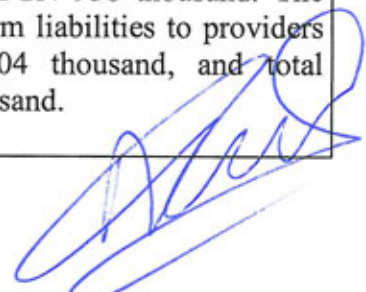


<p><b>Междинен доклад за дейността на „Адвертайзинг Продиджи” АД към първо тримесечие на 2011 г., съгласно чл. 100о, ал. 4, т. 2 от ЗППЦК</b></p> <p><b>1. Информация за важни събития, настъпили през тримесечието и с натрупване от началото на финансовата година до края на съответното тримесечие.</b> На 21.03.2011 г. с вписване 20110321134346 в Агенцията по вписванията са отразени промени в състава на СД на "Адвертайзинг Продиджи" АД. С решение на ОСА, проведено на 14.03.2010 г. се освобождава от длъжност Йоанис Николаос Атанасиу и Атанасиос Маргаритис като член на СД на Дружеството.</p> <p>На 21.03.2010 г. с вписване 20110321134722 в Агенцията по вписванията са отразени промени в Устава на „Адвертайзинг Продиджи” АД в съответствие с решенията на извънредното Общо събрание на акционерите от 14.03.2011 г – промяна броя на членовете на СД от 5ма на 3ма. - чл. 17 се привежда в съответствие със ЗППЦК</p> <p><b>1.1. Придобиване на ДМА през първо тримесечие на 2011 г.</b> За периода 01.01.2011 г. - 31.03.2011 г. дружеството не е придобивало дълготрайни материални активи.</p> <p><b>1.2. Резултати от основна дейност</b> За периода 01.01.2011 г. – 31.03.2011 г. дружеството е реализирало приход от продажби 29 хил. лв. Дружеството е акумулирало разходи от обичайната дейност в размер на 58 хиляди лева. Към 31.03.2011 г. „Адвертайзинг Продиджи” АД има краткосрочни вземания 938 хил. лева. Дружеството има краткосрочни задължения към доставчици в размер 204 хил. лв., а общо задължения в размер 337</p>	<p><b>Interim Activity Report of „Advertising Prodigy” AD</b> For the first quarter of 2011, according Art. 100o, paragraph 4, p. 2 of Public Offering of Securities Act</p> <p><b>1. Information about important events that occurred during the period and cumulatively since the beginning of the financial year to the end of the respective three months period.</b> On 21.03.2011, with an entry 20110321134346 in the Registry Agency (Comm. Reg.) changes in the Board of Advertising Prodigy AD is registered. By decision of the GMS held on 14.03.2011, Ioannis Nikolaos Athanasiou and Athanasios Margaritis were dismissed as members of the Board of Directors of the Company On 21.03.2011, with an entry 20110321134722 in the Registry Agency (Comm. Reg.) changes are reflected in the Articles of Association of Advertising Prodigy AD in accordance with the decisions of the extraordinary General Meeting of held on 14.03.2011 -change in the numbers of BoD members from 5 to 3 members BoD - Art. 17 was amended for compliance with POSA.</p> <p><b>1.1. Acquisition of Fixed Assets in the first quarter of 2011</b> For the period 01.01.2010 - 31.03.2011 the company has not acquired any tangible assets.</p> <p><b>1.2. Results from operating activities</b> For the period 01.01.2011 - 31.03.2011, the company has generated revenue from sales BGN 29 thousand. The Company has accumulated expenses from its basic activity at the amount of BGN 58 thousand. Up to 31.03.2011 „Advertising Prodigy” AD has short term receivables BGN 938 thousand. The company has a short term liabilities to providers amounting to BGN 204 thousand, and total liabilities BGN 337 thousand.</p> 
--	---

хил. лв.

Финансовият резултат на „Адвертайзинг Продиджи“ АД към 31.03.2011 г. е счетоводна загуба в размер на 38 хил. лева.

**2. Информация за сключените големи сделки между свързани лица през първо тримесечие на 2011 г.**

За периода 01.01.2011 г. – 31.03.2011 г. „Адвертайзинг Продиджи“ АД не е сключвало големи сделки със свързани лица, изключвайки сделки от обичайна стопанска дейност.

