



# LES JEUNES FRANÇAIS ET LA LECTURE

SUIVRE LES PRATIQUES DE LECTURE,  
COMPRENDRE LES COMPORTEMENTS  
ET USAGES DES JEUNES DE 7 À 25 ANS

## VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Etienne Mercier  
[etienne.mercier@ipsos.com](mailto:etienne.mercier@ipsos.com)

Alice Tétaz  
[alice.tetaz@ipsos.com](mailto:alice.tetaz@ipsos.com)

Alexandre Leray  
[alexandre.leray@ipsos.com](mailto:alexandre.leray@ipsos.com)

MARS 2022

**CNL**  
CENTRE  
NATIONAL  
DU LIVRE



# SOMMAIRE

Contexte et objectifs de l'étude	p. 3
Note méthodologique	p. 5
Légende	p. 7

## Résultats détaillés

Identification des lecteurs	p. 9
Focus Livres numériques	p. 16
Focus Livres audios et podcasts	p. 21
La lecture loisirs : comportements de lecture et perception	p. 26
Genres de livres lus et préférés	p. 38
Mode de procuration et prescription	p. 49
Place des livres dans l'enfance et rôle des parents	p. 61
Focus quart d'heure lecture, pass culture et Partir en livre	p. 67
Goûts, motivations et freins pour la lecture	p. 49
Points clés	p. 87
Annexes	p. 89

# CONTEXTE

## Le CNL, un établissement public au service du livre et de la lecture

- Établissement public du ministère de la Culture, le Centre national du livre (CNL) a pour mission de soutenir, grâce à différentes actions, tous les acteurs de la chaîne du livre : auteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires, organisateurs de manifestations littéraires.
- Afin de s'assurer de la pertinence de son action, le CNL s'attache à mieux connaître le secteur dans lequel il évolue, grâce à des études permettant à la fois d'éclairer la profession et de conduire une politique de soutien la plus adaptée possible.
- A cette fin, et à l'occasion de la lecture déclarée « grande cause nationale » par le Président de la République, le CNL s'est engagé dans un programme d'action ambitieux, en faveur du public et du développement de la lecture.

**Après deux études consacrées aux jeunes de 7 à 19 ans et de 15 à 25 ans, menées en 2016 et 2018, le CNL souhaite à nouveau contribuer à une meilleure connaissance d'un public essentiel pour le secteur du livre, en interrogeant aujourd'hui les jeunes âgés de 7 à 25 ans.**

# OBJECTIFS ET QUESTIONS CLÉS

## Objectifs de l'étude



### MESURER

Les perceptions et les pratiques actuelles des jeunes Français en termes de lecture



### COMPRENDRE

Leurs motivations et leurs freins à lire des livres



### IDENTIFIER

Les leviers qui amènent les jeunes à la lecture ou ceux qui les amèneraient à renouer un lien avec la lecture

## QUESTIONS CLÉS

*Quel rapport entretiennent les jeunes avec les livres et la lecture ? Quelle est la place accordée à la lecture dans leur foyer ?*

*Et dans leur vie, par rapport aux autres loisirs ? Lisent-ils par plaisir ou uniquement parce qu'ils y sont obligés ?*

*Comment choisissent-ils les livres qu'ils lisent ? Qu'aiment-ils lire ?*

*4 Que leur apporte la lecture ? Quels bienfaits lui reconnaissent-ils ? Comment leur donner envie de lire plus ?*

# NOTE MÉTHODOLOGIQUE



## CIBLE INTERROGÉE

- **Jeunes Français F/G âgés de 7 à 25 ans**
- Taille d'échantillon : **1 500 personnes**



## ECHANTILLONNAGE ET COLLECTE

- Interrogation à partir de l'Access Panel en ligne d'Ipsos Interactive Services
- En ligne par questionnaire auto-administré CAWI
- Tirage aléatoire des enfants répondants au sein de l'Access Panel / Un enfant par foyer
- Durée moyenne du questionnaire : 20 minutes
- Date du terrain :  
du **27 janvier au 6 février 2022**



## REPRÉSENTATIVITÉ DE L'ÉCHANTILLON

La représentativité de l'échantillon est assurée à partir des dernières données INSEE disponibles :

- en amont du recueil par **le système des quotas**
- en aval par **le redressement des données**
- **sur les variables suivantes** : sexe, âge, région, catégorie d'agglomération, profession de la personne de référence jusqu'à 19 ans / profession de la personne interrogée pour les 20-25 ans

*Note de lecture : tous les résultats sont exprimés en pourcentage (%)*



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Ce rapport a été relu par Etienne Mercier, Directeur de département Santé & Opinion (Ipsos Public Affairs).

# NOTE MÉTHODOLOGIQUE

## Ben, l'enquêteur virtuel pour les enfants de 7 à 11 ans

- Pour cette étude, **Ben, un personnage animé**, a accompagné les enfants tout au long du questionnaire.
- Cet outil a été **créé et développé par Ipsos**.
- Ben **apparaît sur l'écran** et **lit les questions** à haute voix.
- Ben est très utile aux enfants qui lisent lentement.
- Il donne un **aspect ludique au questionnaire** et favorise l'implication des jeunes répondants.



# LÉGENDE DÉTAILLÉE

## SEXE



**Garçons**

(760 interviews)



**Filles**

(740 interviews)

## CSP PERSONNE RÉFÉRENTE DU FOYER

**CSP +**



**Indépendants  
Cadres sup.  
Professions  
intermédiaires**  
(640 interviews)

**CSP -**



**Employés  
Ouvriers**  
(643 interviews)

**Inactifs**



**Retraités  
Inactifs  
(dont étudiants)**  
(200 interviews)

## ÉTUDES



**Elèves de  
primaire**

(329 interviews)

**Collégiens**

(345 interviews)

**Lycéens**

(185 interviews)



**Etudiants**

(213 interviews)



**Jeunes actifs**

(358 interviews)

**Autres situations**

(70 interviews)

## ÂGE : 7-25 ANS



**7-19 ans**

(1063 interviews)



**20-25 ans**

(437 interviews)

→ Les « Rappels 2016 » font référence à l'enquête menée par Ipsos pour le CNL, en 2016, auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 7 à 19 ans. Ils sont indiqués sur « base constante » : ils ne concernent que les 7-19 ans, pas les 20-25 ans.

→ Les différences statistiquement significatives (test à 95%) sont indiqués en **vert** (supérieures à la moyenne) et **rouge** (inférieures à la moyenne).

# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

---





A woman with long blonde hair is sitting on a light-colored leather sofa, reading a book. She is wearing a grey sweater and glasses. In the foreground, another woman with long blonde hair is sitting on the floor, also reading a book. She is wearing a white lace-trimmed sweater and dark pants. A large dog, possibly a Weimaraner, is lying on the floor next to her, looking towards the camera. In the background, there is a Christmas tree decorated with ornaments and lights. The scene is set in a living room with a light-colored wall and a patterned rug.

# **PARTIE 1**

---

## **IDENTIFICATION DES LECTEURS**

# LECTEURS

# 93%



ENSEMBLE 7-25 ANS

**LECTEURS  
ECOLE / TRAVAIL  
76%**

**EN MOYENNE  
2 LIVRES LUS  
AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS**

**LECTEURS  
LOISIRS  
81%**

**EN MOYENNE  
5 LIVRES LUS  
AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS**



COLLÉGIENS, LYCÉENS  
ÉTUDIANTS  
JEUNES ACTIFS

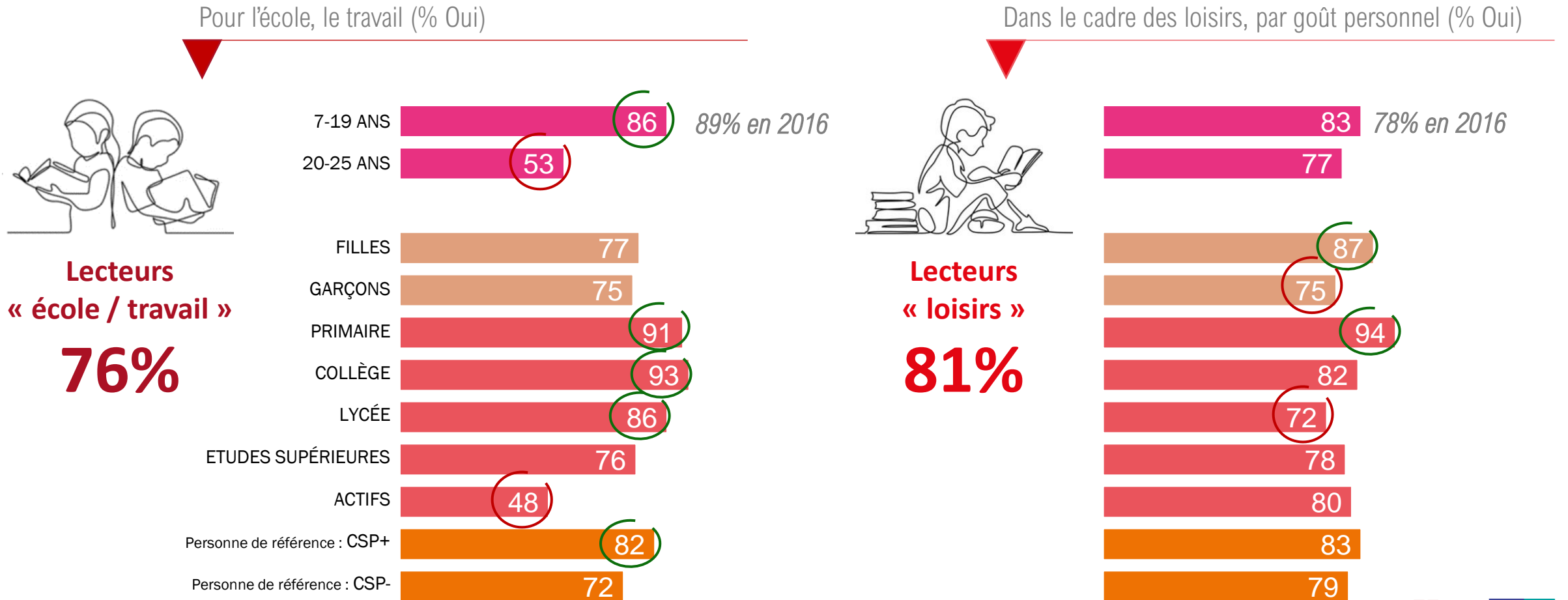
**LECTEURS  
ECOLE / TRAVAIL  
72%**

**EN MOYENNE  
1,9 LIVRES LUS  
AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS**

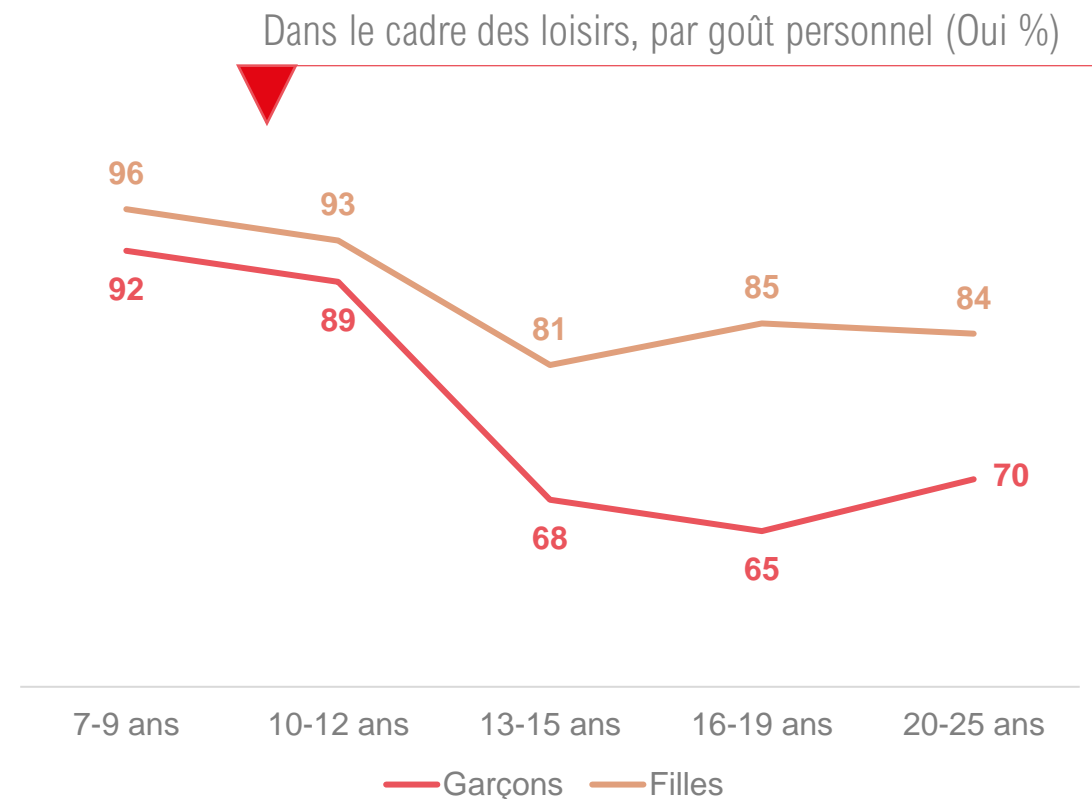
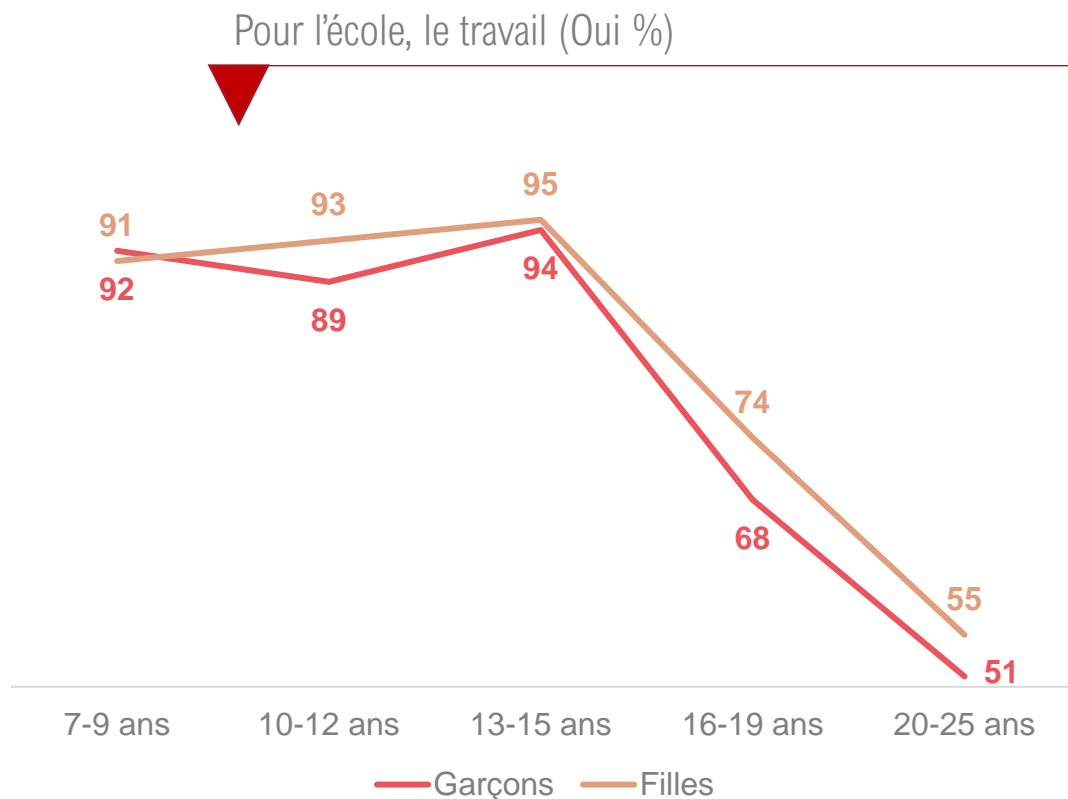
**LECTEURS  
LOISIRS  
77%**

**EN MOYENNE  
4,4 LIVRES LUS  
AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS**

Si la quasi-totalité des jeunes sont lecteurs, les plus de 20 ans lisent nettement moins que les plus jeunes (7-19 ans), chez qui la lecture « école / travail » reste élevée (malgré un recul de 3 points) et la lecture « loisirs » progresse de 5 points, par rapport à 2016.



**La lecture « école / travail » chute drastiquement après 15 ans, chez les filles et les garçons. En revanche, l'écart se creuse nettement entre filles et garçons pour la lecture « loisirs », qui décline chez tous après 12 ans, juste après l'entrée au collège (comme en 2016).**

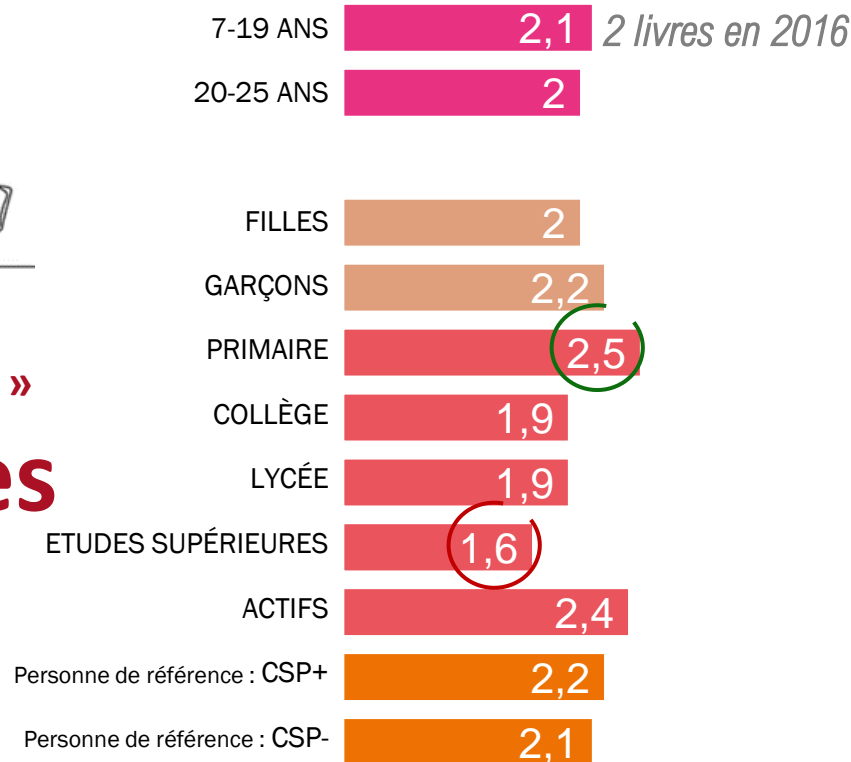


En moyenne, les lecteurs déclarent avoir lu **2,1 livres** pour l'école ou le travail, contre **5,4 livres** pour leurs loisirs (en légère hausse chez les 7-19 ans), sur les 3 derniers mois. C'est en primaire et dans les foyers les plus favorisés que les jeunes lisent le plus de livres.

Pour l'école, le travail (% Oui)



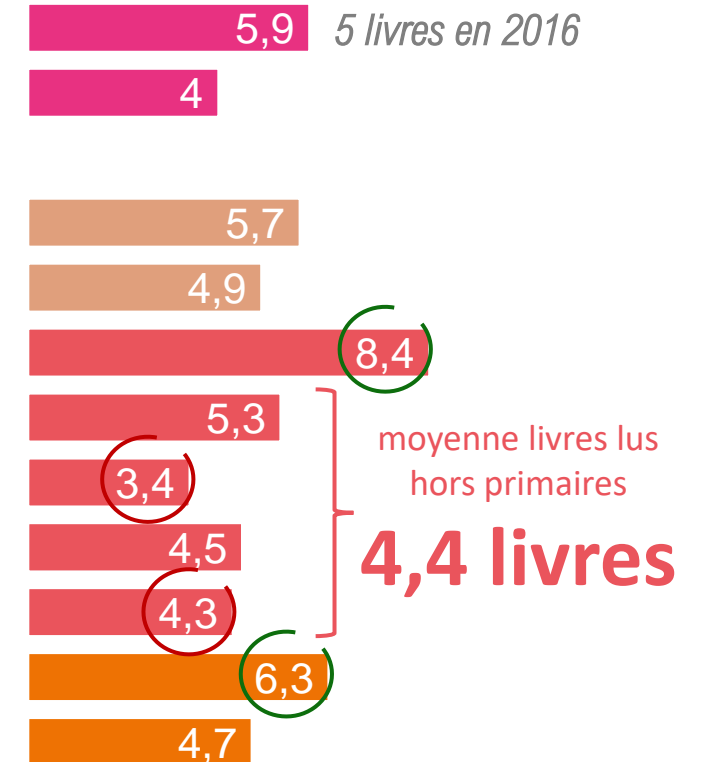
Lecteurs  
« école / travail »  
**2,1 livres**



Dans le cadre des loisirs, par goût personnel (% Oui)



Lecteurs « loisirs »  
**5,4 livres**



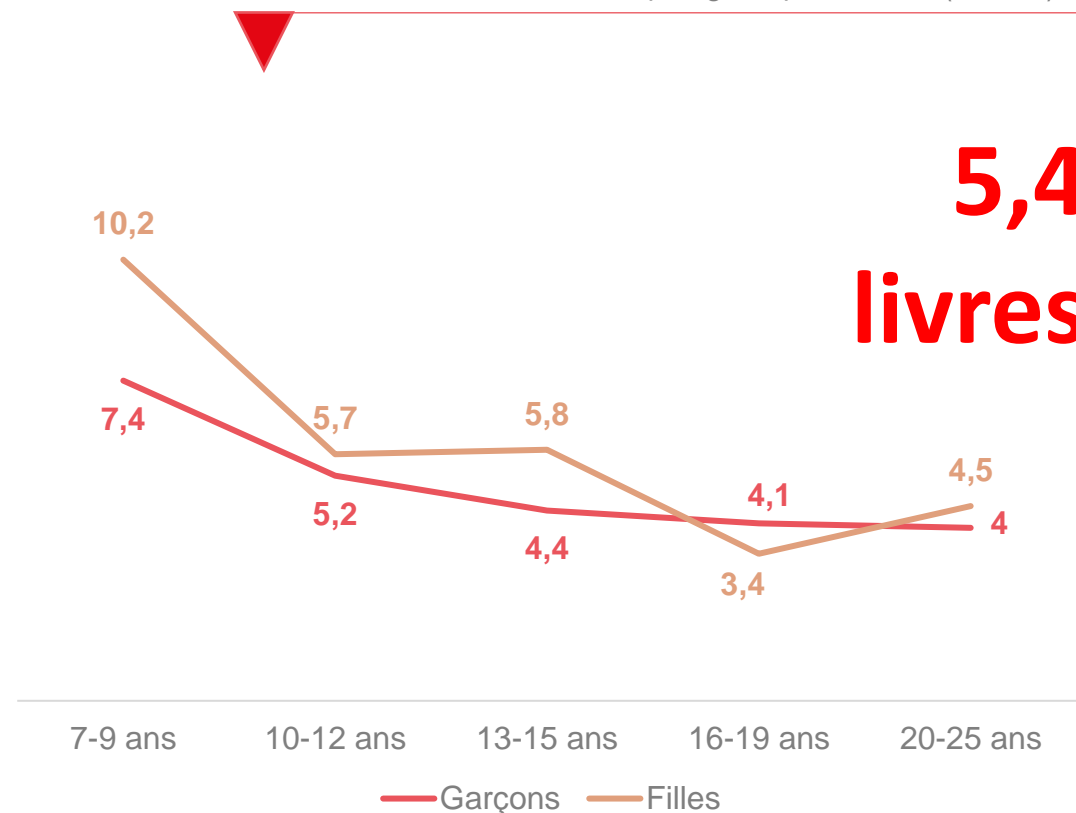
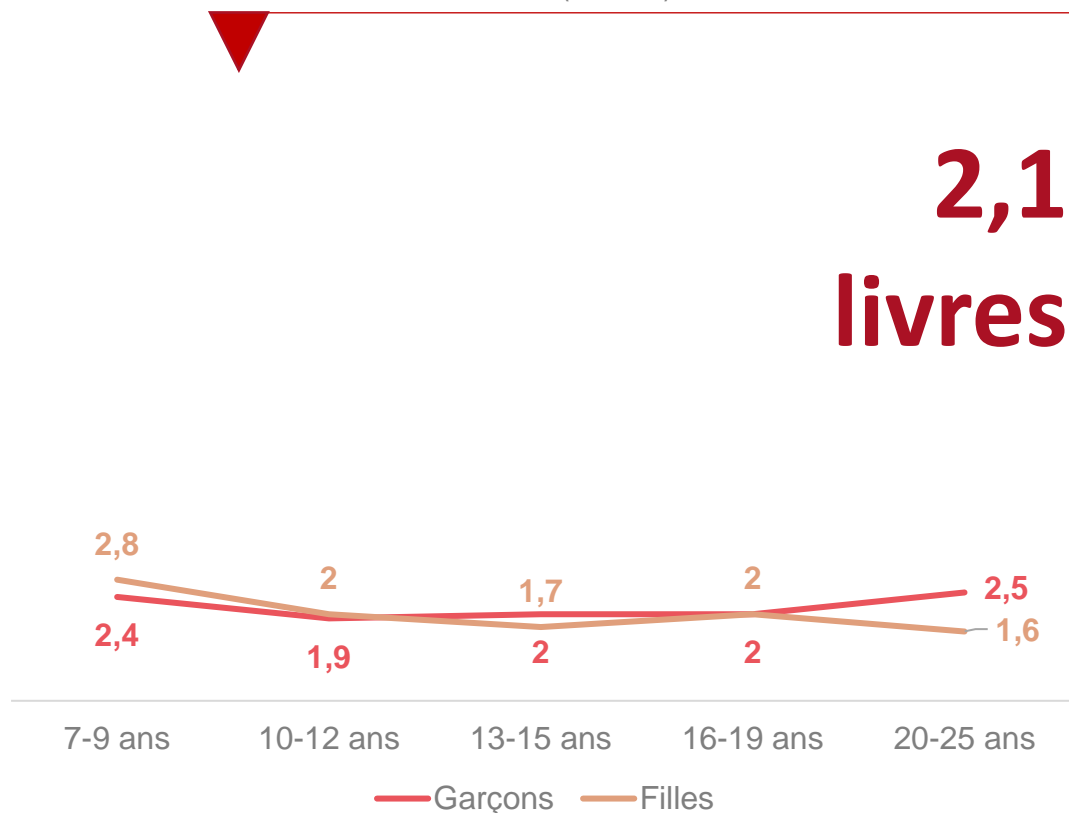
Le nombre de livres lus par obligation reste stable au fil des années, tandis que le nombre de livres lus par goût personnel dans le cadre des loisirs décline dans le temps, restant toujours supérieur chez les filles, sauf entre 16 et 19 ans (où les garçons déclarent lire plus).

Pour l'école, le travail (% Oui)

Dans le cadre des loisirs, par goût personnel (% Oui)

**2,1**  
**livres**

**5,4**  
**livres**



A grayscale photograph of a woman and a young girl sitting on a sofa, both reading books. A dog is lying on the floor next to them. The scene is cozy and domestic. A semi-transparent white horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text.

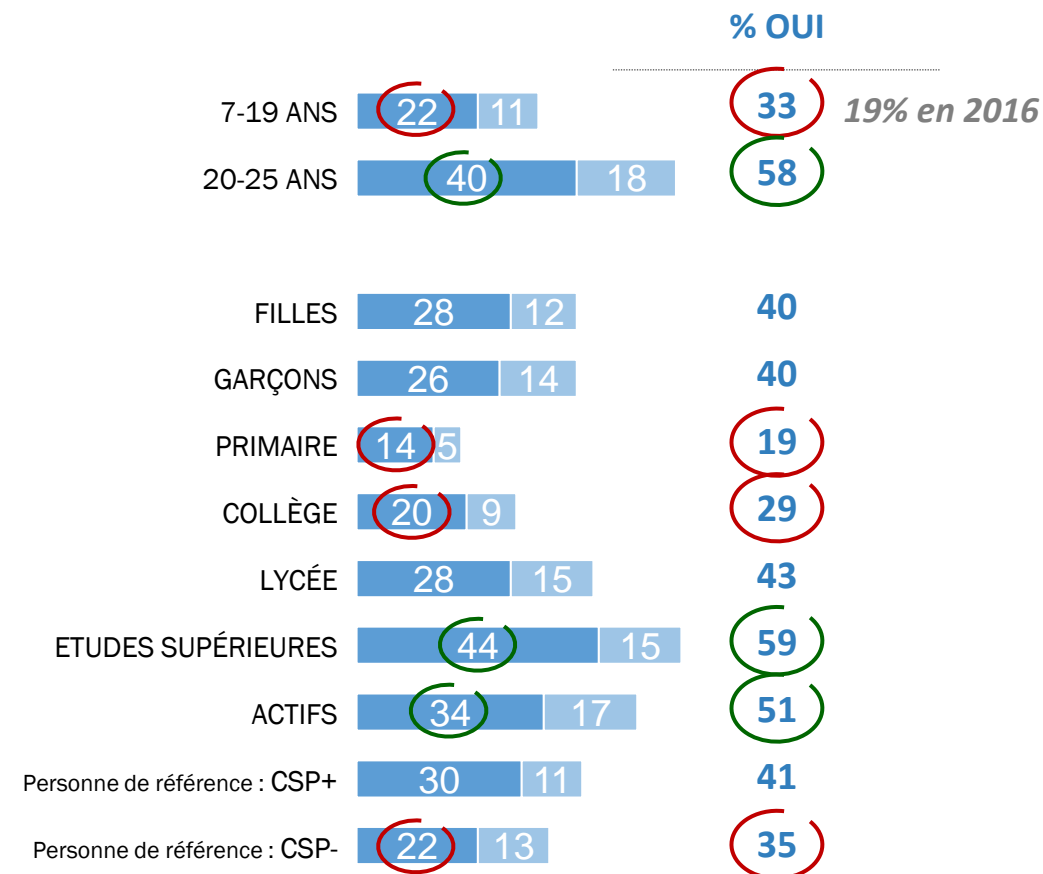
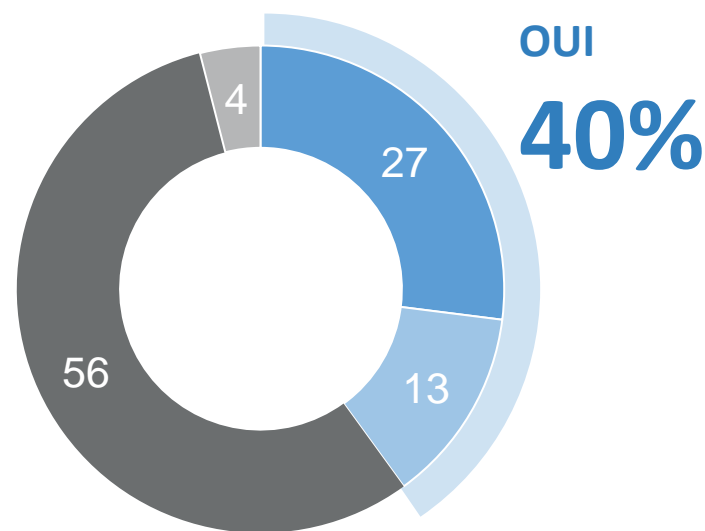
## **PARTIE 2**

