

webedia/.

the creators show

LE BIG BANG DE LA CRÉATION DE CONTENU

DOSSIER DE PRESSE

WEBEDIA, ACTEUR MAJEUR DE L'INFLUENCE EN EUROPE

« Après le succès de l'année dernière, "The Creators Show" revient pour une nouvelle édition autour du thème : «Le Big Bang de la création de contenu»

L'économie de la création de contenus s'est profondément transformée : nous assistons à une démultiplication du nombre de créateurs, de thématiques et de plateformes de distribution, mais également à une premiumisation des contenus. Les créateurs de contenus aspirent à devenir producteurs, traduisant parfaitement le rôle de Webedia dans l'accompagnement de leur développement artistique pour co-créer les formats de demain.



Michèle Benzeno, Directrice Générale de Webedia

Présent dans 15 pays, Webedia accompagne les plus grands créateurs, producteurs, diffuseurs et les marques avec un savoir-faire unique de production et de distribution de contenus sur toutes les plateformes.

Incontournable dans le secteur du divertissement, Webedia a pour ambition de devenir le leader mondial de la production et de la distribution des contenus de divertissement sur le digital.

LES CONTENUS DE CRÉATEURS, AU COEUR DE LA CONSOMMATION DES JEUNES FRANÇAIS

À l'heure où les médias traditionnels perdent peu à peu du terrain auprès des jeunes générations, les plateformes sociales et vidéos imposent toujours plus leur présence dans leur quotidien : en termes de temps passé, 66% du total de la consommation Internet des 18-24 ans se fait désormais sur les réseaux sociaux et messageries selon Médiamétrie//NetRatings.

Et sur ces plateformes, les contenus de créateurs se révèlent plus que jamais d'incroyables carrefours d'audience,

directement comparables à l'audience de programmes TV majeurs. A titre d'exemple, la vidéo d'Inoxtag "Qui sera le dernier survivant?" publiée sur YouTube le 28 octobre 2023 atteignait 2,8 millions de vues en 24h, 6,9 millions en 72h, 10,3 millions en une semaine.

Par ailleurs, le terrain de jeu des créateurs s'étend peu à peu : selon Médiamétrie//NetRatings, TikTok touche désormais $\frac{3}{4}$ des 18-24 ans chaque mois et Twitch en touche un tiers.

LE GROUPE WEBEDIA S'APPUIE SUR 3 PILIERS, AVEC UN SAVOIR-FAIRE UNIQUE :



Le meilleur de la production tv/cinéma et des écritures et communautés digitales



Nos médias et communautés leaders et incontournables



Tous les niveaux de créateurs sur toutes les plateformes digitales

WEBEDIA CREATORS - TOUS LES NIVEAUX DE CRÉATEURS SUR LES PLATEFORMES DIGITALES

Les créateurs-stars issus des réseaux sociaux et vidéos sont devenus les égéries des jeunes générations, capables de toucher des millions de fans. Parce que nous croyons en leur talent et en leur capacité à renouveler les codes créatifs

et artistiques, Webedia leur donne les moyens de produire, distribuer et monétiser leurs contenus sur toutes les plateformes et auprès des partenaires les plus prestigieux.



CHIFFRES CLÉS

1^{er}
RÉSEAU DE TALENTS
DIGITAUX EN FRANCE

80
Tops créateurs
En France

1.5M CONSOMMATEURS
♥ COEUR DE CIBLE

+400 TALENTS & CÉLÉBRITÉS
DANS LE MONDE

500K MICRO
INFLUENCEURS

WEBEDIA CREATORS

TWITCH, LA PLATEFORME REINE DU LIVESTREAM

WEBEDIA LIVESTREAM, LEADER DE LA CRÉATION DE CONTENU SUR TWITCH

Si le livestream se développait autrefois autour du gaming, il s'est ouvert, depuis plusieurs années, à d'autres territoires. De la pop-culture au sport en passant par la tech, l'actualité, la cuisine ou la musique, le livestream parle à tout le monde.

L'objectif de Webedia Livestream est d'accompagner les créateurs et créatrices de contenus dans leurs projets les plus fous, avec comme promesse de "faire vivre

des moments de live uniques". En tant qu'artisan de cette nouvelle façon de consommer du média, Webedia Livestream produit et commercialise de nombreux programmes diffusés en direct. Qu'il s'agisse de shows récurrents ou d'événements ponctuels, ces rendez-vous sont suivis par des audiences puissantes, jeunes et très engagées.

