



essity

Dr.
Good!

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ESSITY ET Dr.GOOD ! ALLIENT LEURS EFFORTS AUTOUR DE LA PRÉVENTION POSITIVE EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SANTÉ

Levallois-Perret, le mardi 1^{er} décembre

Le Groupe Essity leader en matière d'hygiène et de santé, s'associe à la marque incarnée par Michel Cymes pour faire tomber des tabous autour de l'incontinence, de l'hygiène féminine ou encore de l'hygiène des toilettes à l'école, grâce à un dispositif de communication innovant.

Dr.Good! (Groupe Webedia) **a un positionnement unique sur le marché du bien-être et de la prévention positive** : une agence de création de contenus bienveillants, une équipe d'influenceurs de sens, un pôle média à 360 et une stratégie de diversification cohérente. La promesse de la marque est simple : permettre aux Français à travers des conseils simples et ludiques, de vivre en meilleure santé et plus longtemps.

Le Groupe **Essity**, leader en matière d'hygiène et de santé avec des marques comme Lotus®, Lotus® Baby, Okay®, Nana® ou encore TENA®, engagé à améliorer le bien-être des Français à travers des solutions et produits du quotidien, **a choisi de s'associer à Dr. Good!** avec pour objectif de lever les tabous liés à l'intimité. Un partenariat né de valeurs communes en matière de prévention, de bienveillance et d'inclusion.

L'implication de Michel Cymes et des experts de l'équipe Dr.Good! permet de mettre un coup de projecteur sur l'acceptation de soi à travers la question des menstruations ou de l'hygiène en général. Dr.Good! a mis à disposition sa « Healthy Content Factory » pour le Groupe Essity et ses différentes marques pour créer des contenus en fil rouge : vidéos, newsletters, contenus sociaux, dispositifs phygitaux qui seront diffusés tout au long de ces prochains mois.

Un premier dispositif pour la marque **Nana** a ainsi été créé avec la production de contenus, sur les réseaux sociaux Dr.Good! et la newsletter. Incarné notamment par Marine Lorphelin et Charline, Sage-Femme, on y parle simplement et sans tabou afin de faire bouger les lignes de l'intimité féminine. Marine et Charline ont également partagé ces informations avec leurs communautés respectives, permettant ainsi de toucher plus de 3 millions de contacts cumulés.

Pour **Michel Cymes**, « *Alors que les entreprises ont plus que jamais conscience d'avoir un rôle important à jouer en matière de prévention positive, il est nécessaire de combiner nos forces et nos atouts pour aider les Français à faire évoluer leurs habitudes. Ma notoriété et celles des membres de Dr.Good! sont au service d'une meilleure information à destination du grand public pour changer la donne en matière de santé. Dans cette optique, des marques comme celles du Groupe Essity contribuent à rendre tangibles ces messages. Le Groupe Essity est engagé depuis de nombreuses années dans la lutte contre les tabous liés à l'hygiène. Notre partenariat a donc énormément de sens tant notre vision et nos valeurs convergent. Nous créons ensemble des contenus destinés à*

webedia.

informer les Français et à mettre en lumière des sujets de société aussi importants que les tabous liés aux menstruations, l'incontinence ou encore l'hygiène des toilettes à l'école. Ensemble, sur ce socle commun, nous contribuerons à faire bouger les lignes ».

Pour **Arnaud Montcru**, Directeur Marketing Consumer Goods d'Essity, « Allier l'expertise d'Essity et de ses marques en matière d'hygiène et celle plus médicale de Dr Good! nous permet d'informer très largement et de façon factuelle tout en continuant de briser les tabous autour de sujets comme l'incontinence avec TENA®, l'intimité des femmes avec Nana® ou encore l'hygiène des toilettes à l'école avec Essity. Ce partenariat s'inscrit dans une dynamique développée depuis de nombreuses années par Essity pour élaborer des campagnes de communication et d'information qui interpellent. C'est parce qu'1 femme sur 3 de plus de 35 ans connaît des fuites urinaires ou que 62% des hommes et des femmes pensent que la santé et les expériences de vie des femmes ne sont pas abordées ouvertement que le partenariat entre Essity et Dr Good!, destiné à casser les codes pour améliorer le bien-être, prend tout son sens ».

Ce partenariat s'inscrit pour Dr.Good! dans la **création du Collectif des entreprises Engagées, permettant à des marques actives dans le bien-être et la santé, de s'associer au label Dr.Good ! & Michel Cymes pour appuyer leur prise de parole autour de la prévention positive** sous toutes les formes possibles.

Contacts presse

Essity : Marc Specque – marc.specque@essity.com – 01.85.07.92.74

Webedia : Johann Canal – johann.canal@webedia-group.com – 01.85.09.40.92

Le Groupe Essity

Essity, Groupe international leader dans l'hygiène et la santé, est engagé à améliorer le bien-être grâce à des produits et solutions essentiels à la vie quotidienne. Nos produits sont commercialisés dans environ 150 pays sous les marques mondiales leaders TENA et Tork, ainsi que d'autres marques fortes, telles que JOBST, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda et Zewa. Essity compte environ 46.000 collaborateurs dans le monde et a réalisé un chiffre d'affaires net de 12,2 milliards d'euros en 2019. Le Groupe a son siège mondial à Stockholm, en Suède et est coté au Nasdaq de Stockholm. Essity repousse les limites pour plus de bien-être et contribue à une société durable et circulaire. Plus d'information sur www.essity.com.

Essity en France

En France, Essity compte environ 2.500 collaborateurs répartis sur 8 sites, dont un centre de Recherche et Développement mondial spécialisé dans l'hygiène papier basé en Alsace. Essity fabrique et commercialise des produits d'hygiène et de santé leaders sur leurs marchés à travers des marques de renom telles que Actimove, Cutimed, Delta-Cast, Demak'Up, JOBST, Leukoplast, Lotus, Nana, Okay, Radiante, TENA, Tensosport et Tork. Depuis 9 ans, Essity est partenaire de la Croix-Rouge française et permet la distribution d'environ 100.000 kits hygiène par an aux personnes défavorisées ou sans abri. Plus d'informations sur www.essity.fr et [@Essity_FR](https://twitter.com/Essity_FR).

A propos de Webedia

Depuis 2007, Webedia construit un maillage mondial unique de médias, talents, événements et services à destination d'une audience passionnée, sur les thématiques fortes du divertissement et des loisirs. Avec plus de cinquante sites et applications dans le monde (AlloCiné, Purepeople, Jeuxvideo.com, Gamestar, 3DJuegos, 750g, Tudo Gostoso, EasyVoyage...) et des influenceurs parmi les plus puissants sur les plateformes sociales (Cyprien, Norman, Nafaa, El Rubius, Vanoss...), le groupe rassemble plus de 276 millions de visiteurs uniques mensuels sur l'ensemble des écrans et 31 millions en France**. Webedia Brand Services accompagne depuis près de 10 ans les marques dans la définition et la réalisation de leurs stratégies digitales, en les invitant à se ré-inventer via le contenu, en activant un mix unique et propriétaire de market intelligence, créativité et technologie. Webedia a rejoint en mai 2013 la société française d'investissement Fimalac, dirigée par Marc Ladreit de Lacharrière.

**Source : Médiamétrie/NetRatings, Internet global, Décembre 2019

webedia.