

LES 18-30 ANS ET LA LECTURE

Ils pourraient se passer de livres

DANIEL GARCIA

Décomplexés, les jeunes adultes sont de moins en moins accros à la lecture, même si en moyenne ils lisent plus que l'ensemble de la population. L'enquête que *Livres Hebdo* a commandée à Ipsos sur les pratiques de lecture des 18-30 ans laisse entrevoir une opportunité de reconquête de la lecture par le numérique.



OLIVIER DION

Ils sont dix millions, et même un peu plus – 10,2 millions, très exactement. Les jeunes de 18 à 30 ans ne forment pas seulement une population conséquente : ils concentrent sur eux une grande partie des évolutions actuellement à l'œuvre dans les pratiques culturelles. La récente synthèse du ministère de la Culture réalisée sous l'égide d'Olivier Donnat (1) nous a fourni les grandes tendances : recul, chez ces jeunes, de la consommation télévisée, emballément pour les jeux vidéo, plébiscite d'Internet... L'enquête du ministère brossait, en filigrane,

le portrait d'une population technophile, parfaitement à l'aise avec les nouvelles technologies, et qui se démarque de ses aînés dans son approche des loisirs. Nous avons voulu en savoir plus sur l'attitude spécifique de ces jeunes face au livre et à la lecture : qu'aiment-ils lire ? comment lisent-ils ? où se procurent-ils leurs livres ? comment abordent-ils le livre numérique... ?

« **Génération de l'écran.** » Nous avons confié toutes ces questions à l'institut Ipsos. Les résultats de l'enquête, dévoilés jeudi 5 novembre lors de notre Forum d'automne et publiés ici (2) sont éclairants, même s'ils n'invitent pas forcément à l'optimisme. Certes cette « génération de l'écran » n'a pas encore totalement déserté le livre, mais elle s'en détourne silencieusement. Un chiffre, un seul, résume bien ce glissement :

52 % de ces jeunes avouent sans fard qu'ils pourraient parfaitement se passer de livres.

Dans ces conditions, le plaidoyer de la secrétaire d'Etat au développement numérique, Nathalie Kosciusko-Morizet, incitant les éditeurs, lors du colloque de la SGDL sur « La révolution numérique de l'auteur », à aborder le numérique non pas comme une menace, mais comme un instrument de reconquête, n'en a que plus de pertinence (3).

(1) Voir « Les pratiques culturelles des Français à l'heure du numérique », LH 793, du 16.10.2009, p. 26.

(2) Le compte rendu du Forum sera, lui, publié dans notre prochain numéro.

(3) Voir LH 793, du 16.10.2009, p. 24.

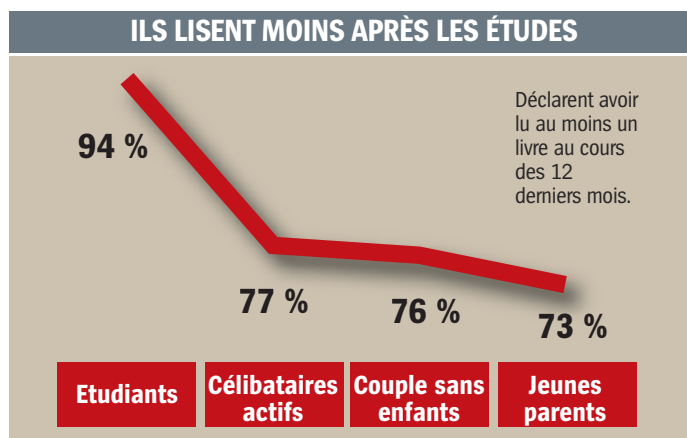
Retrouvez l'enquête LH/Ipsos complète sur

LIVRESHEBDO.fr

1 Comment lisent-ils ?

Pas (encore) d'effondrement ! Pour l'instant, le livre résiste. 79 % des 18-30 ans (contre 70 % pour l'ensemble de la population) ont lu au moins un livre lors des 12 mois écoulés (sont exclues les lectures « professionnelles », y compris donc les ouvrages prescrits aux étudiants, mais sont inclus bandes dessinées et mangas). En d'autres termes, il n'existe « que » 21 % d'absolus non-lecteurs.