CHIFFRES CLÉS

1^{ère}
SOCIÉTÉ DE PRODUCTION DE
CONTENUS LIVESTREAM EN FRANCE

+500 ÉMISSIONS
PRODUITES
PAR AN

+50 MARQUES
PARTENAIRES

+2000 HEURES DE
CONTENUS LIVES

WEBEDIA LIVESTREAM

RETOUR EN IMAGES SUR QUELQUES UNES DE NOS PLUS BELLES PRODUCTIONS :



3v3 Contest
Domingo



Zen au Zenith
Maxime Blaggi



Toque Chef
Domingo



Main Event
Cyril Gane



Popcorn en Public
Domingo



Live Tennis
Domingo



The Creators Show :

LE BIG BANG DE LA CRÉATION DE CONTENU

Ultraconcentré sur quelques thématiques et une à deux plateformes il y a une décennie, l'univers de la création de contenus s'est totalement transformé, jusqu'à ne ressembler en rien à ce qu'il était.

Créateurs qui atteignent des audiences stratosphériques ou électrons libres ultra-créatifs et engagés, ils défrichent tous ensemble de nouveaux territoires.

"The Creators Show" est l'événement majeur qui décrypte la création de contenus et sa transformation. Webedia se penche sur les nouvelles productions de contenus, les nouvelles consommations médias et les tendances qui feront la production de demain.

1. PLUS HAUT

Ces personnalités à l'évolution stratosphérique réalisent leurs rêves et poussent plus loin les limites de la création de contenus.

INOXTAG SE LANCE DANS LE PLUS GRAND DÉFI DE SA VIE : LA MONTÉE DE L'EVEREST

Inoxtag, référence sur les réseaux sociaux, est considéré comme l'un des créateurs les plus innovants et les plus puissants sur YouTube.

Passionné de défis personnels et de voyages, il propose des vidéos hors du commun, qui atteignent des records d'audiences impressionnants : sa vidéo "48h pour sortir d'un bunker" a dépassé les 26 millions de vues, ou encore "7 jours pour survivre sur une île déserte" avec 18 millions de vues.

Récemment, sa vidéo "Qui sera le dernier survivant" a atteint les 12 millions de vues en un peu plus d'une semaine !

Aujourd'hui, le créateur de contenus se lance dans le plus gros projet de sa vie : arriver au sommet de la plus haute montagne du monde en 2024, le Mont Everest !

SA COMMUNAUTÉ :

 **7M** ABONNÉS

 **4.6M** ABONNÉS

 **3.1M** ABONNÉS

 **1.2M** ABONNÉS



ROAD TO EVEREST AVEC AIR UP :

La marque de gourde Air Up soutient Inoxtag dans son ascension du Mont Everest : elle l'accompagne dans sa préparation, et pour l'ascension finale.

De l'ascension du Mont Blanc au GR20, la marque Air Up, accompagne Inoxtag dans le dépassement de soi et la réussite de son plus gros projet !

Inoxtag s'est entraîné à travers des courses, de l'escalade, de l'alpinisme. La première étape charnière de son entraînement ? Le Mont Blanc ! Sa vidéo YouTube sur cette ascension, sponsorisée par Air Up a enregistré 6.2 millions de vues.

Sa vidéo sur le GR20 a enregistré 4.5 millions de vues, et les deux premières vidéos de ses entraînements ont généré 10.7 millions de vues.



2. PLUS ANCRÉ DANS LA SOCIÉTÉ

LE GROUPE WEBEDIA S'ENGAGE EN EMBARQUANT SES CRÉATEURS VERS UNE INFLUENCE PLUS RESPONSABLE ET ÉTHIQUE.

Webedia est membre fondateur de l'**UMICC** (Union des métiers de l'influence et des créateurs de contenus). Lancée en 2023, l'UMICC a pour but de porter les intérêts des acteurs de l'influence dans le but de développer une influence plus responsable.

Le groupe est membre de l'**ARPP**, qui a pour but de mener toute action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine notamment grâce à la mise en place de son certificat pour une influence responsable et éthique.

Depuis 2022, Webedia engage ses créateurs exclusifs à s'inscrire et passer la **certification** développée par l'ARPP pour une "influence responsable et éthique". Aujourd'hui, 40 créateurs exclusifs ont passé ou vont prochainement passer cette certification.

