



POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

WALT DISNEY COMPANY RACHÈTE CLUB PENGUIN

Kelowna en Colombie Britannique, Canada

et Burbank en Californie - le 1er août 2007 – The Walt Disney Company annonce le rachat de Club Penguin, monde virtuel pour enfants qui connaît l'une des croissances les plus rapides du marché. Cette décision rentre dans le cadre d'une stratégie de croissance à long terme pour l'entreprise qui vise à combiner les nouvelles technologies à la création et distribution à l'échelle mondiale de programmes de divertissement familiaux de haute qualité. Club Penguin vient donc se rajouter aux actifs en ligne de Disney et aidera ce dernier dans son objectif de devenir le leader incontesté sur le marché des mondes virtuels pour enfants et pour la famille.

Lancé en octobre 2005, Club Penguin, déjà plusieurs fois primé, compte aujourd'hui plus de 700 000 abonnés. Cette remarquable croissance du nombre d'adhérents et d'utilisateurs est le fruit d'une stratégie de marketing mesurée se reposant principalement sur la qualité du produit et le bouche à oreilles chez les enfants. Le site recense à l'heure actuelle plus de 12 millions d'utilisateurs actifs majoritairement aux États-Unis et au Canada et est l'une des destinations sur internet pour les 6-14 ans à la croissance la plus rapide. Club Penguin est un monde virtuel enneigé, peuplé de pingouins qui discutent avec les autres joueurs, participent à des activités de groupe, décorent et meublent leur chez-soi grâce à la monnaie gagnée dans le jeu.

« Ce rachat est en accord avec notre stratégie d'exploitation des nouvelles technologies pour mettre au point et assurer la diffusion de programmes de divertissement de haute qualité à l'échelle mondiale. Il reste également conforme à l'engagement pris envers nos actionnaires visant à investir notre capital afin de générer croissance et valeur ajoutée », affirme Bob Iger, PDG de Disney. « Club Penguin incarne des principes de la plus haute importance pour Disney, à savoir l'assurance de l'offre d'un produit de qualité ainsi qu'une volonté d'établir un rapport de confiance avec les parents. Les fondateurs ont allié les nouvelles technologies à la créativité afin de construire un environnement de jeu attrayant et captivant pour toute la famille. À l'instar de notre site, Disney.com, les enfants aiment le Club Penguin et les parents lui font confiance. L'union de la créativité et du savoir-faire de l'équipe du Club Penguin au capital de Disney Online nous permettra de faire un pas de plus en vers l'obtention du statut de leader mondial incontesté sur le marché des mondes virtuels pour enfants et pour la famille. »

« Nous avons activement recherché une organisation qui non seulement partageait nos valeurs et nos préoccupations pour le bien-être des enfants mais démontrait également la capacité et la volonté de nous aider à rendre Club Penguin accessible à plus d'enfants à travers le monde. Ce partenariat avec Disney satisfait à toutes nos exigences », déclare Lane Merrifield, l'un des



trois cofondateurs de Club Penguin. « En tant qu'ancien employé à Disneyland, j'ai toujours montré un grand respect pour ce que Walt avait réussi à construire. Disneyland est né de sa volonté de bâtir un endroit sûr dont il pourrait profiter avec ses filles. Durant la conception de Club Penguin, nous nous sommes inspirés de son exemple et avons souvent pioché dans ses idées dans l'espoir de créer un monde virtuel unique que nous pourrions laisser nos propres enfants visiter en toute tranquillité. »

Club Penguin, qui répondra désormais au nom de Disney's Club Penguin, conserva son adresse URL (www.clubpenguin.com) et restera implanté à Kelowna en Colombie Britannique au Canada. Les trois fondateurs, Lane Merrifield, Dave Krysko et Lance Priebe rejoindront les rangs de Disney tout en maintenant leurs fonctions au sein de la direction de l'entreprise. Lane Merrifield, directeur général de Club Penguin, assumera quant à lui le poste de vice-président exécutif de The Walt Disney Internet Group (WDIG) et travaillera sous la direction du président du WDIG, Steve Wadsworth. Disney ne prévoit pour l'instant aucun changement dans le mode d'opération ou le modèle d'entreprise de Club Penguin.

