



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MELTYNETWORK SE DEVELOPPE ET DEVIENT MELTYGROUP,

un groupe média global, multicanal et international organisé en six pôles.

Présent en France et en Italie, meltygroup sera également en Espagne, au Brésil et en

Allemagne d'ici la fin de l'année 2013.

**MELTYGROUP ANNONCE LA CONCLUSION DE
PARTENARIATS AVEC LAGARDERE ACTIVE ET BANIJAY GROUP**

COMMUNIQUE DE PRESSE

Le Kremlin-Bicêtre, le 12 juin 2013

MELTYNETWORK SE DEVELOPPE ET DEVIENT MELTYGROUP

meltyNetwork, le premier groupe média pour les 18-30 ans sur Internet, créé en 2008 par Alexandre Malsch et Jérémy Nicolas, se développe et devient meltygroup, un groupe média global, multicanal et international. meltygroup adopte une nouvelle organisation en six pôles.

Afin de soutenir son ambitieux plan de développement, meltygroup, qui s'est développé en internalisant l'ensemble des métiers d'un groupe média, se structure en six pôles distincts.

Fort de ses quinze millions de lecteurs par mois, meltygroup a développé une véritable expertise des usages digitaux des 18-30 ans et annonce la création de meltyMetrix et meltySocial, deux nouveaux pôles entièrement dédiés aux annonceurs :

- **meltyMetrix**, une cellule d'analyse quantitative et qualitative des données partagées par les internautes. Grâce à l'algorithme *Shape* développé par les fondateurs de meltygroup, meltyMetrix dispose d'un outil d'observation et d'analyse unique des usages des 18-30 ans.

Pour Eric Briones, Directeur du Planning Stratégique chez Publicis EtNous et créateur du blog tendance Dark-planneur : « *meltyMetrix permet de fournir une analyse très précise du comportement des 18-30 ans, cible clé pour l'univers du luxe, que les marques ont parfois du mal à appréhender. J'ai eu recours en exclusivité aux outils de meltyMetrix dans le cadre de mon prochain livre "La Génération Y et le Luxe" (sortie Février 2014 chez Dunod), cela m'a permis de donner une réalité chiffrée sur l'envie de consommer du luxe, auprès des 18-30.* »

- **meltySocial**, une structure de conseil spécialisée dans la viralisation des contenus, la gestion des communautés et le story-telling multicanal.

Par ailleurs, meltygroup va continuer à développer son studio de production internalisé, **meltyProd**, qui ambitionne de produire plus de cent heures de programmes exclusifs dont notamment :

- La saison 2 du docu-réalité phare de melty.fr, *Surf House*, qui sera diffusée début juillet 2013. On y retrouvera les aventures du team Quiksilver dans sa Boardriders House d'Hossegor.
- *Inside Popstars*, un programme court réalisé en partenariat avec Banijay Productions France dans les coulisses de *Popstars*, l'émission culte diffusée sur D8 depuis le 28 mai 2013.
- Toujours plus d'interviews exclusives de ceux qui font l'actu auprès des jeunes.



+15M DE LECTEURS*
EN MARS 2013

VS 9M EN SEPTEMBRE 2012 (+60%)

2,3M€ DE CA EN 2012

VS 1,2M€ EN 2011 ET 4,5M€ EN 2013 (PRÉVISION)