---

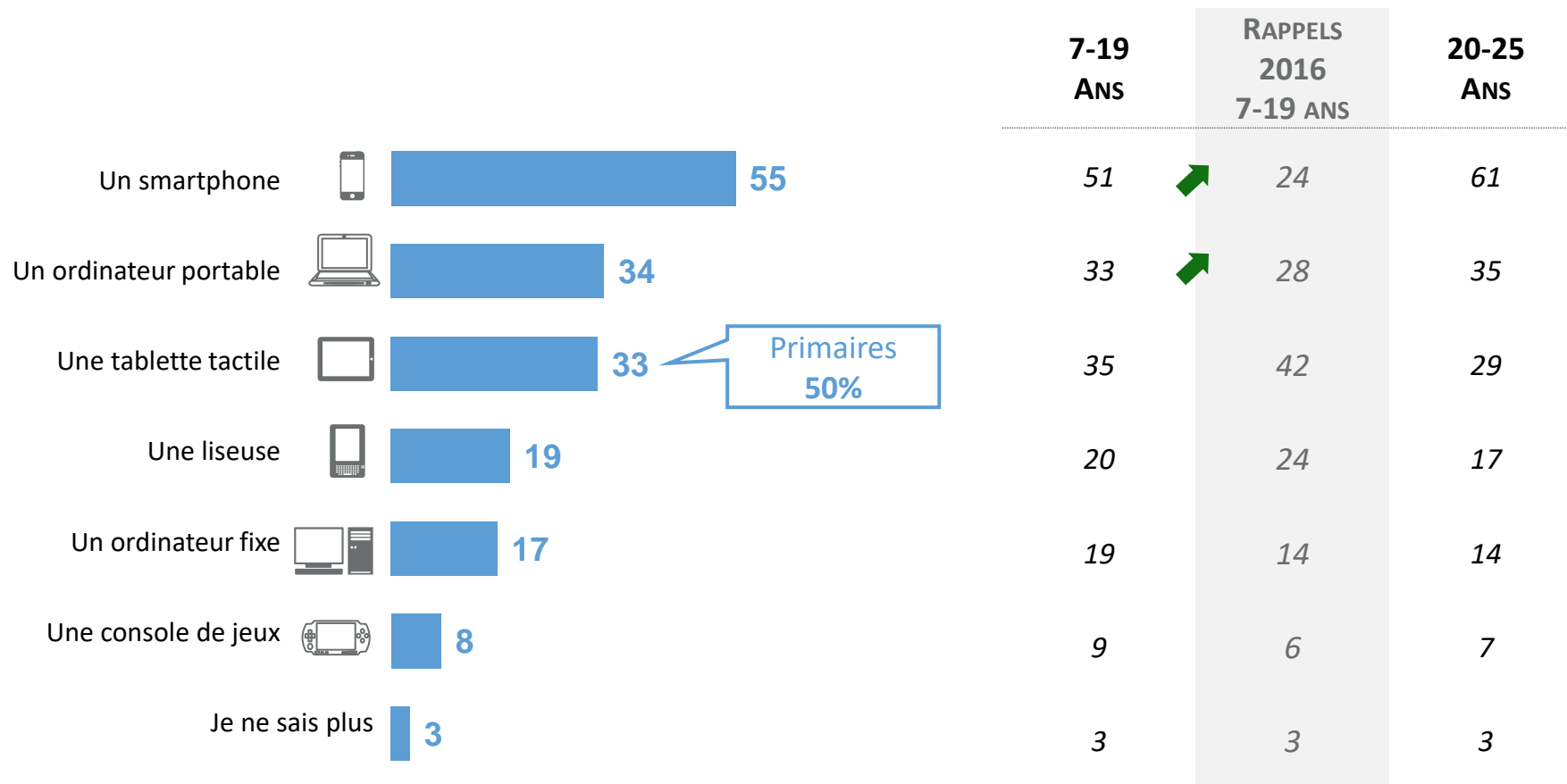
### **FOCUS SUR LES LIVRES NUMÉRIQUES**



**40% des jeunes ont déjà lu un livre numérique, avec une forte progression chez les moins de 20 ans par rapport à 2016 (+14 points) et un poids particulièrement important chez les étudiants et les actifs.**

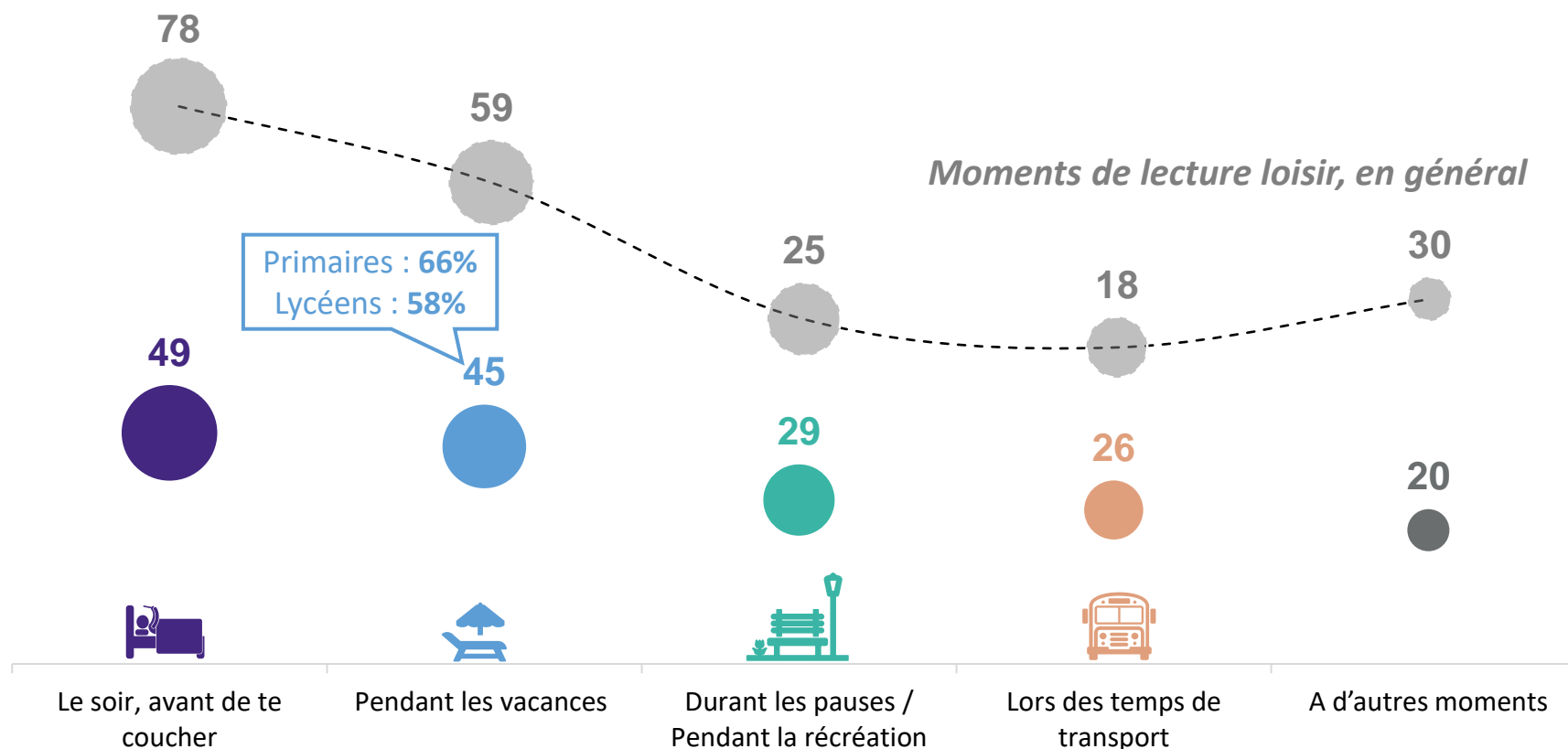


**Le smartphone est très nettement en tête des supports utilisés pour la lecture de livres numériques, loin devant la tablette ou la liseuse, et fortement en hausse par rapport à 2016 (+27 points chez les 7-19 ans).**



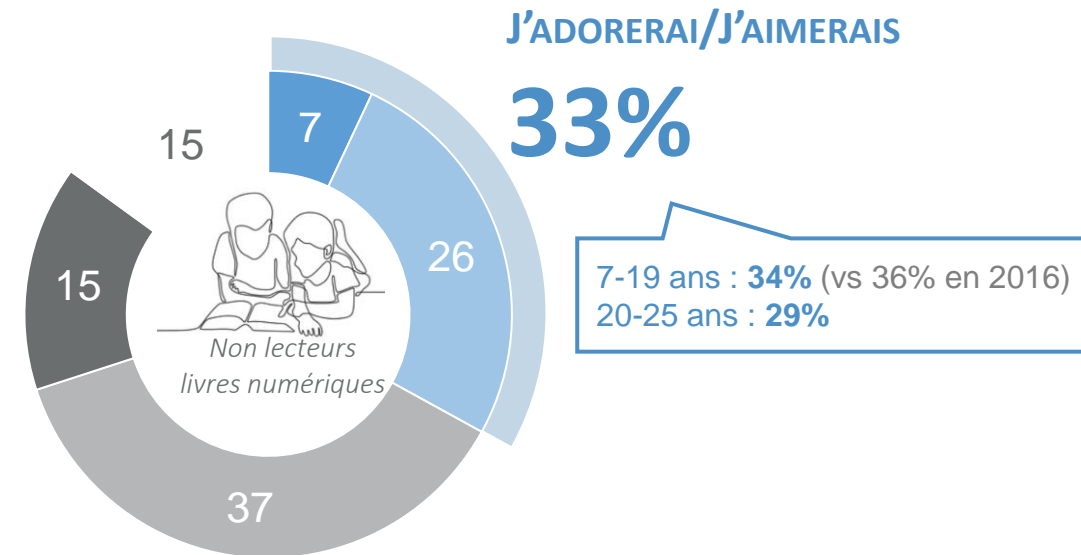
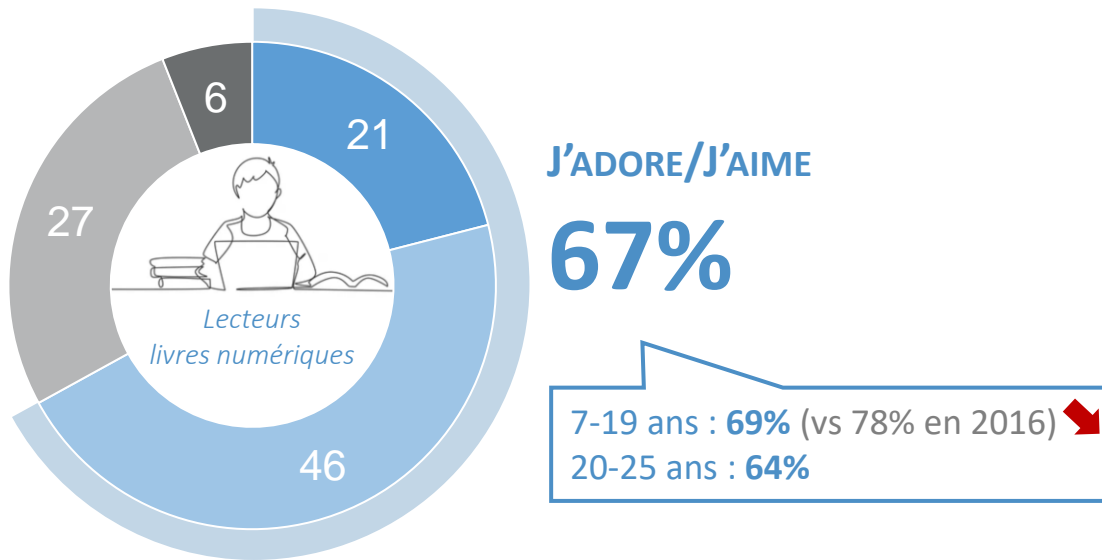
Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

**Chez ceux qui lisent des livres numériques, la lecture sur écran est courante le soir ou pendant les vacances, mais moins fortement que la lecture en général. En revanche, les transports et temps de pauses favorisent davantage la lecture sur écran.**



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

Si la lecture sur écran a convaincu deux-tiers des lecteurs de livres numériques, elle peine à attirer ceux qui n'ont jamais essayé : seul 1/3 pensent qu'ils aimeraient.



J'ADORE / J'ADORERAI    J'AIME BIEN / J'AIMERAIS BIEN    JE N'AIME PAS TROP / JE N'AIMERAIS PAS TROP    JE DÉTESTE / JE DÉTESTERAI    JE NE SAIS PAS

Question : « Et est-ce que tu aimes lire des livres sur des écrans ? »  
(base: À ceux qui ont déjà lu un livre numérique, soit 40% de l'échantillon)

Question : « Et est-ce que tu aimerais lire des livres sur des écrans ? »  
(base: À ceux qui n'ont jamais lu un livre numérique, soit 60% de l'échantillon)

A woman with long blonde hair and glasses is sitting on a sofa, reading a book. She is wearing a light-colored sweater. In the foreground, another woman with long blonde hair is also reading a book. A dog is lying on the floor next to her. The background shows a living room with a sofa and a lamp.

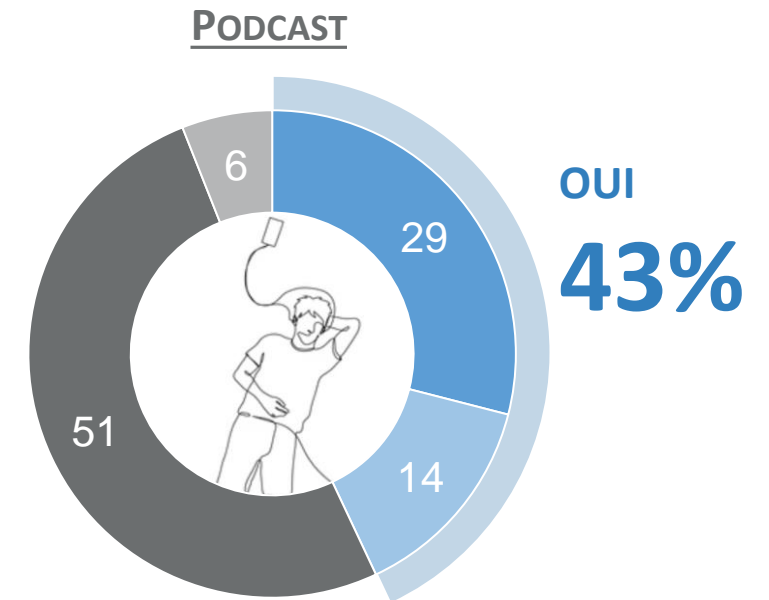
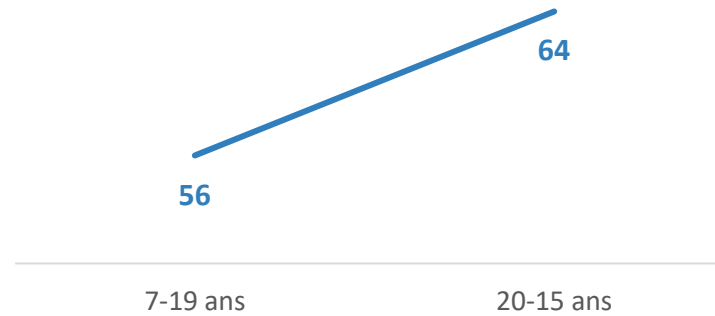
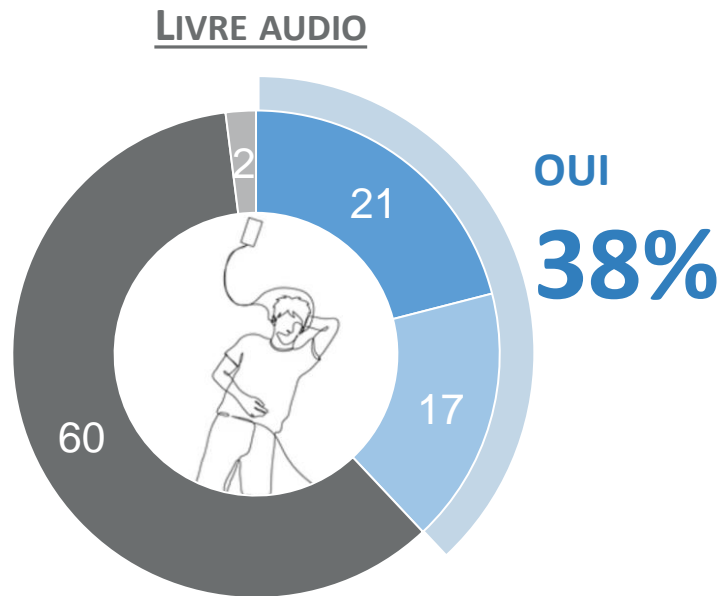
## **PARTIE 3**

### **FOCUS SUR LES LIVRES AUDIOS ET PODCASTS**

Près de 6 jeunes sur 10 ont déjà écouté un livre audio (y compris sur une boîte à histoires) ou un podcast.

A DÉJÀ ÉCOUTÉ  
UN LIVRE AUDIO ET/OU UN PODCAST

59%

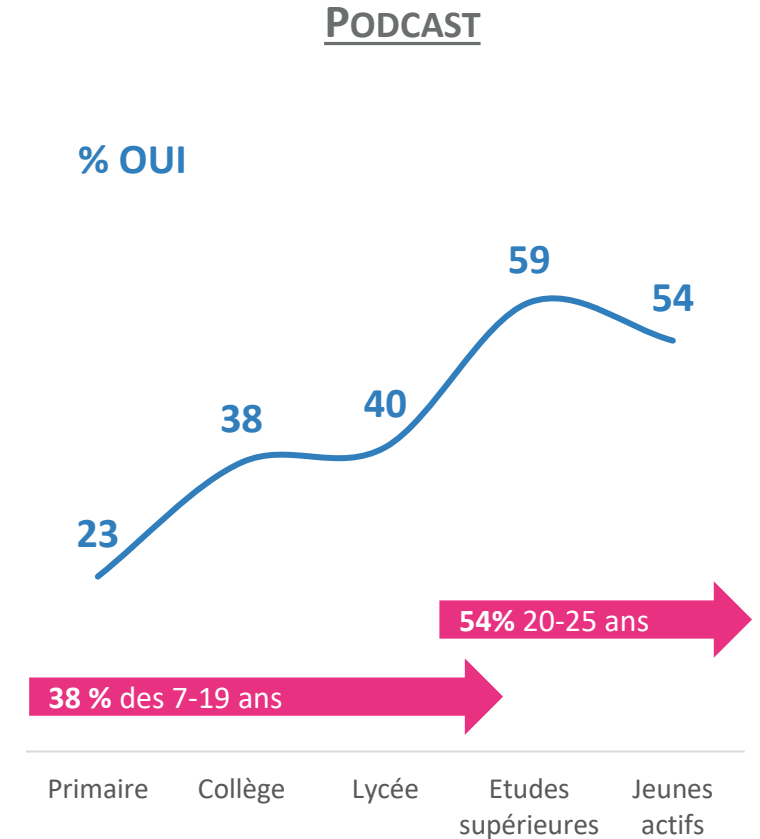
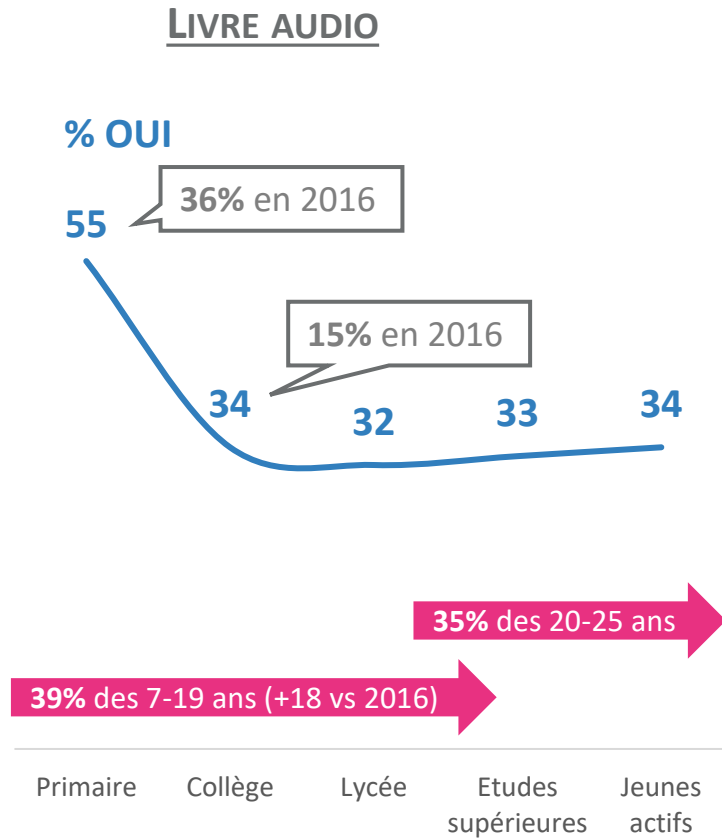


Question : « As-tu déjà écouté... Un livre audio (y compris sur une boîte à histoires\*) ? »  
(base: Ensemble)

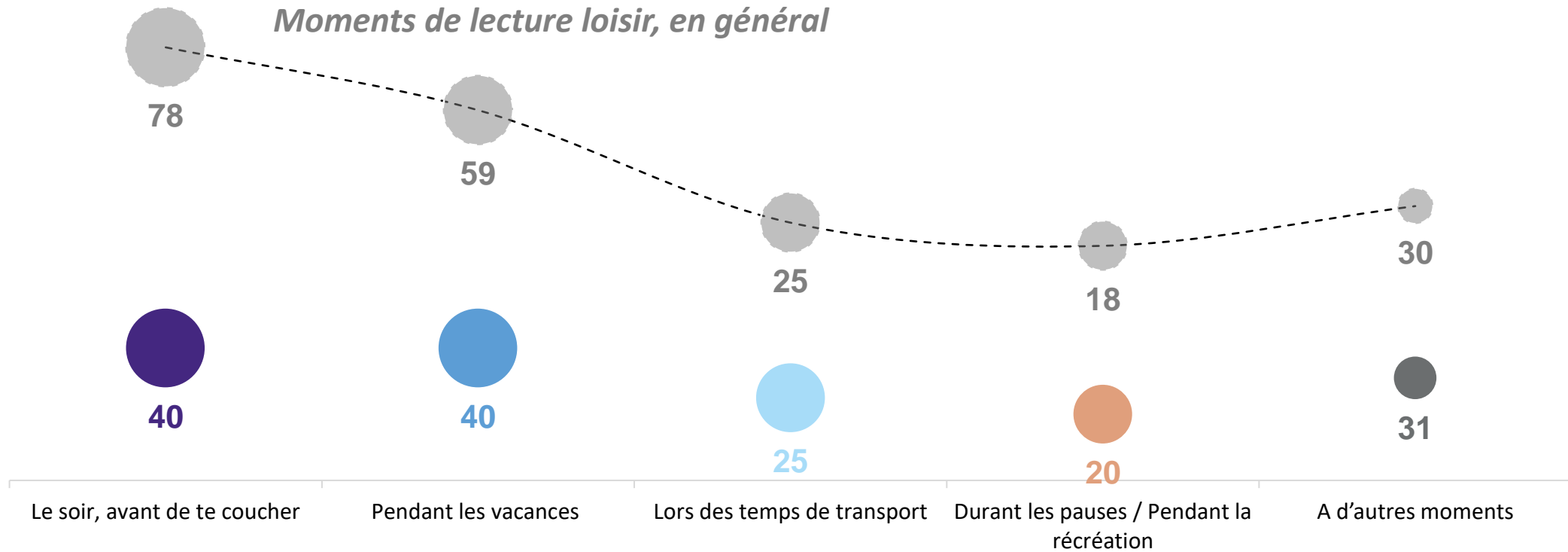
Question : « As-tu déjà écouté... Un podcast ? » (base: Ensemble)



**D'ailleurs, le livre audio enregistre une forte progression chez les 7-19 ans (+18 points vs 2016) et, en primaire, plus d'un élève sur deux en a déjà écouté un.**



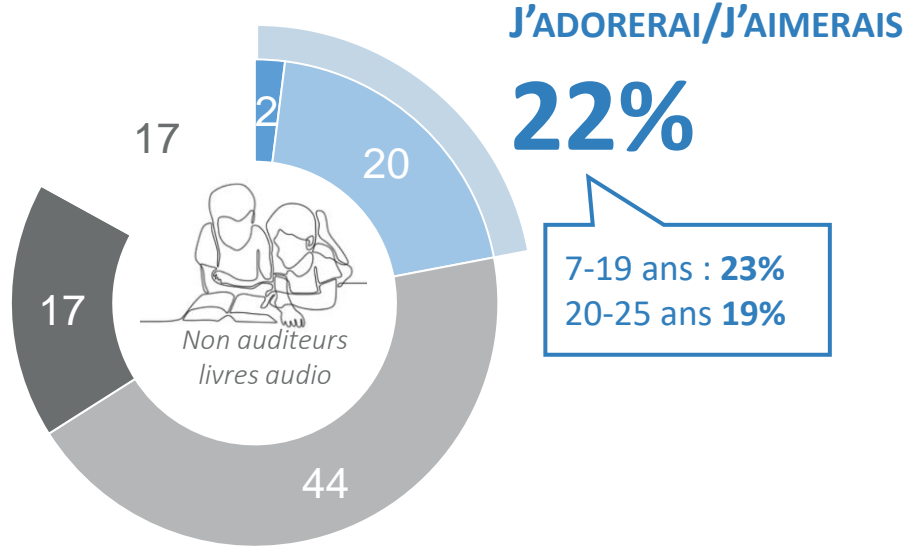
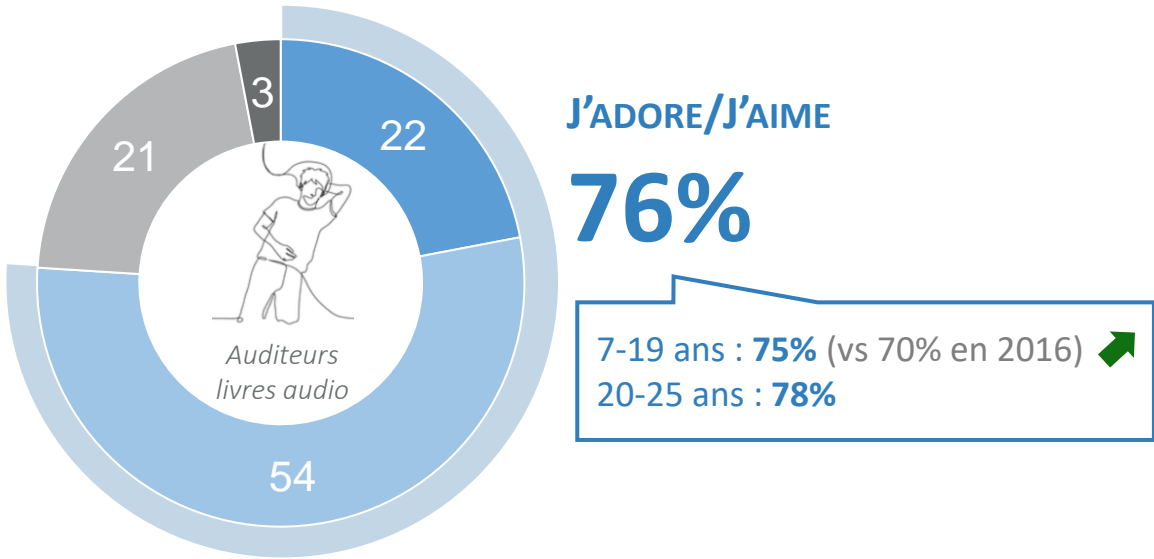
# L'écoute de livres audios ou de podcasts se fait principalement le soir ou pendant les vacances.



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



**Chez ceux qui en écoutent, les livres audios suscitent l'engouement (+5 points vs 2016), mais ont encore du mal à éveiller l'intérêt des autres : moins d'un sur quatre aimerait en écouter.**



J'ADORE / J'ADORERAI | J'AIME BIEN / J'AIMERAIS BIEN | JE N'AIME PAS TROP / JE N'AIMERAIS PAS TROP | JE DÉTESTE/ JE DÉTESTERAIS | JE NE SAIS PAS

Question : « Et est-ce que tu aimes écouter des livres audio ? »  
(base: à ceux qui ont déjà écouté un livre audio, soit 59% de l'échantillon)

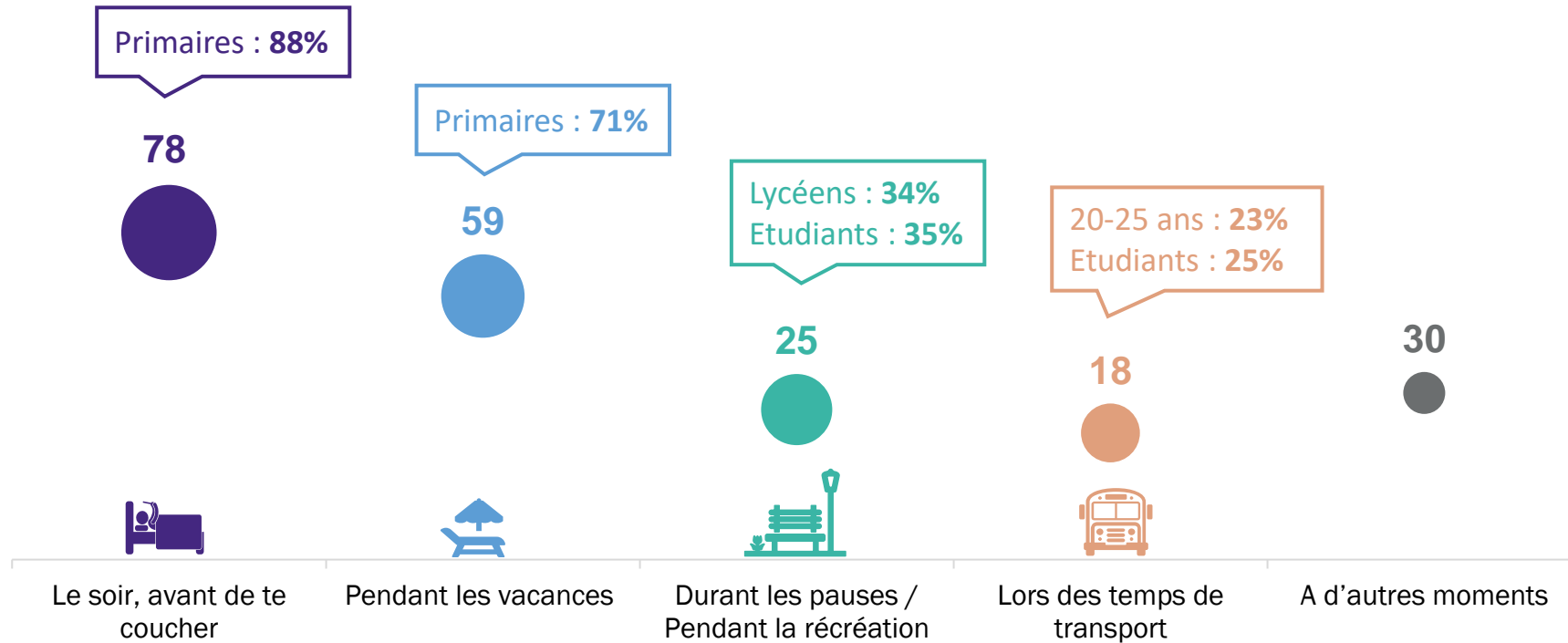
Question : « Et est-ce que tu aimerais écouter des livres audio ? »  
(base: À ceux qui n'ont jamais écouté un livre audio, soit 41% de l'échantillon)

A woman with long blonde hair and glasses is sitting on a couch, reading a book. She is wearing a white sweater. In the background, there is a Christmas tree decorated with lights and ornaments. The scene is dimly lit, suggesting an evening or indoor lighting. The overall atmosphere is cozy and focused on the act of reading.