« Lane, Dave et Lance ont accompli une tâche phénoménale en rassemblant en si peu de temps une si large communauté autour de cet environnement incroyablement engageant et prenant », assure Wadsworth. « Nous apprécions la culture unique du Club Penguin. Chacun est d'ailleurs impatient de voir ce qu'il adviendra de l'association de leur sens de l'innovation à la force de la marque Disney, à nos actifs dans l'industrie du divertissement, à notre portée mondiale et enfin au statut de n°1 de Disney.com chez les enfants et les familles. Nous espérons maintenir la forte croissance de Club Penguin dans l'avenir en ciblant, notamment au travers des plateformes promotionnelles de la marque Disney, de nouveaux marchés en dehors des frontières de l'Amérique du nord. »

Le rachat de Club Penguin n'est pour l'entreprise que le dernier succès en date d'une année faite de réussite pour Disney et son espace en ligne. Ce dernier a en effet lancé, au début de l'année 2007, le tout nouveau Disney.com qui reste à l'heure actuelle le site le plus fréquenté par les enfants et les familles. Grâce à la technologie du haut débit, le site concentre en un même lieu une multitude de services parmi lesquels l'accès à des vidéos sur demande et à des jeux (notamment des mondes virtuels MMOG). Il propose également des activités pour communautés, des réseaux sociaux, un contenu généré par les utilisateurs et permet par ailleurs de créer des listes de médias individuelles. Tout cela dans un environnement spécialement conçu pour les enfants qui place la sécurité au premier rang des ses priorités.

Disney a été l'une des premières entreprises à entrer sur le marché des mondes virtuels pour enfants avec le lancement en 2003 de Toontown Online, premier jeu en ligne massivement multi-joueurs destiné aux enfants et aux familles. Disney prévoit la sortie pour cette année de Pirates of the Caribbean Online et pour 2008, celle de Disney Fairies, un univers virtuel pour les filles, basé sur le personnage de la fée Clochette et de ses amies. Il reprend le concept du



Suite 500 – 1628 Dickson Avenue
Kelowna, BC V1Y 9X1 CANADA
www.clubpenguin.com

site à succès de Disneyfairies.com qui avait vu le jour en janvier 2007. Ce dernier permet aux utilisateurs évoluant dans un monde féerique, de créer, donner un nom et habiller leur fée mais aussi d'obtenir et de décorer une maison. Près de 2,5 millions de fées ont à ce jour été créées.

La compagnie espère créer un réseau connexe de divertissement qui permettrait aux utilisateurs d'accéder au contenu Disney, notamment aux mondes virtuels, aux jeux et vidéos de Disney.com, partout et à tout moment. Il donnerait en outre la possibilité aux usagers de communiquer au travers de plateformes en ligne grâce aux ordinateurs et dispositifs mobiles tels que les téléphones portables et les plateformes de jeu.

Jusqu'à maintenant, la majorité des joueurs du Club Penguin se trouve aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Canada. En exploitant les ressources et l'expérience du Walt Disney Internet Group, Club Penguin souhaite développer de nouvelles versions du jeu en Europe, en Asie et aux Amériques. Les directions de WDIG et de Club Penguin étudieront les modalités d'une intégration progressive de Club Penguin au réseau de divertissement Disney.

Club Penguin est conçu pour les 6-14 ans mais reste ouvert aux personnes de tout âge. Tout comme les autres monde virtuels appartenant à Disney, le site fonctionne selon un modèle d'utilisation de base non payante. Les internautes peuvent jouer gratuitement pour une durée illimitée et profiter d'une partie du monde et de ses fonctionnalités. La souscription à un abonnement est toutefois nécessaire pour pouvoir faire évoluer son statut dans le jeu et bénéficier de certaines options ou avoir la possibilité d'acheter des objets dans le monde virtuel tels que du mobilier pour l'igloo de son avatar. L'abonnement est de 4,95€ par mois et 47,95€ par an. Club Penguin génère également des revenus au travers de la vente en ligne de ses produits dérivés parmi lesquels les peluches de puffles, animaux domestiques des pingouins, les tee-shirts et les cartes cadeaux.

