

## Trois questions à Marion Stastny, directrice Marketing et Commerciale chez Disney Hachette Presse

mar 29/05/2018 - 10:31



*Le Journal de Mickey et L'Equipe co-éditent dès demain un hors-série spécial Coupe du monde de football (4,95 euros, codification 06969). Une parution événement que nous détaille Marion Stastny, directrice Marketing et Commerciale chez Disney Hachette Presse.*

### **Comment a été conçue cette parution qui mobilise deux titres ?**

Ce hors-série Coupe du monde est une véritable co-édition. Les deux rédactions ont travaillé main dans la main : les textes sont signés de L'Equipe et les bandes dessinées et gags du Journal de Mickey. L'idée directrice a été d'unir les forces du magazine le plus lu par les 7-14 ans et de celui le plus lu par les sportifs pour créer un numéro collector qui permet des moments de partage entre parents et enfants, autour de la Coupe du monde.

### **Il s'agit d'un hors-série, vous comptez donc particulièrement sur le réseau de vente...**

Forcément, mais nous sommes bien conscients que nous ne sommes pas les seuls à publier sur la thématique de la Coupe du monde. Notre conseil pour aider les marchands, c'est de placer,

au choix, ce hors-série avec le Journal de Mickey ou avec les autres hors-série football. Et bien sûr dans leur vitrine spéciale Coupe du monde s'ils la préparent d'ores et déjà.

### **Un plan promotionnel est-il également prévu ?**

Ce hors-série est en effet accompagné par des affiches, une affichette dans [Titres Infos](#) et des pages d'auto-promotions dans les titres Disney Hachette Presse, les titres du groupe Lagerdère Active plus globalement, et les titres du groupe L'Equipe.