**3. Описание на основните рискове и несигурности, пред които е изправено Дружеството през следващия финансов период.**

Дружеството е зависимо най-вече от общите тенденции в сектора на маркетинга и рекламата. Тъй като размера на инвестициите в маркетинг са въпрос на мениджърско усмотрение и зависят от размера и разпределението във времето на паричните потоци на самия клиент и цялостната конюнктура на сектора, в който оперира рекламодателя, „Адвертайзинг Продиджи“ АД е пряко зависимо от цикличността на икономиката. Забавянето в ръстовете на българската икономика, съответно намаляването на разходите за реклама и печат, може да има съществено негативно влияние върху приходите на дружеството.

Този риск е до някъде компенсиран от възможността на „Адвертайзинг Продиджи“ АД да развие присъствието си на пазара на съседни страни (Гърция, Кипър), където предлаганите от него рекламни услуги биха могли да бъдат реализирани на по-високи цени.

Тенденцията в последните години е все повече рекламодатели и комуникационни агенции да се доверяват на нетрадиционните медии за кампаниите като това важи в особена степен за Източна Европа, изоставаща в значителна степен от западните пазари в това отношение. Съвременният свят се стреми към новото и нетрадиционното във всяка сфера на бизнеса, а в рекламата

The financial result of „Advertising Prodigy“ AD till 31.03.2011 is an accounting loss amounting to BGN 38 thousand.

**2. Information on major transactions concluded between related persons during the first quarter of 2011**

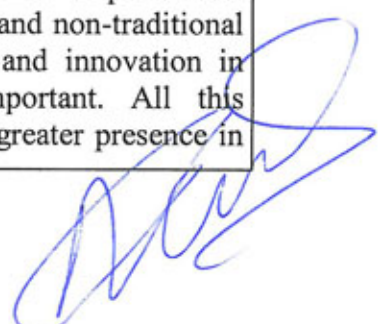
For the period 01.01.2011 - 31.03.2011 „Advertising Prodigy“ AD has not signed any big deals with related parties, excluding transactions in the ordinary course of business.

**3. Description of principal risks and uncertainties facing the Company during the next financial period.**

The Company depends on the most from general trends in Marketing and Advertising sector. In the view of the fact that the amount of the investments for Marketing is a matter of Manager's decision and depends on the amount and time schedule of the cash flows of the Client himself and the whole sector's situation, in which the Advertiser is operating, „Advertising Prodigy“ AD is directly dependent of the economy cycle. The slowdown of the Bulgarian economy's growth, respectively, the reduction of the advertising and print expenses, may have significant negative impact on the Company's income.

This risk is compensated to some degree by the potential „Advertising Prodigy“ AD to develop its presence on the market of the regional countries (Greece, Cyprus), where the distributed advertising services could be realized at higher prices.

The trend in recent years is more and more advertisers and communications agencies to trust unconventional medias for campaigns especially in Eastern Europe, lagging behind significantly from Western markets in this respect. The modern world is to seek new and non-traditional in every sphere of business and innovation in advertising is especially important. All this creates ideal conditions for a greater presence in



новаторството е особено важно. Всичко това създава идеалните предпоставки за по-голямо присъствие на все по-разнообразни рекламни носители в ежедневието и превръщането дори на градския транспорт в медия. Рекламата изниква пред потребителите на всяка крачка, а традиционната и най-вече телевизионната реклама бива все повече изоставяна от бизнеса. Това е една реална възможност за „Адвертайзинг Продиджи“ АД да стане участник в едно съвсем ново направление на рекламата, което освен всичко друго ще позволи на дружеството да генерира и значителни приходи.

the ever more diverse advertising media in everyday life and make public transport even in the media. Advertising appears to consumers at every turn, and the traditional and especially the television is neglected by the business. This is a real opportunity for Advertising Prodigy AD to become a participant in a new advertising brand, which among other advantages will allow the company to generate significant revenue.

**Date: 28.04.2011.**

Изпълнителен директор / Executive Director

.....  
(Николаос Асикис/ Nikolaos Asikis)