


## Phosphore se réinvente et devient un média numérique innovant pour les 14-19 ans



Phosphore, titre emblématique de Bayard Jeunesse destiné aux lycéens, se transforme complètement pour être au plus près des usages et des attentes des adolescents d'aujourd'hui.

À partir du 31 janvier 2025, **Phosphore devient un hebdomadaire 100% numérique**, envoyé chaque vendredi par email ou SMS, et conçu pour **accompagner les 14-19 ans dans la compréhension d'eux-mêmes et du monde qui les entoure**, avec un ton décalé, des formats immersifs, et une fiabilité à toute épreuve.

Aujourd'hui, seuls **3% des jeunes déclarent lire un magazine papier, et 62% des 13-17 ans s'informent principalement via les réseaux sociaux\***. Déjà reconnu pour son savoir-faire et son expertise sur la cible lycéenne, Phosphore innove en continuant de proposer une actualité et des contenus spécifiquement pensés pour les lycéens, mais en s'adaptant à leurs codes et usages. Le swipe et le scroll viennent remplacer les pages du magazine, mais l'essence du média reste la même : informer et accompagner les ados dans leur vie quotidienne.



**« La ligne éditoriale de Phosphore ne change pas : aider les 14-19 ans à mieux se comprendre, à comprendre le monde dans lequel ils vivent et à choisir leur voie... bref, à devenir des jeunes bien dans leurs baskets ! »** explique Victoria Jacob, rédactrice en chef de Phosphore.

Avec sa nouvelle baseline, **«Le média qui te ressemble»**, Phosphore s'adresse aux jeunes (et à leurs familles), affirmant sa place comme partenaire de confiance pour une information adaptée aux lycéens.

## Des contenus innovants et variés

Phosphore proposera chaque semaine **un contenu décrypté, accessible et engageant**, en suivant ses 3 thématiques phares : l'actualité, la vraie vie des ados, et bien vivre ses années lycée.

Les 3 premiers numéros de Phosphore version 2025 reflètent d'ailleurs ces 3 axes :



**Phosphore #1**  
(31 janvier 2025)



**Phosphore #2**  
(7 février 2025)



**Phosphore #3**  
(14 février 2025)

Tous ces thèmes seront abordés sous **des formats variés et interactifs, adaptés aux usages numériques** : sujets vidéo façon reportages ou scénarisés, décryptages en motion design, stop motion ou scribing, BD verticales, quiz interactifs, sondages, mais aussi articles (on abandonne pas la lecture!) ... le tout **en seulement 15 minutes d'écran** par semaine.

Le **ton sera humoristique et bienveillant, sans langue de bois**, pour capter l'attention des ados tout en favorisant l'échange avec leurs parents (ex: pour parler de l'inflation, Phosphore va partir de l'augmentation du prix du kebab, ou encore la guerre en Ukraine va être documentée par un jeune ukrainien sous forme de vlogs).

## Un abonnement flexible et enrichi

**9€/mois**  
**44 numéros/an**  
sur téléphone et ordinateur

- **Une double diffusion hebdomadaire** : Phosphore est envoyé à l'ado et s'il le souhaite au parent, pour encourager le dialogue.
- L'accès aux archives numériques de Phosphore.
- Des canaux de réception personnalisés : e-mail ou SMS.

*Pour 10 € supplémentaires, les abonnés peuvent recevoir **4 hors-séries papier par an**, incluant 2 guides d'orientation et **2 numéros spéciaux co-réalisés avec le magazine We Demain.***

## Des partenariats de renom dans l'écosystème média



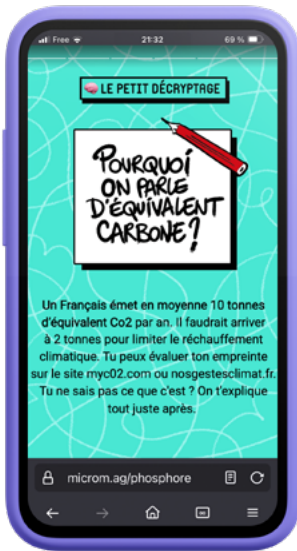
Pour accompagner cette transformation, Phosphore bénéficie de l'expertise du **média canadien Urbania**, avec qui l'équipe éditoriale et technique a été en incubation pendant plusieurs mois pour l'élaboration de ce nouveau format.

En parallèle, **un partenariat avec Le Monde** enrichira les contenus chaque semaine grâce à des articles et vidéos issues du média et adaptés aux centres d'intérêts des ados, offrant une vision complémentaire et fiable de l'actualité.

**Une mission toujours intacte : informer et aider à comprendre le monde**

**« Le nouveau Phosphore est une vraie "safe place" réservée à la communauté des abonnés, avec un contenu unique et de qualité chaque semaine, hors des flux des réseaux sociaux, mais en empruntant les codes ! »** explique Delphine Saulière D'Izarny, directrice des rédactions Bayard Jeunesse.

Avec ce repositionnement, Bayard Jeunesse poursuit la digitalisation de son offre, renforce son rôle auprès des jeunes générations et fait bouger les lignes des médias traditionnels à destination des ados, en venant directement à eux.



**Découvrir en avant-première le numéro pilote**

[microm.ag/pilote-presse](https://microm.ag/pilote-presse)



**À PROPOS DE BAYARD JEUNESSE**

Premier éditeur et créateur de contenus pour les 0-18 ans, Bayard Jeunesse publie des magazines, des livres et des BD, de l'audio et des séries d'animation, une plateforme pour les enfants, BayaM, et des applications, mais aussi des jeux et activités de loisirs, en France et à l'international. Quel que soit le support, Bayard Jeunesse affiche la même ambition : aider les enfants et les adolescents à grandir en confiance, leur donner les clés pour mieux se connaître, mieux comprendre les autres et découvrir le monde. [www.bayard-jeunesse.com/infos](http://www.bayard-jeunesse.com/infos).

**CONTACTS PRESSE** Pétilantes de com

Aglaé Plunian  
06 42 11 29 04

[aglae@petillantesdecom.com](mailto:aglae@petillantesdecom.com)

Laurie Vicedo  
06 67 44 64 02

[laurie@petillantesdecom.com](mailto:laurie@petillantesdecom.com)