



Pauline de Bronac,
Directrice Marketing et Commerciale
de Disney Hachette Presse



2017 : une année riche pour Disney Hachette Presse

Pauline de Bronac, Directrice Marketing et Commerciale de Disney Hachette Presse, nous livre tous les projets des titres Disney pour l'année à venir.



Quel est votre bilan pour l'année 2016 ?

Dans un contexte difficile pour la presse, les titres Disney Hachette Presse s'en sortent plutôt bien.

Nous sommes particulièrement fiers du succès de notre série collector **Mickey Parade Géant** "chasseurs de monstres" avec 180 000 exemplaires vendus sur les 3 parutions d'été ! Un record puisque le taux d'inventaire est passé en-dessous de 35% !

L'année 2016 a été marquée par le lancement de deux magazines :

- **Doc la Peluche** sur la gamme éveil. Un joli magazine trimestriel, basé sur le dessin animé du même nom, que les enfants retrouvent sur les chaînes Disney et sur France Télévision.
- **Soy Luna** : la nouvelle héroïne de Disney Channel qui connaît un beau succès depuis l'été.

Les magazines **Reine des Neiges** continuent également à sur-performer, pour la plus grande joie des jeunes lectrices !

Quelle sera votre stratégie de développement pour 2017 ?

Nous avons de beaux projets pour 2017 !

Nous allons démarrer l'année avec la refonte du magazine Winnie, qui va désormais s'appeler **Mickey Junior**.

Cette nouvelle proposition nous permettra d'être au plus près des attentes des enfants d'aujourd'hui.

Le magazine qui s'adresse aux 3-6 ans, proposera toujours des histoires, des jeux et de la découverte, mais avec des héros plus actuels et très plébiscités des enfants.

Nous travaillons depuis un an sur cette nouvelle formule et nous accompagnerons le lancement par un plan de soutien très conséquent, avec notamment un spot TV.

Ce magazine sera renforcé par un hors-série jeux et coloriages, qui sortira au moment des vacances scolaires. Nous attendons beaucoup de ce nouveau titre !

Nous lancerons aussi, en février, un nouveau magazine "**la Garde du Roi Lion**" destiné aux petits aventuriers. En compagnie du petit fils du célèbre Roi Lion, les enfants découvriront de belles histoires et l'univers de la savane. Ce magazine sera proposé avec un plus produit.

Notre titre phare, le **Journal de Mickey**, continuera sur sa lancée, avec son rendez-vous hebdomadaire le mercredi et 4 hors-séries best-of pour les vacances.

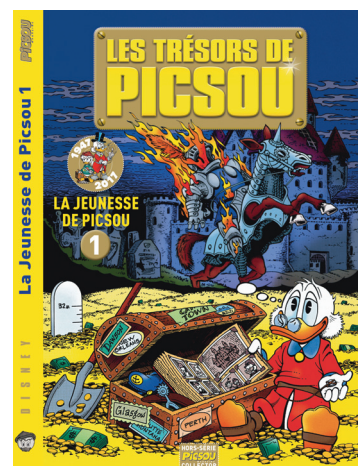
Pour les plus grands, nous lancerons au printemps un nouveau magazine de BD, avec du contenu inédit, qui devrait plaire aux fans de Donald !

Enfin, l'année 2017 sera marquée par les 70 ans de **Picsou**.

A cette occasion, nous ressortons la saga historique "la jeunesse de **Picsou**", à suivre dans **Les Trésors de Picsou**.

Le premier numéro est sorti fin décembre et il y en aura 4 dans l'année.

Nous prévoyons également un très gros numéro anniversaire en fin d'année.



Que représente le réseau NAP dans votre stratégie de vente au numéro ?

Votre réseau nous permet une présence très qualitative de nos magazines dans les centres villes et les centres commerciaux.

C'est un réseau qui compte beaucoup pour nous et sur lequel nous avons d'ailleurs prévu de doubler nos investissements promotionnels en 2017.

Pour conclure, un mot à destination de nos adhérents.

Je souhaite remercier les adhérents Maison de la Presse et Mag Presse, sans qui rien ne serait possible !

Nous nous efforçons de renouveler sans cesse nos propositions éditoriales, d'être au plus proche de nos lecteurs, nous travaillons beaucoup sur les formules techniques, sur les couvertures et sur des propositions originales.

Nous donnons la priorité aux réseaux de vente au numéro sur la plupart de nos nouveaux projets (qui ne sont pas proposés à l'abonnement).

Je souhaite aux adhérents une très belle année 2017 et de belles ventes sur les titres Disney !

Nous comptons sur chacun d'eux !