



AOL développe son pôle édition en créant MediaGlow

***Développement de plus de 30 nouveaux sites en 2009
Lancement de studios de pointe à New York et Los Angeles
Bill Wilson à la tête de cette nouvelle offensive***

New York, le 12 janvier 2009 – Après une année de forte croissance dans le domaine de l'édition, AOL annonce une série de développements majeurs pour repositionner, étendre et monétiser ses activités d'édition en 2009. Au cours de l'année passée, l'activité édition d'AOL a vu croître le nombre de ses pages vues de 40% et l'engagement des internautes de 20% par rapport à 2007, tandis que son audience atteignait 70 millions de visiteurs uniques*. La société poursuit sur sa lancée en annonçant aujourd'hui la création d'une nouvelle entité AOL, *MediaGlow*, qui regroupera toutes les activités d'édition d'AOL pour développer sa couverture globale en 2009.

Cette annonce marque l'aboutissement de la transformation d'AOL en une entreprise dont le modèle repose sur la publicité. Au cours des dix-huit derniers mois, AOL a annoncé la formation de *Platform-A*, la plus large plateforme de publicité digitale du secteur internet qui propose aux annonceurs une couverture internet sans équivalent, ainsi que la création de *People Networks*, l'unité de réseaux sociaux de l'entreprise qui tire parti de la puissance de communautés telles que Bebo, AIM et ICQ pour atteindre une audience de plus de 92 millions de visiteurs uniques à travers le monde*. *MediaGlow*, avec ses actifs médias, se positionne désormais aux côtés de *Platform-A* et de *People Networks*, pour former la troisième grande activité d'AOL.

« Nous voulions qu'AOL se concentre sur trois grands axes - édition, publicité et réseaux sociaux. Avec le lancement de MediaGlow, nous avons atteint notre objectif en moins de 18 mois », déclare Randy Falco, PDG d'AOL. « AOL propose aujourd'hui le contenu le plus pertinent et le plus engageant ; il est capable d'optimiser de manière incomparable toutes les opportunités de la publicité graphique en ligne pour les annonceurs et les éditeurs Web. MediaGlow nous permet d'amplifier nos succès dans l'édition, tout en plaçant AOL en position de force pour l'avenir ».

« L'époque où un portail généraliste ou un site de réseau social répondaient aux besoins de tous les consommateurs est belle est bien révolue. La fragmentation de l'Internet d'aujourd'hui requiert des programmes qui ciblent les différents centres d'intérêt des internautes, au travers d'une gamme de sites dédiés », explique Ron Grant, Président et COO d'AOL. « AOL est sans nul doute devenu un véritable fournisseur de contenus en ligne. Au cours de l'année passée, nous avons acquis une parfaite maîtrise de la programmation verticale et de sites de niche, de grande qualité, à l'échelle appropriée. En centralisant et en investissant dans cette infrastructure, nous pouvons désormais maximiser notre potentiel de monétisation ».

La création de *MediaGlow* suit une année 2008 très réussie pour le pôle édition d'AOL, dirigé par Bill Wilson, Vice Président Exécutif de la Programmation d'AOL. Il va maintenant prendre la tête de *MediaGlow*, en qualité de Président de la nouvelle unité, responsable non seulement du pôle édition, mais également d'une nouvelle infrastructure en charge de son développement global et du vaste réseau de sites AOL liés au commerce.

L'année dernière, sous la direction de Bill Wilson, AOL a reconstruit son portail phare AOL.com et son réseau de sites verticaux, tout en développant et en lançant rapidement plus d'une douzaine de nouveaux sites. En un temps record, l'équipe Programmation a également bâti une large infrastructure de grands talents : éditeurs, créateurs de contenus et experts du secteur internet.

Ce travail a attiré une nouvelle audience considérable vers les nombreuses marques web d'AOL et a généré un engagement sans précédent. En 2008, l'audience des sites programmés par AOL a atteint 70 millions de visiteurs uniques, avec un accroissement de 40% du nombre de pages vues et de 20% de l'engagement par rapport à l'année précédente. De plus, l'arrivée de nouveaux visiteurs et l'accroissement de l'engagement de l'audience ont généré pour AOL au 3^e trimestre 2008 une augmentation à deux chiffres des revenus publicitaires provenant des contenus verticaux, par rapport à l'année précédente, ainsi que l'arrivée de nouveaux annonceurs tels que Chili's, Wal-Mart, Schick, Old Spice et Motorola.

« 2008 a été une année véritablement historique pour la programmation d'AOL parce que nous sommes devenus des créateurs de marques », ajoute Bill Wilson, Président de MediaGlow. « En dehors des collaborateurs d'AOL, rares sont ceux qui auraient cru il y a un an que nos sites seraient aujourd'hui en tête de presque toutes les principales catégories de programmation. Et pourtant, nous avons créé en très peu de temps pour AOL une nouvelle activité agile et valorisante. Grâce à notre portail AOL.com reconçu et à nos sites verticaux, nous créons des expériences séduisantes pour les populations clés et fournissons au grand public un contenu unique, pertinent et valorisé, ainsi que des solutions pour les annonceurs. Pour une société basée sur la publicité comme la nôtre, ceci constitue un énorme atout. Nous nous réjouissons de pouvoir atteindre un niveau encore plus élevé avec la création de MediaGlow ainsi que d'être en mesure d'internationaliser notre formule à succès ».

