



★ LA PRESSE JEUNESSE ★

- 26 mars 2014 - Congrès de l'UNDP -

Pascal RUFFENACH

Groupe Bayard – Directeur des Publics Jeunesse

Pauline de BRONAC

Disney Hachette Presse - Directrice Marketing et Commerciale



Le groupe de la presse jeunesse du SEPM

- ★ Un groupe thématique créé en 2012
- ★ **13 éditeurs**, plus de **70 magazines**
- ★ **Mission**: assurer la promotion de la presse jeunesse auprès des pouvoirs publics, des acteurs de la filière presse et du grand public.

ef EDITIONS
FATON

Papillote
La cuisine des petits chefs



bayard

JeE
le Journal des Enfants
www.jde.fr

MILAN

SPiROU

Presse
Fleurus

**DISNEY
HACHETTE
PRESSE**

MONDADORI FRANCE



Une exception culturelle française

- ★ La France compte 15 millions d'enfants âgés de 1 à 19 ans
- ★ **70 %** d'entre eux lisent la presse jeunesse, à la maison, à l'école, à la bibliothèque municipale...
- ★ La presse jeunesse = **10,2 millions de lecteurs** en 2013.



La presse jeunesse en résumé

- ★ Environ **250 magazines** jeunesse en France.
- ★ **2,7 millions d'exemplaires** sont vendus chaque mois.
- ★ **Des marques fortes** qui ont accompagné plusieurs générations d'enfants: Abricot, Le Journal de Mickey, J'aime lire, Science et Vie Junior...





Une presse lue à tous les âges



1 à 6 ans

78%



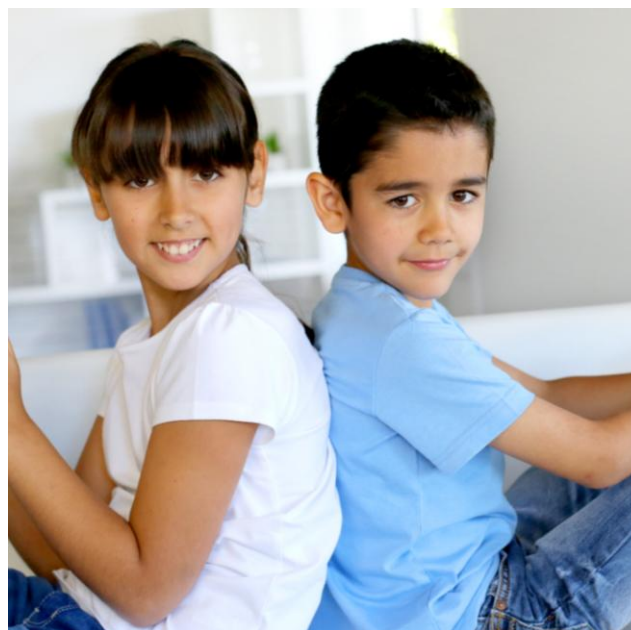
7 à 12 ans

83%



13 à 19 ans

58%



74%

81%

53%

★ Des temps de lecture importants: **3h30 par semaine** en moyenne



Une segmentation par âge clairement identifiée

EVEIL

moins de 6 ans



ENFANCE

à partir de 6 ans



JUNIOR

à partir de 8 ans



ADOS

ados et préados





Une presse qui innove en permanence

- ★ Dans **la forme / les objets**:
 - Dépliants, rodoïds, numéros personnalisés, vernis, paillettes....
 - La qualité de l'édition !
- ★ Dans **les contenus éditoriaux**:
 - Des **héros** très populaires: Dora, Oui-Oui, Cars, Mickey, Petit Ours Brun...
 - Une presse **d'experts** et de **passionnés** qui répond à tous les centres d'intérêts: sports, animaux, sciences, BD, filles...
 - Des **nouveautés** dans l'air du temps : cuisine, loisirs créatifs...
 - Une synergie avec des **marques adultes** fortes: Géo Ado, Le Monde des Ados, Science et Vie Junior...
 - Une presse **citoyenne**: développement durable, éducation aux médias...



Atouts points de vente

- ★ Une presse à **forte saisonnalité**: boom pendant toutes les vacances scolaires.
 - ↳ c'est la famille de presse qui progresse le plus pendant l'été!
- ★ **Moins touchée par la crise** que d'autres formes de presse
- ★ **Les plus-produits: une stratégie qui évolue**
 - Très présents sur la **gamme éveil** => fort levier d'incitation à l'achat
 - Tendance générale **à la décline** sur les autres familles qui accentuent leurs efforts sur des plus-produits **éditoriaux**.
 - Plusieurs gammes de titres sont proposées **sans plus-produits**: titres BD, lecture, nature, hors-séries jeux, numéros spéciaux...



Atouts points de vente

- ★ La famille de presse qui génère le **ticket de caisse le plus élevé**.
- ★ Un prix moyen élevé: **5.28 €**
- ★ Un panier moyen supérieur à la moyenne nationale
 - **9.03€** pour la famille Eveil
 - **9.93€** pour la famille Enfance
 - ↳ *Féminins généralistes: 3.39€ / News magazines: 6.81€*
- ★ Une presse qui favorise le multi-achat: **61% des acheteurs** de la presse Enfance achètent au moins un autre magazine.



Focus marché ENFANCE Presstalis – année 2013

★ Tendance du marché Enfance sur l'année 2013:

- - 3% en volume
- - 2,4% en valeur

★ Chiffres-clés sur l'année 2013:

- **67 M€** de CA, soit 7% du CA total Presstalis > en progression
- **14 M d'exemplaires** vendus, soit 3% des ex. vendus par Presstalis.
- **5^{ème} famille** en valeur (après l'actu, les féminins, la TV et le ludique)
- Taux d'invendus moyen de 60%



Le site internet de la Presse Jeunesse

www.pressedesjeunes.fr



La Presse Jeunesse



Nos
magazines



Education
aux médias



Salon du livre et
de la presse jeunesse

Une exception culturelle française !

Forte de dizaines de magazines et de millions de lecteurs, la presse jeunesse est, en France, une véritable singularité culturelle. Pariant sur la qualité, initiant des rencontres toujours créatives entre graphistes et journalistes, innovante dans ses formes, la presse pour les jeunes réussit le pari d'attirer vers la lecture des publics très divers.

Téléchargez la brochure de la Presse Jeunesse

L'ACTU

S'amuser avec la presse jeunesse pendant les vacances d'hiver !



Les vacances d'hiver se déroulent du 15 février au 17 mars selon les zones. Souvent les parents se demandent comment ils vont occuper et divertir de façon ludique leurs enfants, surtout si le beau temps n'est pas au rendez-vous ! Le LPJ vous présente quelques exemples d'activités proposées par les magazines jeunesse pendant les vacances, pour en faire des



★ Chaque mois une actu qui renvoie en kiosque

*« Lire la presse jeunesse,
c'est lire la presse des grands ensuite. »*

C. Grudler / Le Journal des Enfants

