

Raport miesięczny za listopad 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 listopad 2011 roku.

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

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

1. Raport bieżący numer 41 (2011) – 14.11.2011 – Raport miesięczny za październik.
2. Raport bieżący numer 42 (2011) – 14.11.2011 – Raport kwartalny za III kwartał 2011 roku.
3. Raport bieżący numer 43 (2011) – 24.11.2011 – Rejestracja podwyższenia kapitału zakładowego i aktualna treść jednolitego statutu.
4. Raport bieżący numer 44 (2011) – 25.11.2011 – Zawarcie umowy objęcia akcji serii E.

II. Wydarzenia w grupie

1. Raport kwartalny za trzeci kwartał 2011 roku

W listopadzie br. Zarząd Digital Avenue opublikował Jednostkowy i Skonsolidowany raport kwartalny za okres od 1 lipca do 30 września 2011 roku. Raport zawiera m.in. wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej Digital Avenue, sprawozdanie Zarządu z działalności w/w Grupy.

W trzecim kwartale 2011 roku działalność Digital Avenue S.A. koncentrowała się w następujących obszarach:

- rozwoju spółki zależnej Medousa Sp. z o.o.

- działaniach ukierunkowanych na akwizycje portali internetowych lub podmiotów zewnętrznych posiadających portfel portali komplementarny wobec posiadanego przez Grupę Kapitałową Digital Avenue S.A.
- powiększanie portfela usług poprzez pozyskiwanie zewnętrznych marek i portali do zarządzania

Pomimo niekorzystnych uwarunkowań sezonowych oraz makroekonomicznych, przychody Grupy Kapitałowej w 3 kwartale 2011 r. wzrosły rok do roku o 63% (1,5 mln zł vs. 0,9 mln zł). Zysk EBIDTA w 3 kwartale przekroczył 151 tys. zł czyli ponad dwukrotnie więcej niż w 2010 r. (62 tys. zł), a Grupa odnotowała także dodatni wynik operacyjny (59 tys. zł), brutto (59 tys. zł) i netto (48 tys. zł) wobec strat w analogicznym kwartale roku 2010.

2. Rejestracja podwyższenia kapitału zakładowego

W dniu 22 listopada br. Sąd Rejonowy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy, dokonał rejestracji podwyższenia wysokości kapitału zakładowego Digital Avenue S.A. z kwoty 1 074 213,40 zł do kwoty 1 091 113,40 zł w związku z rejestracją 169 000 akcji zwykłych na okaziciela serii D, równych i niepodzielnych o wartości nominalnej 0,10 PLN każda akcja.

W związku z powyższym kapitał zakładowy Emitenta wynosi 1 091 113,40 zł i dzieli się na:

- 6 420 000 zwykłych akcji na okaziciela serii A o kolejnych numerach od 0 000 001 do 6 420 000, równych i niepodzielnych, o wartości nominalnej 0,10 PLN każda akcja
- 2 093 220 akcji zwykłych na okaziciela serii B o kolejnych numerach od 0 000 001 do 2 093 220, równych i niepodzielnych, o wartości nominalnej 0,10 PLN każda akcja
- 2 228 914 akcji zwykłych na okaziciela serii C o kolejnych numerach od 0 000 001 do 2 228 914, równych i niepodzielnych, o wartości nominalnej 0,10 PLN każda akcja
- 169 000 akcji zwykłych na okaziciela serii D o kolejnych numerach od 000 001 do 169 000, równych i niepodzielnych, o wartości nominalnej 0,10 PLN każda akcja

Po zarejestrowaniu zmiany wysokości kapitału zakładowego ogólna liczba głosów wynikająca ze wszystkich wyemitowanych akcji Emitenta wynosi 10 911 134 głosów.

3. Zawarcie umowy objęcia akcji serii E

W dniu 24.11.2011 roku Zarząd Digital Avenue S.A. podpisał z MCI Management S.A. umowę objęcia akcji serii E Emitenta - wyemitowanych na podstawie Uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki nr 3/09/2011 z dn. 22.09.2011 w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego poprzez emisję akcji serii E z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy. Objęcie akcji serii E na podstawie Umowy nastąpiło w ramach subskrypcji prywatnej. Akcje serii E są akcjami zwykłymi na okaziciela o wartości nominalnej 0,10 zł każda akcja.

Na mocy w/w Umowy MCI Management objął 612 227 akcji na okaziciela serii E o wartości nominalnej 0,10 zł każda akcja po cenie emisyjnej równej 0,75 zł za każdą akcję w zamian za wkład pieniężny w wysokości 459 170,25 zł poprzez potrącenie wzajemnych wierzytelności Inwestora oraz Emitenta- wierzytelności przysługującej Spółce z tytułu Wkładu oraz wierzytelności przysługującej MCI Management z tytułu umowy sprzedaży udziałów IPLAY Sp. z o.o. w kwocie 459 170,00 zł.

