

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## Webedia choisit Prisma Media pour la licence d'exploitation de ses magazines « DrGood! » et « DrGood ! C'est bon »

Levallois-Perret, le 21 février 2022 ·



**Webedia choisit Prisma Media pour la licence d'exploitation exclusive de ses magazines Dr Good! et ses hors-séries et Dr Good! C'est bon". Ce nouvel accord, qui prendra effet le 01/06/2022 pour une durée de 5 ans, fait suite au développement déjà existant entre le groupe Webedia et le groupe Vivendi, via Editis et sa filiale Edi8, à l'origine de plus de 35 ouvrages et jeux labellisés sous la marque Dr Good!.**

Le magazine **Dr Good!** a été lancé fin 2017 et a rapidement été reconnu comme le lancement « le plus réussi des 10 dernières années ». Aujourd'hui **leader des ventes** au numéro des magazines santé/bien être, Dr Good! dépasse les **130 000 exemplaires** par numéro (ventes kiosque).

Cette marque innovante, créative et dynamique a poursuivi son succès en 2018 en créant une déclinaison magazine : **Dr Good! C'est bon** qui a rapidement rencontré le succès avec plus de **100 000 exemplaires** par numéro (ventes kiosque) sur le marché des magazines alimentation et santé.

*« Nous sommes ravis de cette nouvelle collaboration avec Prisma Media autour de notre magazine DrGood! car elle marque le début d'un nouveau cycle. Le choix d'un nouveau partenaire s'est naturellement porté sur le groupe Vivendi, via sa filiale Prisma Media, de par le savoir-faire et l'expertise de ses équipes, ainsi que par la position de leader qu'il occupe sur le marché de la presse magazine en France.*

*Cette nouvelle collaboration nous permettra de poursuivre sereinement le développement de notre magazine. Nous tenons à remercier l'ensemble des équipes Reworld Media qui nous ont accompagné depuis le lancement de notre magazine DrGood ! »* **Michèle Benzeno, Directrice Générale de Webedia**

*"Les équipes de Prisma Media sont honorées et heureuses de poursuivre le développement de Docteur Good, marque qui a su trouver sa place auprès des Français, et d'amplifier encore son rayonnement".* **Claire Léost, Présidente de Prisma Media**

## **A propos de Webedia**

Présent dans plus de 15 pays, Webedia est l'un des premiers acteurs mondiaux du divertissement digital et structure ses activités autour de trois pôles complémentaires : médias, talents et production.

Fort d'une cinquantaine de médias incontournables (AlloCiné, JV, 750g, Easyvoyage, PurePeople, Tudo Gostoso, Sensacine, 3DJuegos...) et d'un réseau de 700 puissants créateurs digitaux (Cyprien, Norman, Michou, Inoxtag, Fatou Guinea, Bilal Hassani, Just Riadh, Caroline Receveur, Domingo...), le groupe développe de larges communautés de passionnés et rassemble chaque mois près de 250 millions de visiteurs uniques mensuels dont 30 millions en France\*.

Webedia accompagne ses clients dans la définition et la réalisation de leurs stratégies de contenus et de communication, avec des solutions de publicité digitale et de brand content. Via ses différentes filiales de production, Webedia propose également des contenus premium originaux à destination des diffuseurs, des plateformes et des marques.

Le groupe a rejoint en mai 2013 la société française d'investissement Fimalac, dirigée par Marc Ladreit de Lacharrière.

\*Comscore mesure internationale multi-écrans, décembre 2020 et Médiamétrie/NetRatings, Internet Global, 2021

## **À propos de Prisma Media**

Leader des groupes bi-média de France, Prisma Media est le N°1 de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne\*. Un leadership qui assure à Prisma Media un potentiel optimal d'audience de plus de 40 millions \*\* de personnes chaque mois sur ses différents médias, soit 4 Français sur 5. Avec un portefeuille de marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments tous publics. Porté par sa mission de rendre la vie des Français plus belle, Prisma Media adopte une stratégie offensive de développement de ses marques, de ses ressources et de nouveaux business dans les secteurs en forte croissance avec une ambition d'avoir toujours UN MÉDIA D'AVANCE.

\*source : Médiamétrie juillet 2021

\*\*source : One Next global 2021 v3