Les filles toujours. S'en étonnera-t-on ? Les filles lisent plus que les garçons : 84 % de la tranche d'âge, contre 74 % pour les garçons. 54 % sont des petits lecteurs (moins de 9 livres dans l'année). 24 % des moyens lecteurs (10 à 19 livres), 22 % des gros lecteurs (20 livres et plus). Mais la lecture est pour tous une pratique occasionnelle (seul 1 jeune sur 3 déclare lire tous les jours ou presque), un mode d'évasion qui reste le plus souvent une activité secondaire : seulement 6 % déclarent que la lecture est leur activité préférée... Et plus de la moitié d'entre



Il n'y a « que » 21 % d'absolus non-lecteurs.

eux (52 %) pourraient très bien s'en passer. Ajoutons qu'une majorité écrasante (plus de 80 %) ne s'intéresse pas à l'actualité littéraire, et que, pour 65 % d'entre eux, le livre est un produit de consommation comme un autre.

Par ailleurs, ces lecteurs occasionnels, soucieux d'optimiser leur temps de loisir, aiment lire dans les transports : ils sont 15 % à déclarer lire le plus souvent dans le métro, le bus, le train ou l'avion. En revanche, si la lecture est un acte intime, elle vaut aussi par le partage : 60 % aiment discuter

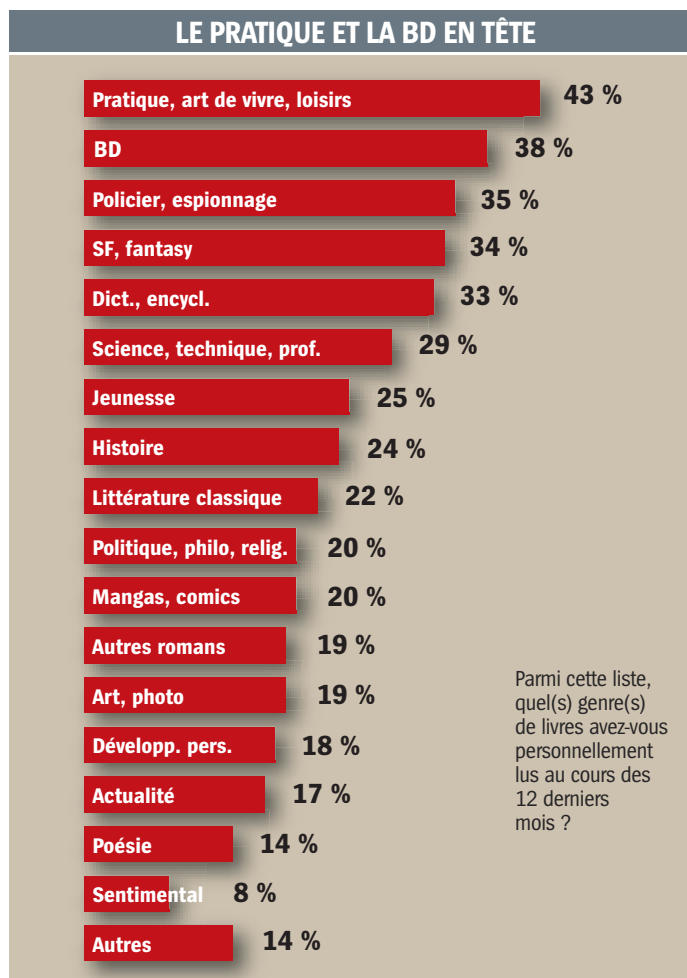
de ce qu'ils ont lu avec leur entourage. Et ils sont tout de même 81 % à conserver précieusement les livres qu'ils ont lus. Les fabricants de bibliothèques ne sont donc pas tous condamnés à fermer boutique.

25 % sont inscrits en bibliothèque ou médiathèque (et 32 % de ces inscrits s'y rendent au moins une fois par semaine), mais les inscriptions chutent très fortement une fois les études terminées : les étudiants sont 40 % à fréquenter les bibliothèques, les célibataires actifs ne sont plus que 21 %...

2 Quel genre de livres lisent-ils ?

Harry Potter (qu'ils ont lu quand ils étaient enfants) et la saga *Twilight* de Stephenie Meyer sont passés par là : la SF, le fantastique, la fantasy ou l'heroic fantasy sont, de loin, le genre préféré des jeunes, aussi bien chez les garçons que chez les filles, devant les romans policiers ou d'espionnage (plutôt plébiscités par les filles), les livres pratiques (chouchous des garçons), la bande dessinée (les garçons, toujours) et les œuvres de littérature classique (les filles). En revanche, arrivent bons derniers la poésie, les livres d'art et les dictionnaires ou encyclopédie. Voilà pour les préférences. Mais, pragmatisme oblige, à la question « Quel genre de livres avez-vous lus au cours des 12 derniers mois ? », les livres pratiques arrivent en tête, devant la bande dessinée, les romans policiers, la SF et fantasy, les dictionnaires ou encyclopédies... Seul point commun : la poésie demeure en queue de peloton. Mauvaise nouvelle pour les éditeurs de littérature, aussi bien au chapitre des préférences que des livres effectivement lus, le roman contemporain traîne les pieds...