4. Konkursy na łamach Styl.fm

W listopadzie br. zostały przeprowadzone trzy konkursy w serwisie Styl.fm.

- Makijaż Andrzejkowy – użytkownicy mieli za zadanie przygotować specjalny makijaż na andrzejkowy wieczór i przesłać go w formie opisu lub zdjęcia. Konkurs cieszył się dużym zainteresowaniem.
- Konkurs Jill Scott – użytkownicy Styl.fm otrzymali bilety na koncert gwiazdy, gdy w przekonujący sposób uzasadnili, że w/w bilety powinny trafić właśnie do nich. Konkurs spotkał się z dużym zainteresowaniem zarówno kobiecej, jak i męskiej części użytkowników Styl.fm.
- Konkurs Mega Targi Ślubne Torwar – w tym wypadku liczył się refleks – kolejność zgłoszeń decydowała o możliwości uczestnictwa w wydarzeniu.

Niestandardowe akcje typu konkursy na stałe zagościły jako produkt reklamowy i redakcyjny w serwisie Styl.fm, zarządzanym przez Digital Avenue. Konkursy organizowane z myślą o użytkownikach mają na celu utrzymanie wysokiej pozycji serwisu na rynku. Są to programy lojalnościowe, które na stałe wiążą użytkowników ze Styl.fm. Digital Avenue jeszcze przed końcem bieżącego roku planuje wprowadzenie coraz większej liczby konkursów na łamach swoich serwisów.

5. Niestandardowa akcja na Fotosik.pl

W listopadzie na łamach Fotosik.pl przeprowadzono konkurs promujący nowe narzędzie do edycji zdjęć - retusz.fotosik.pl.

Konkurs „Mistrz Retuszu” polegał na przygotowaniu retuszu zdjęcia z wykorzystaniem w/w narzędzia i zaprezentowaniu mini albumu składającego się z dwóch zdjęć- przed i po retuszu.

Zwycięzców konkursu wybierali użytkownicy serwisu w głosowaniu.

6. Blisko 1 mln użytkowników Styl.fm

We wrześniu 2011, zarządzany przez Digital Avenue S.A., magazyn Styl.fm odwiedziło blisko 1 000 000 realnych użytkowników, którzy wygenerowali prawie 27 000 000 odsłon, co daje ponad 5,2 % zasięgu w polskim Internecie.

Źródło: raport Megapanel PBI/Gemius za wrzesień 2011, kategoria Styl Życia.

7. Ponad 1,2 mln użytkowników Fotosik.pl

W publikowanym przez Megapanel PBI/Gemius raporcie za wrzesień 2011 Fotosik.pl zarządzany przez spółkę Medousa osiągnął w kategorii Kultura i Rozrywka następujące wyniki: 1,2 mln realnych użytkowników, blisko 17 000 000 milionów odsłon, co daje ok. 6,7 % zasięg w polskim Internecie.

III. Otoczenie rynkowe, trendy

1. Systematyczny wzrost liczby internautów w Polsce

Rozwój Internetu oraz innych nowoczesnych technologii komunikacyjnych przebiega w Polsce w zawrotnym tempie. Prestiżowe badania NetTrack przeprowadzane regularnie przez Instytut Millward Brown SMG/KRC, co miesiąc od 2000 roku, mają na celu monitorowanie stanu rozwoju zasięgu Internetu w Polsce oraz trendy w korzystaniu z tego medium. Respondenci to reprezentatywna grupa 40 tysięcy osób w wieku 15-75 lat w skali roku (badani wybierani są na podstawie operatu PESEL).

Z najnowszych badań NetTrack jasno wynika, że w Polsce z Internetu korzysta już 16,55 milionów osób (co stanowi ponad połowę grupy wiekowej wszystkich ludzi w naszym kraju powyżej 14 roku życia).

Rozkład wiekowy internautów nie jest zaskakujący – najwięcej stanowią ludzie młodzi w wieku 25-39 lat (39%) oraz 15-24 lat i 40-59 lat (obie te grupy wiekowe mogą pochwalić się 28% udziałem).

Polacy systematycznie korzystają z sieci. Trochę ponad 70% badanych deklaruje, że korzysta z sieci internetowej codziennie lub prawie codziennie, 20,2% kilka razy w tygodniu, a niecałe 10% raz w tygodniu lub rzadziej.

Pod względem płci z sieci korzysta tyle samo kobiet co mężczyzn (czyli po 50%). Znacznie większa, niż kilka lata temu, aktywność kobiet w sieci sprzyja rozwojowi serwisów tematycznych odpowiadających potrzebom i zainteresowaniom internautek.

Z Internetu korzystają przede wszystkim osoby z wykształceniem średnim (41%), następnie z wyższym (29%), zasadniczym (16%) i na końcu podstawowym (15%).

**Opr. na podstawie, www.media2.pl: „NetTrack:16,65 mln użytkowników Internetu”.*

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 blisko 3 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.