Parallèlement à l'annonce d'aujourd'hui, AOL annonce aussi deux importants développements dans le domaine de l'édition :

MediaGlow poursuivra sa dynamique agressive en développant le nouveau AOL.com et ses sites web verticaux dédiés à différents centres d'intérêt avec pour objectif de créer plus de 30 sites éditoriaux en 2009. Au nombre des catégories spécifiques : le développement d'AOL Actualités et d'AOL Sport avec tout un éventail de nouveaux sites de niches sur l'actualité et le sport ; de nouvelles marques médias pour les hommes de 18 à 34 ans en tirant parti de la réussite du très populaire site d'AOL, Asylum ; de nouveaux sites ciblant des domaines tels que la télé-réalité, les séries, les films d'horreur, le jazz et le Heavy Metal et le lancement d'un nouveau site de culture pop pour les enfants.

Outre ces nouveaux sites, *MediaGlow* tirera le meilleur parti de la technologie des sociétés Relegence et Sphere récemment acquises, et entreprendra en 2009 et 2010, un gros travail de construction de milliers de sites ciblés, automatisés, de longue et de moyenne traîne, ce qui permettra à AOL de poursuivre sa croissance dans l'édition.

MediaGlow ajoutera à son infrastructure deux studios de pointe, situés au siège d'AOL à New York et dans ses bureaux de Los Angeles. Les *MediaGlow Studios* offriront de nouvelles capacités de production de vidéo HD qui compléteront l'édition et l'encodage. Les studios serviront aussi au tournage de productions de vidéos originales qui seront désormais distribuées à l'international. Les productions développées et produites par les studios *MediaGlow* comprendront également des émissions développées par AOL - Moviefone's Unscripted, les Sessions d'AOL Musique, les émissions récréatives AOL brandées Living's Trade Secrets, Spinner's The Interface et Outside the Box d'AOL TV.

Succès d'édition d'AOL en 2008, basés sur les données comScore Media Metrix de novembre** :

- #1 Site de musique Country : TheBoot, <http://theboot.com>
- #1 Musique Hip-Hop : The BoomBox, <http://theboombox.com>
- #1 Hommes : Asylum, <http://asylum.com>
- #1 Style : StyleList, <http://stylelist.com>
- #1 Blogs féminins : Lemondrop, <http://www.lemondrop.com>
- #1 Africain-Américain : BlackVoices, <http://blackvoices.com>,
- #1 Musique : AOL Musique, <http://music.aol.com>
- #1 Billetterie : Moviefone.com, <http://moviefone.com>
- #1 Télévision : AOL TV, <http://television.aol.com>
- #2 Horoscopes : AOL Horoscopes, <http://horoscopes.aol.com>
- #2 Latino : AOL Latino, <http://latino.aol.com>
- #2 Entreprises - Actualités/Recherche : AOL Finance, <http://money.aol.com>
- #2 Info loisirs : TMZ, <http://tmz.com>
- #2 E-mail : AOL E-mail, <http://webmail.aol.com>
- #3 Films : Moviefone.com, <http://moviefone.com>
- #3 Immobilier : AOL Immobilier, <http://realestate.aol.com>
- #3 Santé : AOL Santé, <http://aolhealth.com>
- #4 Actualités: AOL Actualités, <http://news.aol.com>
- #4 Technologie : AOL Tech, <http://engadget.com>
- #4 Femmes : AOL Living, <http://living.aol.com>
- #5 Recherche : AOL Search Network, <http://search.aol.com>
- #5 Météo : AOL Météo, <http://weather.aol.com>
- #5 Déco : AOL Maison, <http://home.aol.com>

* Données comScore Media Metrix de novembre 2008 (Custom pull - People Networks ne comprend pas AIM Mail.).

** Les catégories pour *Asylum*, *BlackVoices*, *Horoscopes*, *Latino*, *Lemondrop*, *TheBoomBox*, *TheBoot* et *StyleList* ont été construites par AOL.

A propos d'AOL en France

AOL en France est un des leaders de l'Internet grand public offrant à la fois des contenus, des produits et services de communication en ligne, accessibles gratuitement et à tous les internautes depuis www.aol.fr, et qui comptent parmi les plus populaires d'Internet. Sa régie publicitaire, Platform-A, regroupe plus de 29 millions de visiteurs uniques par mois (source Nielsen NetRatings-novembre 2008). La plateforme de contenus et services intégrés permet aux internautes de communiquer, rechercher, naviguer, s'informer et se divertir en toute liberté. Le portail aol.fr compte 17 sites conçus autour de thématiques très variées : divertissement, actualité, musique, sport, célébrités, finance, auto... AOL en France gère également un ensemble de services en ligne sur Internet : la messagerie instantanée AIM, AOL WebMail, AOL Radio etc.

Contact presse

AOL France - Mathieu Carré - 01 72 25 06 98 - mathieu.carre@corp.aol.com - <http://corporate.aol.fr>