## **PARTIE 4**

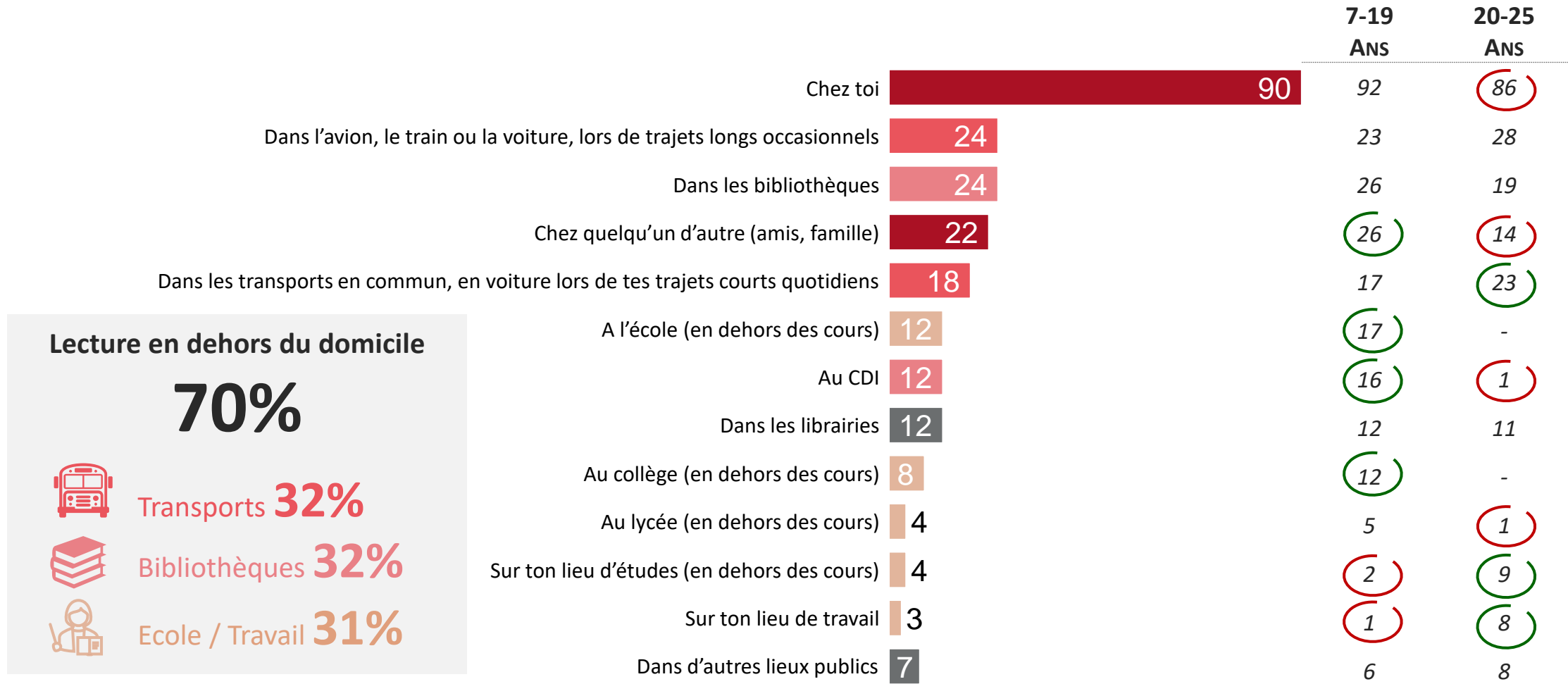
### **LA LECTURE DANS LE CADRE DES LOISIRS : COMPORTEMENTS DE LECTURE ET PERCEPTION**

**Le rituel de lecture au moment de se coucher est bien ancré chez les jeunes, puisque 78% des lecteurs loisirs (88% en primaire) lisent à ce moment là. Pour les étudiants, les pauses et temps de transports sont aussi des moments privilégiés.**



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

Si le domicile reste le lieu privilégié par la quasi-totalité des jeunes pour lire, les transports, les bibliothèques et les lieux où ils passent leurs journées (école, travail) occupent une place importante.



Lecture en dehors du domicile

70%



Transports 32%



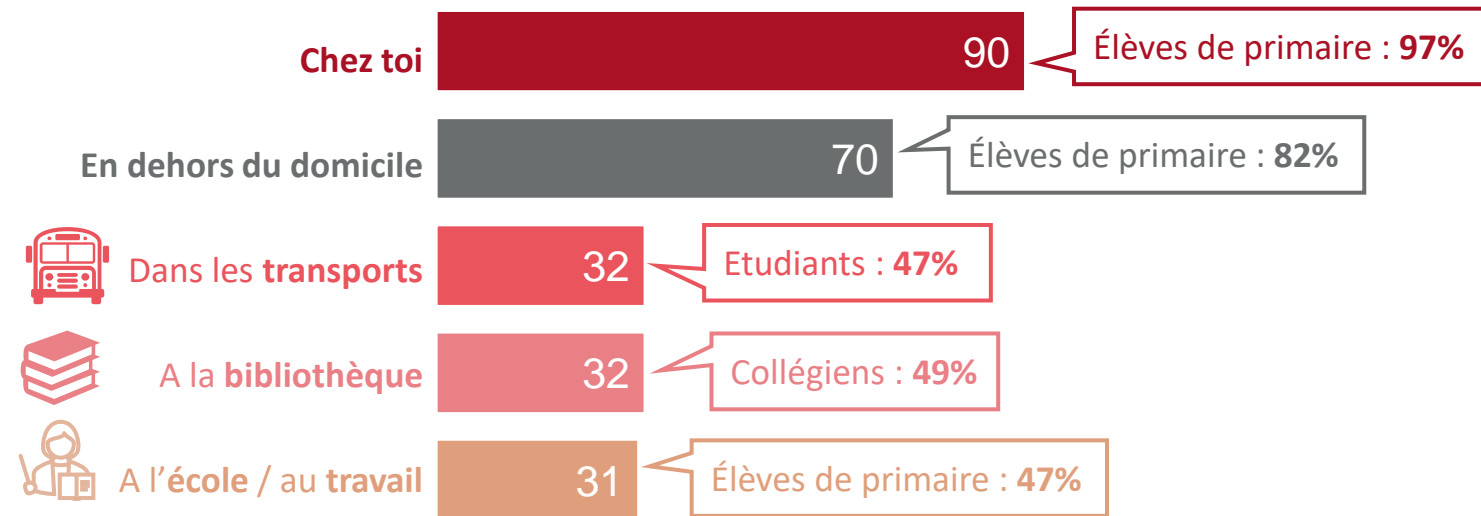
Bibliothèques 32%



Ecole / Travail 31%

Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

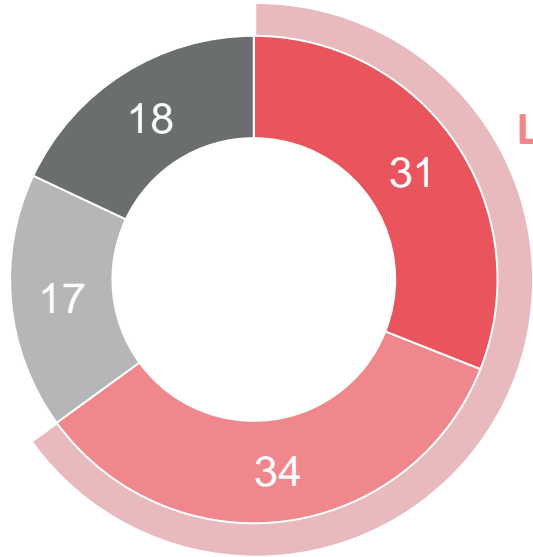
## Ces lieux privilégiés pour la lecture évoluent selon les stades de vie : les étudiants lisent davantage dans les transports (trajets longs occasionnels, transports en commun) que les écoliers, collégiens ou lycéens.



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



**Dans le cadre de leurs loisirs, plus de 4 lecteurs sur 5 lisent au moins 1 fois par semaine, près du tiers lisant tous les jours ou presque, et c'est encore plus vrai en primaire et chez les moins de 20 ans (en nette hausse par rapport à 2016).**



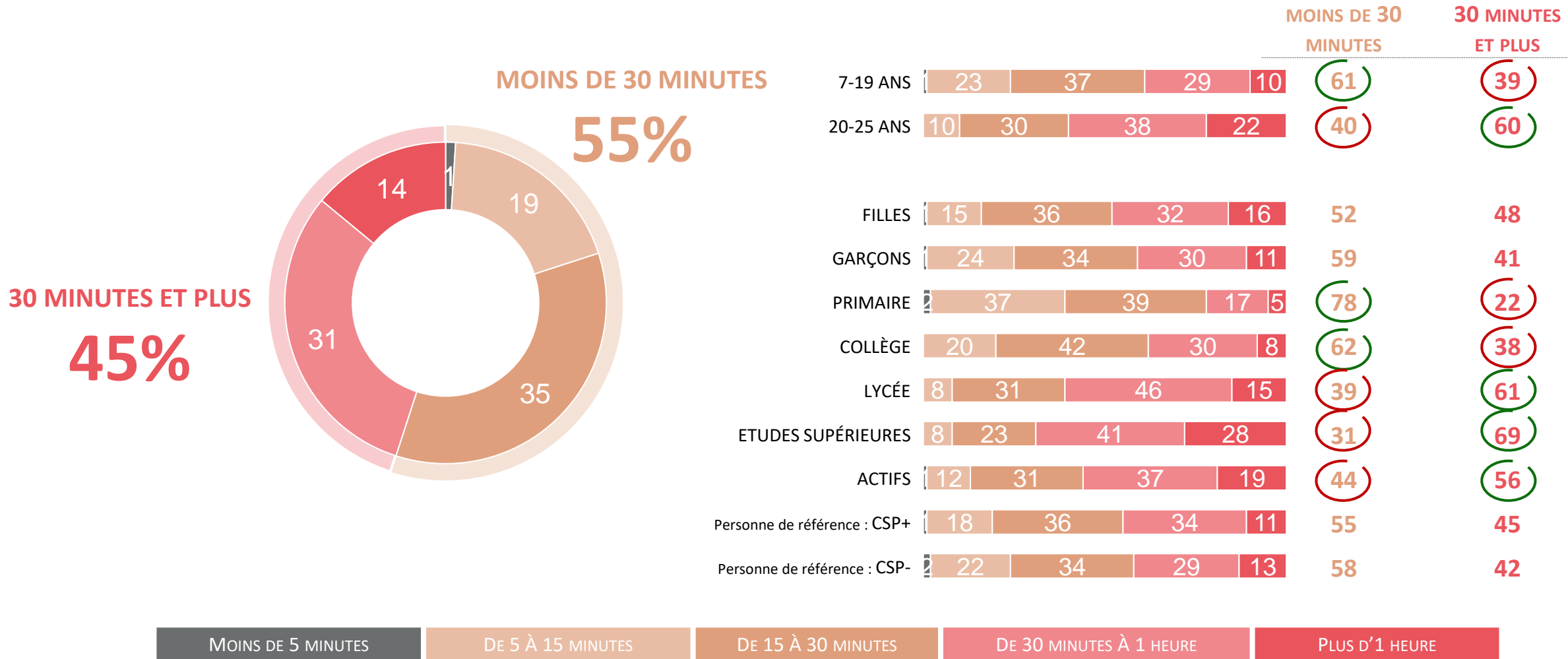
**LISENT PLUSIEURS FOIS PAR SEMAINE**  
**65%**

**ST PLUSIEURS FOIS PAR SEMAINE**

Catégorie	Tous les jours ou presque	2 à 3 fois par semaine	Une fois par semaine	Moins souvent	Total	2016
7-19 ANS	36	32	16	16	68	54% en 2016
20-25 ANS	17	38	21	24	55	
FILLES	35	30	17	18	65	
GARÇONS	27	37	17	19	64	
PRIMAIRE	53	32	9	6	85	
COLLÈGE	36	35	14	15	71	
LYCÉE	25	24	23	28	49	
ETUDES SUPÉRIEURES	18	37	22	23	55	
ACTIFS	20	36	19	25	56	
Personne de référence : CSP+	36	33	18	13	69	
Personne de référence : CSP-	29	35	15	21	64	

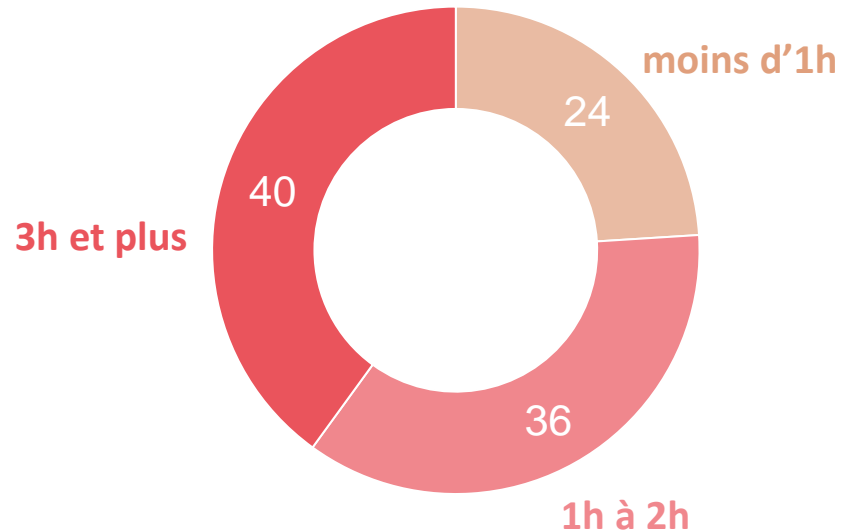


**Le temps de lecture continue progresse avec l'âge :  
s'il est inférieur à 30 minutes pour une grande partie des moins de 20 ans,  
la majorité des 20-25 ans lit 30 minutes ou plus « sans s'arrêter ».**



**En moyenne, les jeunes lisent 3h14 par semaine (+13 min. chez les 7-19 ans vs 2016). Les filles, les lycéens et étudiants sont ceux qui passent le plus de temps à lire. A l'inverse, les garçons et les foyers moins favorisés passent moins de 3h à lire dans la semaine.**

Temps moyen à lire par semaine  
**3h14**



TEMPS MOYEN À LIRE

Catégorie	22	37	41	Temps moyen	vs 2016
7-19 ANS	22	37	41	3h18	vs 3h05 en 2016
20-25 ANS	27	35	38	3h02	
FILLES	22	34	44	3h36	
GARÇONS	25	40	35	2h48	
PRIMAIRE	22	37	41	3h02	
COLLÈGE	19	39	42	3h16	
LYCÉE	25	38	37	4h02	
ETUDES SUPÉRIEURES	20	35	45	3h38	
ACTIFS	27	34	39	3h01	
Personne de référence : CSP+	20	33	47	3h44	
Personne de référence : CSP-	26	40	34	2h48	

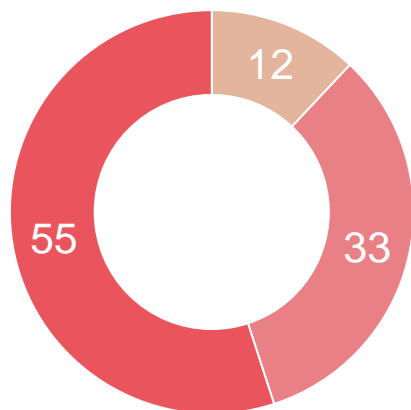


Par comparaison, les jeunes affirment passer en moyenne 3h50 par jour devant un écran, dont 2h50 sur Internet.



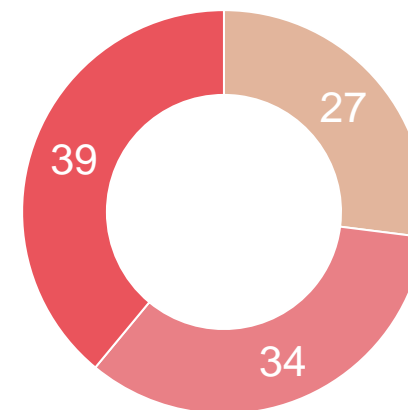
Temps moyen passé devant un écran

**3h50 par jour**



Temps moyen passé sur Internet

**2h50 par jour**



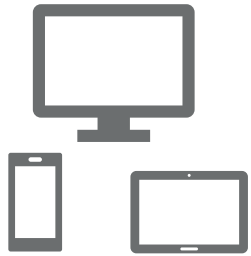
MOINS D'UNE HEURE

1 À 2 HEURES

3 HEURES ET PLUS

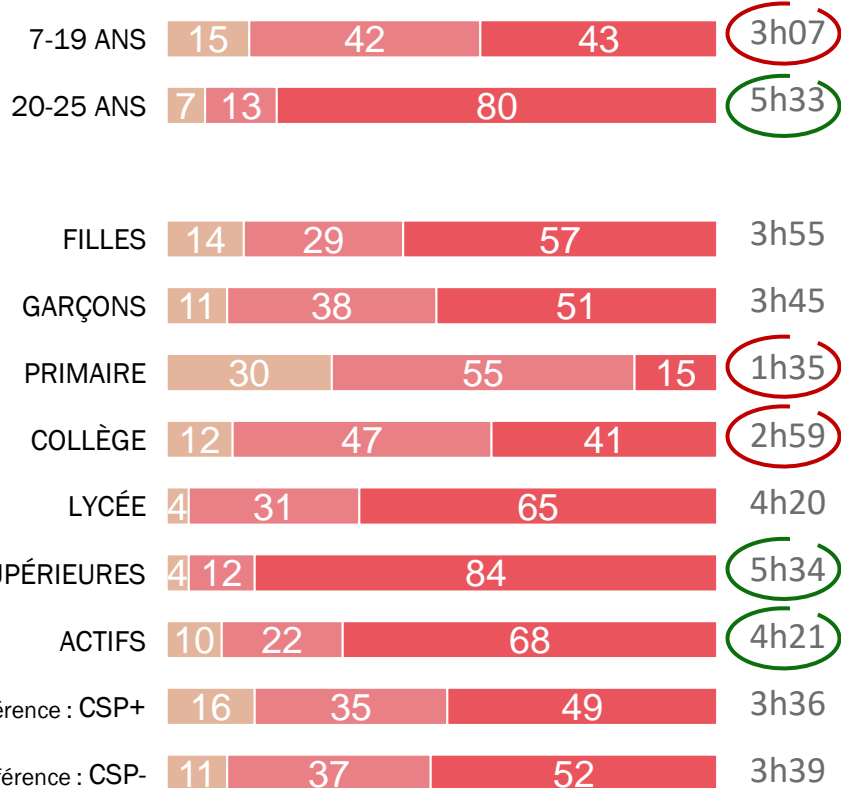
Question : « En moyenne, combien de temps passes-tu devant un écran chaque jour (que ce soit un smartphone, la télévision, une tablette, un ordinateur, une console ou tout autre écran) ? » / « En moyenne, combien de temps passes-tu sur Internet chaque jour ? »  
(base: Ensemble)

**Ce temps quotidien consacré à Internet ou aux écrans varie fortement (selon âges, stades de vie), pour atteindre un point culminant chez les plus de 20 ans et les étudiants : plus de 5h sur écran. Le point de bascule se situe au collège et progresse continuellement jusqu'à la vie active.**



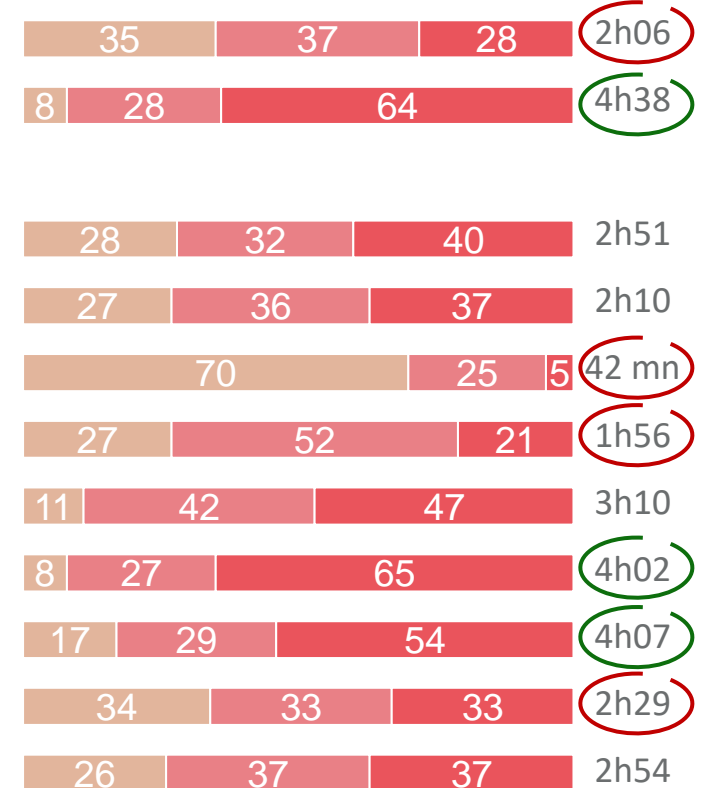
**devant un écran**

TEMPS MOYEN



**sur Internet**

TEMPS MOYEN

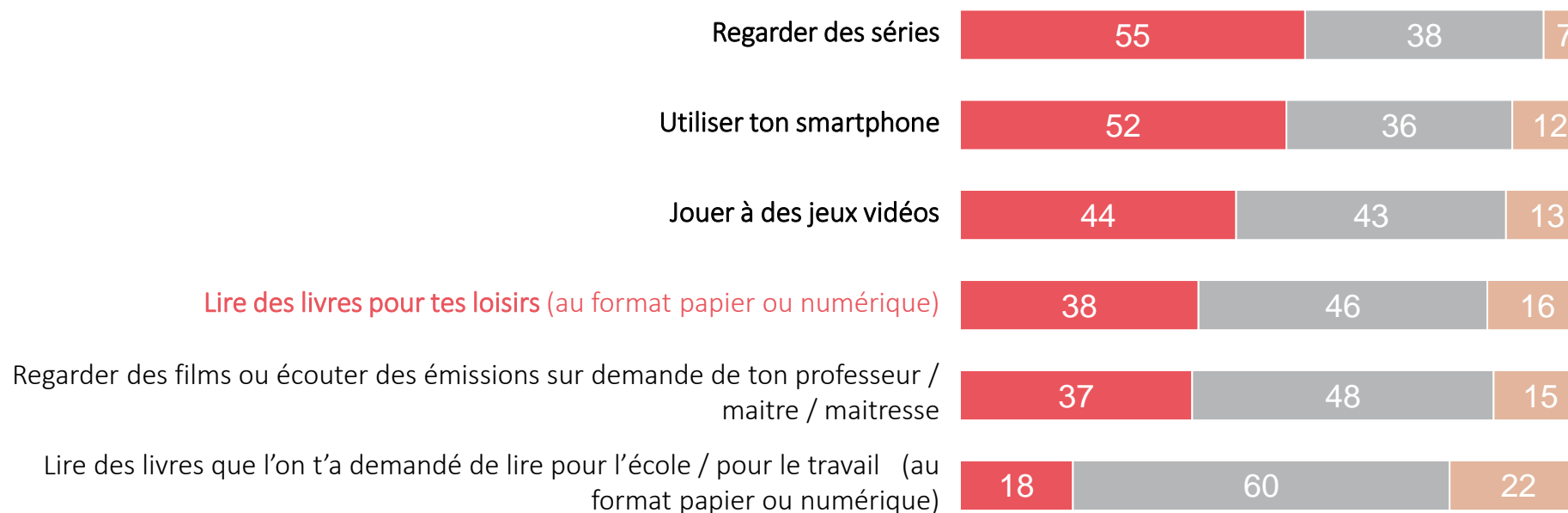


MOINS D'UNE HEURE

1 À 2 HEURES

3 HEURES ET PLUS

**Si plus du tiers des jeunes affirment avoir lu davantage pendant les confinements, le contexte de pandémie a nettement plus profité aux écrans, pour regarder des séries, utiliser les smartphones et jouer aux jeux vidéos.**



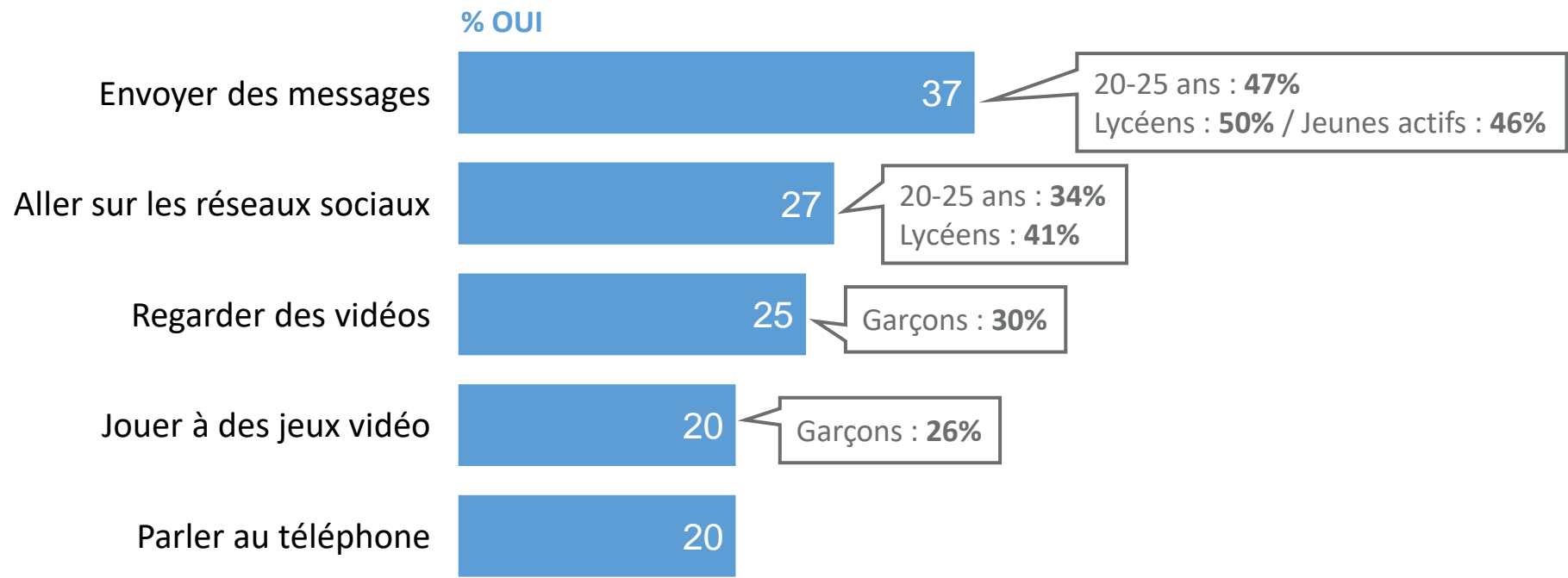
**Cette progression des écrans pendant les confinements est plus nette chez les 20-25 ans, en études supérieures ou actifs, que chez les plus jeunes (notamment les écoliers).**

		ENSEMBLE	7-19 ANS	20-25 ANS	FILLES	GARÇONS	PRIMAIRE	COLLÈGE	LYCÉE	ÉTUDES SUPÉRIEURES	ACTIFS
<b>Plus %</b>											
<b>Regarder des séries</b>	<b>55</b>	52	63	59	52	40	51	62	68	60	
<b>Utiliser ton smartphone</b>	<b>52</b>	46	65	51	52	16	50	73	73	58	
<b>Jouer à des jeux vidéos</b>	<b>44</b>	44	46	32	56	35	49	49	48	42	

Par ailleurs, les jeunes sont nombreux à faire autre chose en même temps qu'ils lisent, notamment envoyer des messages (plus d' 1/3) ou aller sur les réseaux sociaux (plus d'1/4). C'est particulièrement vrai chez les 20-25 ans, les lycéens et les actifs.

47%

DES JEUNES FONT SOUVENT AUTRE CHOSE EN MÊME TEMPS QU'ILS LISENT  
23% DES ÉLÈVES DE PRIMAIRE VS 59% DES LYCÉENS



A woman with long blonde hair is sitting on a dark leather sofa, reading a book. She is wearing a grey and white striped sweater. In the foreground, another woman with long blonde hair is sitting on the floor, also reading a book. She is wearing a white sweater with lace sleeves and dark pants. A large dog, possibly a Weimaraner, is lying on the floor next to her, looking towards the camera. In the background, there is a Christmas tree decorated with ornaments and lights. The scene is set in a cozy living room with a light-colored rug and a white wall.

## **PARTIE 5**

---

## **GENRES DE LIVRES LUS ET PRÉFÉRÉS**

**En matière de genre littéraire, la BD devance désormais le roman chez les 7-19 ans. Sur cette tranche d'âge, plus d'un lecteur sur deux lit de la BD et, en ajoutant les mangas et comics, ils sont même plus des 3/4.**

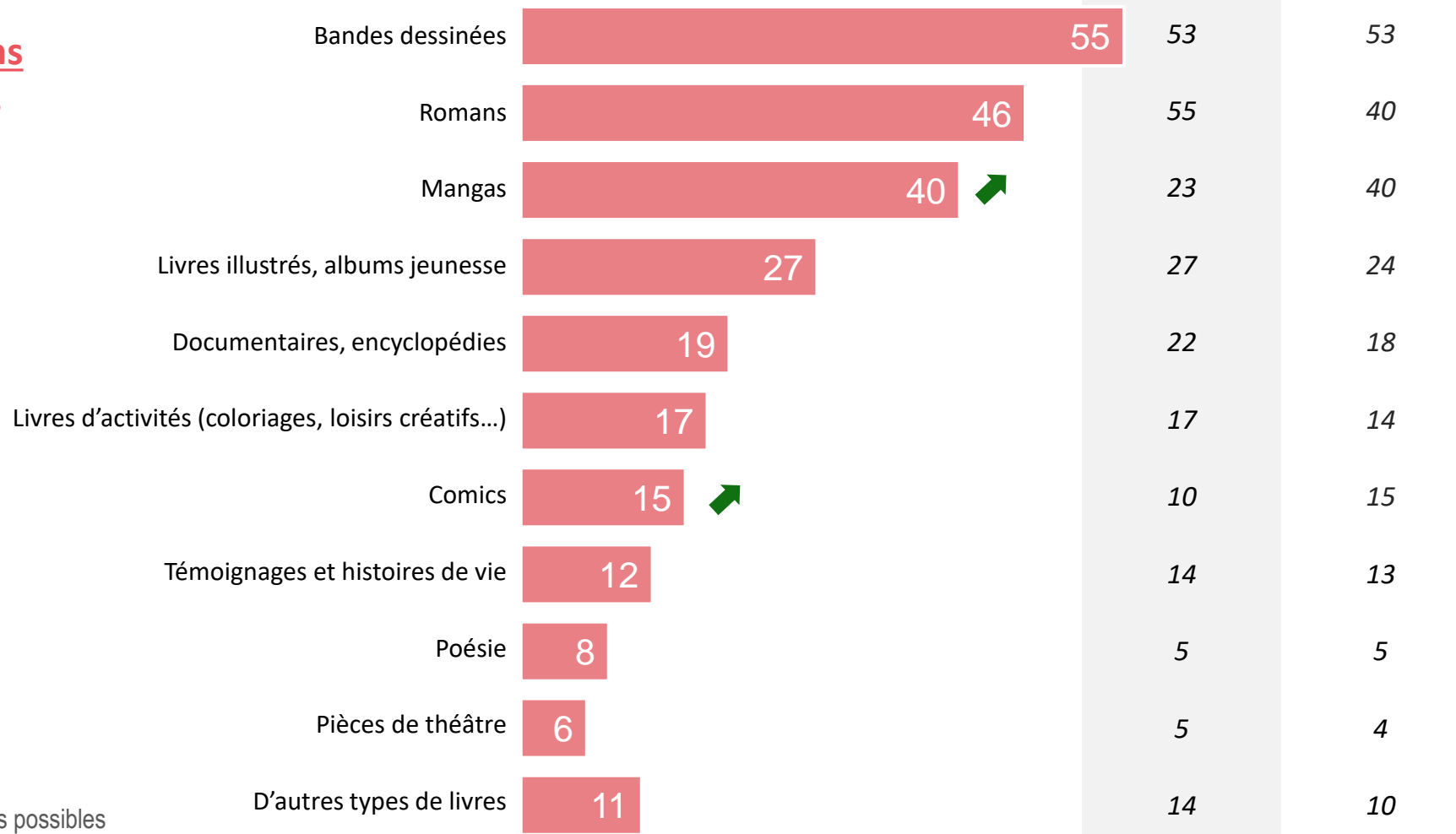


Aux lecteurs loisirs de 7 à 19 ans

**livres lus par les 7-19 ans**  
**ST BD/mangas/comics**

**73%**

(vs 64% en 2016)

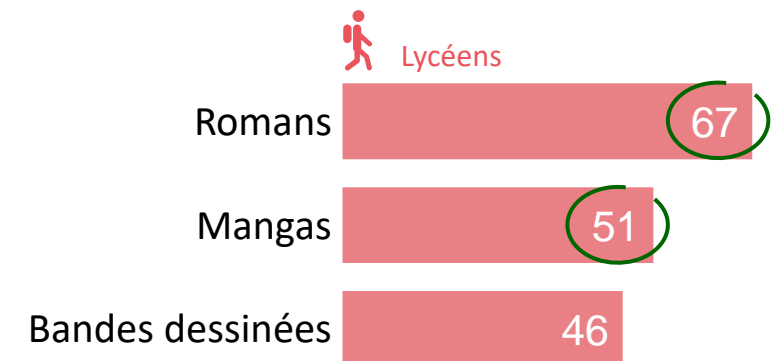
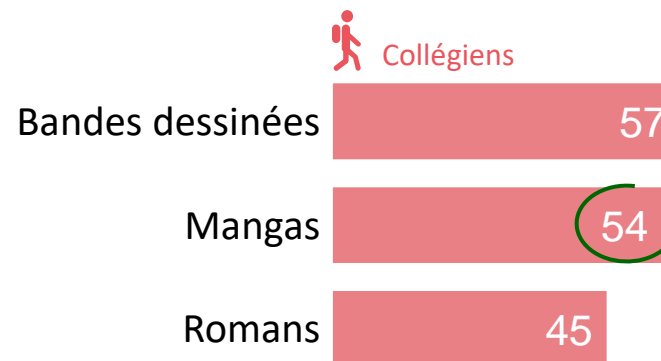
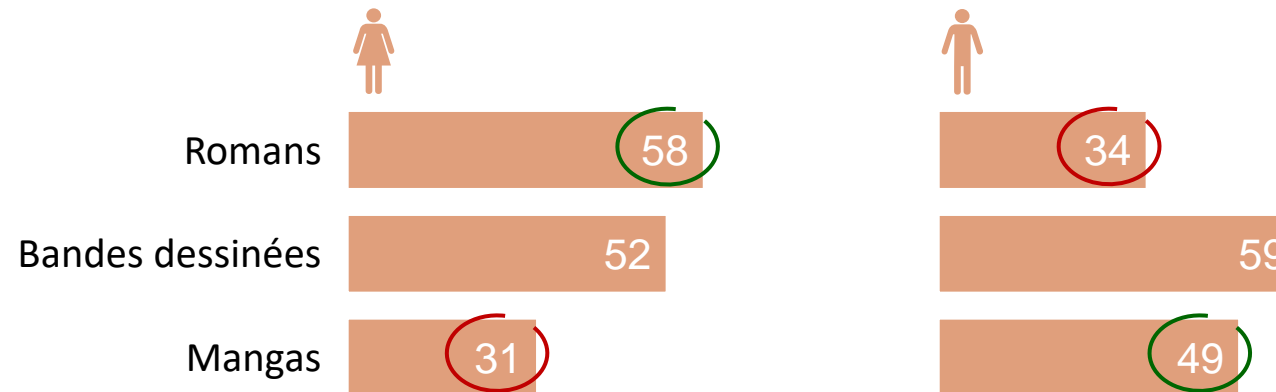


Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

# Chez les 7-19 ans, les filles et les lycéens lisent davantage de romans, tandis que les garçons, les écoliers et collégiens privilégient les BD et mangas.



