

mer 24/07/2024 - 09:11



C'est l'heure du grand changement. L'été 2024 marque une révolution à 360 degrés pour Bayard Jeunesse.

Depuis le mois de juillet, l'éditeur de titres jeunesse (Popi, Pomme d'Api, Astrapi...) continue de mener à bien sa mission "d'aider les enfants et adolescents à grandir en confiance", en se dotant d'une nouvelle identité graphique, et en réaffirmant son engagement sur tous les supports.

Garder le cap

Le mot "jeunesse" est réintroduit dans un nouveau logo modernisé, "à côté d'un 'B' tout en rondeur et facétieux, un 'B' sécurisant mais pas enfermant, comme une fenêtre sur le monde qui s'ouvre de façon progressive en fonction de l'âge de l'enfant", a précisé l'éditeur dans un communiqué.

La nouvelle identité est déployée sur tous les contenus imaginés, produits et diffusés par Bayard Jeunesse, que ce soient les magazines, livres, audio, digital, audiovisuel, jeux, jouets, loisirs. Elle accompagne également le déploiement de Bayard Jeunesse comme une véritable marque multimédia au service des jeunes publics.