Le groupe Webedia se mobilise à l'occasion des semaines d'information sur la santé mentale

Webedia se mobilise également à travers ses médias et ses créateurs pour promouvoir ses engagements sur la santé mentale avec des masterclass, livestreams, contenus digitaux, podcasts, ou encore événements. En octobre, le groupe embarque l'ensemble de ses rédactions à l'occasion des semaines d'information sur la santé mentale (SISM) : de nombreux articles et contenus sont diffusés autour de cette grande cause.



LE GROUPE WEBEDIA LANCE JQTVB, MÉDIA DÉDIÉ À LA SANTÉ MENTALE DES JEUNES



Le média « J'espère que tu vas bien » sur TikTok, dédié à la santé mentale des jeunes, a récemment lancé son podcast, donnant la parole aux 15-25 ans qui sont confrontés à des problématiques et réflexions de leur génération et leur époque. Chaque épisode part d'une note vocale envoyée par un abonné, qui lance la discussion. L'animatrice Marion Bettiol, rédactrice en cheffe de Dr.Good! et JQTVB, reçoit Chloé, journaliste spécialisée sur les sujets de la santé mentale, et un.e invitée pour échanger sur le thème du jour, dans une atmosphère bienveillante. L'émission se conclut par des conseils d'une psychologue.

S MOUVEMENT - LE DIGITAL AU SERVICE DES CAUSES SOCIALES

Fondée en avril 2022 par Galo Diallo, fondateur de l'agence Smile (groupe Webedia), S Mouvement est une association, qui défend des causes sociales et humanitaires. Son objectif est de donner davantage de visibilité à ces causes en collaborant avec des personnalités influentes qui participent

activement à ce projet.

L'idée est de toucher les jeunes en les connectant à des causes qui leur tiennent à cœur pour agir ensemble, mais également agir avec d'autres associations et partenaires pour créer des projets impactants.



SHAYVISE, UNE TIKTOKEUSE ENGAGÉE DANS LA LUTTE CONTRE LE HARCÈLEMENT SCOLAIRE

Suivie par plus de 6 millions de personnes sur TikTok, Shayvise, professeure et créatrice de contenus, s'inspire de son quotidien pour réaliser des vidéos humoristiques.

Drôle, créative et déterminée, elle arrive à faire apprécier l'école grâce à ses vidéos originales ! C'est à travers son expérience dans les salles de classe et les couloirs qu'elle puise son inspiration en se glissant à la fois dans la peau de profs très particuliers ou d'élèves décomplexés.

Récemment, Shayvise s'est fait une place sur YouTube et y propose des formats plus longs d'une dizaine de minutes. En quelques mois, elle enregistre près de 600k abonnés sur sa chaîne !

La professeure la plus célèbre de TikTok s'engage dans la lutte contre le harcèlement scolaire. Elle collabore avec une classe cinéma d'un lycée pour sensibiliser sur cette cause : l'objectif est de créer des vidéos autour du harcèlement scolaire, qui seront présentées sous forme de série sur TikTok.



SA COMMUNAUTÉ :

 **6M** D'ABONNÉS

 **600K** ABONNÉS

 **471K** ABONNÉS

3. PLUS FOU

Ces électrons ultra-créatifs ne se fixent aucune limite, et proposent des contenus toujours plus originaux sur leurs plateformes, avec une liberté de ton très ancrée.

ZEN, LE TALK SHOW QUI BOULEVERSE LES CODES SUR TWITCH

Co-produit par Webedia et Great Production Team, et présenté par Maxime Biaggi et Grimkujow, l'émission déjà culte se différencie par son ton décalé, humoristique et par ses mises en scène théâtrales !

Nos deux animateurs donnent rendez-vous à un invité sur le plateau, qui se prête à une interview très originale. Plusieurs grandes stars se sont déjà prêtées au jeu : McFly et Carlito, Bigflo, Mister V, Léna Situations, Kev Adams, Fabrice Eboué, Ahmed Sylla ou encore Squeezie.

Depuis le lancement de la saison 3, l'émission a enregistré 7.6 millions de vues sur Twitch et YouTube.

Pour la première fois, Maxime Biaggi et Grimkujow ont délocalisé leur émission Zen au Zénith pour leur dernière émission de la saison 2, en juin 2023. Plus de 5700 personnes se sont déplacées pour assister à cet événement exceptionnel, sponsorisé par Burger King, qui a enregistré un record d'audience à plus de 187 871 viewers simultanés sur Twitch.