À propos de The Walt Disney Company

The Walt Disney Company (DIS à la bourse de New York) et ses filiales forment une entreprise diversifiée présente à travers le monde et spécialisée dans les médias et le divertissement pour la famille qui s'organisent autour de quatre pôles d'activités : son réseau de médias, ses parcs d'attractions, ses studios et ses produits de consommation. Disney fait partie du Dow 30, avec des revenus annuels qui dépassent les 34 milliards de dollar pour sa dernière année fiscale et un capital en bourse évalué au 31 juillet 2007, à près de \$65 milliards.

À propos du Walt Disney Internet Group

The Walt Disney Internet Group (WDIG) offre une combinaison audacieuse de divertissement interactif, de contenu informatif, de services sur internet et de dispositifs mobiles destinés



à un public international. Le groupe est à la fois média mobile, créateur d'expériences interactives novatrices spécialement conçues pour internet mais également promoteur de nouvelles plateformes de distribution de contenus sélectionnés parmi les nombreux départements et branches de The Walt Disney Company.

Disney s'attache avant tout à assurer la sécurité dans l'ensemble de ses environnements de façon à ce que ses clients profitent pleinement de la marque Disney partout et à tout moment qu'ils soient en train de s'informer ou de s'amuser, de rejoindre les communautés de fans de la compagnie ou de rechercher des produits ou des services. WDIG unit l'étendue, sans équivalent, des produits Disney à une volonté de mise en œuvre de règles de bonne pratique de l'internet ainsi qu'à une technologie mobile. Il garantit ainsi des sources de revenus multiples provenant d'une offre de produits supérieurs, de campagnes publicitaires et de commerce en ligne. WDIG regroupe, entre autres, Disney.com, Family.com, Movies.com ainsi que la branche Disney de divertissement mobile. De plus, le service de téléphonie mobile de WDIG, est le premier service du genre à posséder des applications spécialement conçues pour répondre aux besoins des enfants et des parents. Le groupe assure par ailleurs une direction stratégique ainsi qu'une aide à la réalisation de projets et fourni une plateforme technologique de classe mondiale pour toutes les entreprises détenues par Walt Disney Company Internet y compris les leaders dans leur domaine tels que ESPN.com, ABC.com et ABCNEWS.com. WDIG, basé à North Hollywood en Californie, possède des bureaux en Asie, en Europe et aux Amériques.

Déclarations prospectives

Certaines déclarations contenues dans ce communiqué de presse peuvent constituer des "déclarations prospectives" au sens du U.S. Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Ces déclarations sont faites sur la base des anticipations et prévisions relatives aux événements et résultats futurs de l'entreprise par la direction de Disney et ne peuvent s'apprécier qu'au jour de leur diffusion. Disney n'est pas tenue de mettre à jour ces informations. Les résultats effectifs peuvent s'écarter de manière significative de ceux exprimés de façon explicite ou implicite dans ce communiqué. Ces écarts peuvent résulter d'actions prises par l'entreprise telles que des restructurations ou des prises d'initiatives stratégiques (dont des investissements de capitaux, des rachat d'actifs ou des dispositions) mais peuvent également être causés par des risques et incertitudes que Disney ne contrôle pas, y compris des changements dans la conjoncture internationale, politique ou militaire, des avancées technologiques, des évolutions de la situation nationale et internationale, des modifications des règles de concurrence ou des transformations du comportement des consommateurs. De tels changements peuvent affecter les prévisions de résultats de Disney notamment la demande de marchandise ainsi que la performance de certaines ou de toutes les filiales de l'entreprise soit de façon directe ou



Suite 500 – 1628 Dickson Avenue
Kelowna, BC V1Y 9X1 CANADA
www.clubpenguin.com

au travers de l'impact sur ceux qui distribuent nos produits. Les autres facteurs susceptibles d'affecter les résultats sont détaillés dans le Rapport Annuel du formulaire 10-K de The Walt Disney Company pour l'année finissant le 30 septembre 2006 et dans les rapports suivants du formulaire 10-Q de la section "Item 1A-Risk Factors".

Pour de plus amples informations, prière de contacter :
media@clubpenguin.com