

Coup de jeune pour Bayam, application jeunesse de Bayard



Le groupe de presse, éditeur de « La Croix », propose une nouvelle formule, évolutive, personnalisée et sécurisée de son application ludo-éducative pour les enfants de 3 à 11 ans.

Ils pourront y trouver des jeux, des dessins animés et des ateliers exclusifs.

« C'est vendredi! », annonce l'application à Léa, 3 ans. La petite fille l'a lancée sur la tablette familiale en tapotant sur le logo de Bayam. Trois petits ronds, jaune, bleu, rouge. Trois couleurs primaires qui se déclinent selon une présentation élémentaire et autant de modules proposés à l'enfant sur le premier écran. Aujourd'hui, elle a le choix entre un voyage dans l'espace avec SamSam, « le plus petit des superhéros », un jeu de piste avec le petit chien Polo, ou un dessin libre.

Cette nouvelle formule de Bayam (1) est davantage qu'un simple toilettage. Créée en 2008 sous le nom de Bayard Kids, la plate-forme destinée aux 3-11 ans avait eu la riche idée de rassembler en un seul espace virtuel l'ensemble des héros des titres jeunesse de Bayard (éditeur de *La Croix*): Petit Ours Brun de *Popi* et *Pomme d'Api*, Zouk, la petite sorcière de *Belles histoires*, Tom-Tom et Nana de *J'aime lire*. En 2012, avec la naissance de Bayam, la plate-forme se scinde en deux, l'une pour les 3-7 ans, l'autre pour

les 8-13 ans. Une distinction qui disparaît aujourd'hui sur une application multsupports.

Léa découvrira ainsi, demain, trois nouveaux contenus parmi les centaines d'autres activités: dessins animés, ateliers pédagogiques, contes et comptines. « Un algorithme va mettre en avant des activités en fonction de l'âge de l'enfant et de ce qu'il aura mis en favoris (un petit cœur en haut à droite de l'écran), explique Damien Giard, directeur du développement numérique jeunesse de Bayard. L'enfant a le syndrome du steack-purée: il préfère regarder ce qu'il aime déjà. Pour éviter qu'il tourne en rond, comme c'est le cas sur Facebook qui a tendance à mettre en avant ce que l'utilisateur apprécie d'avance, Bayam suggère donc progressivement d'autres choses »

Pour l'anniversaire de Léa, une programmation spéciale l'attendra et l'éventail sera encore élargi. « C'est la pre-

« Nous ne sommes pas un robinet à série. Nous avons insisté sur l'interactif et faisons une sélection serrée qui varie selon les temps scolaires, les saisons ou l'actualité. »



mière fois qu'une appli évolue avec l'âge de l'enfant », selon Stéphane Bataillon, rédacteur en chef de Bayam. Le frère de Léa, Maxence, 8 ans, se voit proposer six programmes, dont trois sont personnalisés chaque jour. Trois évolutions sont pour l'instant possibles: 3-5 ans, 6-8 ans, 9-11 ans. Mais à terme, la sélection devrait être annuelle et plus fine. Un peu à la manière de Netflix dont Bayam partage le modèle d'abonnement: 3,99 € par famille et par mois, le premier mois étant gratuit (2).



Bayard mise sur ses productions maison. 70 % de l'offre, enrichie chaque semaine, sera fournie par le Studio Bayam, dont les équipes sont basées à Montrouge et à Toulouse. Le reste est constitué de séries bien choisies (Tintin, Lucky Luke, Valérian). « Il s'agit pour nous d'un label de création et de transmission numérique pour les enfants », précise Stéphane Bataillon, qui place l'éducation bienveillante au cœur du projet, cherchant à responsabiliser l'enfant, tout en l'accompagnant. « Nous souhaitons par exemple retravailler les comptines ou les contes classiques. Mais aussi tester de nouveaux projets animés en écrivant les scénarios pour le numérique avec les auteurs, comme c'est le cas pour l'adaptation du prochain livre d'Hervé Tullet (On joue?). »

Stéphane Bataillon tient à souligner la singularité de Bayam par



rapport aux applications de programmes jeunesse télévisés (Tfoumax, de TF1, ou Zouzous, de France Télévisions). « Nous ne sommes pas un robinet à série. Nous avons insisté sur l'interactif et faisons une sélection serrée qui varie selon les temps scolaires, les saisons ou l'actualité. Un spécial élections est prévu en mai. » Autre particularité: l'espace personnel où l'enfant peut stocker ses créations et même les envoyer depuis sa messagerie. Une messagerie qui n'est pas ouverte sur l'extérieur afin de sécuriser les échanges. Les petits abonnés pourront envoyer des messages à des adresses entrées par les parents.

Sans publicité, Bayam, qui compte déjà 10 000 abonnés, cherche à atteindre les 50 000 d'ici à trois ans. Mais l'équilibre économique peut être atteint avant si le studio Bayam parvient à vendre ses productions à des télévisions pour nourrir leur site Web.

Stéphane Dreyfus

(1) À télécharger sur <https://bayam.tv/>
(2) En avril, l'offre sera de 3,99 € pour un enfant; 4,99 €, pour deux; 5,99 €, pour trois et plus.