union PRESSE

Le changement c'est maintenant chez Prisma Media

ven 26/05/2023 - 10:16



Deux ans après son intégration à Vivendi, Prisma Media s'apprête déjà à tout bousculer. Après avoir vécu un exode d'une partie de ses équipes grâce à une clause de cession, le groupe de Presse, dont le siège social se trouve à Gennevilliers (Hauts-de-Seine), confirme son renouveau.

La présidente du groupe de presse, Claire Léost, a annoncé dans les colonnes du Figaro l'arrivée de deux nouveaux magazines dans le réseau presse. Le 21 juin prochain, un bimestriel zen dénommé Les clés de mon énergie va voir le jour. L'ancienne journaliste, devenue la reine du bien-être avec ses best-sellers Natacha Calestrémé sera la tête d'affiche du titre. Le premier numéro du magazine, vendu 6,90 euros, sera tiré à 80 000 exemplaires, avec pour objectif de vente 40 000 exemplaires.

Moins d'une semaine après cette première nouveauté, Prisma Media met un pied dans l'univers de la presse jeunesse. La célèbre série de BD Mortelle Adèle, écrite par Antoine Dole alias Mr Tan et dessinée par Miss Prickly (tomes 1 à 7) puis par Diane Le Feyer depuis 2014, a droit à sa déclinaison presse. A partir du 27 juin, la petite héroïne au caractère bien trempé sera de la partie pour mettre un sourire sur les visages des lecteurs âgés entre 8 et 12 ans. Le groupe vise un objectif de vente allant au-delà de 50 000 exemplaires, pour un tirage avoisinant 100 000 exemplaires et un tarif de 5,95 euros.

Avec un chiffre d'affaires de 320 millions d'euros et un résultat opérationnel de 31 millions, Prisma Media est loin d'être rassasié. Il a révélé l'acquisition d'une participation majoritaire dans la société Milk, éditrice de magazines haut de gamme dans la décoration et la mode. Fondé en 2003 par Isis-Colombe Combréas et Karel Balas, l'entreprise édite 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. Cette opération permet à Prisma Media d'élargir son pôle luxe après le lancement 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 », conclut le groupe dans un communiqué.

Alors que Gala doit être cédé en raison de la fusion entre Vivendi et le groupe Lagardère, Claire Léost a tenu à mettre les choses au clair. "Cette cession contrainte de Gala est un véritable crève-cœur pour nous et pour ses 130 personnes qui travaillent pour cette marque. Nous attendons de cette pépite une valorisation très élevée", affirme-t-elle au Figaro. À ce jour, la présidente du groupe évoque une "quinzaines de marques d'intérêts".