57 SALARIÉS DONT 20 RÉDACTEURS
EN FRANCE ET 4 EN ITALIE

VS 25 SALARIÉS EN 2012

melty
PROD

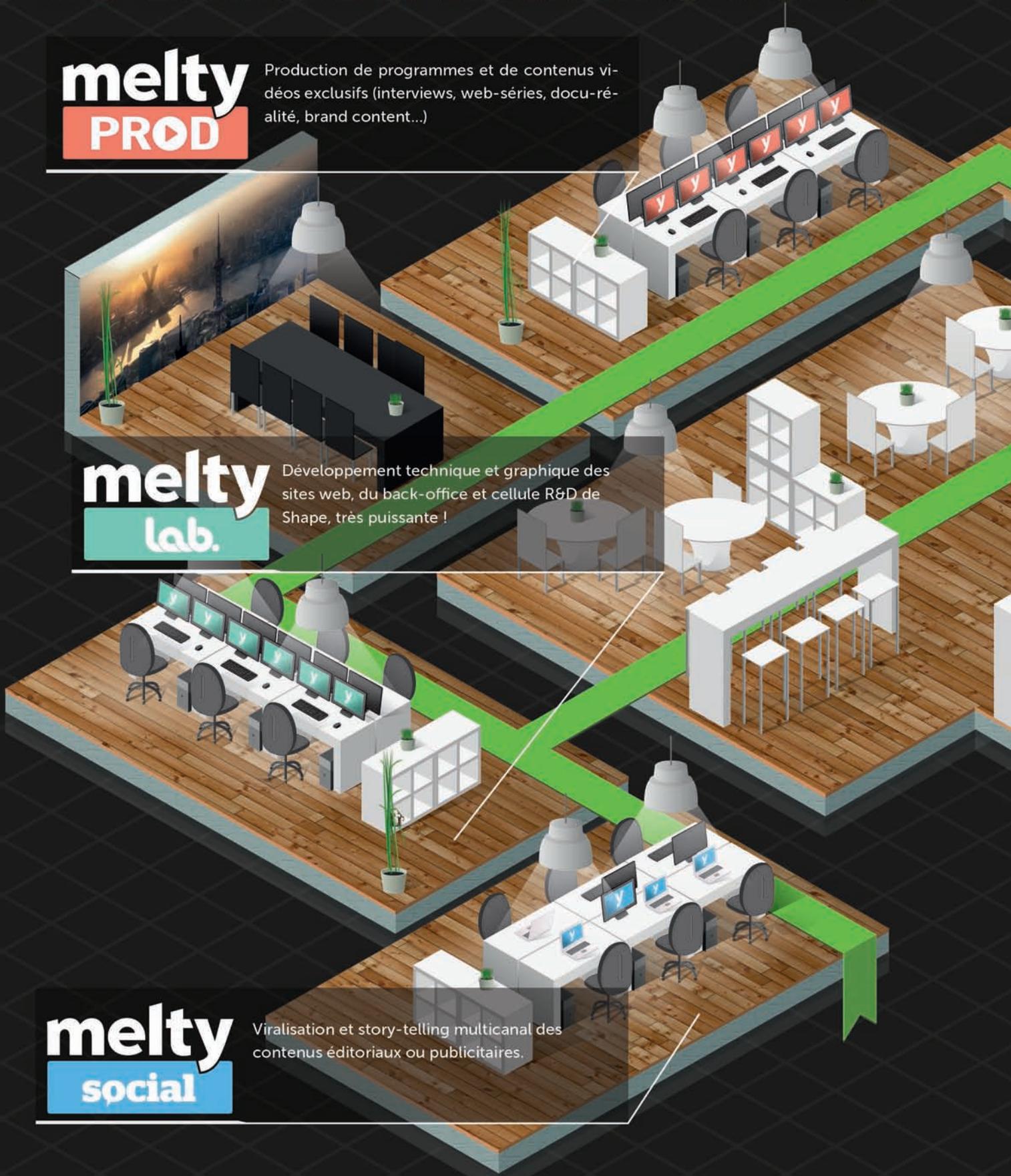
Production de programmes et de contenus vidéos exclusifs (interviews, web-séries, docu-réalité, brand content...)

