

Raport miesięczny za kwiecień 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 kwiecień 2011 roku.

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

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

1. Raport bieżący nr 7 (2011). Raport za marzec 2011 r.
2. Raport bieżący nr 8 (2011). Powołanie Członka Rady Nadzorczej Digital Avenue.
3. Raport bieżący nr 9 (2011). Zawarcie umowy o współpracy z TRO Media.
4. Raport bieżący nr 10 (2011). Złożenie wniosku o wyznaczenie pierwszego dnia notowania akcji serii C.

II. Wydarzenia w grupie

1. Nowy członek Rady Nadzorczej Digital Avenue

Do rady nadzorczej Digital Avenue został powołany nowy członek - Krzysztof Tomczyński: wiceprezes Domu Maklerskiego AFS. Jako członek rady nadzorczej Digital Avenue będzie wspierał spółkę w pozyskiwaniu nowych inwestorów finansowych.

Zmian w Radzie Nadzorczej dokonano na podstawie par. 26 pkt. 3c statutu Digital Avenue. Po zmianach liczba członków Rady Nadzorczej spółki pozostała bez zmian i składa się z 5 osób. Oprócz Krzysztofa Tomczyńskiego są nimi: Sylwester Janik, Piotr Pajewski, Tomasz Dalach oraz Olgierd Świda.

2. Digital Avenue zawarł umowę z TRO Media

TRO Media i Digital Avenue – notowane na GPW w Warszawie grupy medialne – rozpoczęły współpracę strategiczną. Spółki będą tworzyć nowe projekty, wspólnie wykorzystywać przewagi rynkowe oraz wzajemnie promować już istniejące projekty medialne i technologiczne. Wartość podpisanej umowy to ponad 1,1 mln złotych.

Umowa w zakresie współpracy strategicznej przewiduje iż TRO Media i Digital Avenue będą wspólnie rozwijać swoje projekty internetowe w segmencie portali internetowych, zarządzania powierzchnią reklamową w internecie, usług e-commerce oraz usług technologicznych. Zespoły obu spółek będą wymieniać się doświadczeniem w zakresie wspólnej promocji swoich projektów oraz ich rozwoju technologicznego. Wartość wzajemnych umów z tego tytułu tylko w 2011 r. przekroczy 1,1 mln zł.

Współpraca strategiczna z TRO Media jest zgodna ze strategią realizowaną przez Digital Avenue.

Do grupy **TRO Media** należą portale z wielu kategorii tematycznych, m.in. *Boisko.pl, Ajo.pl, Nastek.pl, Kanciapa.pl, Kinomaniak.pl* czy *Cscenter.pl* oraz wiodąca na polskim rynku firma hostingowa i rejestrator domen - **Domenomania.pl**.

3. Nowa szata graficzna Styl.fm i przepisy-kuchenne.info: więcej treści, nowe autorki

Magazyn Styl.fm, zarządzany przez spółkę Digital Avenue, wdrożył w kwietniu nową szatę graficzną. Wprowadzone zmiany to przede wszystkim prostsza i bardziej intuicyjna nawigacja, nowe kategorie w menu oraz łatwiejszy dostęp do ciekawych artykułów w dziale „Newsy”.

Struktura serwisu została zaprojektowana tak, aby ułatwić użytkownikom korzystanie z atrakcyjnych funkcjonalności i aplikacji dostępnych w serwisie, między innymi internetowego katalogu fryzur, mody, wizażu i manicure oraz wnętrza, a także z bardzo popularnego Stylera, który umożliwia tworzenie modowych stylizacji z ponad miliona zdjęć fryzur, ubrań i dodatków. Nowy,

spójny z szatą graficzną Styl.fm, wygląd zyskała również zintegrowana w sekcji „Smaki” strona kulinarna - przepisy-kuchenne.info.

3.1 Więcej treści i nowe autorki w Styl.fm

Wraz z wdrożeniem nowego layoutu Styl.fm podpisał umowy z nowymi autorkami, ekspertkami w dziedzinie wizażu, mody, urody i zdrowia. Z myślą o stałych i nowych czytelniczkach w Styl.fm zwiększona została liczba publikacji. Pojawiły się nowe rodzaje treści dostosowane do oczekiwań użytkowników Styl.fm - wywiady z ekspertami, poradniki, czy artykuły z szybkimi wskazówkami na każdy temat oraz lubiane ciekawostki z życia gwiazd.

Wprowadzone zmiany przyczynić się mają do wzrostu zainteresowania marką Styl.fm wśród użytkowników oraz reklamodawców.

4. Prawie 900 tys. użytkowników Styl.fm

W lutym 2011, zarządzany przez Digital Avenue, magazyn Styl.fm odwiedziło blisko 900 000 realnych użytkowników, którzy wygenerowali ponad 19 milionów odsłon, co daje ok. 5% zasięgu w polskim internecie.

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

5. Ponad 2 miliony użytkowników Fotosik.pl

Fotosik.pl zarządzany przez spółkę Medousa w publikowanym przez Megapanel PBI/Gemius raporcie za luty 2011 osiągnął w kategorii Kultura i Rozrywka następujące wyniki: ponad 2 miliony realnych użytkowników, blisko 24 milionów odsłon, co daje 11% zasięg w polskim internecie.

III. Otoczenie rynkowe, trendy

Według specjalistów z domu mediowego MPG, od stycznia do marca 2011 roku na reklamę w Polsce wydano 1,61 mld złotych netto, czyli aż o 6,9% więcej niż w roku 2010.

Zgodnie z szacunkami MPG w całym 2011 roku wartość rynku ma być o 6% większa niż w roku poprzednim.

Wzrost po I kwartale zapewniły głównie wyższe przychody z reklam telewizyjnych i internetowych. Budżety reklamowe w internecie wzrosły w skali

roku aż o 17,2%, osiągając poziom 190 milionów złotych, a w telewizji o 6,6%, do poziomu 839 milionów złotych netto.

Specjaliści z domu mediowego Zenith Optimedia przewidują, że w przyszłym roku nakłady na reklamę na całym świecie wzrosną o 5,8%, w porównaniu do wcześniejszych szacunków zakładających wzrost o 5,2%. Zgodnie z prognozami w latach 2010-2013 wydatki reklamowe wzrosną najbardziej właśnie w Europie Środkowo-Wschodniej aż o 12,4%. W Europie Zachodniej wzrost ma być większy o 3,5%, w Ameryce Północnej ma wzrosnąć o średnio 3,1%, w Japonii o 0,7%, na Bliskim Wschodzie o 0,1%, w Ameryce Łacińskiej o 8,2%, w regionie Azji i Pacyfiku (razem z Japonią) o 6,6%, w regionie Azji i Pacyfiku (bez Japonii) o 10,2%.

Ekspert z Zentih Optimedia twierdzą również, że w 2013 roku internet stanie się drugim największym medium reklamowym na świecie i pokona prasę codzienną. Zgodnie z przewidywaniami domu mediowego nakłady na reklamę w prasie codziennej mają zmniejszyć się o prawie 4 miliardy dolarów, z 95,2 do 91,2 miliardów, natomiast reklama internetowa ma wzrosnąć aż o ponad 30 miliardów, z 63,0 do 94,5 miliarda dolarów.

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 ponad 3 mln użytkowników, liczba odsłon wszystkich serwisów sięga ponad 43 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.