

Groupe de média dans le domaine de la santé

Annonce V91436 mise à jour le 30/06/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SASU
Ancienneté de la société	Plus de 10 ans
Localisation du siège	Rhône

Résumé général de l'activité

Le groupe est un média régional spécialisé dans l'information santé grand public, implanté en Auvergne-Rhône-Alpes.

Il s'est construit autour d'un magazine de santé à destination du grand public, qui constitue le socle historique et la marque de référence de l'ensemble.

Au fil des années, l'activité s'est enrichie d'un véritable écosystème multicanal.

Au support papier se sont ajoutées des déclinaisons numériques (site, contenus web, newsletter), audiovisuelles (présence TV régionale, podcast) ainsi qu'un volet événementiel.

Cette diversification permet d'adresser les lecteurs, les annonceurs et les partenaires institutionnels de santé sur l'ensemble des canaux, tout en consolidant la notoriété de la marque sur son territoire.

En plus

La société possède une ou plusieurs **marques** déposées à l'INPI

Éléments chiffrés

Année de référence	2025
Fonds propres	510 k€
Dettes financières	20 k€
Trésorerie nette	175 k€

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA			550	
Marge brute				
EBE			200	
Rés. Exp.			85	
Rés. Net			85	
Salariés			4	

Indications concernant les éléments chiffrés

- L'activité s'organise autour de deux sociétés détenues par le même actionnaire dirigeant.
- La première, editrice, porte le média et ses déclinaisons ainsi que la relation commerciale, elle représente le cœur de valeur du groupe.
- La seconde, agence de presse, agréée CPPAP, assure la production du contenu éditorial et fonctionne comme un outil intégré au service du média.
- Les chiffres présentés sont retraités et ne sont pas une consolidation comptable officielle.
- La rentabilité de chaque entité est ventilée et vérifiable.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

- Le groupe bénéficie d'un positionnement différenciant : une thématique santé porteuse, l'absence de concurrence régionale directe sur ce créneau, une audience fidélisée et une dynamique de croissance soutenue sur les canaux numériques.
- Le modèle, éprouvé sur son territoire, présente un réel potentiel de déploiement à une échelle géographique plus large.

Concurrence

- Pas de concurrent régional direct sur ce créneau : aucun autre média ne traite spécifiquement l'information santé grand public à l'échelle de l'Auvergne-Rhône-Alpes. Cette absence de concurrence locale frontale constitue l'un des principaux atouts du dossier et une barrière à l'entrée de fait.
- La concurrence, lorsqu'elle existe, est indirecte et se situe sur des segments adjacents : la presse santé nationale grand public (titres thématiques diffusés sur tout le territoire, sans ancrage régional), la presse quotidienne et hebdomadaire régionale généraliste (qui traite la santé de façon ponctuelle, sans en faire sa spécialité) et les contenus santé numériques (sites grand public, plateformes d'information médicale).
- Aucun de ces acteurs ne combine à la fois la spécialisation santé, l'ancrage régional fort et l'approche multicanal qui caractérisent le groupe.

Points forts

- Marque installée et notoriété. Le média bénéficie d'une marque reconnue sur son territoire, d'une audience fidélisée et d'une légitimité auprès des lecteurs comme des partenaires institutionnels de santé (mutuelles, établissements, collectivités, professionnels). Son contenu peu régionalisé s'adresse à la totalité des français.
- Modèle multicanal. L'activité couvre l'ensemble des canaux - papier, numérique, TV, podcast, newsletter, événementiel - ce qui diversifie les sources de revenus et de contact et réduit la dépendance au seul support imprimé.

Revenus récurrents. Une part significative du chiffre d'affaires repose sur des revenus récurrents (diffusion, publicité, communication santé), offrant une bonne visibilité commerciale et une prévisibilité appréciable pour un acquéreur.

Points faibles

Prospection commerciale à développer.

La structuration d'une démarche commerciale dédiée (équipe, outils, pipeline) constitue un levier de croissance immédiat pour l'acquéreur.

Déploiement multi-régional à activer. La duplication du modèle sur d'autres territoires est un réel relais de valeur, mais reste à engager : elle suppose un investissement de structuration locale.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Départ à la retraite
Complément	Le dirigeant organise aujourd'hui son départ en retraite, ce qui motive l'opération. Il se montre disponible pour accompagner l'acquéreur durant la transition et ouvert à conserver, le cas échéant, les activités non reprises dans un cadre partenarial. Le périmètre de cession est volontairement flexible : selon les attentes de l'acquéreur, l'opération peut couvrir tout ou partie des activités du groupe. Le vendeur reste à l'écoute sur ce point et n'impose pas de schéma figé, qu'il s'agisse d'une reprise globale ou d'une cession par éléments. La priorité de la cession porte sur le média lui-même, cœur de valeur de l'ensemble.
Prix de cession	Le vendeur n'a pas souhaité préciser le prix de cession.
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
------------------	-----------------------------

Complément

Groupes de presse et de média régionaux.
Acteurs disposant déjà d'une implantation territoriale et d'une régie publicitaire, pour qui le média constitue un complément thématique santé à fort pouvoir d'attractivité et une opportunité de mutualisation des moyens (commercial, production, diffusion).

Groupes de presse santé ou thématiques.
Éditeurs spécialisés sur la santé ou le bien-être souhaitant ajouter un ancrage régional fort à leur portefeuille national, ou inversement déployer leur marque sur un nouveau territoire à partir d'un actif éprouvé.

Agences de communication santé.
Structures du secteur de la communication et du conseil santé cherchant à intégrer un média propriétaire, afin de renforcer leur offre éditoriale et leur visibilité auprès des acteurs institutionnels (mutuelles, établissements, collectivités).

Acteurs institutionnels de la santé. Mutuelles, groupes de protection sociale ou organismes du secteur souhaitant disposer d'un canal de communication et d'un média de référence pour adresser le grand public sur les enjeux de santé et de prévention.

Investisseurs et repreneurs entrepreneuriaux. Repreneur individuel ou investisseur disposant d'une fibre commerciale et d'une ambition de déploiement, pour qui le dossier offre un actif rentable, une marque installée et un potentiel de duplication multi-régional à concrétiser.

Dans tous les cas, le repreneur idéal apporte des moyens commerciaux et une capacité de développement, en complément d'un actif déjà profitable et bien positionné. La flexibilité du périmètre permet d'adapter l'opération à chacun de ces profils, qu'il s'agisse d'une reprise globale ou ciblée sur le média.