Aux lecteurs loisirs de 7 à 19 ans



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

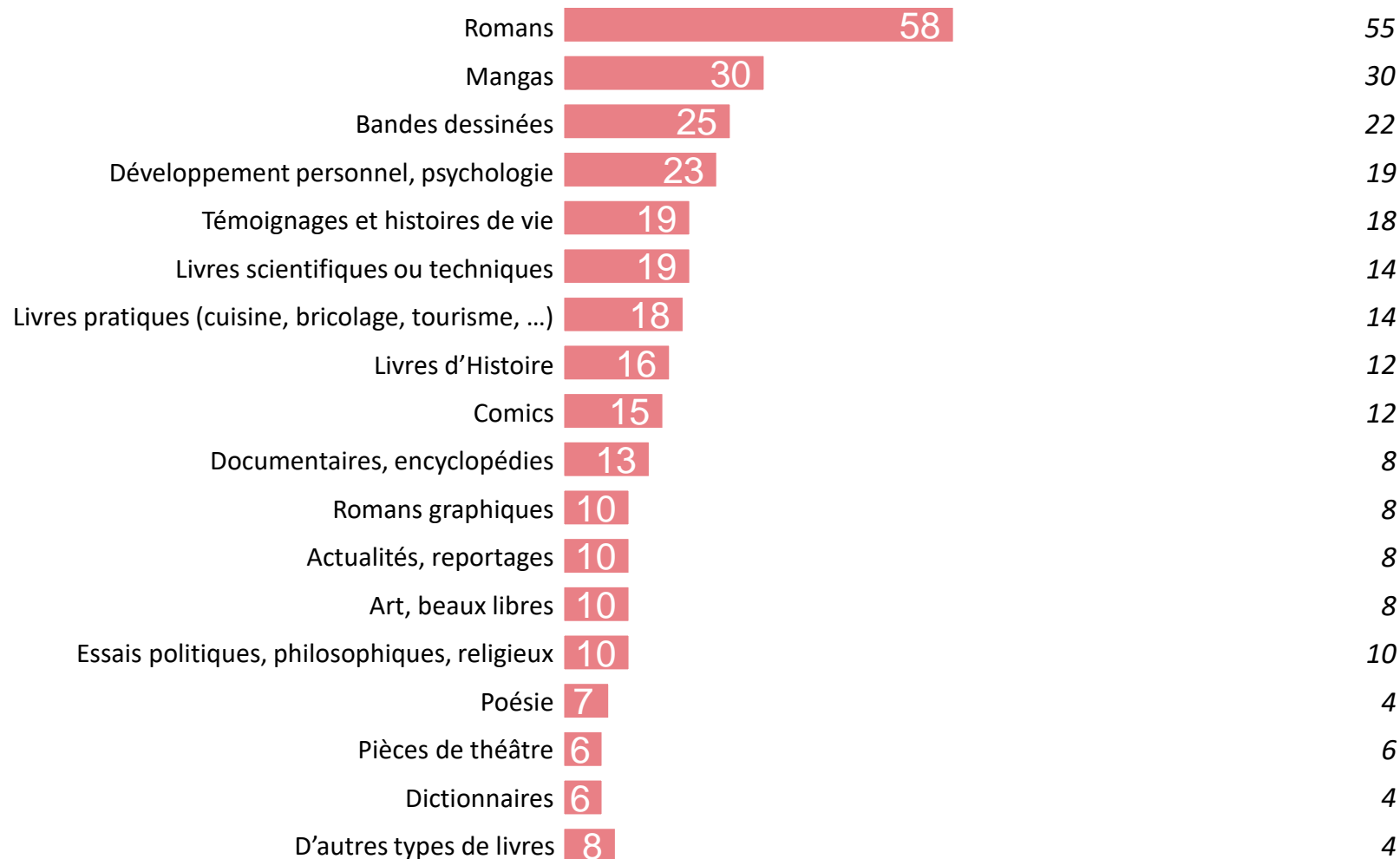


## En revanche, chez les 20-25 ans, les romans restent privilégiés, suivis par les mangas et les bandes dessinées.

livres lus par les 20-25 ans

ST BD/mangas/comics

**47%**



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



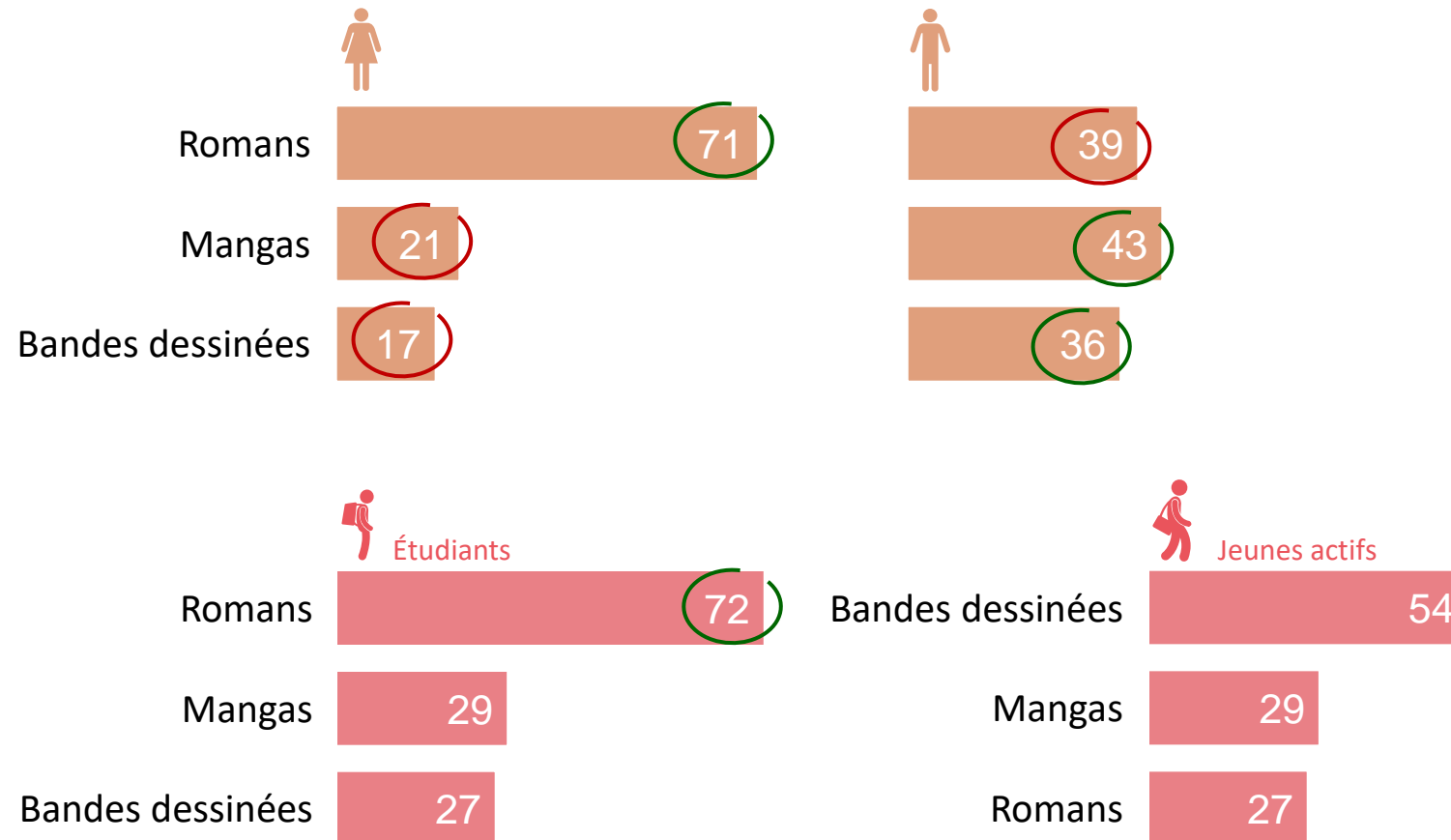
Aux lecteurs loisirs  
de 20 à 25 ans

TYPES DE LIVRES PRÉFÉRÉS

## Chez les 20-25 ans, les écarts se creusent : cette prédominance du roman est surtout vraie chez les filles et les étudiants.

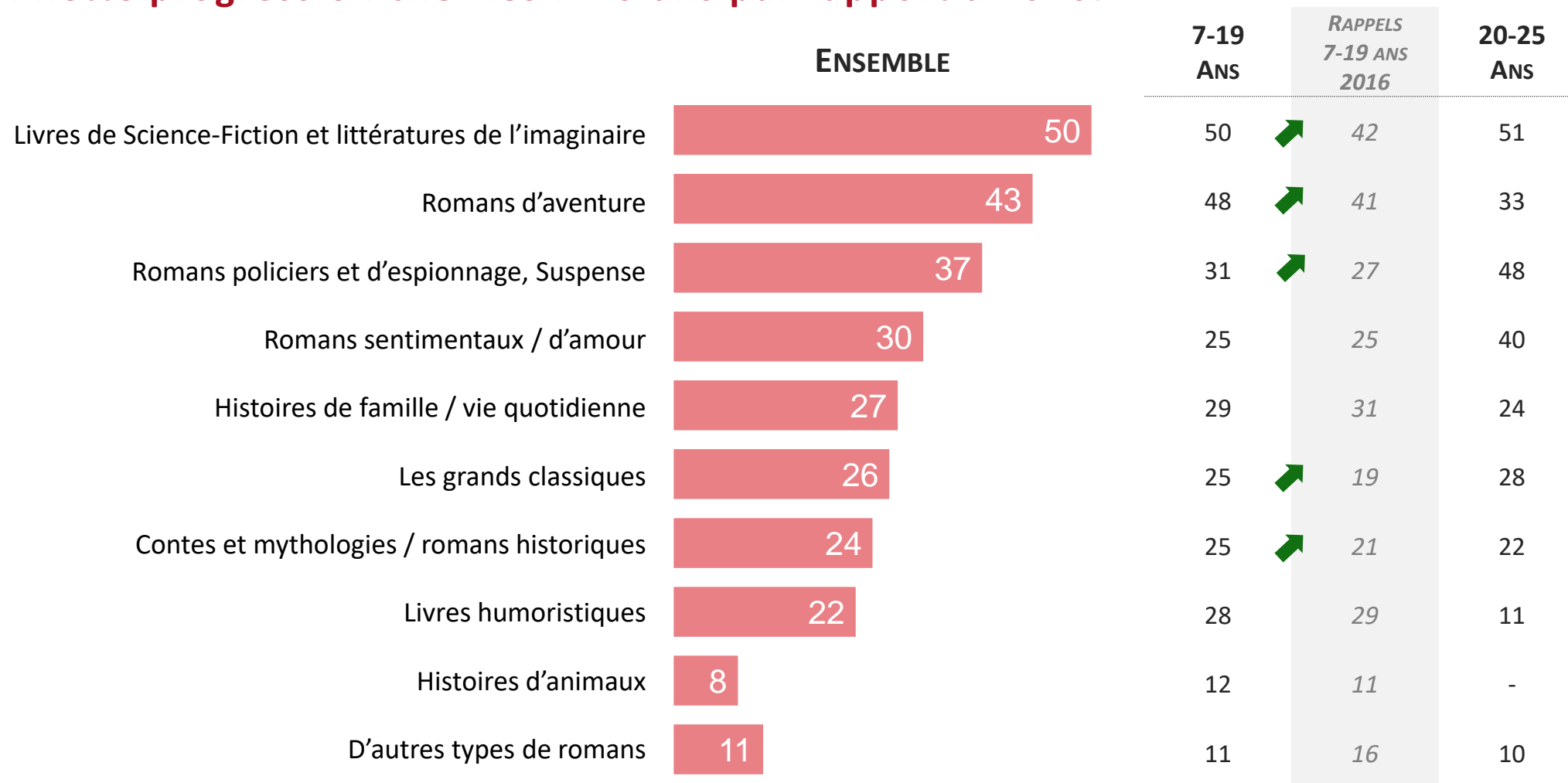


Aux lecteurs loisirs  
de 20 à 25 ans



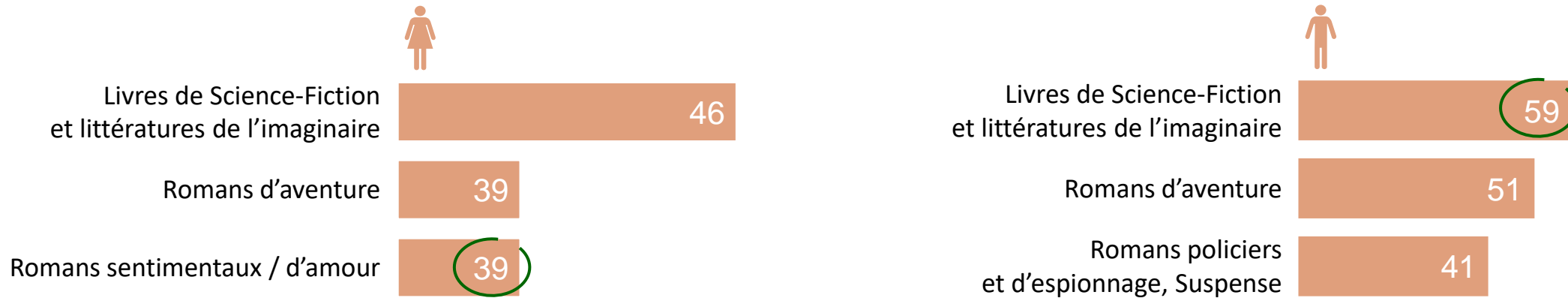
Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

# Au sein des romans, les livres de science-fiction et les littératures de l'imaginaire, tout comme les romans d'aventure, ont toujours le vent en poupe et sont même en nette progression chez les 7-19 ans par rapport à 2016.



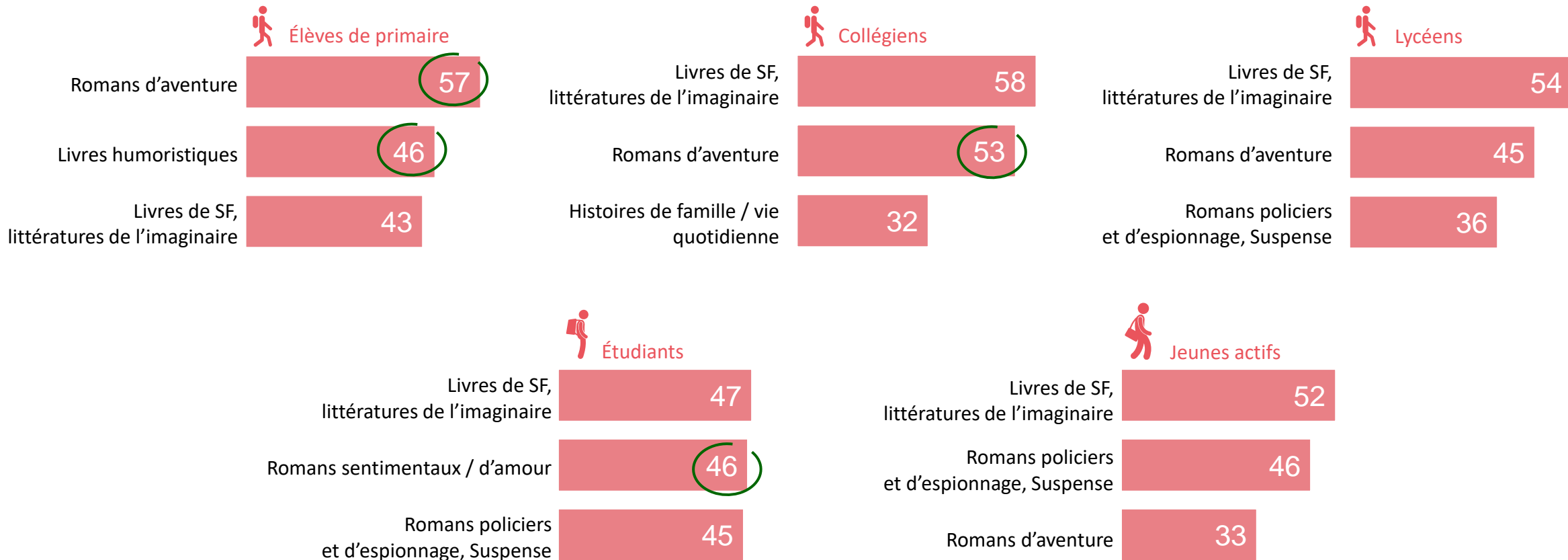
Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

Si les livres de SF et les littératures de l'imaginaire arrivent en tête chez les filles, elles en lisent nettement moins que les garçons, ayant aussi le goût d'autres genres (romans sentimentaux, histoires de famille, vie quotidienne).



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

# Les livres de SF et les littératures de l'imaginaire sont privilégiés par tous, sauf par les primaires, pour qui les romans d'aventures priment sur les autres types de romans lus.



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

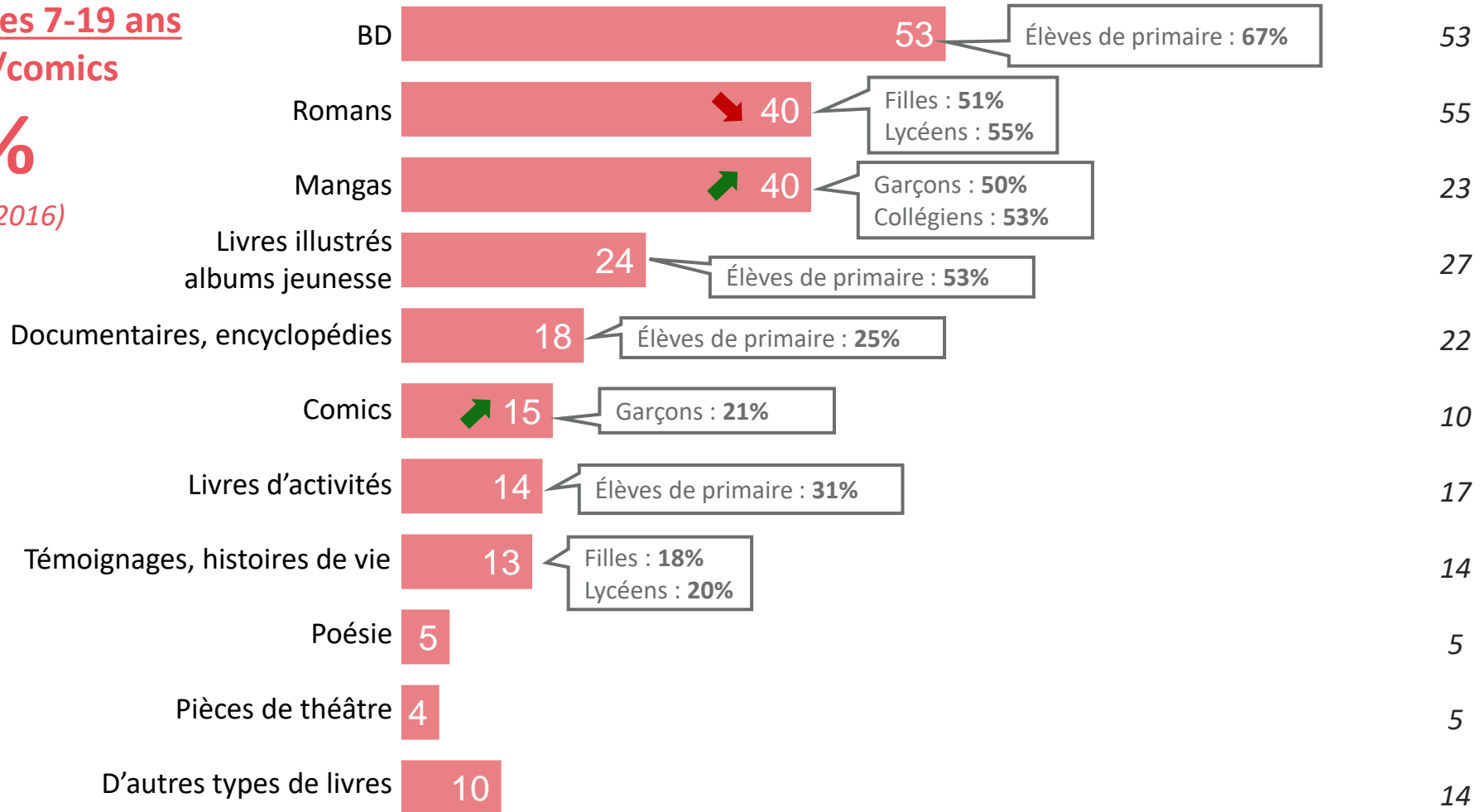
Dans les livres qu'ils lisent, les romans et BD sont les livres préférés des 7-19 ans ; le roman ne devançant les BD qu'à partir du lycée et chez les filles.



Aux lecteurs loisirs de 7 à 19 ans

livres préférés des 7-19 ans  
BD/mangas/comics

**72%**  
(vs 64% en 2016)



RAPPELS 2016  
7-19 ANS

Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

Question : « Quels sont les types de livres que tu préfères lire dans le cadre de tes loisirs ? » (base: Aux lecteurs loisirs de 7 à 19 ans)

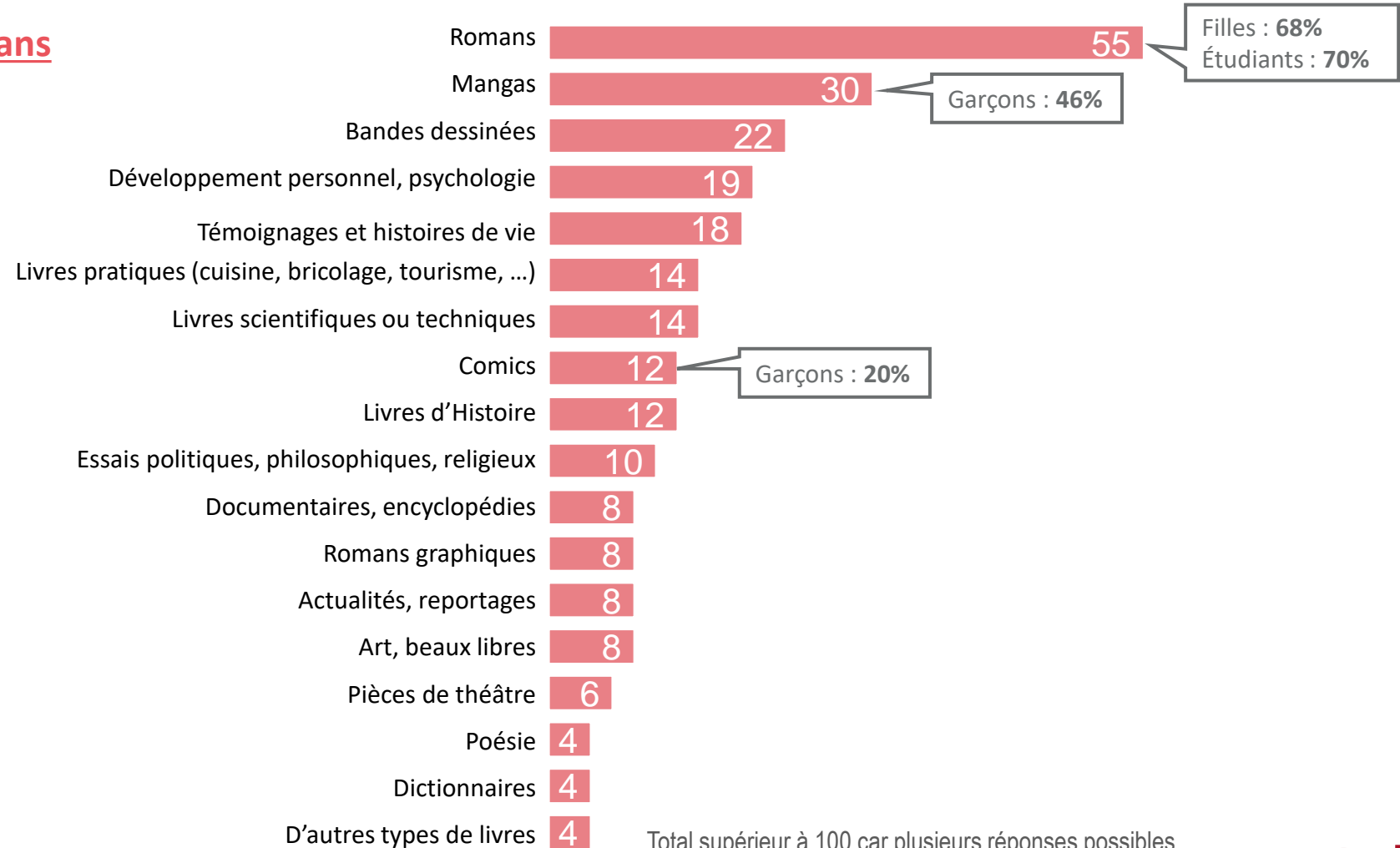
Chez les 20-25 ans, le roman arrive loin en tête des genres de livres préférés. Cette appétence pour le roman est très largement portée par les jeunes femmes, tandis que les jeunes hommes préfèrent les mangas.



livres préférés des 20-25 ans

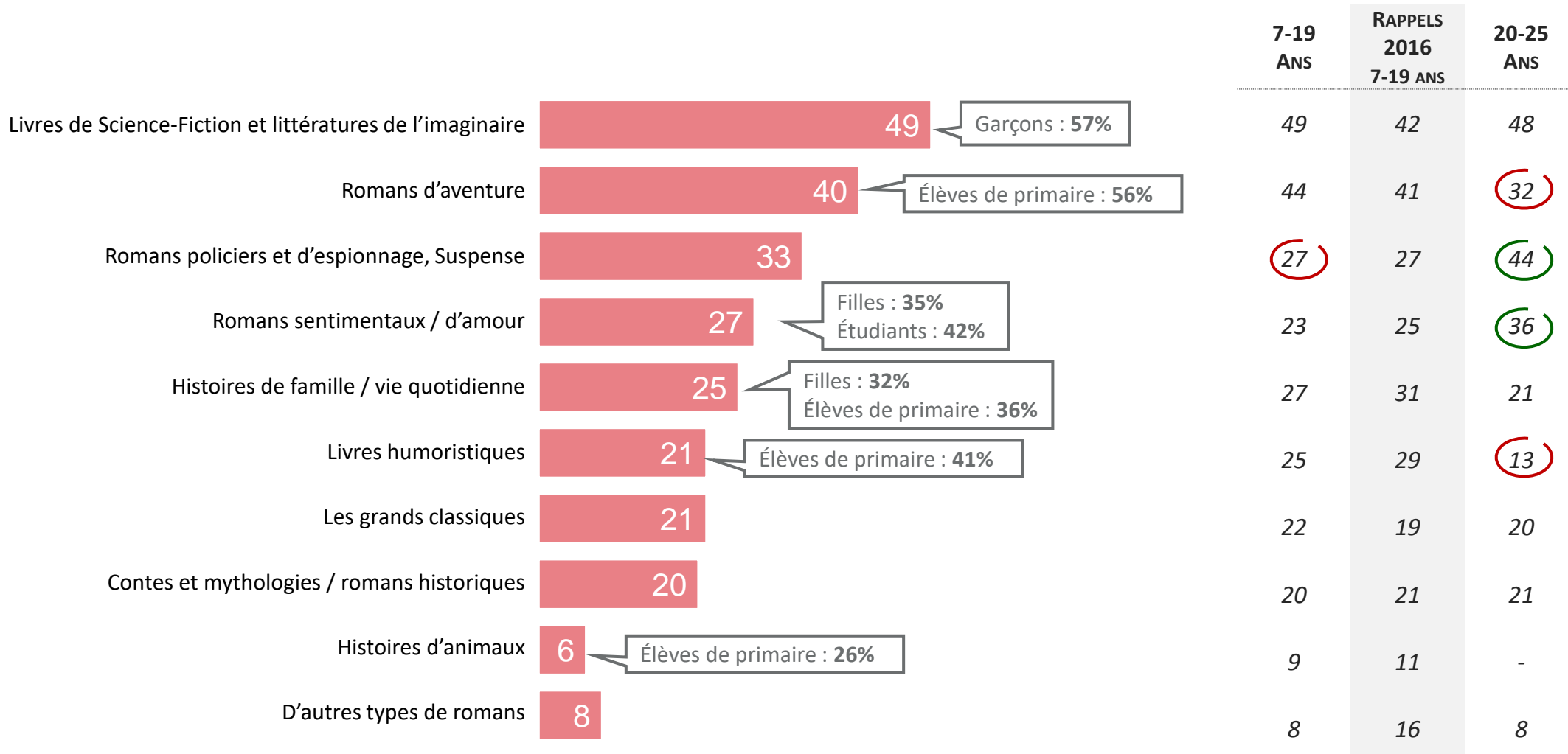
BD/mangas/comics

44%



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

# Au sein des romans, la SF, les littératures de l'imaginaire et les romans d'aventure sont ceux préférés par les 7-25 ans.