On notera, enfin, que les médias semblent avoir une bien piètre influence sur leurs choix : le sujet ou le thème du livre arrive en premier critère, devant les conseils de l'entourage, le nom de



Mauvaise nouvelle pour les éditeurs de littérature, aussi bien au chapitre des préférences que des livres effectivement lus, le roman contemporain traîne les pieds...

l'auteur, son passage dans une émission de télévision ou de radio, les critiques lues dans la presse ou la recommandation d'un libraire. Quant à l'attribution d'un prix littéraire... son influence frise le zéro absolu.

3 Comment achètent-ils ?

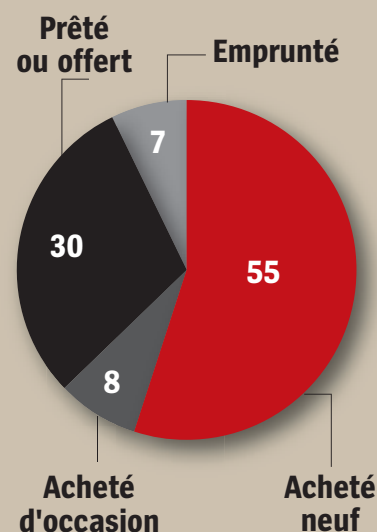
Les deux tiers (64 % contre 57 % tous âges confondus) ont acheté un ou plusieurs livres neufs au cours des 12 derniers mois. Mais, lecteurs occasionnels, les jeunes sont aussi des acheteurs occasionnels : un tiers, seulement, achète des livres au moins une fois par mois. Et le budget annuel moyen de ces acheteurs est de 107 euros : 70 euros pour eux personnellement, 37 euros pour offrir. Mais, bien sûr, ce budget augmente (quoique très modérément) avec l'autonomie financière : de 103 euros chez les étudiants (qui privilégient le format poche), il passe à 115 euros chez les jeunes parents. Pour acheter leurs livres, ils privilégient assez nettement les grandes surfaces culturelles (type Fnac, Virgin, Cultura), sans doute en raison de l'offre de produits technologiques accolée aux rayons livres : 41 % déclarent acheter « le plus

souvent » leurs livres dans ce type de magasins, contre 22 % dans une librairie classique. Les hypermarchés arrivent en troisième position, Internet en quatrième et la vente par correspondance en cinquième position.

Trop chers. Si l'on affine, on s'aperçoit que l'apparition des contraintes professionnelles et familiales profite à la grande distribution (on achète les livres en même temps qu'on pousse le Caddie le samedi) et à la vente à distance : 10 % des étudiants se fournissent de préférence dans la grande distribution (hypermarchés et supermarchés), mais 28 % des jeunes parents ; 10 % des étudiants privilégient la vente à distance (Internet et clubs), mais 20 % des jeunes parents. Globalement, ils estiment que les livres sont trop chers : près des deux tiers (63 %) sont « *tout à fait d'accord* » ou « *plutôt d'accord* » avec cette idée. Pour autant, ils n'attendent pas forcément la sortie en poche pour acheter les nouveautés qui les intéressent : ils ne sont qu'un petit tiers (32 %) à raisonner ainsi. Enfin, près de 1 livre sur 10 est acheté d'occasion.

1 LIVRE LU SUR 10 EST ACHÉTÉ D'OCCASION

Sur 10 livres lus, combien en avez-vous...



