



LIRE ET ÉCOUTER : LES JEUNES DE 8-18 ANS SE LIVRENT DANS UNE ÉTUDE — EXCLUSIVE PAR UNIQUE HERITAGE MEDIA —

Paris, le 20 septembre 2023 – Unique Heritage Media, groupe de médias et d'édition dédié à la jeunesse et la connaissance, publie aujourd'hui les résultats d'une étude inédite sur les pratiques et attentes des jeunes en matière de lecture et d'écoute, et en particulier sur leur consommation audio (podcasts et livres audio), en France. Face à deux tendances parallèles – l'essor rapide de nouveaux modes de consommation, notamment audiovisuels, et le sentiment d'une diminution de la pratique de la lecture chez les jeunes – le groupe UHM a souhaité, en interrogeant un panel représentatif de 500 enfants français âgés de 8 à 18 ans, faire l'état des lieux réels de la lecture et de l'écoute par les jeunes.

La lecture, une pratique qui n'a pas disparu chez les jeunes ; l'écoute, une pratique émergente pour se divertir et s'instruire

L'étude commandée par Unique Heritage Media, centrée sur un sondage en partenariat avec poll&roll mené auprès de 500 enfants de 8 à 18 ans du 26 avril au 1^{er} mai 2023, bat en brèche une idée communément admise : la diminution de la pratique de la lecture chez les jeunes. En effet, les résultats mettent en avant une **réelle appétence ainsi qu'un usage important de la lecture chez les jeunes** ; non seulement les enfants aiment lire (87% déclarent apprécier la lecture) mais aussi lisent régulièrement (66% lisent entre 1 et 3 livres par mois). Parallèlement, le sondage souligne **l'émergence d'un nouveau support : l'audio** (67% disent apprécier la pratique de l'écoute, et 30% s'y adonnent au moins une fois par mois). Si les jeunes intègrent l'écoute à leurs pratiques pour leur divertissement (36%), c'est également le cas pour leur instruction, puisque 48% écoutent des contenus à la demande de l'école.

L'audio, un média plus inclusif que la lecture

Selon les résultats de l'étude menée par Unique Heritage Media, les supports audio semblent présenter des vertus plus inclusives et démocratiques, par rapport aux supports papier, notamment sur le terrain des catégories socioprofessionnelles et du genre de l'enfant :

Du point de vue des catégories socioprofessionnelles : **alors que les enfants issus de familles CSP- semblent moins enclins à la lecture que les enfants issus de familles CSP+, puisqu'ils comptent le double de non lecteurs (20% chez les CSP- contre 12% chez les CSP+), cette distinction s'efface pour les contenus audio. Ainsi, la part de consommateurs assidus de contenus audio est quasi-identique dans toutes les catégories socioprofessionnelles.**

Comme du point de vue du genre : le clivage fille-garçon est net dans les goûts de lecture. **La moitié des garçons (50%) préfèrent les livres graphiques contre à peine le tiers des filles (31%), alors que ces dernières sont deux fois plus nombreuses que les garçons à préférer les livres classiques (45% versus 20%). Le clivage est en revanche inexistant pour l'écoute. On constate exactement le même pourcentage de filles et de garçons préférant le format audio à tout autre support.**

Favoriser l'écoute : un levier contre le décrochage de la lecture au collège ?

L'un des principaux enseignements de cette étude concerne le décrochage de la lecture à partir du collège – période charnière pour la lecture avec la découverte des classiques et les attentes rehaussées d'acquisition des connaissances. En effet, si seuls 3% des 8-10 ans ne lisent pas, la statistique s'élève sensiblement à 18% chez les 11-14 ans, pour atteindre 22% des 15-18 ans. **La période collège apparaît comme un point de rupture dans les pratiques de lecture.**

L'audio apparaît spontanément comme un levier important pour faire revenir les jeunes à la lecture, lorsqu'on constate que les collégiens – précisément à l'âge auquel les enfants se détournent de la lecture – sont la catégorie de répondants marquant le plus d'appétence pour ce support. **En effet, parmi tous les formats possibles, les 11-14 ans sont en tout 9 % à affirmer leur préférence pour l'audio, 50% de plus que sur la tranche des 8-10 ans et 5 fois plus que sur celle des 15-18 ans.**

Mélanger lecture et écoute pour démocratiser les savoirs

Les résultats de l'étude d'UHM tendent à faire penser que la diversification des supports est la solution privilégiée pour favoriser l'apprentissage. D'une part, il apparaît clairement que **chaque tranche d'âge a ses préférences de format**: les 8-10 ans plébiscitent les livres graphiques, les 11-14 ans sont les plus sensibles à l'audio. D'autre part, on découvre que le support audio est essentiellement associé à l'apprentissage (à 41 %), et la lecture au divertissement (52 %). Enfin, **75 % des enfants estiment que les supports audio-visuels sont susceptibles de favoriser leur envie de lire l'adaptation du livre.**

« Les résultats de cette étude confirment non seulement l'enthousiasme suscité par les supports audio, mais ils témoignent également du maintien d'un fort attrait pour la lecture auprès des 8-18 ans. En tant que groupe de médias dédiés à la jeunesse et à la connaissance, nous accordons une grande importance à la diffusion du savoir à travers des histoires bien racontées et agréablement transmises. Depuis sa création, UHM a manifesté un intérêt pour les potentialités de l'audio. Dès 2015, avec la naissance de l'application audio 'La Lanterne Magique' et nos premiers partenariats entre Lunii et Quelle Histoire en passant par le lancement de Mythes & Légendes – la première série de podcasts UHM – en 2019 et encore très récemment avec l'inauguration de la 'Maison du podcast'. Nous sommes fermement persuadés que chaque support possède ses vertus propres et qu'ils se complètent mutuellement. Notre conviction est que l'équilibre entre ces formats constitue la réponse optimale pour apporter la connaissance aux enfants. » **Emmanuel Mounier, Président fondateur Unique Heritage Media.**

LES CHIFFRES À RETENIR:

- 66% des jeunes de 8 à 18 ans lisent au moins un livre par mois et près d'un sur deux (47%) déclarent « aimer beaucoup » cela.
- 67% des jeunes de 8 à 18 ans apprécient écouter des contenus audio et 30% en écoutent au moins un chaque mois.
- À partir de 11 ans, et jusqu'à l'âge de 18 ans, les enfants lisent trois fois moins que les plus jeunes.
- Pourtant, les collégiens écoutent deux fois plus de contenus audio que les 8-10 ans, et trois fois plus que les 15-18 ans.
- Le collège apparaît comme un point de rupture: 18% à 22% des 11+ ne lisent plus.

CONTACTS MÉDIAS

Sébastien Lucas - Directeur de la communication - sebastien.lucas@uniqueheritage.fr - 06 87 54 11 85
Zoé Reyners - Katch Reyners - zoe.r@katchreyners.com - 06 82 94 22 00



Quelle Histoire



À PROPOS D'UNIQUE HERITAGE MEDIA

UNIQUE HERITAGE MEDIA est un groupe de médias et d'édition dédié à la jeunesse et la connaissance. UHM crée et diffuse des contenus innovants, sur le fond comme sur la forme, à travers une offre diversifiée et des produits de qualité sous forme de magazines, de livres, de podcasts ou d'applications numériques qui portent tous la même ambition: apprendre en s'amusant. Le groupe compte 125 salariés qui animent une trentaine de titres ou marques tels que Abricot, Le Journal de Mickey, Picsou Magazine, Le Monde des ados, Quelle Histoire ou Epsilon.