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

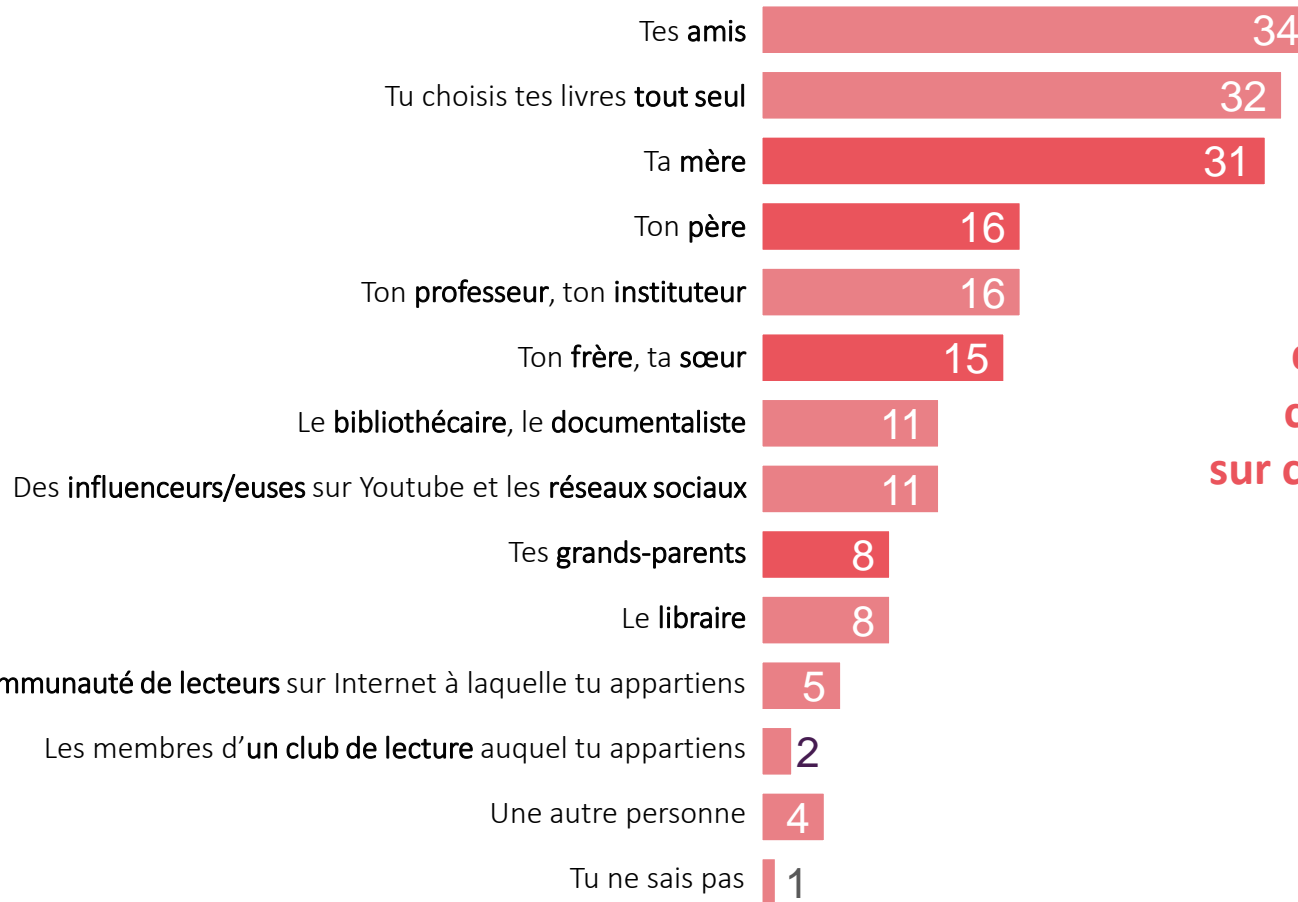




# **PARTIE 6**

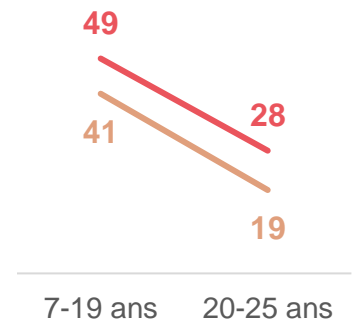
## **MODE DE PROCURATION ET PRESCRIPTION**

# Le plus souvent, les jeunes choisissent les livres qu'ils lisent, d'abord en suivant les conseils de leur famille ou de leurs amis, mais aussi tous seuls.



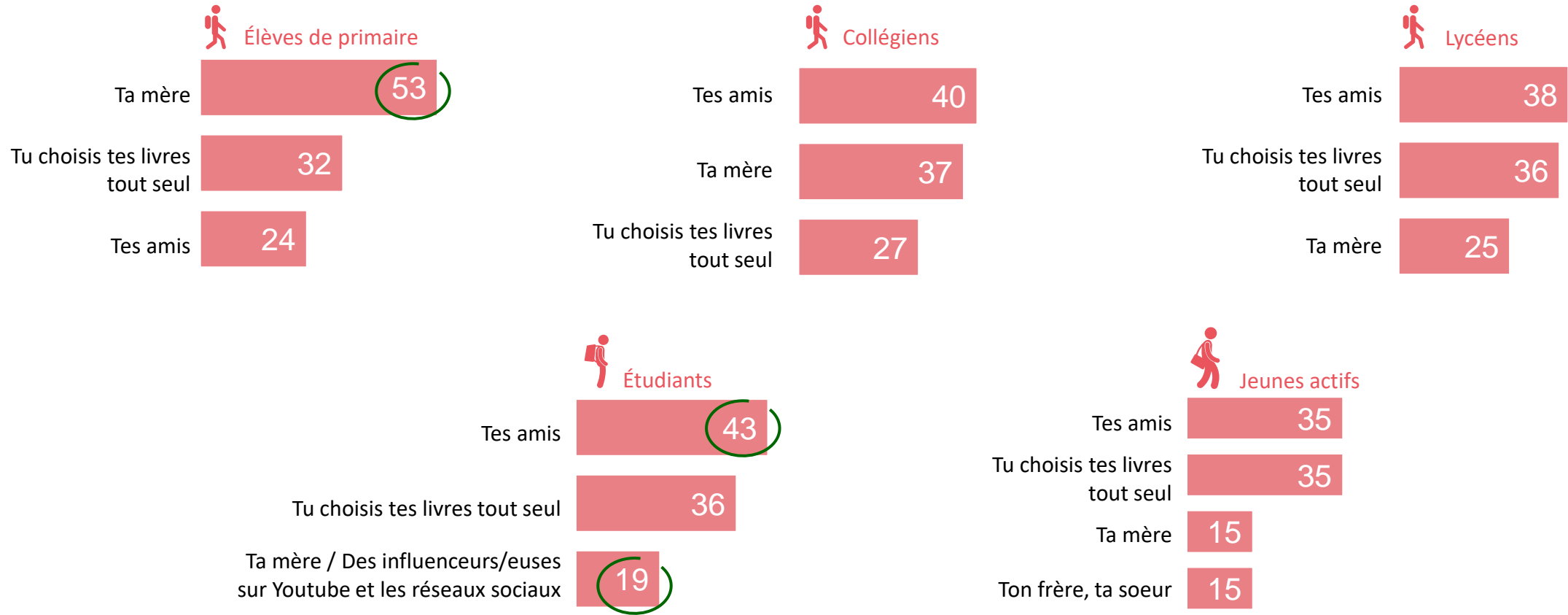
**43%** des lecteurs loisirs choisissent un livre sur conseils de leur famille

→ **35%** parents



Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

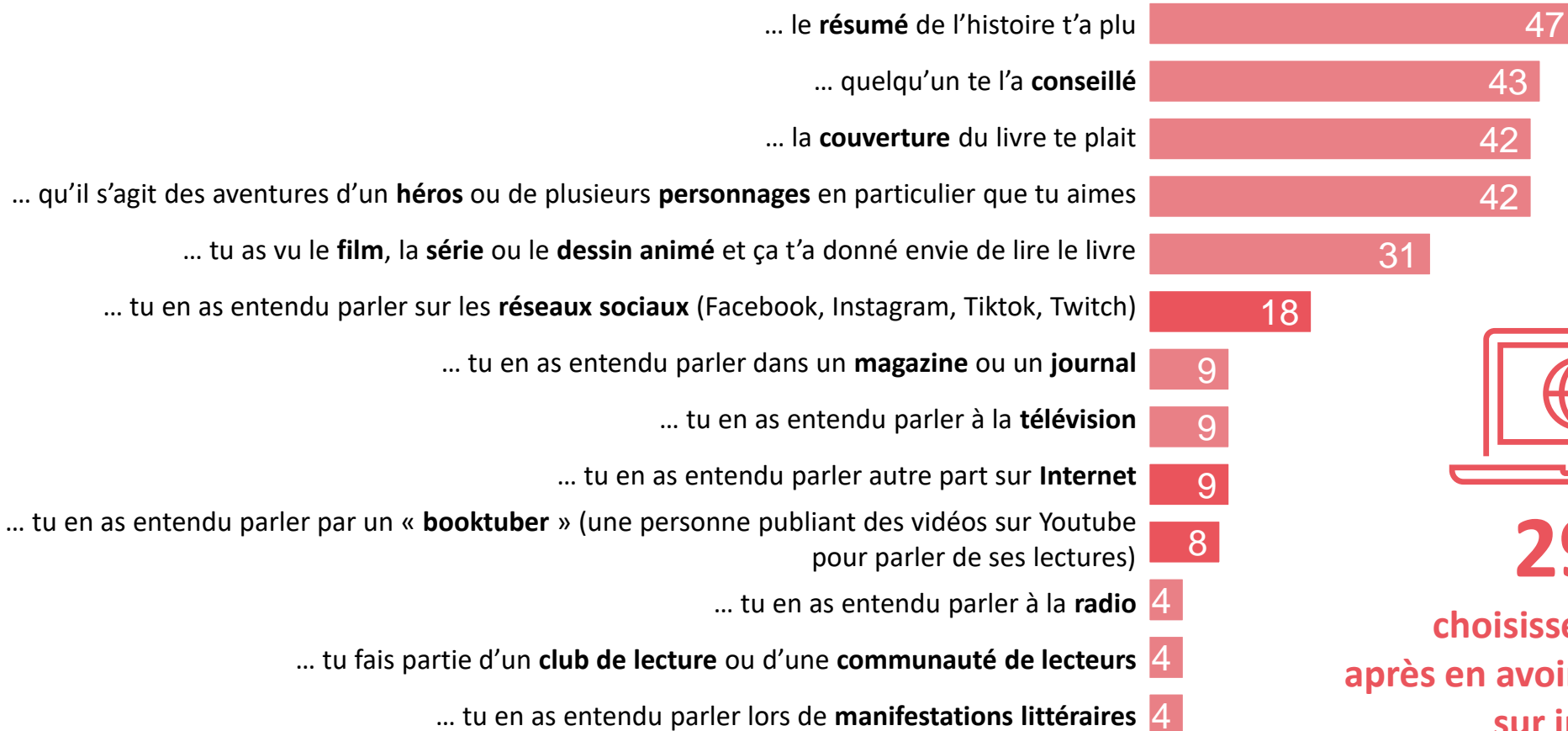
# La prescription familiale, notamment celle des parents, baisse sensiblement avec l'âge, et les recommandations de lectures *via* Internet (influenceurs, réseaux sociaux) ont une certaine importance chez les étudiants.



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

Question : « Le plus souvent, qui te conseille les livres que tu lis dans le cadre de tes loisirs ? » (base: Aux lecteurs loisirs)

**Le résumé de l'histoire, la couverture, l'envie de suivre un héros ou un personnage, mais aussi les conseils, sont les principaux déclencheurs de choix d'un livre. Dans ce choix, bien qu'encore minoritaire, Internet commence à peser.**



**29%**  
choisissent un livre  
après en avoir entendu parler  
sur internet

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

# Le poids d'Internet est beaucoup plus important à partir du lycée et de l'entrée en études supérieures, pour devenir un véritable critère d'influence chez les étudiants.



**29%**

des lecteurs loisirs choisissent un livre après en avoir entendu parler sur Internet



**29%**



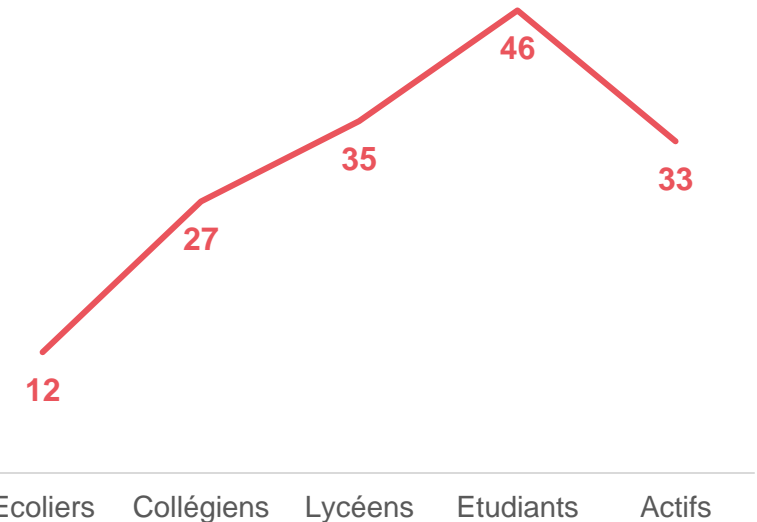
**30%**

**7 – 19 ans**

**24%**

**20 – 25 ans**

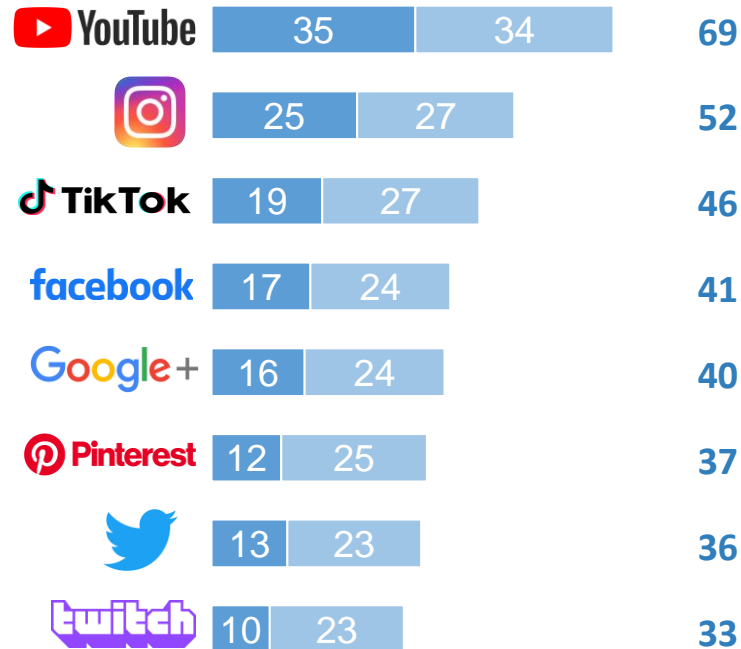
**42%**



Si la prescription par les réseaux sociaux reste aujourd'hui minoritaire, une part non négligeable des jeunes pourrait s'y intéresser, notamment *via* Youtube, Instagram et TikTok.

J'ADORE / J'AIME BIEN

96%



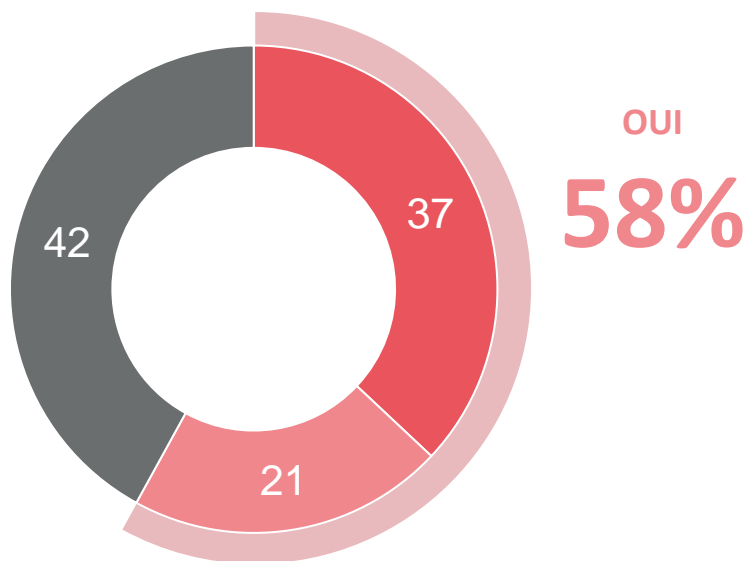
OUI, POURRAIT UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR S'INFORMER SUR LES LIVRES

	7-19 ANS	20-25 ANS	FILLES	GARÇONS	PRIMAIRE	COLLÈGE	LYCÉE	ÉTUDES SUPÉRIEURES	ACTIFS
	66	75	67	71	54	68	75	79	71
	45	70	51	53	20	46	72	70	64
	46	48	47	46	27	54	54	49	49
	35	57	40	42	23	39	38	41	57
	39	42	36	44	29	46	44	32	43
	34	45	39	35	20	35	44	42	44
	31	48	32	40	17	36	39	45	44
	31	38	28	39	16	38	38	38	36

OUI

NON, MAIS JE POURRAIS LE FAIRE

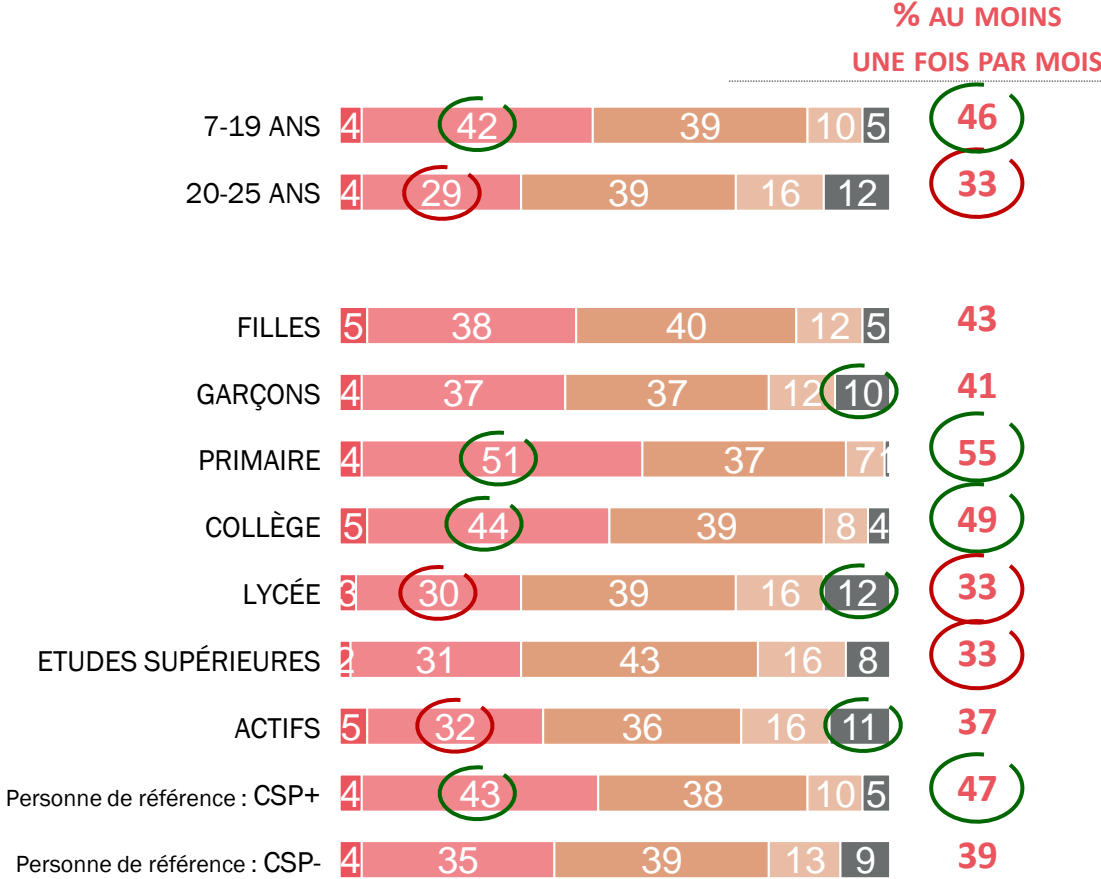
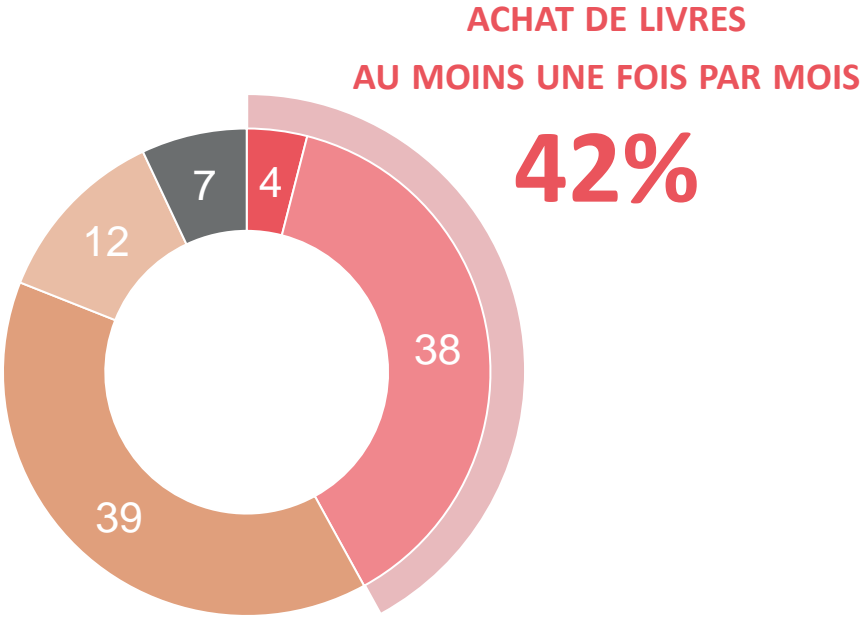
Par ailleurs, plus d'un lecteur sur deux, notamment les plus de 20 ans et étudiants, estime avoir déjà lu un livre après avoir vu une série ou un film sur une plateforme.



	OUI %		OUI %
7-19 ANS	35	19	54
20-25 ANS	43	25	68
FILLES	37	22	59
GARÇONS	37	20	57
PRIMAIRE	35	14	49
COLLÈGE	34	19	53
LYCÉE	32	24	56
ETUDES SUPÉRIEURES	46	21	67
ACTIFS	37	27	64
Personne de référence : CSP+	37	18	55
Personne de référence : CSP-	37	23	60

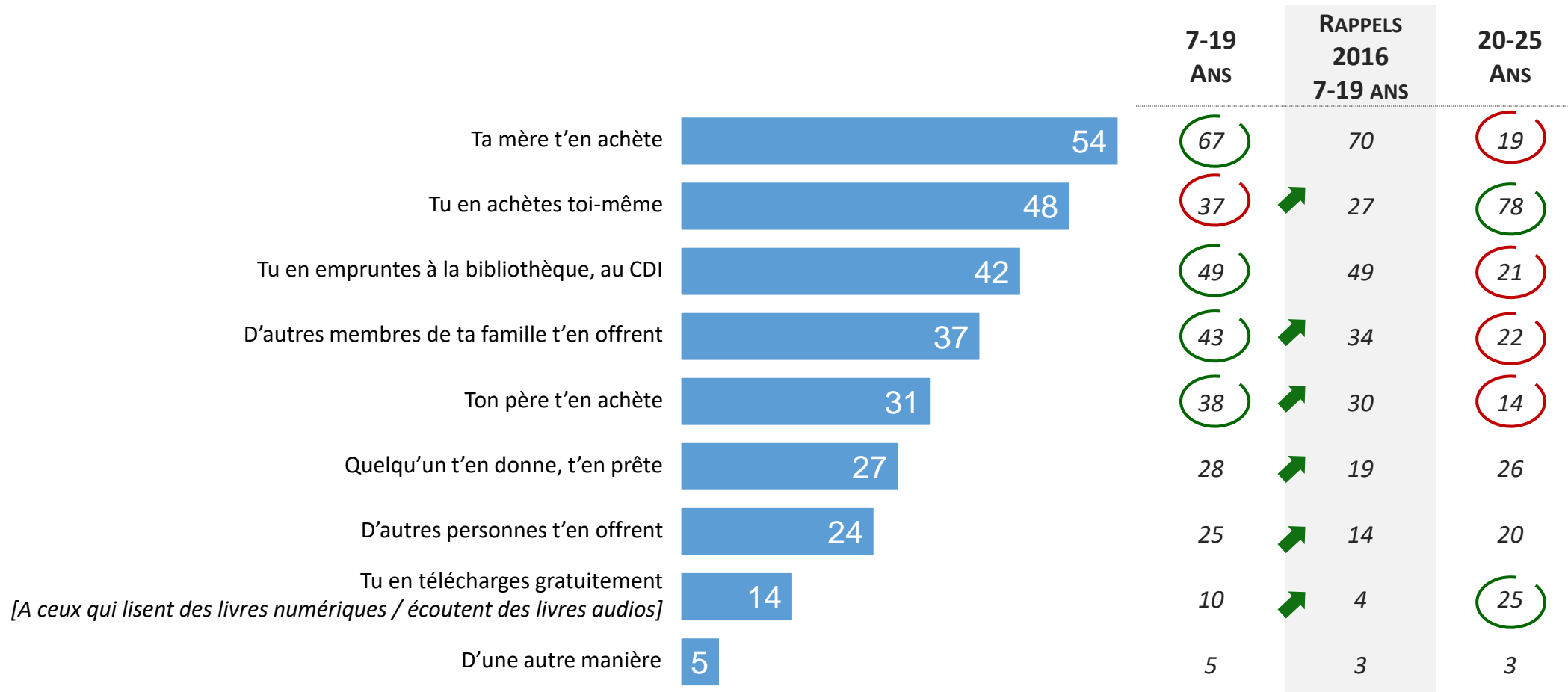


# En matière d'achat de livre, plus de 4 jeunes sur 10 déclarent acheter des livres au moins une fois par mois (achats directs ou par le biais de leurs parents).



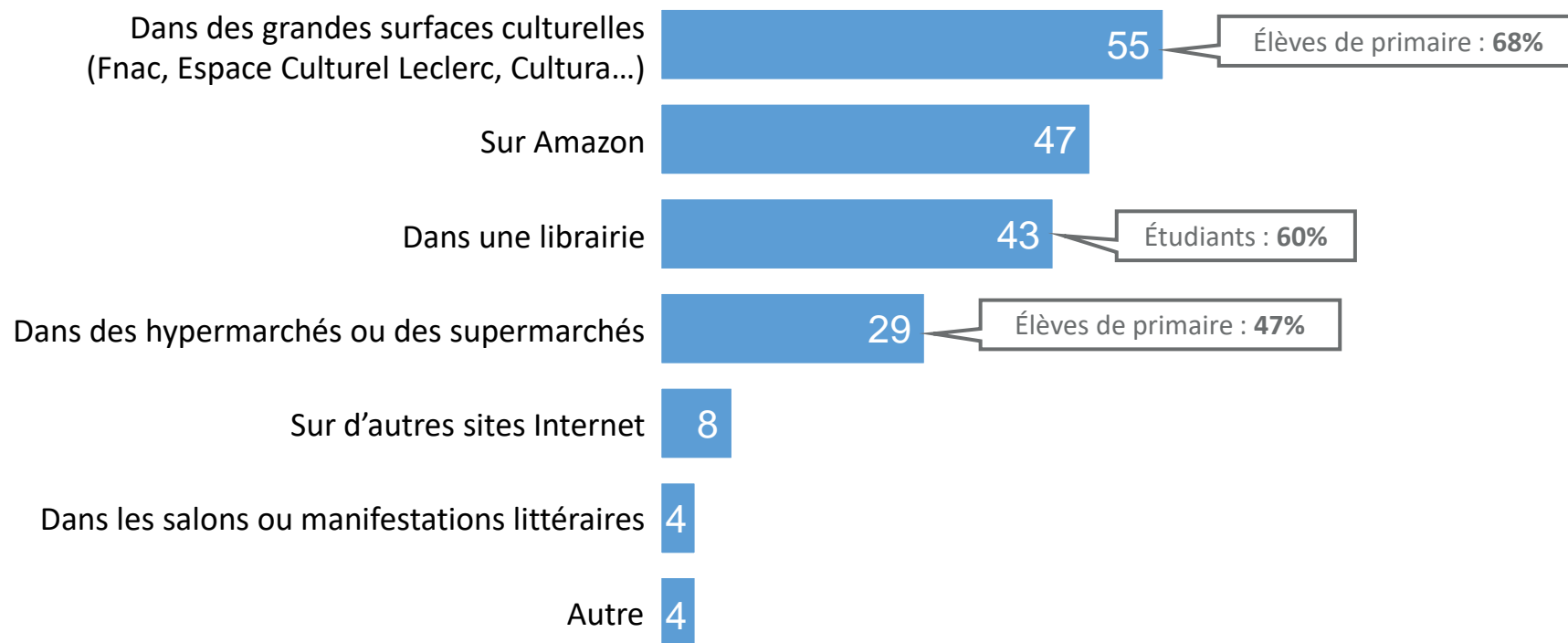


**Force prescriptrice, la mère est celle qui achète le plus souvent les livres, sauf chez les plus de 20 ans qui se les achètent très majoritairement eux-mêmes. Néanmoins, les pères ont plus de poids qu'en 2016 dans l'achat de livres (+8 pts).**



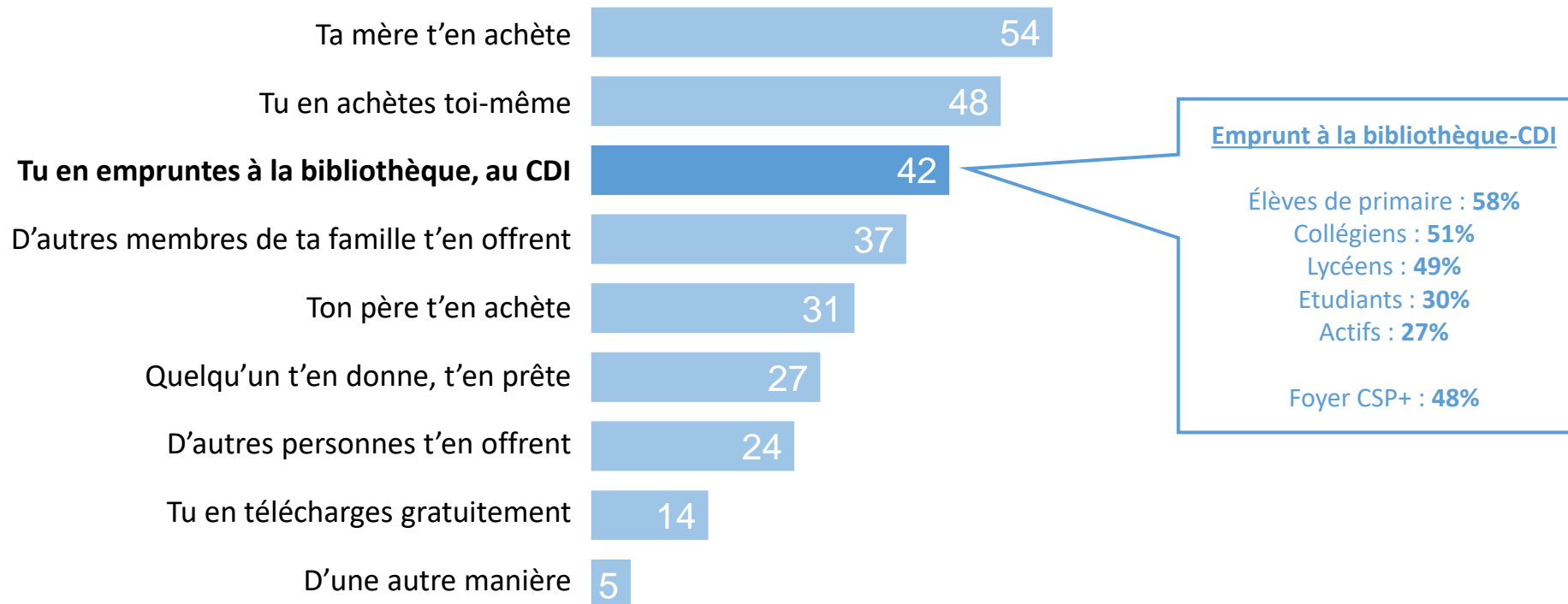
Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

**Les grandes surfaces culturelles et Amazon sont les premiers lieux d'achat de livres pour les jeunes, et ce jusqu'à la vie active.  
Les librairies arrivent globalement au 3<sup>e</sup> rang, sauf chez les étudiants qui privilégient ce circuit.**



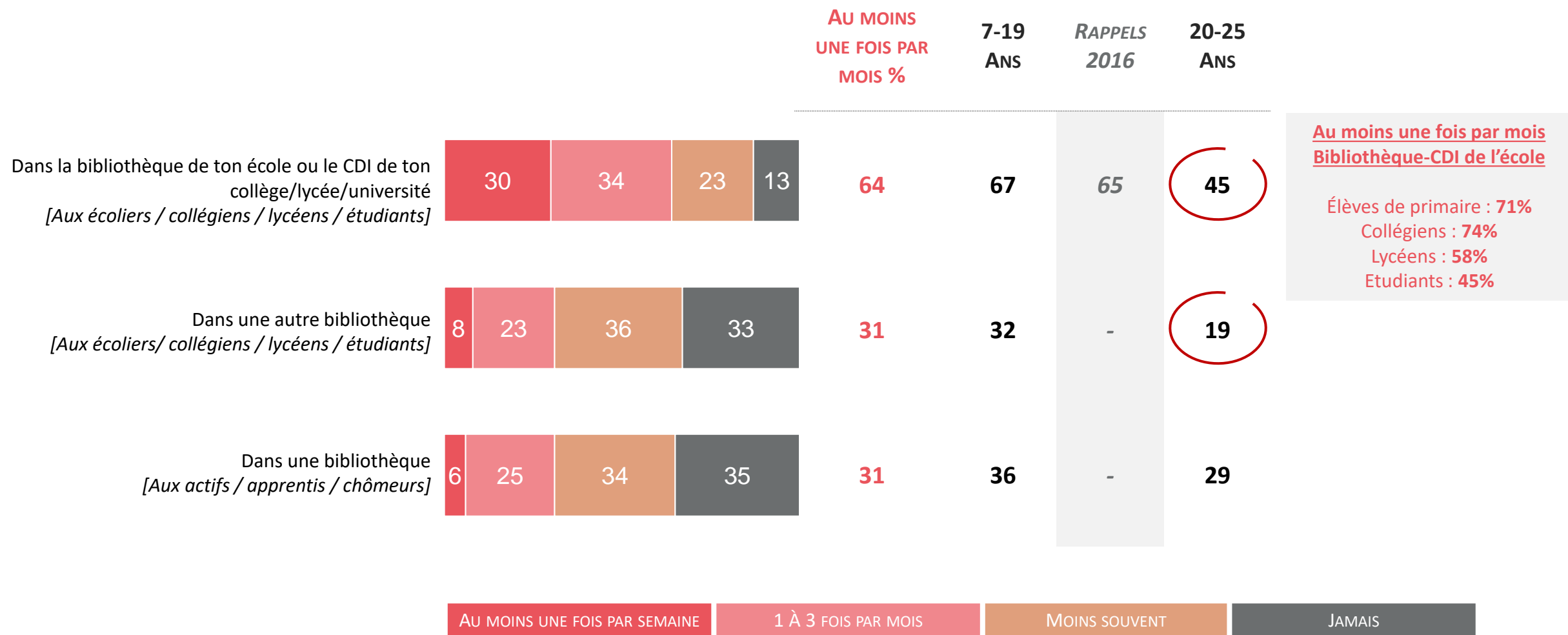
Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

# Le rôle de la bibliothèque ou du CDI pour se procurer des livres est par ailleurs extrêmement important chez les moins de 20 ans, en particulier en primaire et au collège.



Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

## D'ailleurs, les deux-tiers des jeunes fréquentent au moins une fois par mois la bibliothèque ou le CDI de leur école / collège / lycée ou université (en hausse chez les moins de 20 ans).

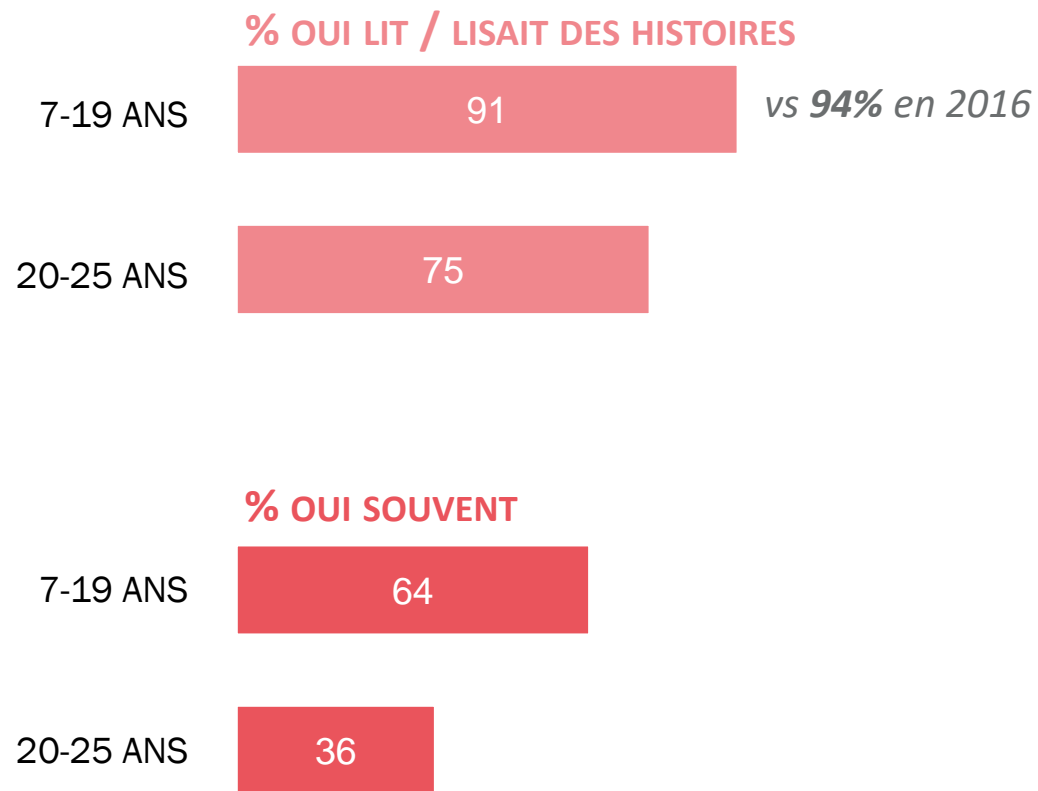
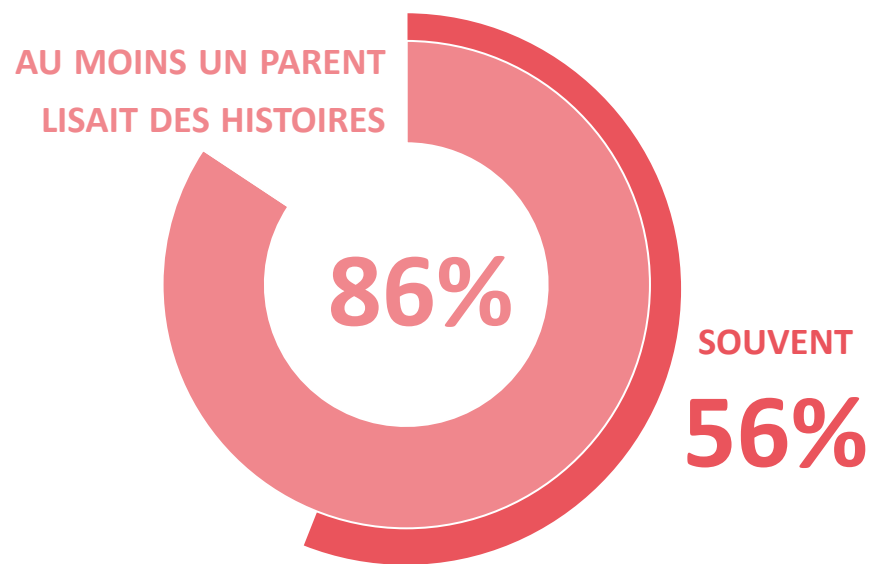


A grayscale photograph of a woman with long blonde hair and glasses sitting on a couch, reading a book to a young girl with long blonde hair sitting on the floor. A dog is lying on the floor next to the girl. The scene is set in a living room with a Christmas tree visible in the background. A semi-transparent dark blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text.

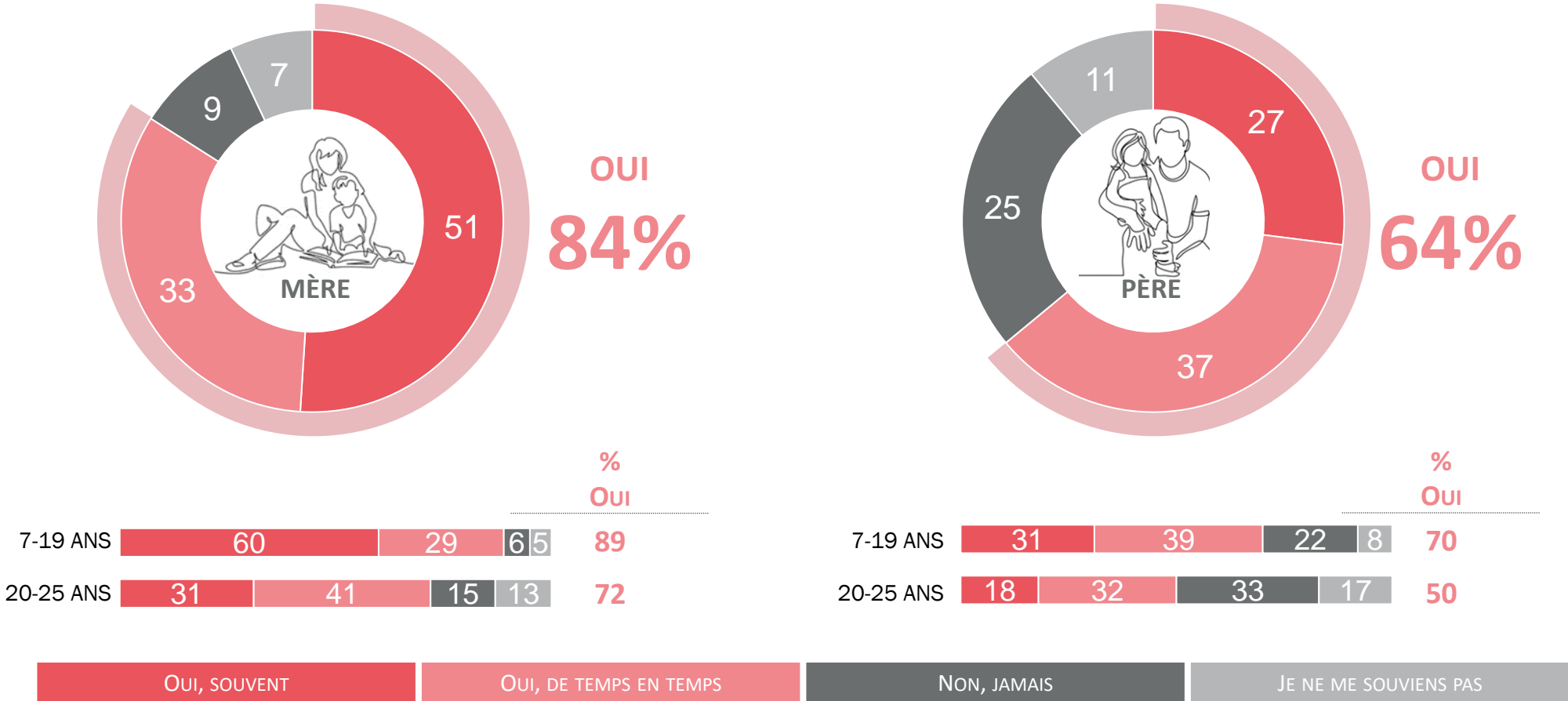
## **PARTIE 7**

# **PLACE DES LIVRES DANS L'ENFANCE ET RÔLE DES PARENTS**

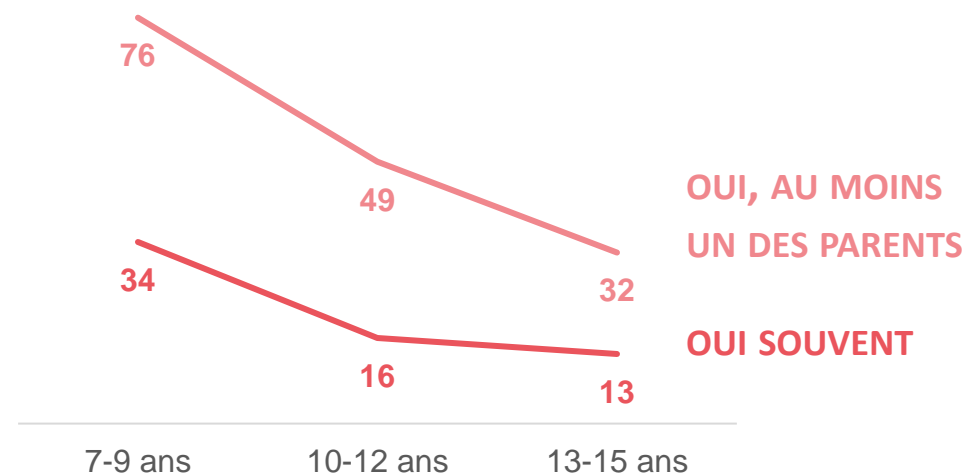
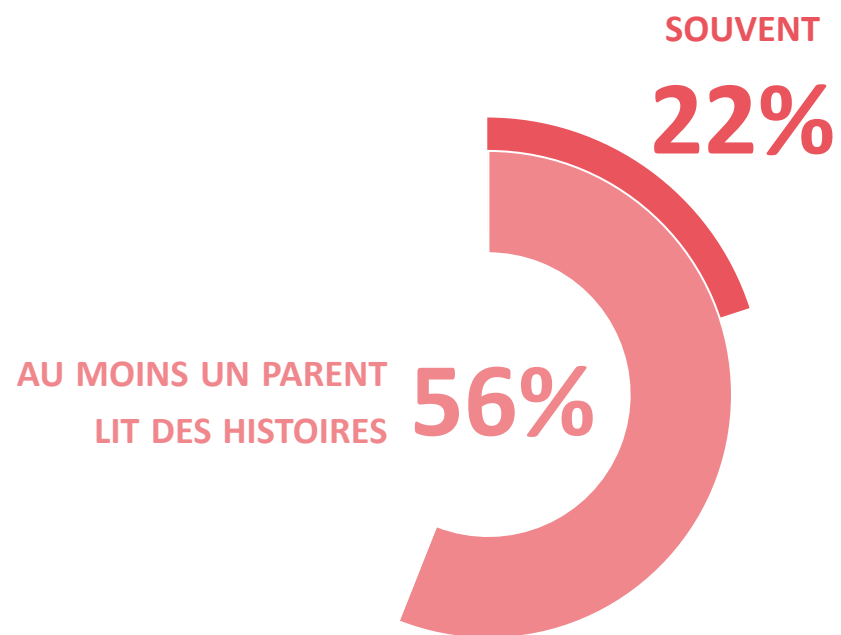
# 86% des jeunes déclarent que leur parents leur lisaient des livres quand ils étaient petits.



Dans leur souvenir, cette lecture aux enfants était plus souvent assurée par les mères que par les pères (84% vs 64%).

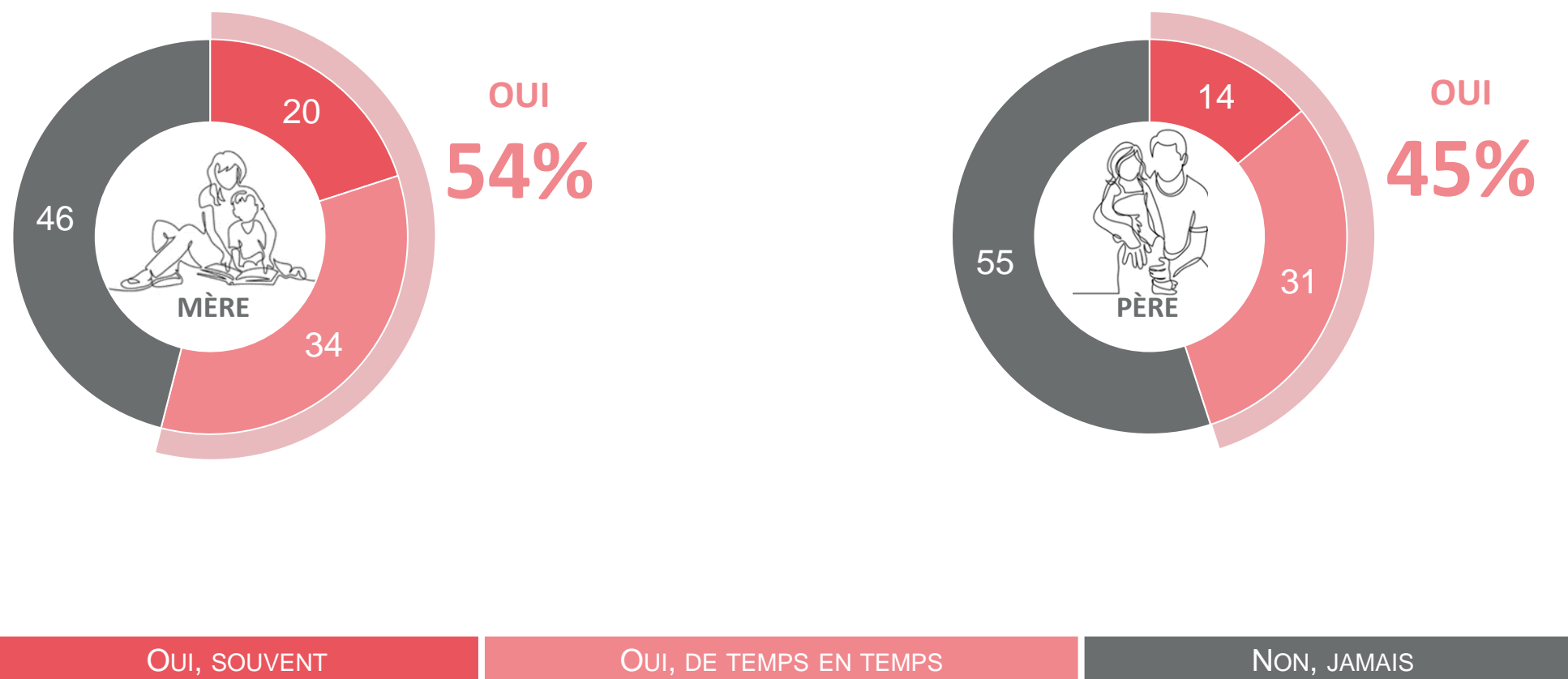


Et pour plus de la moitié des moins de 15 ans (56%) c'est encore le cas : leurs parents leur lisent toujours des livres.

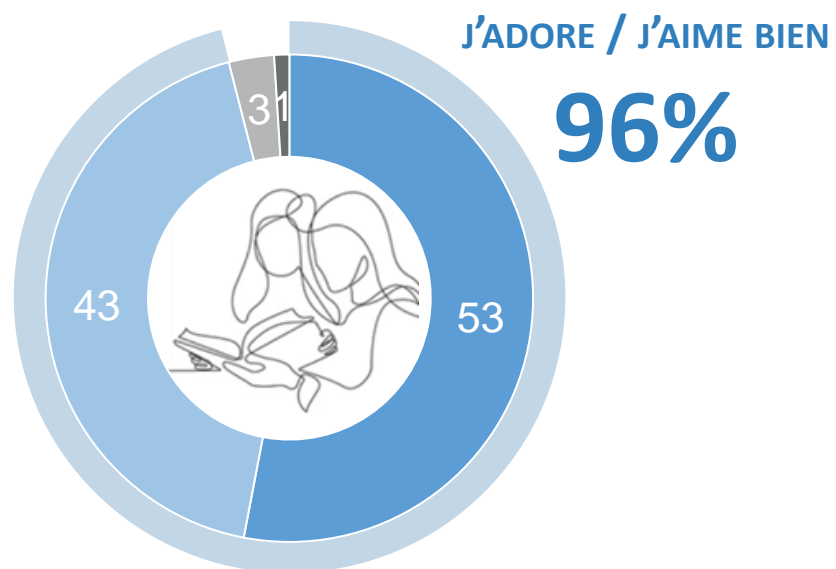




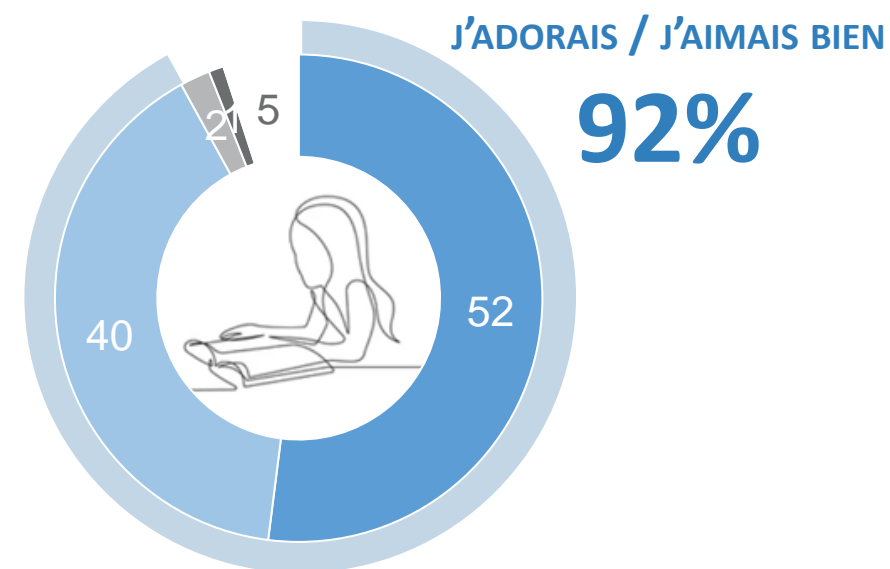
Aujourd'hui encore, cette lecture à voix haute est plus souvent assurée par les mères que par les pères, quel que soit l'âge, le sexe ou l'origine sociale de l'enfant, et chute fortement entre le primaire et le collège.



La lecture à voix haute est par ailleurs une expérience fortement appréciée : que ce soit encore le cas ou non, la quasi-totalité des jeunes aiment ou aimait qu'on leur lise des histoires, et même plus d'un sur deux adore ou adorait.



Question : « Est-ce que tu aimes que l'on te raconte des histoires ? »  
 (base: Aux enfants à qui leurs parents lisent des histoires)



Question : « Est-ce que tu aimais que l'on te raconte des histoires quand tu étais petit/e ? »  
 (base: Aux enfants à qui leurs parents lisaient des histoires)

J'ADORE / J'ADORAIS

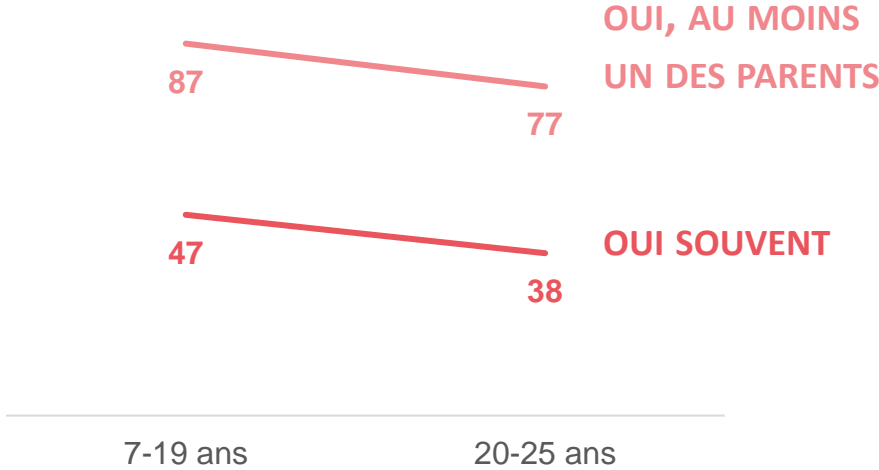
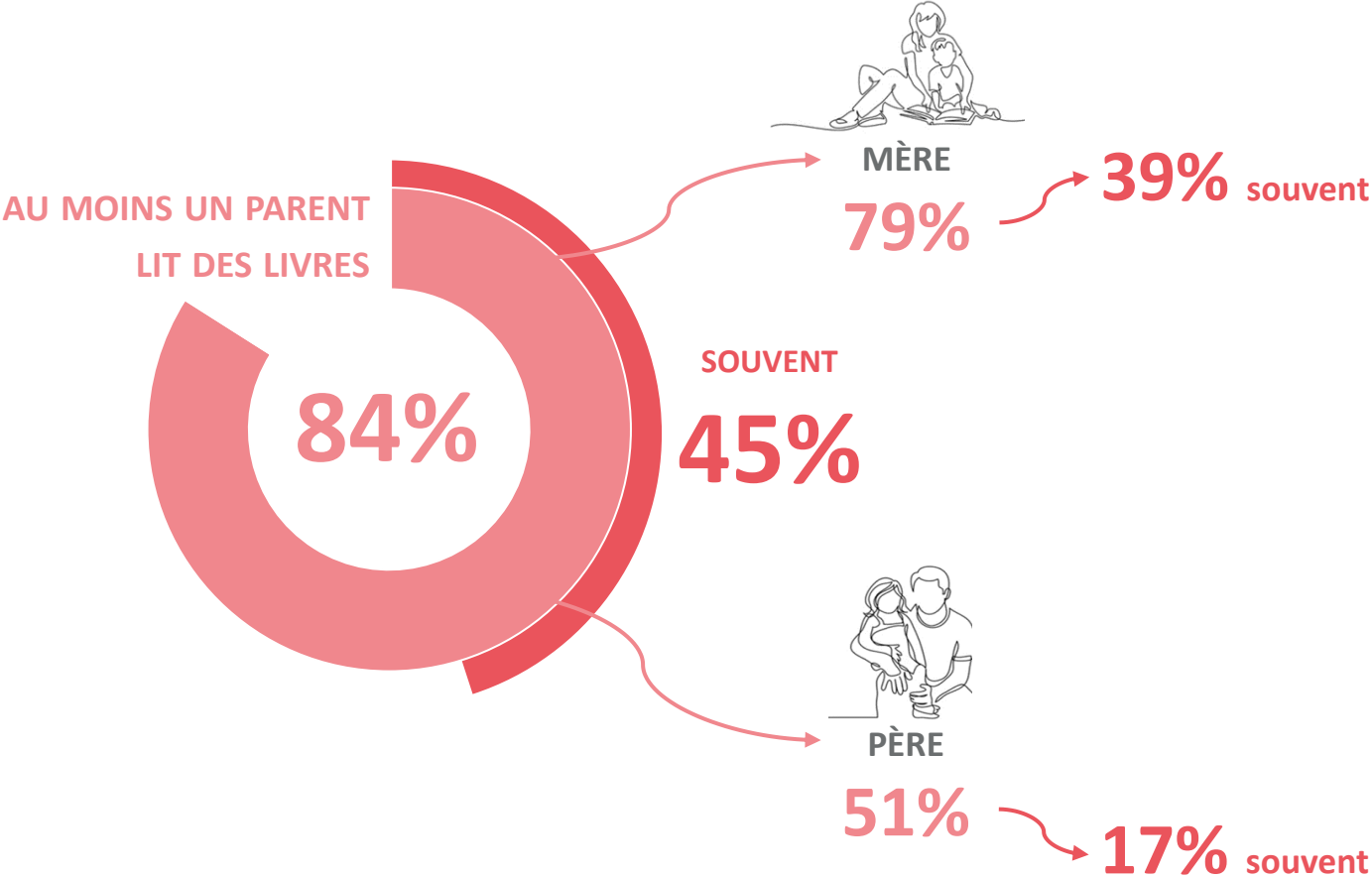
J'AIME BIEN / J'AIMAIS BIEN

JE N'AIME PAS TROP / JE N'AIMAIS PAS TROP

JE DÉTESTE / JE DÉTESTAIS

JE NE ME SOUVIENS PAS

Les jeunes déclarent majoritairement que leurs parents lisent, au moins de temps en temps. Les mères lisent le plus souvent (39%), tandis qu'une part importante des pères ne lit pas (42%), avec une proportion plus forte de pères non lecteurs dans les foyers les moins favorisés.