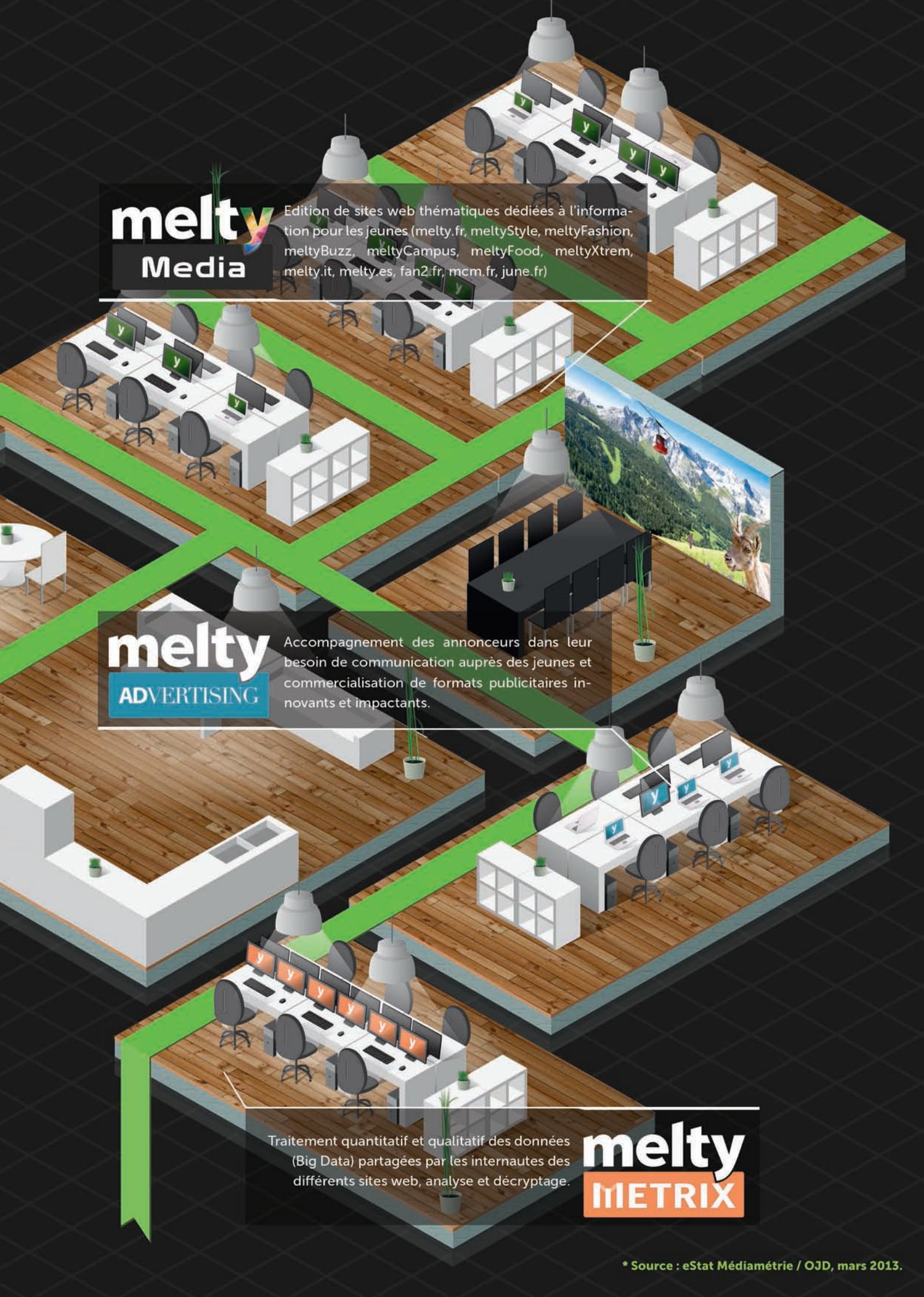
melty
lab.

Développement technique et graphique des sites web, du back-office et cellule R&D de Shape, très puissante !

melty
social

Viralisation et story-telling multicanal des contenus éditoriaux ou publicitaires.





melty Media

Édition de sites web thématiques dédiées à l'information pour les jeunes (melty.fr, meltyStyle, meltyFashion, meltyBuzz, meltyCampus, meltyFood, meltyXtrem, melty.it, melty.es, fan2.fr, mcm.fr, june.fr)

melty ADVERTISING

Accompagnement des annonceurs dans leur besoin de communication auprès des jeunes et commercialisation de formats publicitaires innovants et impactants.

Traitement quantitatif et qualitatif des données (Big Data) partagées par les internautes des différents sites web, analyse et décryptage.

melty METRIX

meltygroup s'implante à l'étranger

meltygroup accélère son internationalisation et s'implante à Milan avec des locaux dédiés à melty.it. Avec quatre salariés présents en Italie, melty.it qui enregistre déjà un million de lecteurs chaque mois, ambitionne de s'imposer rapidement comme le média de référence auprès des jeunes Italiens. melty.it sera rejoint dans les prochains jours par meltyBuzz.it, la version italienne de meltyBuzz.fr.

