



## Science&Vie Junior, n°1 de la presse ado

Elu Meilleur Magazine Jeunesse 2009 pour la deuxième année consécutive



LES MAGAZINES  
DE L'ANNÉE  
2008



LES MAGAZINES  
DE L'ANNÉE  
2009



### Marque

Science&Vie, la marque média, caution du savoir...

...mais aussi une marque transgénérationnelle :

- Les Cahiers de Science&Vie
- Hors-série
- Edition Spéciale
- Science&Vie Junior
- Science&Vie découvertes

Contact commercial :  
01 41 33 50 15

[www.svjlesite.fr](http://www.svjlesite.fr)

### Carte d'identité

création 1989  
Périodicité Mensuel  
Prix du N° 4,80 €  
Format 230 x 275 mm

Rédacteur en chef Jean Lopez

### Chiffres clés

168 533 exemplaires DFP - OJD DSH 2011

909 000 lecteurs Junior connect 2012 (7/19 ans)

#### Profil du lectorat

66% de garçons  
34% de filles  
39% de Foyers CSP+

N°1 des mensuels sur les garçons de 13/18 ans\*  
(36%, soit 328 000 lecteurs)

\* hors presse jeux Junior Connect 2012



## Concept

### n°1 de la presse ado

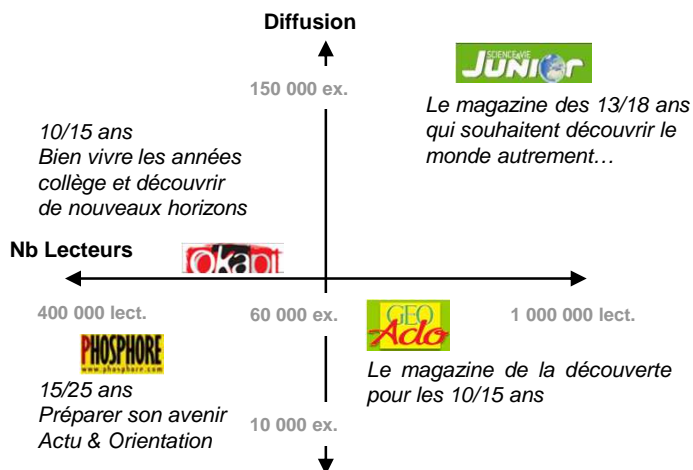
## Contrat de lecture

Science&Vie Junior offre plus de place à l'actualité, aux découvertes insolites, aux questions géopolitiques ou encore aux innovations technologiques. Il permet aux jeunes, dès le collège, de mieux connaître le monde qui les entoure à travers une approche scientifique et pédagogique.

De plus avec sa rubrique, mysjv, Science&Vie Junior est encore plus proche du quotidien de ses lecteurs (conso, psycho, sociétal, jeux, métier...).

Un magazine jeune, tendance et intelligent pour les jeunes qui recherchent un contenu de qualité.

## Positionnement



## Fonction média

- L'assurance de capter une cible difficile à toucher avec un support presse :

1er mensuel en puissance\* sur les garçons de 13/18 ans (14% de couverture soit 328 000 lecteurs)

\*hors presse jeux Junior Connect 2012

- Une grande souplesse pour la création d'Opérations Spéciales , pour des communications sur-mesure, ludique et pédagogique (jeux-concours...)

## Performances média

- n°1 de la presse Ado en diffusion et en audience

- 87% d'abonnés : des lecteurs fidèles et impliqués, prescripteurs et consommateurs.