

LE 28 JUIN

PRISMA MEDIA LANCE

LE NOUVEAU magazine de Mortelle Adèle  
une héroïne qui défie la norme



Depuis 10 ans Mortelle Adèle, le phénomène d'édition aux 15 millions d'exemplaires vendus, prône l'affirmation de soi et la célébration de nos différences

Prisma Media et Mr Tan & Co, maison de création des BD Mortelle Adèle, s'associent pour proposer ce nouveau rendez-vous régulier dans lequel les fans vont pouvoir retrouver et interagir avec Mortelle Adèle et toute sa bande. Le magazine, imaginé avec les auteurs de la série, **Antoine Dole et Diane Le Feyer**, est le fruit d'un travail éditorial inédit pour offrir aux jeunes lecteurs une entrée qualitative dans le monde de la lecture et de la presse ainsi qu'une immersion dans l'univers riche et singulier de personnages auxquels ils sont attachés.

Chaque numéro s'inscrit dans les codes et **LA GALAXIE DE MORTELLE ADELE**. On y retrouve le franc-parler de cette petite fille qui questionne le monde qui l'entoure, son audace, son imagination et tout son univers graphique.

« **L'emblématique héroïne Mortelle Adèle** intègre la grande famille de Prisma Media sur une cible que nous n'avons jamais approchée. Nous sommes tous très fiers d'accompagner une héroïne qui célèbre **la fierté d'être soi** et qui donne aux enfants les clés pour s'affirmer. Mortelle Adèle le mag' s'inscrit dans notre stratégie de croissance visant à toucher de nouveaux publics en nous appuyant sur des phénomènes de société, souvent révélés par le secteur de l'édition. **Merci à Antoine Dole, alias Mr Tan, et à Diane Le Feyer**, pour leur confiance. Bravo à eux et aux équipes pour ce travail de création fabuleux ! »

**Pascale Socquet** - Directrice exécutive du groupe Prisma Media



« **Depuis dix ans, Mortelle Adèle n'a eu de cesse de se réinventer !**

Alors que les lecteurs peuvent la retrouver en bandes dessinées, en romans, en musique, et plus récemment en podcast sur l'application Gulli, notre héroïne multiplie les métamorphoses pour surprendre les Bizarres du monde entier et les guider vers de nouvelles découvertes. Elle lance à présent son nouveau magazine, dans un désir de proximité avec tous les membres du **Club des Bizarres !** Mortelle Adèle, c'est une enfant libre, courageuse, qui invente sa place dans le monde sans jamais polir les angles de sa personnalité. Sans filtre, **elle questionne la norme et le monde des adultes** pour mieux célébrer les singularités de chacun ! Nous sommes heureux et fiers de créer ce nouveau rendez-vous avec nos lecteurs, toujours plus nombreux depuis plus de dix ans. »

**Antoine Dole (alias Mr Tan) et Diane Le Feyer** - Auteurs de la série Mortelle Adèle



« Poussez-vous les moches ! C'est l'heure des vacances !  
Et pour oublier la cour de récréation,  
j'ai concocté un programme fantasticool pour  
vous dans mon nouveau magazine ! »

Mortelle Adèle, héroïne de BD



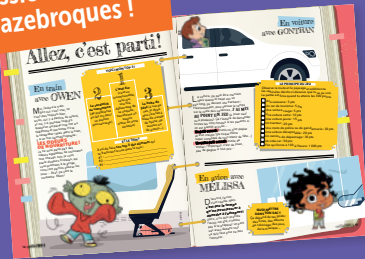
Bimestriel à 5,95€

DANS CE  
1<sup>ER</sup> NUMÉRO

Un cadeau mortel  
dans chaque numéro  
20 tatouages dans celui-ci !



Le dossier interdit  
aux nazebroques !