LA COMMUNAUTÉ :

 611K ABONNÉS

 433K ABONNÉS

BURGER KING SOUTIENT ZEN ET LANCE UN BURGER À SON EFFIGIE !

Après avoir mis en lumière ce partenariat lors de la dernière émission de "Zen au Zénith" la saison dernière, Burger King a lancé le Zen Burger, imaginé et fabriqué en association avec Grimkujow et Maxime Biaggi !

Son packaging, personnalisé aux couleurs de l'émission, a été dévoilé sur le compte Twitter de Burger King cet été. Le burger a été commercialisé du 19 septembre au 2 octobre 2023.



RÉALISER SES RÊVES AVEC JOYCA

Véritable touche-à-tout, et passionné de musique, Joyca fédère 15 millions d'abonnés uniques sur l'ensemble des plateformes.

“TROUVE LE GÂTEAU” AVEC JOYCA & M&M'S

Joyca a lancé le troisième épisode de son format «Trouve le gâteau», et s'est associé avec M&M's pour une production exceptionnelle, comprenant notamment l'installation de paquets géants de M&M's sur le lieu de tournage. Ce concept original a mis au défi Joyca et ses invités, avec pour objectif de discerner le gâteau en trompe-l'oeil, plus vrai que nature, dissimulé dans la pièce.

Sa dernière vidéo “Trouve le gâteau” en collaboration avec M&M'S cumule près de 5 millions de vues en quelques jours.

Lors de la dernière manche, Joyca et ses invités se sont retrouvés ainsi dans des salles spectaculaires et monochromes, aménagées et décorées aux deux couleurs phares de la marque M&M's, offrant ainsi une belle visibilité à la célèbre marque de confiserie.



SA COMMUNAUTÉ :

 5.8M D'ABONNÉS

 4M D'ABONNÉS

 3.3M D'ABONNÉS

 565K ABONNÉS



4. PLUS CURIEUX

Les créateurs de contenus veulent comprendre le monde qui les entoure, explorer de nouveaux univers, en emmenant leur public avec eux !

DOMINGO : UNE RÉFÉRENCE SUR TWITCH

Domingo est l'un des streamers français les plus suivis sur Twitch. Connu initialement pour son affinité gaming, il s'est ouvert à d'autres thématiques pour animer sa propre libre antenne chez NRJ.

Le succès de cette émission le conduira notamment à créer Popcorn en 2019, qui deviendra rapidement le 1er talk show sur Twitch.

Précurseur dans son domaine, Domingo est aujourd'hui considéré comme une véritable référence en matière de streaming et de création de contenus originaux.

La saison 5 de Popcorn a réuni depuis son lancement 12.6 millions de vues sur Twitch et YouTube.

UN CRÉATEUR QUI PARTAGE SA PASSION DU SPORT

Passionné de sport, le streamer s'affiche également comme créateur d'événements sportifs en physique, avec le lancement de "L'Echappée", compétition de cyclisme

entre streamers, ou encore le "3v3 Contest", match de basket en live sur Twitch avec des streamers et de nombreux guests dont Tony Parker.



DOMINGO LANCE LA 5ÈME ÉDITION DE "L'ÉCHAPPÉE" SUR YOUTUBE, COMPÉTITION DE CYCLISME ENTRE CRÉATEURS !

Cette 5^{ème} édition s'est déroulée en extérieur pour la première fois, avec un dispositif technique très important et dans un cadre digne d'une étape du Tour de France : un parcours au coeur des splendides paysages de Corse.

Habituellement diffusée en live sur Twitch, "L'Echappée" a changé de format pour cette édition avec une vidéo disponible uniquement sur YouTube. Un succès pour cette nouvelle édition, qui a été classée numéro 1 top tendances durant tout le week-end de sa sortie ! En 5 jours, la vidéo cumule 1 million de vues !



SA COMMUNAUTÉ :

-  1.7M D'ABONNÉS
-  972K ABONNÉS
-  863K ABONNÉS
-  485K ABONNÉS

BEN NÉVERT, LE YOUTUBEUR QUI LÈVE LES TABOUS

Ben Névert est connu pour ses émissions qui libèrent la parole. En face à face ou table ronde, avec des personnalités ou des inconnus, l'objectif de chaque émission est de se servir des réseaux pour recréer du lien humain.

Du passage à l'âge adulte aux tabous de la sexualité en passant par les masculinités, Ben crée avec ses invités un espace sécurisant pour se livrer, parler honnêtement et se sentir moins seul.