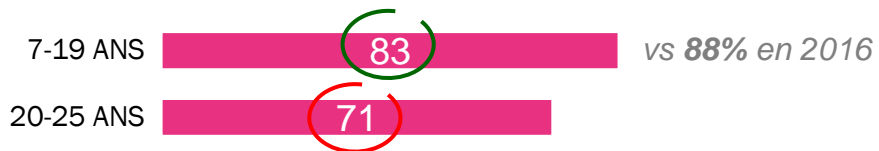


**D'une manière générale, les pères lisent toujours moins que les mères ; et la différence selon la catégorie socioprofessionnelle est plus importante chez les pères que chez les mères.**



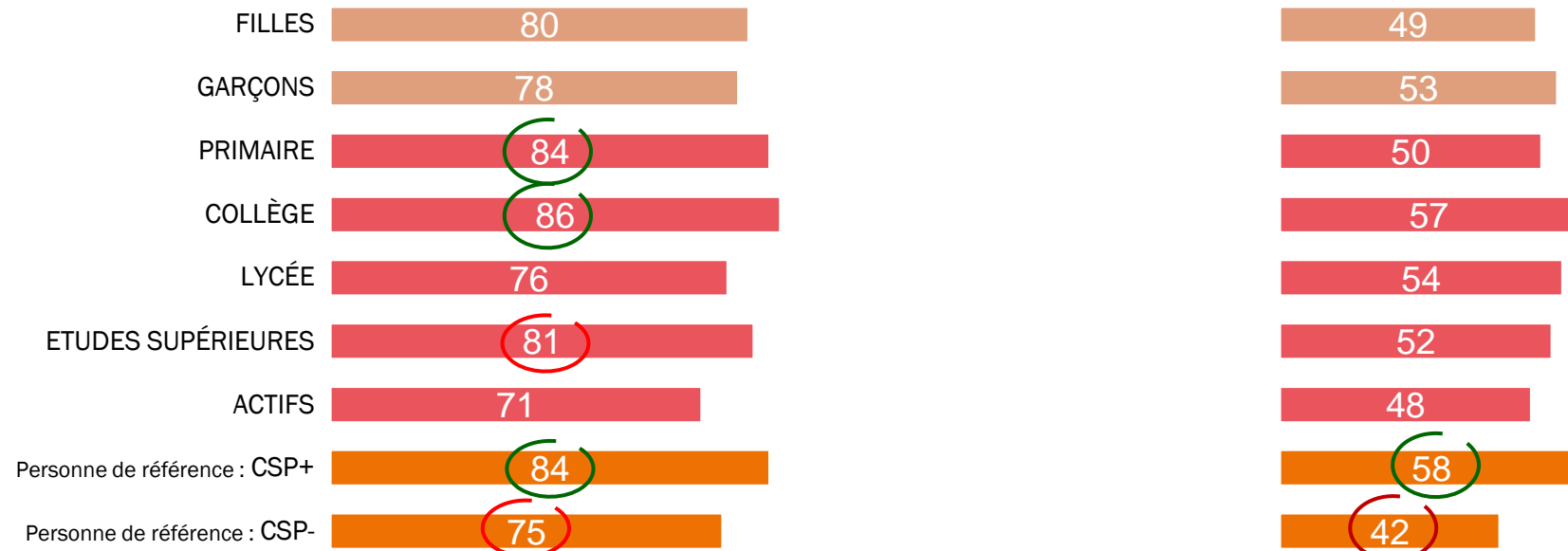
MÈRE

**79%** LISENT POUR ELLES-MÊMES

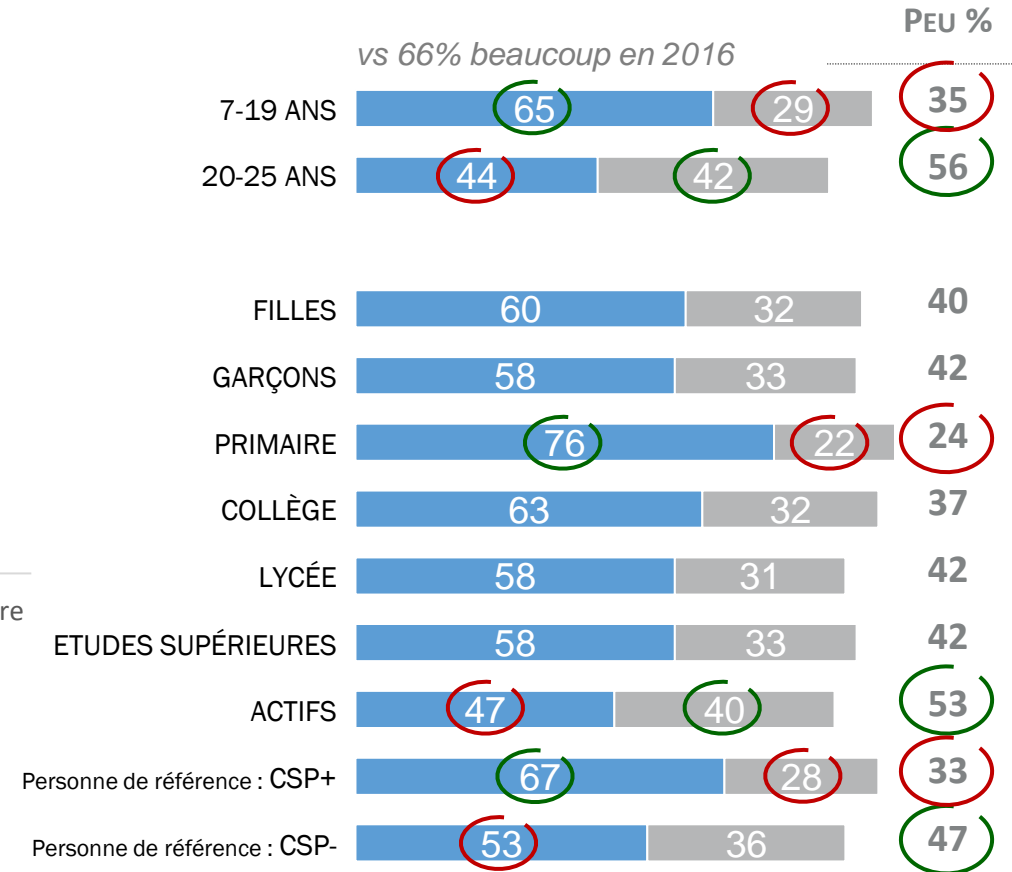
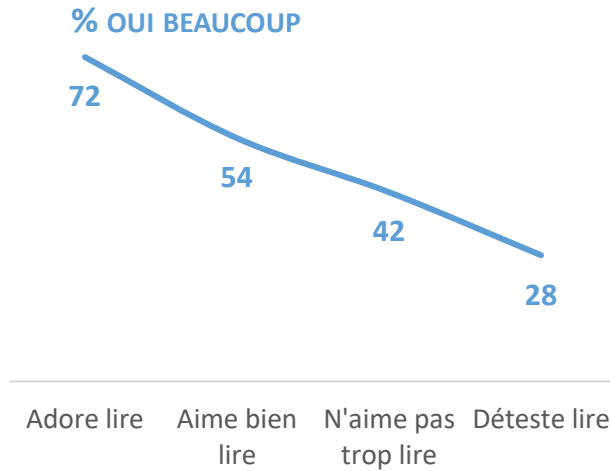
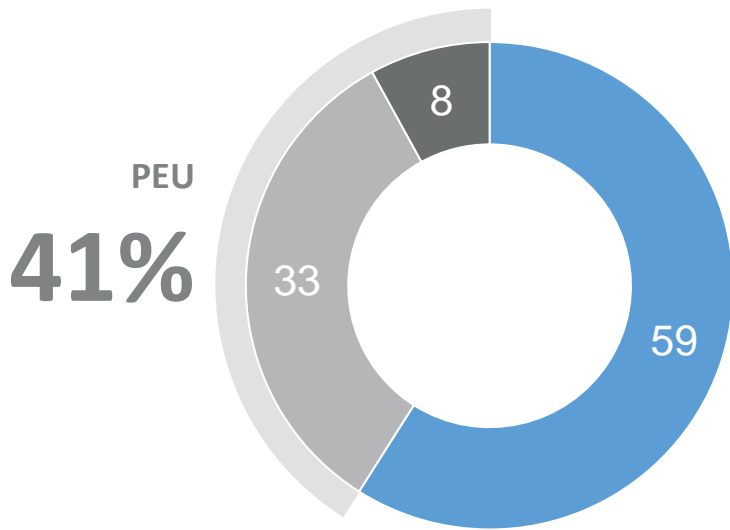


PÈRE

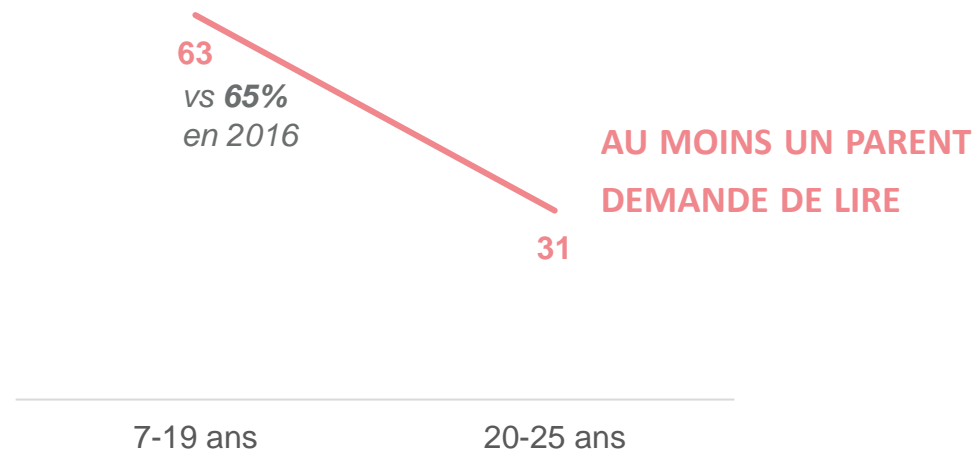
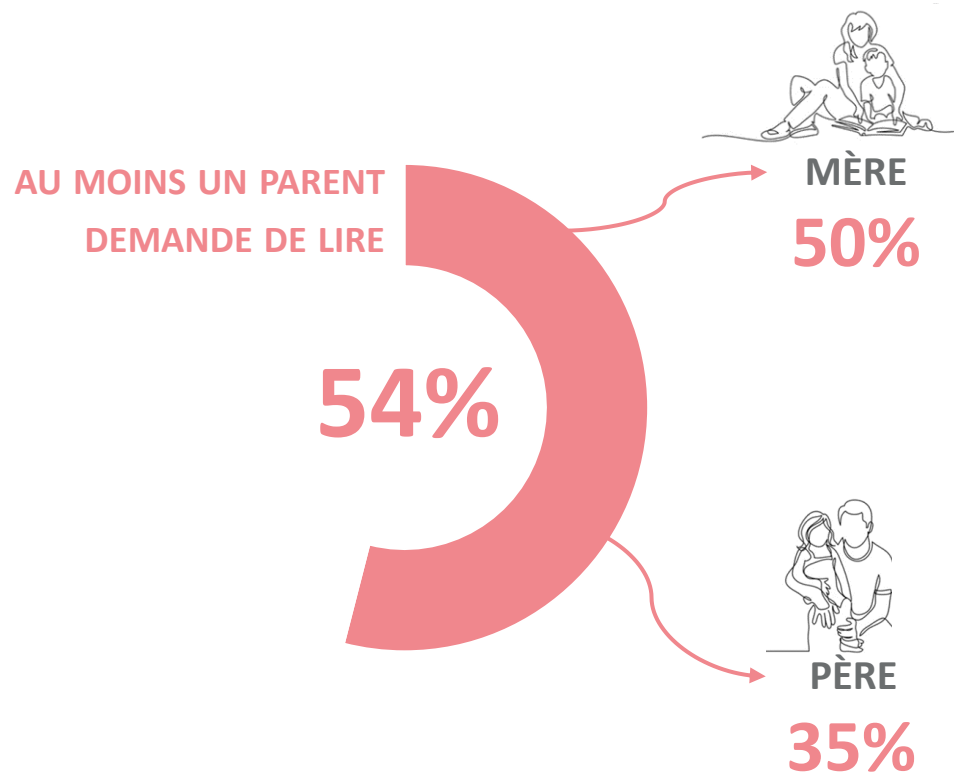
**51%** LISENT POUR EUX-MÊMES



Près de 6 jeunes sur 10 estiment qu'il y a beaucoup de livres chez eux ;  
la perception de volume de livres étant fortement corrélée au goût pour la lecture.



Plus d'un jeune sur deux affirme qu'au moins un de ses parents lui demande de lire des livres. C'est évidemment plus le cas pour les moins de 20 ans que pour les plus de 20 ans.

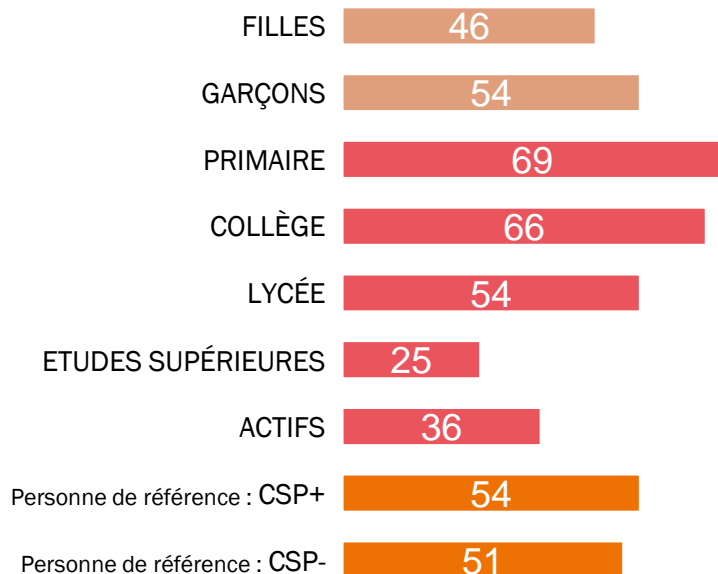


**Si cette prescription de lecture de la part des parents provient majoritairement des mères, quel que soit le sexe, la situation ou l'origine sociale de l'enfant, le rôle des pères progresse en la matière (+6 points vs 2016).**



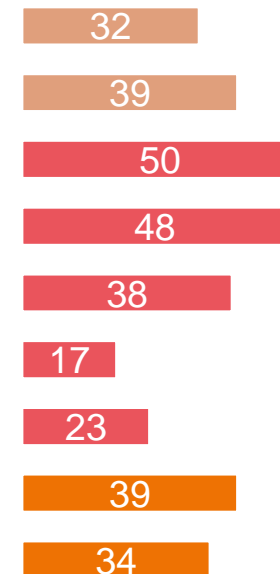
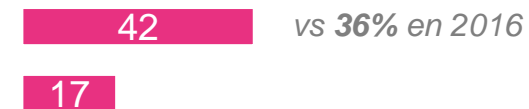
**MÈRE**

**50%** DEMANDENT DE LIRE



**PÈRE**

**35%** DEMANDENT DE LIRE



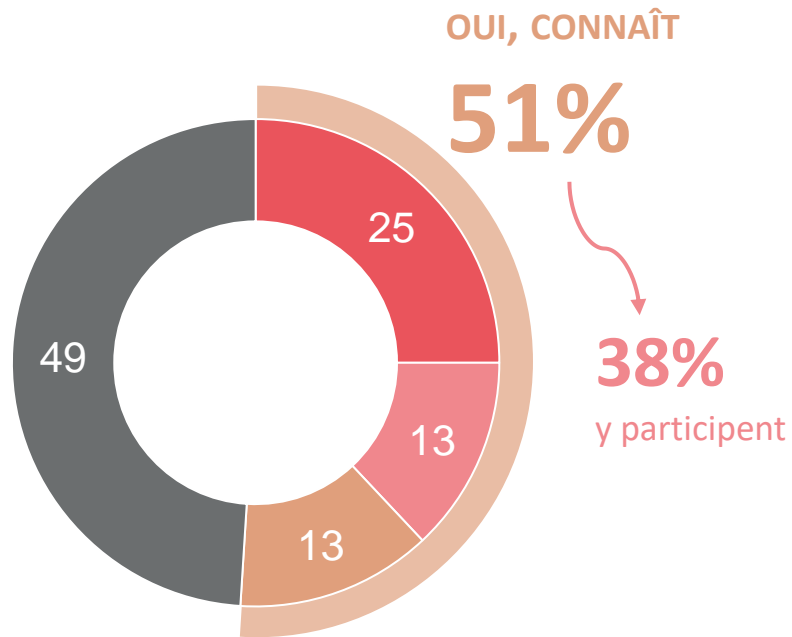
A grayscale photograph of a woman and a child sitting on a sofa, both reading books. A dog is lying on the floor next to them. The scene is cozy and domestic. The text is overlaid on a semi-transparent white band across the middle of the image.

## **PARTIE 8**

**FOCUS QUART D'HEURE LECTURE, PASS CULTURE & PARTIR EN LIVRE**



# Plus d'un écolier, collégien ou lycéen sur deux déclare connaître le principe du « quart d'heure lecture » et plus de 40% y participent en primaire ou au collège.



	25	14	12	49	% OUI, CONNAÎT	DONT Y PARTICIPE
7-19 ANS	25	14	12	49	51	39
20-25 ANS	8	37		55	45	8
FILLES	25	11	12	52	48	36
GARÇONS	25	16	13	46	54	41
PRIMAIRE	31	11	5	53	47	42
COLLÈGE	27	17	12	44	56	44
LYCÉE	9	11	28	52	48	20
ACTIFS	36	12	3	49	51	48
Personne de référence : CSP+	25	14	13	48	52	39
Personne de référence : CSP-	26	13	11	50	50	39

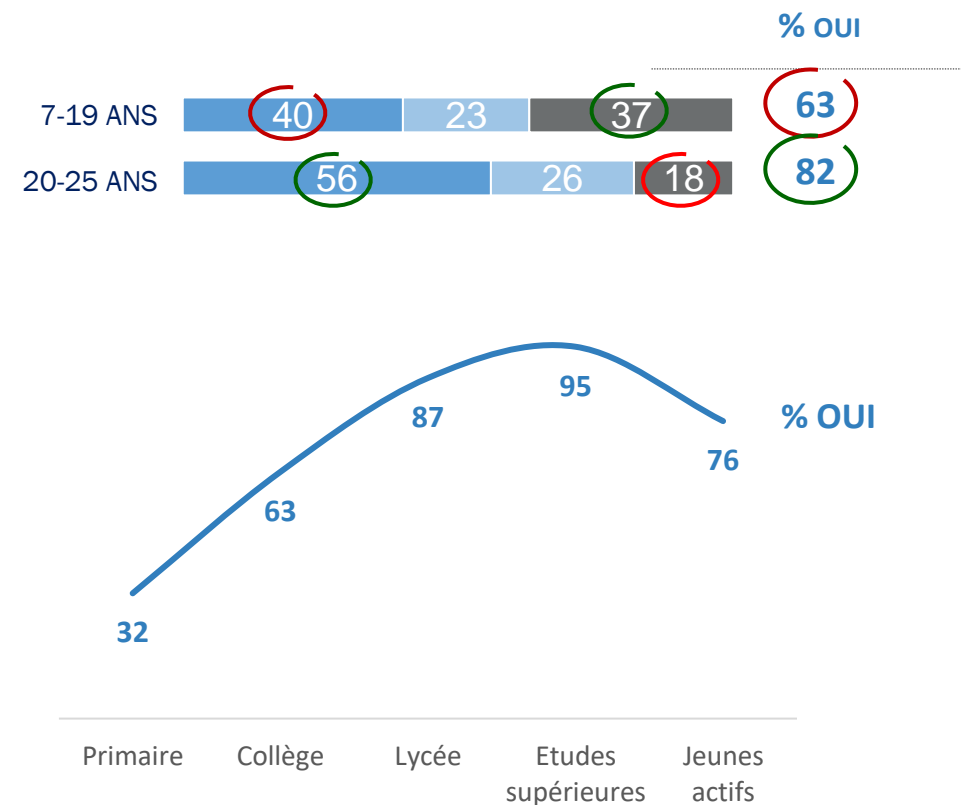
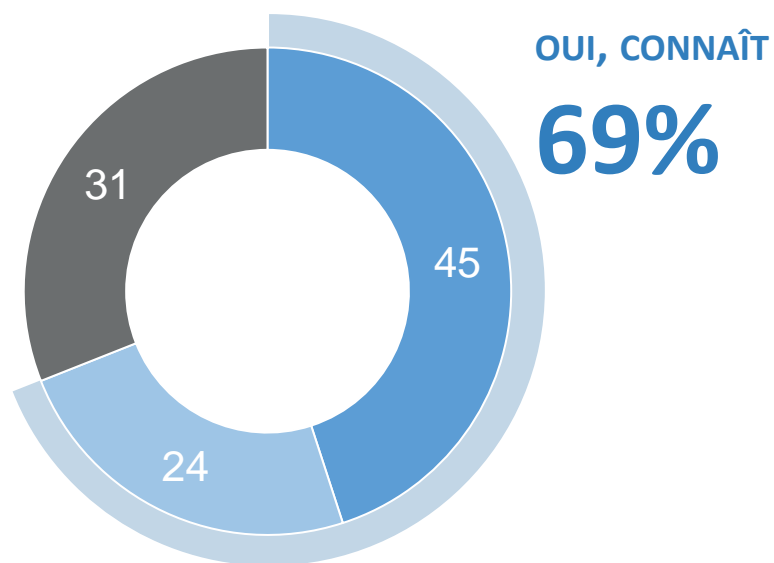
OUI, ET J'Y PARTICIPE SOUVENT

OUI, ET J'Y PARTICIPE DE TEMPS EN TEMPS

OUI, MAIS JE N'Y PARTICIPE PAS

NON

Plus des deux-tiers des jeunes ont entendu parler du pass Culture, notamment les 20-25 ans (82%), les lycéens (87%) et les étudiants (94%).

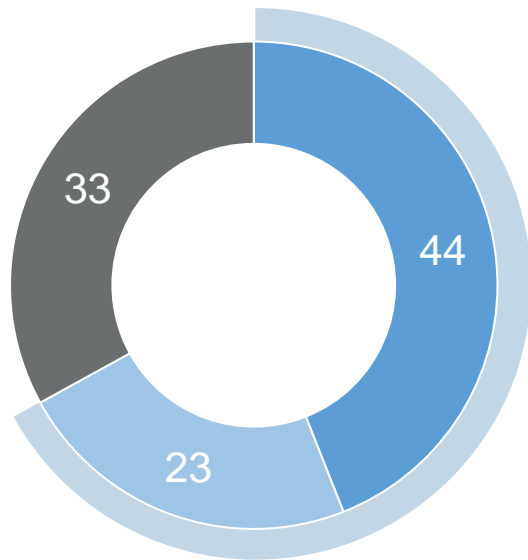


OUI, ET JE SAIS CE QUE C'EST

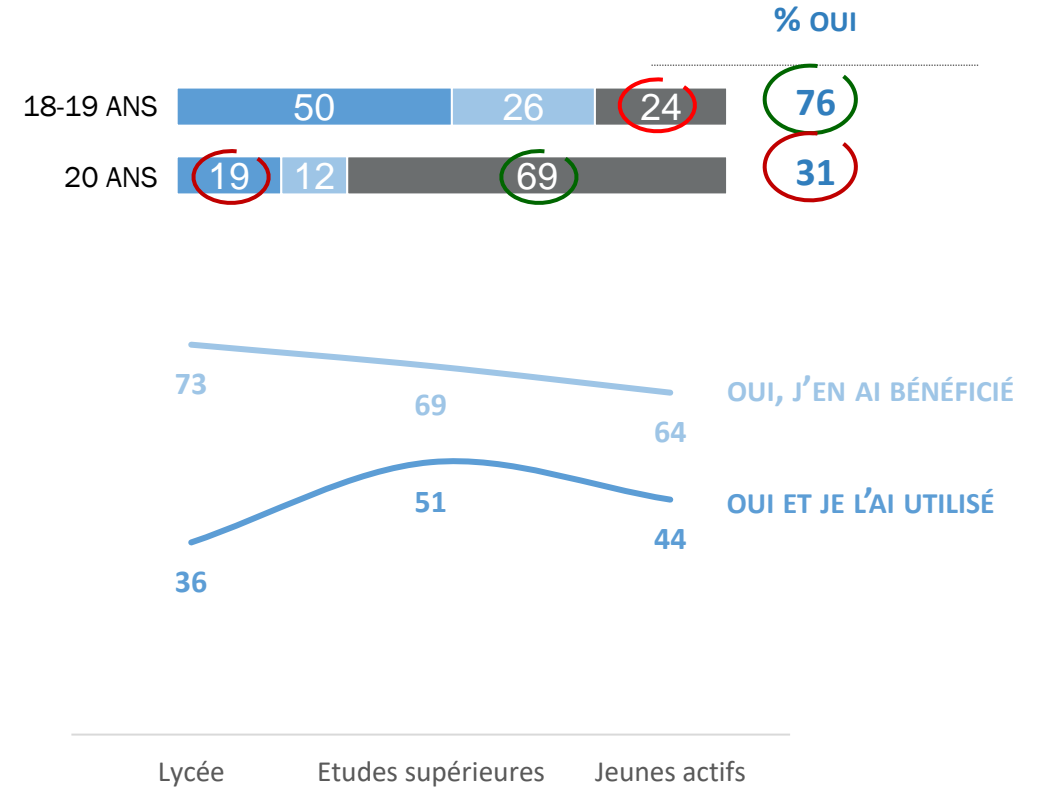
OUI, MAIS JE NE SAIS PAS VRAIMENT CE QUE C'EST

NON, JE NE LE CONNAIS PAS

**Parmi les 18-20 ans, les deux-tiers déclarent avoir bénéficié du pass Culture, mais moins de la moitié l'ont finalement utilisé.**



**67%**  
DES 18-20 ANS ONT BÉNÉFICIÉ DU PASS CULTURE

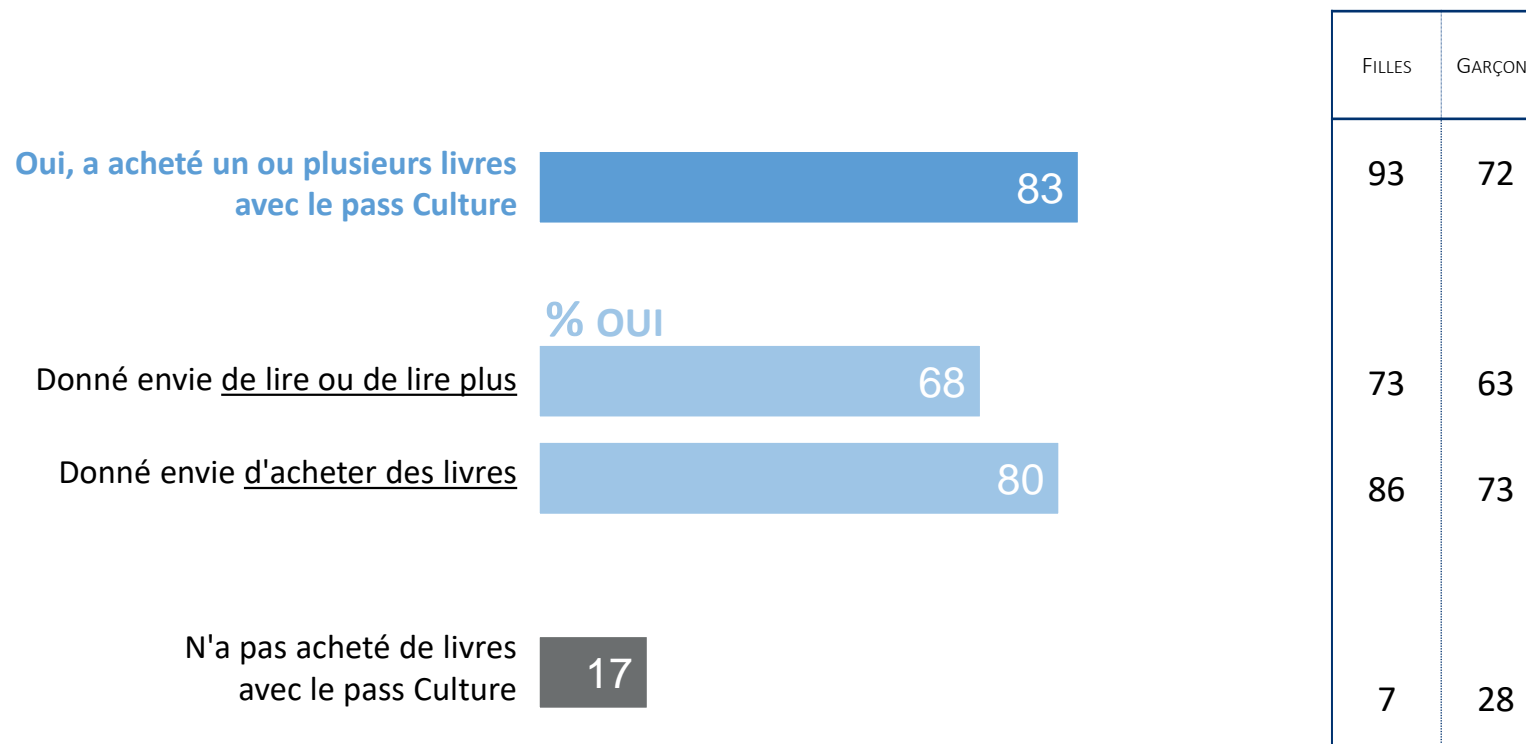


OUI, ET JE L'AI UTILISÉ

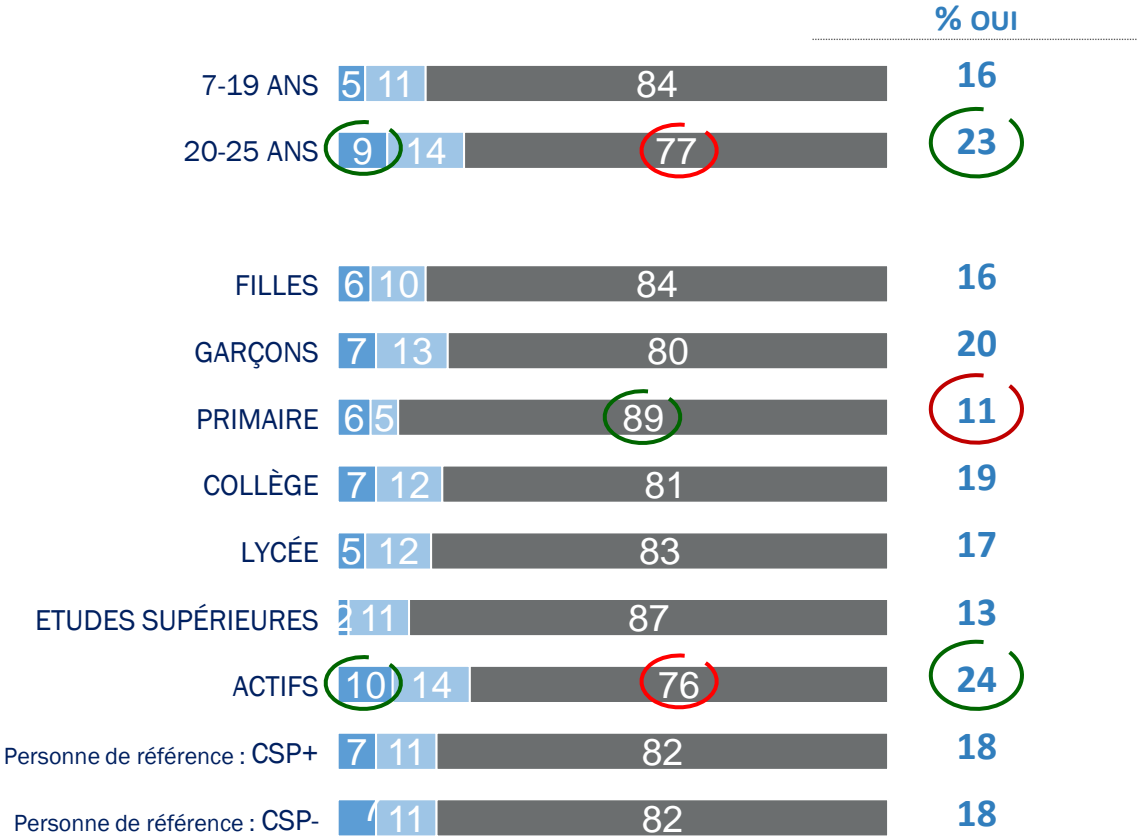
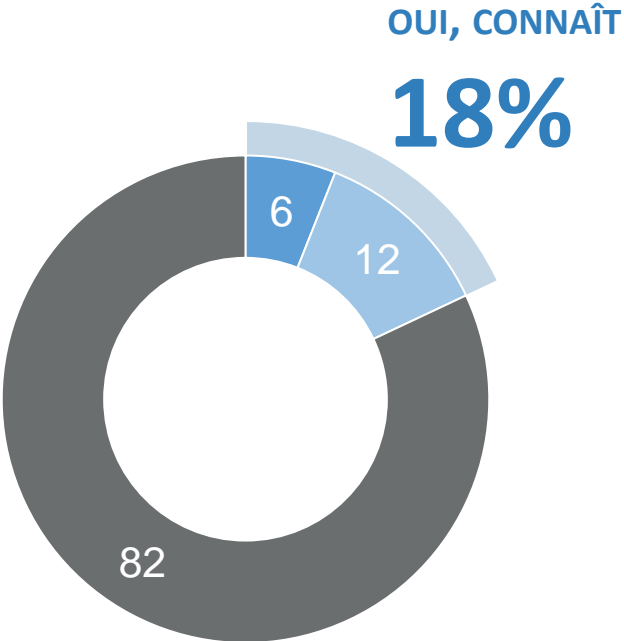
OUI, MAIS JE NE L'AI PAS UTILISÉ

NON, JE N'Y AI PAS ACCÈS

## La grande majorité de ceux qui ont utilisé le pass Culture s'en sont servi pour acheter des livres et déclarent très largement que ce dispositif leur a donné envie de lire ou de lire plus.

