 2 mln realnych użytkowników, co daje 11% zasięg w Internecie w Polsce.

\* źródło: Raportu Megapanel PBI/Gemius za styczeń 2011, kategoria: Kultura i rozrywka

### III. Otoczenie rynkowe, trendy

W połowie marca 2011 r. magazyn Internet Standard opublikował raport pt.: „adStandard 2011”. W raporcie zostały opublikowane m.in. informacje dotyczące wartości rynku reklamy online w Polsce i na świecie. Omówiono również nowe trendy w e-marketingu oraz wiele wyników badań dotyczących efektywności reklamy online.

Jak wynika ze zbiorczego raportu AdEx 2010, Polska znalazła się w pierwszej trójce krajów europejskich, gdzie przyrost wydatków na reklamę online jest największy. W porównaniu z ubiegłym rokiem, wydatki na reklamę w Polsce zwiększyły się o jedną szóstą i osiągnęły wartość 1 578 mln zł. Zdaniem zarządu Digital Avenue, tendencja ta utrzymuje się w 2011 r. co ma odzwierciedlenie w wynikach spółki w pierwszym kwartale.

Biorąc pod uwagę podstawowy podział reklamy internetowej, najważniejszą formą w polskim internecie w 2010 r. pozostawała reklama graficzna z 45-procentowym udziałem w łącznych obrotach rynku. Dwa najchętniej wykorzystywane formaty reklamy bannerowej na świecie to w dalszym ciągu „Medium Rectangle” i „Leaderboard/Billboard”.

Z raportu wynika, że polscy internauci lubią reklamy zawierające elementy humorystyczne. Najważniejszy jednak w reklamie jest pomysł (tak uważa 43% ankietowanych). Dużą popularnością cieszą się reklamy innowacyjne i lubią je bardziej kobiety niż mężczyźni. Co ciekawe brak nachalności czy możliwości wyłączenia reklamy, dla większości badanych nie miał znaczenia.

Spółka Digital Avenue oferuje zarówno standardowe, cieszące się największą popularnością na rynku online formaty („Medium Rectangle” i

„Leaderboard/Billboard”) ale także oferuje i poszerza swoją ofertę o nowe niestandardowe, kreatywne formy reklamowe, które w atrakcyjny sposób przekazują informacje o produktach i usługach odbiorcom. Z obserwacji rynku wynika, że formy te powoli zaczynają zdobywać coraz większą rzeszę zwolenników wśród reklamodawców.

### Osoby reprezentujące spółkę:

- Piotr Wąsowski - Prezes Zarządu

---

*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 już ponad 3 miliony użytkowników.*

*Portale należące do Digital Avenue S.A. skupiają już ponad 3 mln użytkowników i grupa ta stale wzrasta. Liczba odsłon sięga ponad 50 mln, a liczba zarejestrowanych użytkowników 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. W związku z ciągłym rozwojem i nowymi planami inwestycyjnymi, planowane jest przeniesienie spółki na rynek regulowany GPW.*