Il se fait notamment connaître par ses tables rondes « Entre Mecs » (des mecs autour d'une table qui partagent leurs émotions), et Insomnie sur FranceTV Slash (une discussion nocturne en duo dans un lit avec une personnalité).

Rapidement il propose la version mixte de Entre Mecs : Entre Potes. Ainsi qu'un format façon « podcast » où on y parle de n'importe quel sujet de vie pendant 1h30 : Tartine De Vie.

Il sort en 2021 son premier livre « Je ne suis pas viril », prolongement intimiste de son émission Entre Mecs.

SA COMMUNAUTÉ :

 555K ABONNÉS

 182K ABONNÉS

 65.5K ABONNÉS

Aujourd'hui Ben Névert reçoit de nombreuses personnalités de tous horizons, qu'on découvre autrement : Juliette Armanet, Fary, Camille Combal, Léna Mahfouf, Philippe Katerine, Gaele Garcia Diaz, Baptiste Lecaplain, ...

Le prochain challenge de Ben est son arrivée sur Twitch, nouveau terrain de jeu plus intime entre sa communauté et lui. Il y proposera des backstages/react de ses vidéos, des soirées radio libre (des tables rondes avec ses abonnés !)



JAMY GOURMAUD, DES CONTENUS MULTI-GÉNÉRATIONNELS POUR LES AMOUREUX DU SAVOIR

Jamy Gourmaud, journaliste et animateur TV, connu pour son émission télévisée "C'est Pas Sorcier", partage depuis 2020 ses connaissances sur son média social "Épicurieux", co-créé par Webedia. Il propose sur plusieurs plateformes

(Instagram, Tiktok, YouTube, Facebook et LinkedIn) des contenus multi-générationnels, ludiques et bienveillants, pour le plus grand bonheur des amoureux du savoir !

ALLIANZ S'APPUIE SUR JAMY POUR SENSIBILISER LA COMMUNAUTÉ ÉPICURIEUX À LA PRÉVENTION, L'INCLUSION ET L'ENVIRONNEMENT

Le groupe d'assurance Allianz s'allie avec Jamy Gourmaud et son média "Épicurieux" pour faire de la pédagogie autour des sujets qui animent la marque : sensibiliser la communauté Épicurieux à la prévention, l'inclusion et l'environnement.

Vingt contenus au total incarnés par Jamy Gourmaud seront diffusés entre juin 2023 et décembre 2024 sur les réseaux sociaux d'Épicurieux (Instagram, TikTok et Facebook).

Ces contenus portent sur différents sujets : Le sport et la santé, les sécheresses, la dépendance aux réseaux sociaux, ou encore la prévention cancer.

LA COMMUNAUTÉ D'ÉPICURIEUX :

 1.8M D'ABONNÉS

 1.6M D'ABONNÉS

 500K ABONNÉS



Dans le cadre de ce partenariat, Jamy Gourmaud a également participé à une journée sponsorisée par Allianz où se déroulaient des activités sportives pour

les jeunes issus de quartiers défavorisés. Jamy Gourmaud est venu à la rencontre de ces jeunes pour répondre à toutes leurs questions liées au sujet.




Épicurieux
Le Goût du Savoir avec Jamy

LES NOUVEAUX TALENTS DE WEBEDIA EN 2024

THÉOBABAC

TheoBabac est un véritable virtuose des médias sociaux, qui excelle à la fois sur Youtube, TikTok & Instagram. Il maîtrise les subtilités et codes des plateformes où il captive et divertit sa vaste communauté avec de courts sketches qui connaissent un succès retentissant, propulsant son statut au sommet des créateurs de contenu.

SA COMMUNAUTÉ



ALAÏA

Spontanée et créative, Alaïa est très présente sur Tiktok et Youtube. Avec plus de 271 000 abonnés sur TikTok, elle partage à sa communauté du contenu divertissant et décalé. Elle propose sur sa chaîne Youtube, sa plateforme principale, des vidéos inédites et originales, toujours avec sa bonne humeur légendaire !

SA COMMUNAUTÉ



BATZAIR

Batzair est un talent passionné et très polyvalent. Présent depuis les débuts de TikTok en France, il comptabilise aujourd'hui sur la plateforme plus de 6.6 millions d'abonnés. Mêlant humour, fictions, pranks et challenges, il a su parfaitement s'exporter sur les autres réseaux sociaux comme YouTube où il enregistre 2.3 millions d'abonnés, ou encore Instagram avec 1 million d'abonnés.

