

Le nouveau magazine Les As de la Jungle se lance en rayon



Si vous et vos clients appréciez, ou avez entendu parler de la série et du long-métrage en 3D « Les As de la Jungle », sachez qu'un nouveau magazine trimestriel aux couleurs de la production toulousaine arrive dès demain et pour la première fois dans vos points de vente (codification 05093, au prix de 5 €).

Editée par le groupe Milan, la parution de 44 pages, qui s'adresse aux lecteurs et lectrices à partir de 7 ans, a pour objectif de reprendre l'univers de la série d'animation en proposant des contenus humoristiques, des bandes dessinées, des jeux ainsi que des astuces, des blagues et des informations sur la science et le bien-être.

Ce nouveau titre, tiré à 40 000 exemplaires avec une assiette de distribution de 11 000 points de vente, est unique en son genre et exclusif, rappelle Cécile Brémaud, responsable vente au numéro chez Milan. Et n'est distribué que dans le réseau des marchands de journaux. « Il a une forme d'exclusivité car c'est le seul support écrit sur le film. Les héros sont souvent repris par diverses éditions, comme Pyjamasques ou Peppa Pig, mais là non. Pas non plus de retail, de produits dérivés ou de déclinaisons ».

D'ailleurs, c'est en plaçant le magazine à côté du Journal de Toto et de J'aime

Rire (groupe Bayard), au rayon jeunesse-enfance ou humour, conseille Cécile Brémaud, que vous ferez de bonnes ventes auprès de vos clients.

La visibilité des As de la Jungle devrait également être renforcée par une petite opération de PLV sur le réseau au moment des vacances scolaires et dès le début du week-end prochain. Sans oublier que l'apparition de ce produit coloré, insolite et animalier, se fait en parallèle de la diffusion des épisodes sur les chaînes télévisées et qu'une saison 3 est en cours de préparation.

UNION PRESSE - 16 place de la République - 75010 Paris - Tél. : 01 42 40 27 15 - **Contact** - **Mentions légales**

Source URL: <https://unionpresse.fr/le-nouveau-magazine-les-de-la-jungle-se-lance-en-rayon>