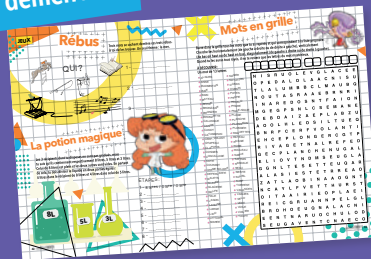


La leçon dessinée  
de Diane

Les rendez-vous funky  
moumoute pour les Bizarres



Plein de jeux  
trop déments



L'expérience  
interdite

Les secrets  
de Diane et Mr Tan



L'interview  
d'Éric Antoine !



Les coins coins

## UN PLAN DE COMMUNICATION MASSIF

Pour accompagner le lancement  
de Mortelle Adèle Le Mag',  
Prisma Media déploie un plan  
de soutien ambitieux

## TV

- + DIGITAL
- + AFFICHAGE
- + MISE EN AVANT  
EN POINTS DE VENTE
- + RESEAUX SOCIAUX



BD inédites !



# LE PHÉNOMÈNE MORTELLE ADÈLE

Mortelle Adèle est une série de bandes dessinées publiée depuis 2012 en France, avec un lectorat mixte, orienté jeunesse, mais élargi sur la sphère familiale. Elle est écrite par **Antoine Dole, alias Mr Tan, et illustrée par Diane Le Feyer depuis 2014, d'après l'œuvre créée par Mr Tan et Miss Prickly.**

La série est traduite en 16 langues à travers le monde. Elle comporte 19 tomes de sa série principale, 3 grandes aventures, 4 romans, une série dérivée de 3 tomes, 7 livres d'activités. En 2022, la série est la seule à classer 15 de ses tomes parmi les 50 meilleures ventes de livres, toutes séries confondues (incluant le marché du manga).

Tous ces chiffres montrent l'étendue de la galaxie Mortelle Adèle et ses développements toujours plus créatifs et originaux pour continuer de surprendre et faire grandir ses millions de lecteurs ! Une audace qui lui vaut d'être mise en avant dans les médias comme un personnage emblématique de la nouvelle pop culture à la française.

D'abord publiée par Bayard Jeunesse, la série rejoint en 2023 le catalogue de la maison de création Mr Tan & Co, maison fondée par ses auteurs qui publieront désormais les nouvelles aventures de Mortelle Adèle pour continuer d'accompagner toujours au plus près les développements autour de leur héroïne. Sept nouveautés verront le jour tout au long de l'année 2023.

Retrouvez toute l'actualité de Mortelle Adèle et de ses auteurs sur ...

[WWW.MORTELLEADELE.COM](http://WWW.MORTELLEADELE.COM)



## A PROPOS DES AUTEURS

C'est à 14 ans qu'Antoine Dole, alias Mr Tan, a donné naissance pour la première fois à Mortelle Adèle, en réponse au harcèlement scolaire qu'il subissait depuis trois ans. Pendant des années, faire vivre Mortelle Adèle dans ses cahiers lui permet d'apprendre à s'affirmer et à dompter ses douleurs adolescentes. Devenu adulte Mr Tan s'exprime dans de nombreux registres et a publié plus d'une centaine de livres. **Instagram : @antoinedole**

Diane Le Feyer a rejoint la série en 2014 pour donner naissance à sa version de Mortelle Adèle, d'après l'univers créé par Mr Tan et Miss Prickly. Diplômée de l'École Emile Cohl à Lyon, elle continue d'y transmettre sa passion du dessin. Ses nombreuses œuvres l'ont conduite à travailler en France, au Canada, en Irlande et aux États-Unis, où elle intègre le catalogue de Hallmark, Harper and Collins, Mattel, Scholastic, Igloo Books et bien d'autres. **Instagram : @dianelefeyer**

## PRISMA MEDIA

Leader des groupes bimédia de France, Prisma Media est le N°1 de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne. Un leadership qui lui assure un potentiel optimal d'audience de près de 40 millions de personnes chaque mois sur ses différents médias, soit 3 Français sur 4. Avec un portefeuille d'une vingtaine de marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments tous publics. Prisma Media adopte une stratégie offensive de développement de ses marques, de ses ressources et de nouveaux business dans les secteurs en forte croissance avec pour ambition d'avoir toujours UN MÉDIA D'AVANCE.