Toujours avec originalité et bienveillance, Batzair incarne des personnages récurrents au travers de ses sketches comme l'Ange et le Démon ou encore Timéo et sa mère. Dynamique, drôle et bienveillant, Batzair travaille chacune de ses vidéos pour trouver continuellement le format le plus innovant et intéressant pour sa communauté, qui est très investie derrière lui.

SA COMMUNAUTÉ



HUGOPOSÉ

En 2010, Hugo a débuté sa chaîne YouTube à l'âge de 11 ans en partageant sa passion pour les nouvelles technologies. Il s'est ensuite tourné vers le gaming et divertissement ; puis est devenu en 2015 le 1er mineur français à atteindre la barre symbolique du million d'abonnés.

Aujourd'hui il cumule +4 700 000 abonnés YouTube & +900 millions de vues sur sa chaîne.

Une communauté toujours aussi présente comme on peut le voir sur sa dernière vidéo «Vivre 2 jours à Paris avec 0€» qui a rassemblé plus d'1 million de vues en quelques semaines. En 2023, Hugo a 24 ans et a collaboré avec plusieurs marques comme Singapore Airlines, Credit Agricole, EDF x JO 2024 ou encore l'école INSEAD où il y donne des conférences. »

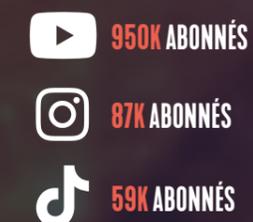
SA COMMUNAUTÉ



LIV

Liv est une jeune vidéaste et auteure passionnée par les enquêtes policières, les crimes et le paranormal. Elle cumule près de 85M de vues sur YouTube. Après des études en communication, elle est devenue en quelques années le visage emblématique du true crime sur le digital en France. Elle enregistre actuellement une série audio Audible Original, autour des légendes urbaines aux USA : Live nous raconte 10 légendes urbaines. La sortie est prévue pour 2024.

SA COMMUNAUTÉ



LES NOUVEAUTÉS DE WEBEDIA EN 2024

LESNACK

Cette émission hebdomadaire de 25 minutes présentée par Terrence Tell revient sur ce qu'il s'est passé sur les réseaux sociaux la semaine précédente mais pas

que ! Chaque semaine, un invité du monde digital est en plateau pour revenir en images et en questions sur son parcours, son actualité et ses projets à venir.

NEXT CREATOR

Muni d'un thème et d'un budget pour plusieurs créateurs, un influenceur va inviter plusieurs talents émergents du digital à relever un défi prédéfini : ils auront une journée pour créer un contenu. Ils vont devoir convaincre les équipes et faire preuve de créativité et de détermination

pour devenir le meilleur créateur de chaque saison. Lors de chaque série d'épisodes, l'influenceur juge et proposera son univers (Scoot2Street avec du contenu sport extrême, HugoPosé avec du contenu expérience sociale, TheoBabac avec du contenu 100% humour)

THÉO BABAC COMEDY SHOW

Comédien, réalisateur, producteur et chanteur, Théo Babac propose durant son projet de comedy show, une vingtaine de sketches et de saynètes autour desquels lui

et plusieurs guests vont s'amuser à critiquer l'actualité, rire des clichés et jouer avec les sujets sensibles de manière humoristique.

TALKSHOW BEN NEVERT

Après avoir mis son empreinte sur le digital en tant que host qui traite de la masculinité et qui fait des interviews avec bienveillance, ce créateur de Safe Zone décide d'élargir

ses territoires en proposant un format d'entretiens innovants entre rencontres en studio et découvertes extérieures et secrets de l'invité.

ÉPICURIEUX ANIMAUX

Depuis la création de sa chaîne YouTube en 2020, le média de culture générale "Épicurieux", co-créé par Webedia et Jamy Gourmaud, propose du contenu de vulgarisation à près de 7 millions d'abonnés. Avec le lancement de Epicurieux Animaux

sur TikTok et Instagram, la mission du média s'enrichit : développer l'esprit critique en décryptant les comportements des animaux dans les vidéos ultra virales des réseaux sociaux.

webedia/.

the creators show

LE BIG BANG DE LA CRÉATION DE CONTENUS

DOSSIER DE PRESSE

CONTACTS PRESSE

François-Xavier Williamson : fxwilliamson@webedia-group.com

Anne Ricard : anne.ricard@webedia-group.com