

# LE JOURNAL DE MICKEY



Paris, le 12 janvier 2024

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### LE JOURNAL DE MICKEY LANCE LES FESTIVITÉS DE SON 90<sup>E</sup> ANNIVERSAIRE AU FESTIVAL INTERNATIONAL DE LA BANDE DESSINÉE D'ANGOULÊME

Créé en 1934 par un entrepreneur français, Paul Winkler, *Le Journal de Mickey* souffle sa 90<sup>e</sup> bougie en 2024. Il est le plus ancien magazine jeunesse encore en activité et reste l'hebdomadaire phare de la BD jeunesse en France. De nombreuses surprises attendent les lecteurs tout au long de cette année anniversaire, et le Festival d'Angoulême est l'endroit parfait pour démarrer ces festivités.

#### UN PARCOURS DE JEUX POUR DÉCOUVRIR LES INCONTOURNABLES DU JOURNAL

*Le Journal de Mickey* donne rendez-vous aux visiteurs sur son stand, à la nouvelle Halle des découvertes, pour une expérience et une mise en scène inédites. Au programme :

- un appel à témoins pour recueillir des expériences et souvenirs de lecteurs (jeunes et anciens),
- des jeux d'observation et de déduction pour récupérer son badge collector,
- un photocall d'anniversaire pour garder de précieux souvenirs.

Des ateliers et des rencontres avec des auteurs du journal seront également proposés aux classes et aux familles.



#### UN NUMÉRO SPÉCIAL BD POUR LANCER L'ANNÉE ANNIVERSAIRE

Retrouvez chez vos marchands de journaux un numéro spécial Angoulême et la première surprise collector des 90 ans : un poster avec la rétrospective des plus belles couvertures. Au sommaire également de ce numéro : le portrait de Théo Grosjean, auteur de la série *Elliot au collège*, Grand prix des lecteurs du *Journal de Mickey* 2023, une enquête sur la lecture de bande dessinée, et les chiffres fous du *Journal de Mickey*.

Des surprises et événements à venir pour cette année anniversaire !

#### Contact presse

Margaux Roberge  
Attachée de presse  
Tél. : 06 77 52 13 93  
[margaux.roberge@ext.uniqueheritage.fr](mailto:margaux.roberge@ext.uniqueheritage.fr)



#### À PROPOS D'UNIQUE HERITAGE MEDIA

UNIQUE HERITAGE MEDIA est un groupe de médias et d'édition dédié à la jeunesse et la connaissance. UHM crée et diffuse des contenus innovants, sur le fond comme sur la forme, à travers une offre diversifiée et des produits de qualité sous forme de magazines, de livres, de podcasts ou d'applications numériques qui portent tous la même ambition : apprendre en s'amusant. Le groupe compte 125 salariés qui animent une trentaine de titres ou marques tels que *Abricot*, *Le Journal de Mickey*, *Picou Magazine*, *Le Monde des ados*, *Quelle Histoire* ou *Epsilon*.