Pour Alexandre Malsch,
CEO et co-fondateur de meltygroup :

« Le choix de l'Italie s'est naturellement imposé car le paysage médiatique y est assez proche du modèle français, il n'existait aucun site d'info généraliste exclusivement dédié aux jeunes. Nous poursuivons notre développement en nous intéressant d'abord aux marchés similaires comme l'Italie ou l'Espagne avec melty.es (800,000 lecteurs par mois) avant de partir à la conquête de marchés plus vastes. Nous prévoyons ainsi de lancer melty.de en Allemagne et melty.com.br au Brésil dès la fin de l'année. »



MELTYGROUP S'ALLIE A DES ACTEURS INCONTOURNABLES DANS L'UNIVERS DES MEDIAS ET DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

meltyMedia va éditer et commercialiser MCM.fr et june.fr

meltygroup et Lagardère Active annoncent la conclusion d'un partenariat à l'issue duquel les sites MCM.fr et june.fr seront désormais édités et commercialisés par meltyMedia. Ces deux sites bénéficieront de toute l'expertise de meltygroup et de ses nouveaux pôles, qui se chargeront du développement des sites, ainsi que de la redéfinition et de l'enrichissement des lignes éditoriales. L'algorithme Shape sera mis à disposition des deux nouveaux sites pour une définition optimisée de leurs contenus et un meilleur référencement.

Alexandre Malsch déclare : « Nous sommes très reconnaissants de la confiance accordée à meltygroup par un leader des médias comme Lagardère Active. C'est un honneur de se voir confier deux marques aussi emblématiques que MCM et June, très appréciées de nos lecteurs ».

Pour Denis Olivennes, Président de Lagardère Active : « La créativité et la réussite de melty sur les cibles jeunes ne sont plus à démontrer. Nous possédons, avec MCM et June, deux très belles marques pionnières et référentes. Je me réjouis de voir nos équipes s'associer pour propulser nos sites parmi les meilleurs et les plus innovants à destination de leurs publics cibles ».



meltyProd s'allie à Banijay Group

Avec l'émission *Inside Popstars*, meltyProd signe - en partenariat avec la chaîne de télévision D8 - sa première co-production avec Banijay Productions France, entité de Banijay Group dirigée par Alexia Laroche-Joubert. Ce programme exclusif, spécialement conçu pour une diffusion sur le web, permet de faire vivre aux internautes les coulisses de l'aventure. Des premiers castings à la formation du groupe musical, *Inside Popstars* permet de poursuivre l'expérience *Popstars* sur le web. D'autres projets sont en cours de pré-production, dont certains verront le jour dès la rentrée 2013.

Pour Alexia Laroche-Joubert, dirigeante de Banijay Productions France : « Garder les fondamentaux de *Popstars* tout en modernisant le format, telle était notre ambition avec D8. Au travers de ce partenariat avec melty.fr, nous souhaitons associer le programme à un média jeune devenu incontournable et offrir aux 18-30 ans, la cible privilégiée de *Popstars*, une expérience complète et multicanale. C'est l'avenir de notre métier de producteurs. »

Pour François de Brugada, COO de Banijay Group : « La génération Y consomme les programmes sur tous les écrans, c'est pourquoi nous avons initié un partenariat avec Alexandre et ses équipes pour développer différents projets communs et innovants. Après *Inside Popstars*, nous préparons de nouveaux formats à la rencontre des programmes TV et du web. »

A propos de meltygroup :

Créé en 2008 par deux élèves de l'école d'ingénieurs en informatique Epitech, Alexandre Malsch et Jérémie Nicolas, meltygroup s'est imposé en seulement cinq ans comme le premier groupe média en ligne, spécialiste des 12-17 ans et des 18-30 ans, avec plus de quinze millions de lecteurs comptabilisés en mars dernier sur les huit sites de la galaxie melty. Aujourd'hui, la « galaxie » melty se compose de treize magazines tous dédiés aux sujets qui passionnent les 18-30 ans (melty.fr, meltyFashion, meltyStyle, meltyBuzz, meltyFood, meltyCampus et meltyXtrem, june.fr, mcm.fr, melty.es, melty.it, meltyBuzz.it) et les 12-17 ans (Fan2.fr) à la fois dans l'actualité mais aussi dans le domaine du divertissement et dans celui des tendances.

Contacts presse meltygroup :

Roxane Planas - 01 53 70 74 18 - rplanas@image7.fr

Anne-Charlotte Créach - 01 53 70 94 21- accreach@image7.fr