



Prisma Media prend une participation majoritaire dans la société Milk

Le groupe Prisma Media se réjouit de l'acquisition d'une participation majoritaire dans la société Milk, éditrice de magazines haut de gamme dans la décoration et la mode. Une acquisition complète est prévue d'ici à cinq ans.

Fondé en 2003 par Isis-Colombe Combréas et Karel Balas, Milk publie trois magazines en français : le trimestriel Milk Magazine, le bimestriel Milk Décoration et le hors-série biannuel Milk Kid's Collection. La société est aussi présente sur le marché international avec des franchises au Japon, en Corée du Sud et en Chine. Les magazines Milk cumulent plus d'un million de followers sur les réseaux sociaux.

Cette opération permet à Prisma Media d'élargir son pôle luxe après le lancement réussi de Harper's BAZAAR France en février dernier, de s'ouvrir à l'international et de développer ses activités hors médias dans le domaine de la décoration et du lifestyle.

Cette acquisition sera effective une fois le processus social mené à son terme.

« Je suis très heureuse d'accueillir l'équipe de Milk au sein du groupe Prisma Media. Portée par la passion de sa cofondatrice, Isis-Colombe Combréas, Milk est une très belle marque média reconnue pour son savoir-faire éditorial et son expertise publicitaire. Je me réjouis des grands projets à mener ensemble pour faire grandir notre pôle luxe dans les prochaines années. »

Claire Léost, Présidente du groupe Prisma Media.

« Alors que Milk fête son vingtième anniversaire cette année, le moment est venu de nous adosser à un grand acteur média pour accélérer nos ambitions de croissance dans le luxe. Nous sommes enthousiastes à l'idée de travailler aux côtés de Claire Léost et des équipes de Prisma Media pour franchir ce nouveau cap. »

Isis-Colombe Combréas, Cofondatrice et Directrice de publication des magazines Milk.

À PROPOS DE PRISMA MEDIA

Leader des groupes bimédia 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 lui assure un potentiel optimal d'audience de près de 40 millions de personnes chaque mois sur ses différents médias, soit 3 Français sur 4. Avec un portefeuille d'une vingtaine de marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments tous publics. 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 pour ambition d'avoir toujours UN MÉDIA D'AVANCE.

CONTACT PRESSE

Frédéric Vallois	Adeline Desdoit
Directeur de la Communication externe	Directrice du Hub Communication
fvallois@prismamedia.com	adesdoit@prismamedia.com