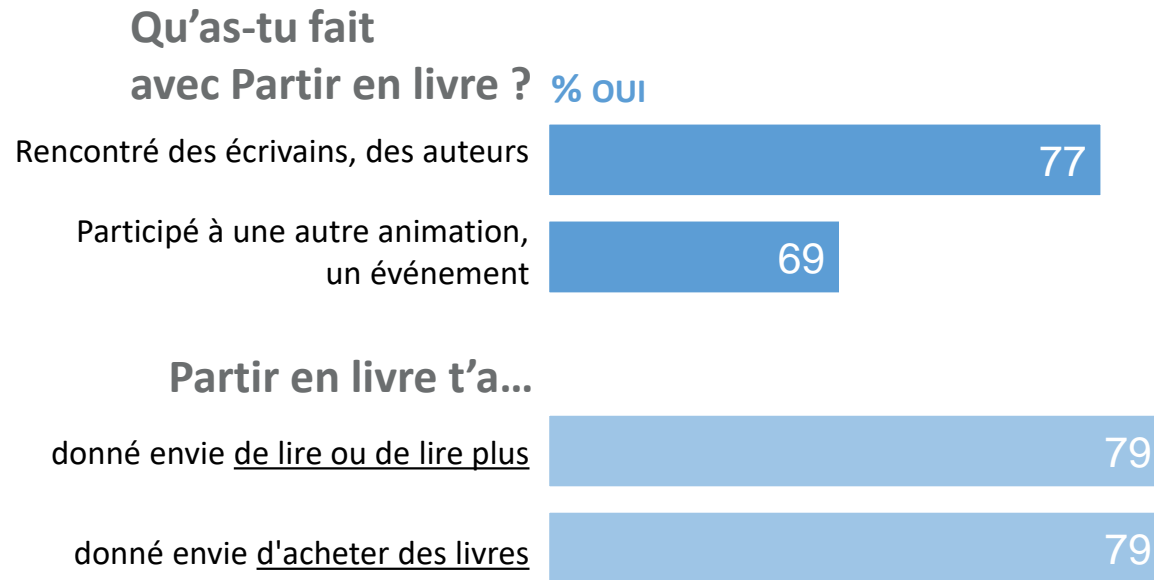


Près d'un jeune sur cinq a entendu parler de Partir en livre et 6% y ont participé.  
 La notoriété de l'événement est plus forte chez les 20-25 ans,  
 puisque près d'un quart d'entre eux en ont entendu parler et près d'un sur 10 y a participé.



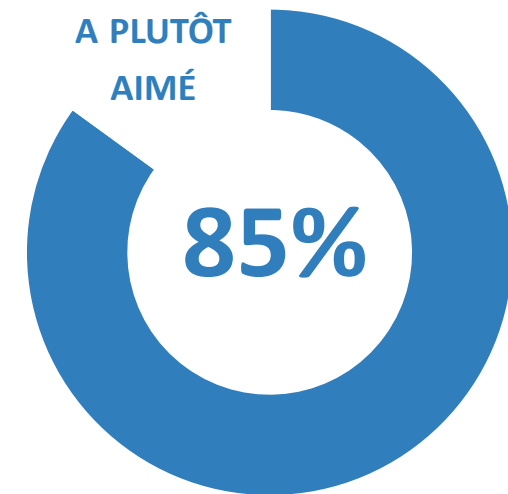
OUI, ET J'Y AI DÉJÀ PARTICIPÉ | OUI, MAIS JE N'Y AI PAS PARTICIPÉ | NON, JE NE CONNAIS PAS

**Pour une très large majorité de ceux qui y ont participé,  
Partir en livre a joué un rôle de prescription et suscité l'envie de lire ou de lire davantage.  
D'ailleurs, ceux qui y ont participé ont aimé l'événement.**



Question : « Et qu'as-tu fait avec « Partir en livre » ? » / « Est-ce que « Partir en livre » t'a... »  
(base: à ceux qui ont participé à un évènement dans le cadre de Partir en livre)

### Participation à Partir en livre



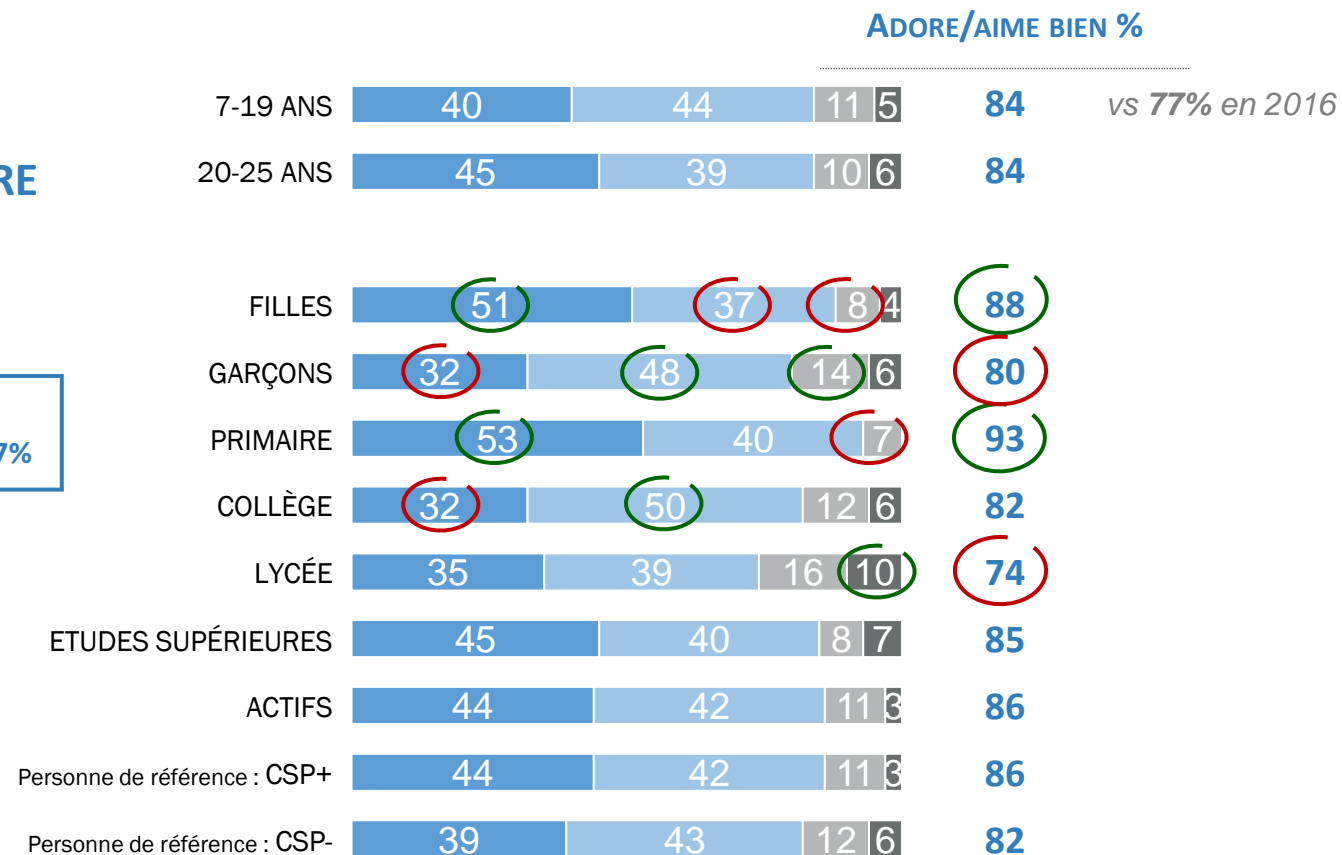
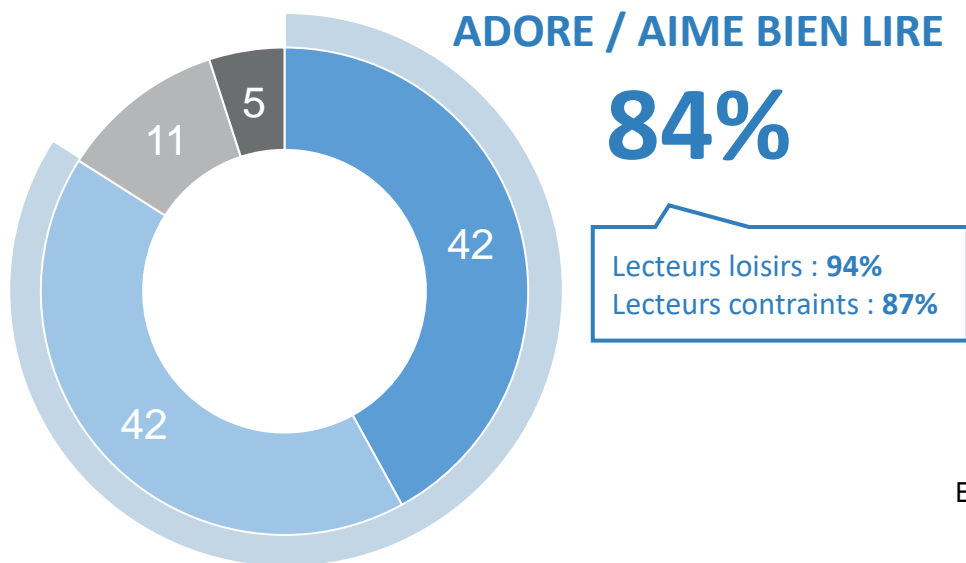
Question : « As-tu aimé participer à « Partir en livre » ? »  
(base: à ceux qui ont participé à un évènement dans le cadre de Partir en livre)

A young woman with long blonde hair and glasses is sitting on a sofa, reading a book. She is wearing a white sweater with a dark patterned sleeve. In the foreground, another young woman with long blonde hair is also reading a book. A dog is lying on the floor next to her. The background shows a white wall and a small Christmas tree.

## **PARTIE 6**

# **GOÛT, MOTIVATIONS ET FREINS POUR LA LECTURE**

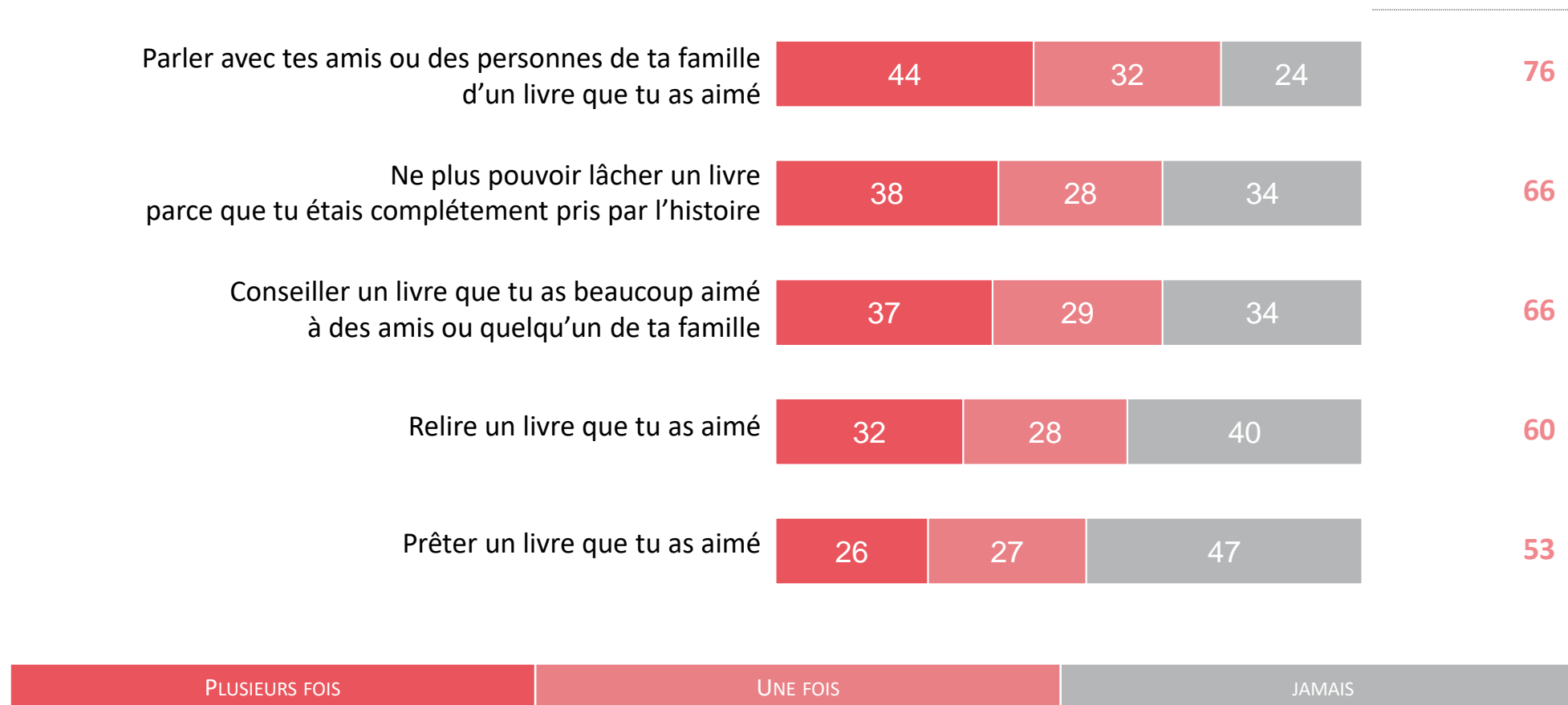
**Le goût pour la lecture est très fort chez les jeunes, en particulier chez ceux qui lisent pour leurs loisirs, et enregistre même une hausse de 7 points chez les 7-19 ans vs 2016. Ils sont néanmoins 16% à ne pas avoir d'appétence particulière pour la lecture.**



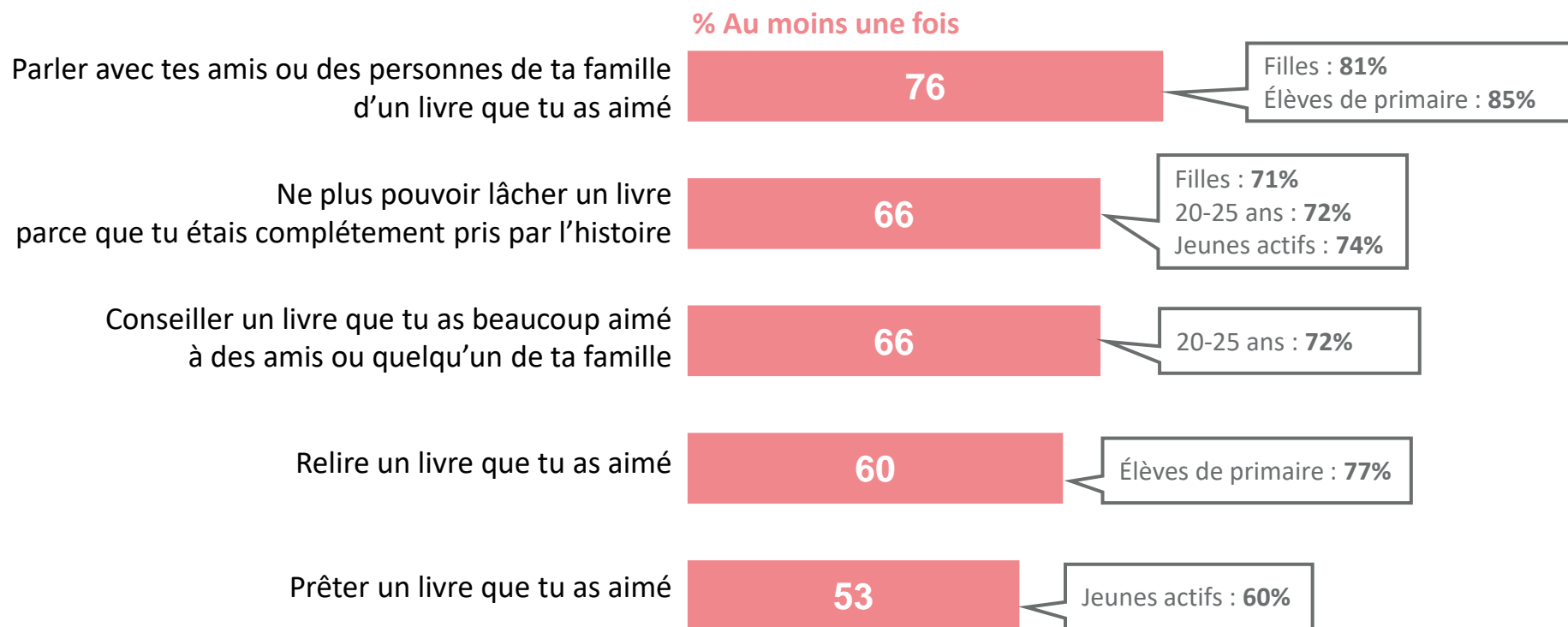


**Ce goût pour la lecture se traduit concrètement, puisque que plus de 40% des jeunes ont échangé plusieurs fois avec leurs proches autour d'un livre qu'ils ont aimé, et plus d' 1/3 d'entre eux ont conseillé un livre ou été tellement pris par un livre qu'ils ne pouvaient plus le lâcher.**

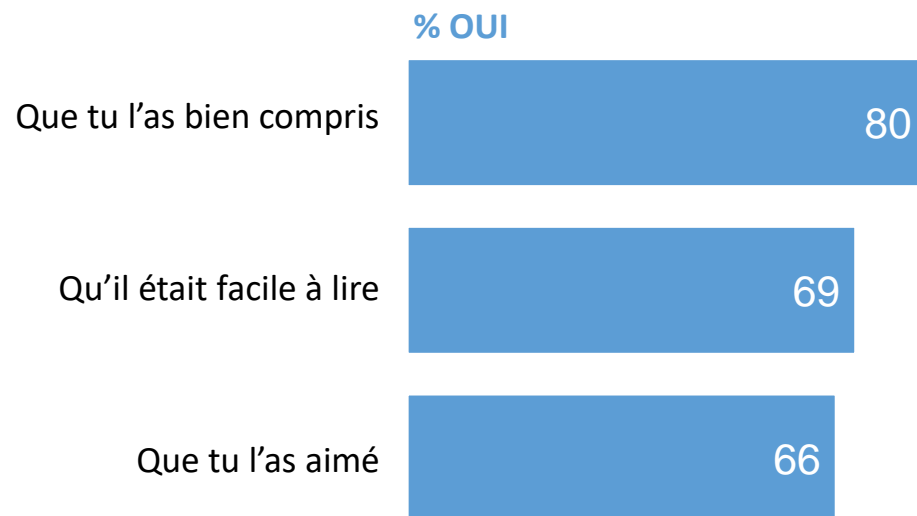
% AU MOINS UNE FOIS



**Les filles sont plus nombreuses que les garçons à parler des livres avec leurs proches. Comme les 20-25 ans, elles sont aussi plus facilement prises par un livre et plus enclines à donner des conseils de lecture. De leur côté, les primaires échangent également volontiers avec leurs proches et sont très nombreux à relire un livre qui leur a plu.**

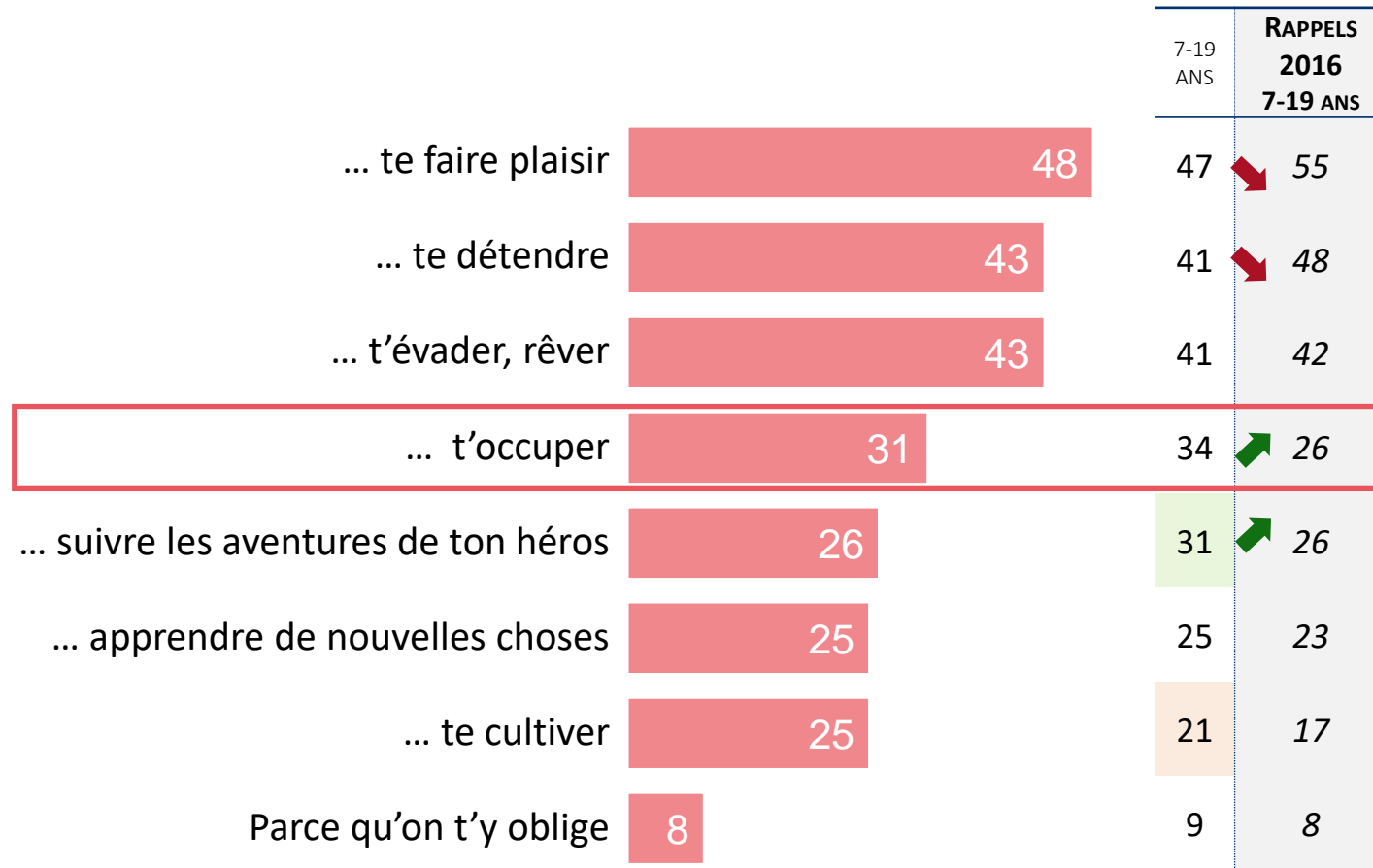


**Les livres lus pour l'école (ou le travail) suscitent un enthousiasme moins fort que ceux lus dans le cadre des loisirs.**  
**Si au global, les deux-tiers des jeunes aiment ces livres, c'est surtout vrai pour les élèves de primaire, mais beaucoup moins à partir du collège et du lycée.**



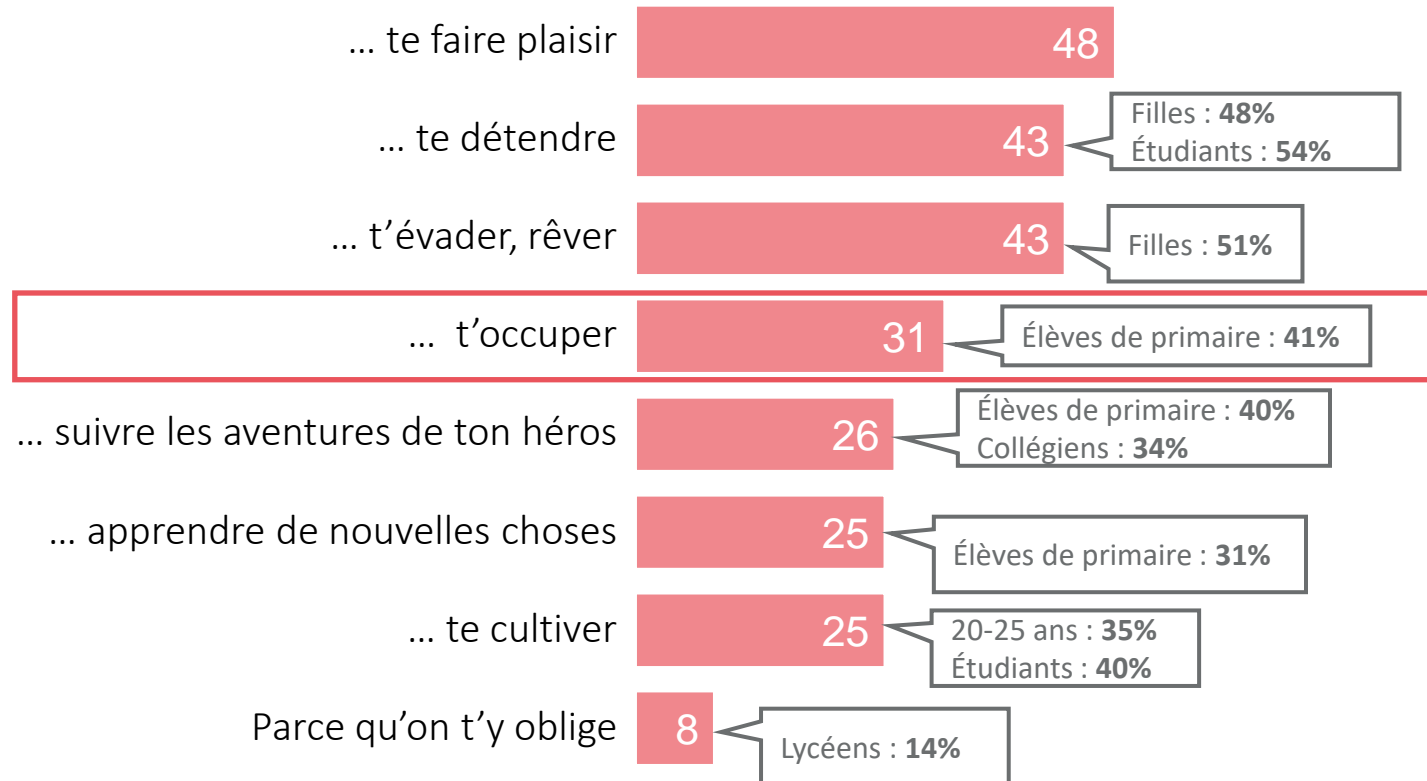
	7-19 ANS	20-25 ANS	FILLES	GARÇONS	PRIMAIRE	COLLÈGE	LYCÉE	ÉTUDES SUPÉRIEURES	ACTIFS	PERSONNE DE RÉFÉRENCE CSP +	PERSONNE DE RÉFÉRENCE CSP -
Que tu l'as bien compris	80	80	80	80	89	82	70	74	78	83	81
Qu'il était facile à lire	69	69	69	69	85	68	57	56	66	71	71
Que tu l'as aimé	66	67	71	62	83	59	52	64	60	67	64

**Le plaisir et la détente restent les premières motivations de lecture chez les jeunes, malgré une baisse importante chez les 7-19 ans, pour qui la lecture est également un bon moyen de s'occuper (+8 points vs 2016).**



Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

**Le livre comme activité pour s'occuper est particulièrement présent chez les primaires (41%), tandis que les étudiants y voient plus un moyen de se détendre ou de se cultiver.**



Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

**Chez tous les jeunes, la préférence pour d'autres activités est le principal frein à la lecture. Pour les non-lecteurs, le manque d'intérêt pour la lecture est également et logiquement un frein important, tandis que les lecteurs loisirs déplorent un manque de temps.**



Parce que...

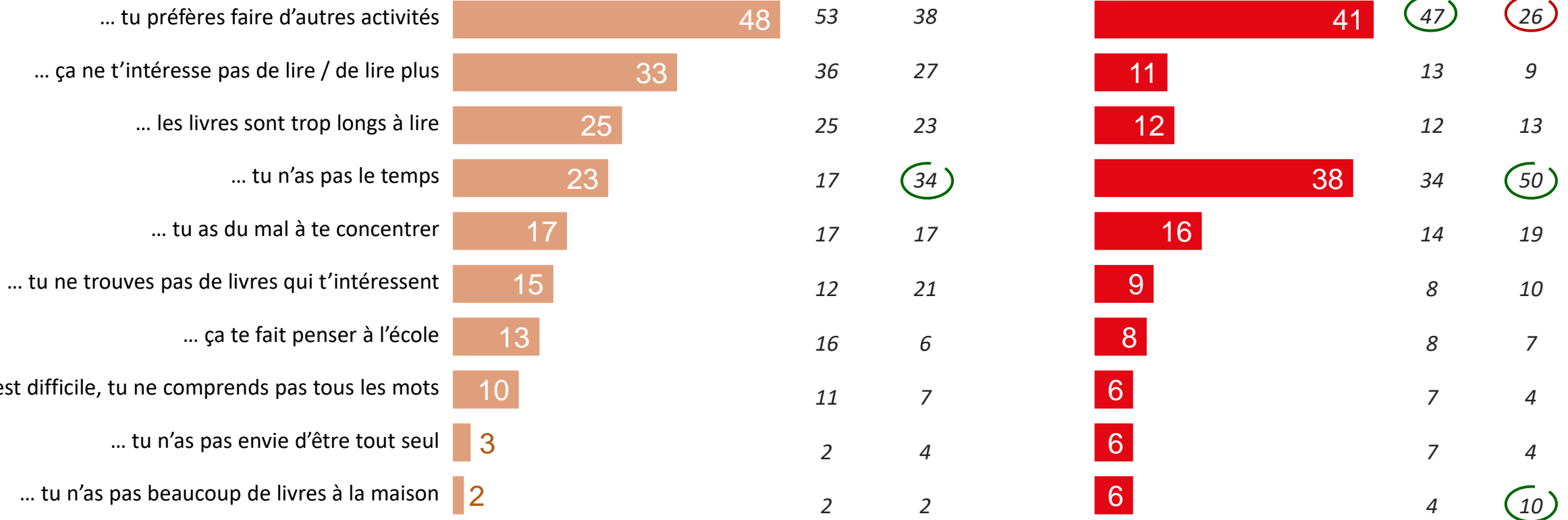
Aux non lecteurs loisirs

7-19 ANS  
20-25 ANS



Aux lecteurs loisirs

7-19 ANS  
20-25 ANS



Question : « Pourquoi ne lis-tu pas de livres dans le cadre de tes loisirs ? » (base: Aux non lecteurs loisirs)

Question : « Pourquoi ne lis-tu pas plus de livres dans le cadre de tes loisirs ? » (base: Aux lecteurs loisirs)

## POINTS CLÉS À RETENIR

---



# A RETENIR

## **Les jeunes sont encore nombreux à lire**

- 1 • Globalement, 81% des 7-25 ans lisent pour leurs loisirs par goût personnel, 77% hors élèves de primaire. Dans ce cadre, ils ont lu 5,4 livres au cours des 3 derniers mois, 4,4 livres hors élèves de primaire. Les 7-19 ans lisent plus qu'avant des BD / mangas / comics (73%, +9 points par rapport à 2016), quand les 20-25 ans privilégient encore les romans (58%), suivis par les BD / mangas / comics (47%).

## **Mais, le décrochage de lecture à l'adolescence est toujours bien présent et réel**

- 2 • La lecture « loisirs » décline fortement chez tous après 12 ans et l'entrée au collège, avec une baisse encore plus importante chez les garçons que chez les filles entre 13 et 19 ans : 68% des garçons lisent pour leurs loisirs à 13-15 ans vs 81% des filles au même âge.

## **Et le temps consacré à la lecture est nettement inférieur à celui passé sur écran**

- 3 • En moyenne, les lecteurs « loisirs » lisent 3h14 par semaine, mais l'ensemble des 7-25 ans (lecteurs ou non) passe 3h50 par jour devant un écran. Les écrans sont d'ailleurs omniprésents dans leur vie, puisque 47% des jeunes font souvent autre chose sur écran en même temps qu'ils lisent : envoyer des messages, aller sur les réseaux sociaux, regarder des vidéos...

## **Néanmoins, les jeunes sont nombreux à aimer la lecture**

- 4 • Pour tous, la préférence pour d'autres activités est le principal frein à la lecture, et les lecteurs loisirs déplorent aussi le manque de temps, mais 84% des jeunes aiment la lecture (42% adorent), qui leur permet de se faire plaisir (48% des lecteurs loisirs), se détendre et s'évader (43%), ou de s'occuper (31%). Ils plébiscitent l'expérience de lecture à voix haute par leurs parents, dont ils gardent un souvenir très positif.

## **Et ils n'hésitent plus à se tourner vers de nouvelles pratiques vis-à-vis de la lecture et des livres**

- 5 • 40% des 7-25 ans ont déjà lu un livre numérique, 59% ont déjà écouté un livre audio ou un podcast et, bien qu'encore minoritaire, Internet devient un critère d'influence pour 29% des lecteurs loisirs. Youtube, Instagram et TikTok seraient d'ailleurs, pour bon nombre d'entre eux, une manière de s'informer sur les livres.



# ANNEXES

---





# NOS ENGAGEMENTS

## Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

## EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

## EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

# A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE\*** »

\*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.