4 Le couple nuit à la lecture

Le taux de lecteurs chute très fortement une fois les études terminées. Si 94 % des étudiants sont des lecteurs de livres, les célibataires actifs ne sont plus que 77 % dans ce cas, les couples sans enfant 76 % et les jeunes parents 73 %. Mais c'est le passage de la vie célibataire à la vie de couple qui marque une vraie rupture dans les pratiques de lecture. Quand un célibataire actif lit en moyenne 17 livres par an, ce chiffre tombe à 10 chez un couple sans enfant et remonte très légèrement (à 12) chez les jeunes parents. C'est

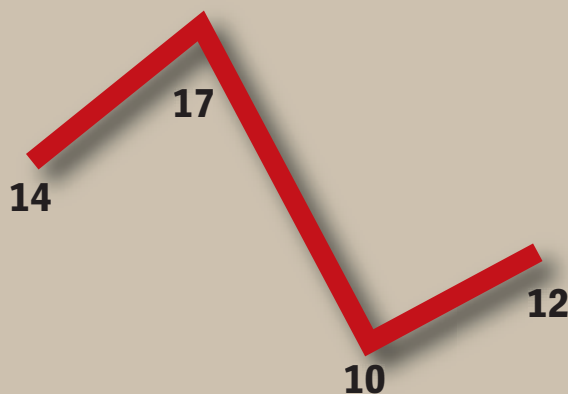
d'ailleurs lorsqu'ils vivent en couple que les jeunes sont les plus nombreux à déclarer lire moins qu'avant, alors que les étudiants et les célibataires actifs ont moins le sentiment d'avoir modifié leurs habitudes. 35 % des étudiants estiment lire moins qu'avant, mais 33 % ont le sentiment de lire plus qu'avant ; 29 % des célibataires actifs lisent moins qu'avant et le même pourcentage lit plus qu'avant, mais 38 % des couples sans enfant jugent lire moins qu'avant, et seulement 24 % plus qu'avant : par rapport à la médiane, la chute chez ces derniers est ainsi de 14 points. Une consolation, toutefois : avec l'autonomie financière et l'installation dans la vie de famille, le budget livre s'accroît, la part des livres achetés en poche diminue et le nombre de livres achetés pour offrir augmente. ◊

54 % N'ONT PAS ENTENDU PARLER DU LIVRE NUMÉRIQUE

A la question « Avez-vous déjà entendu parler du livre numérique ? », plus de la moitié (54 %) ont répondu non (62 % chez les filles). Ce résultat peut surprendre, et sans doute a-t-il déjà changé depuis la réalisation de l'enquête : c'était avant le flot de reportages télévisés provoqués par l'arrivée du Kindle d'Amazon en Europe. Mais, parmi les 45 % qui ont entendu parler du livre numérique, 18 % (20 % chez les garçons, 15 % chez les filles) ont déjà lu « *en entier ou en partie* » un livre numérique. Les étudiants sont les plus nombreux à avoir essayé, loin devant les jeunes parents. Des chiffres finalement assez éloquentes, compte tenu de la faiblesse, pour l'instant, de l'offre : cette génération enthousiaste à l'égard des nouvelles technologies, chez laquelle se développent le plus rapidement les usages de l'Internet mobile, est prête à s'investir dans le livre numérique et ne semble pas voir la fameuse « sensualité » du papier comme un argument incontournable en faveur de Gutenberg. ◊

CE SONT LES COUPLES SANS ENFANT QUI LISENT LE MOINS

Nombre de livres lus au cours des 12 derniers mois, y compris les BD, hors livres scolaires, universitaires, professionnels et livres lus aux enfants.



Etudiants

Célibataires actifs

Couple sans enfants

Jeunes parents

Méthodologie

Enquête réalisée pour *Livres Hebdo* par Ipsos Media CT auprès d'un échantillon de 3 000 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus de façon à interroger un échantillon de 697 jeunes âgés de 18 à 30 ans, en face-à-face et en 3 vagues du 11 au 28 septembre 2009.

Librairie : il y a de « petits miracles »

A Aubervilliers, la clientèle des 18-30 ans de la librairie Les Mots passants est comme la ville, mélangée et métissée, socialement et culturellement.

Les ados que nous avons connus grands lecteurs, qu'ils s'agissent de lectures prescrites ou non, continuent de venir, se félicite Françoise Dessery, cofondatrice de la librairie Les Mots passants à Aubervilliers, en région parisienne. En revanche, nous ne voyons plus les ados qui ne venaient – et déjà à contrecœur – que pour les lectures imposées par leurs profs. Mais quelques-uns peuvent réapparaître vers 20 ou 22 ans, avec les premiers salaires, pour des livres un peu “people”, dont nous avons toujours un échantillonnage fourni en magasin. A nous de créer le contact lors de ces achats, en proposant une carte de fidélité, ou d'autres lectures, plus écrites. Quant aux fans d'histoires d'amour, nous essayons de leur faire lâcher Marc Levy ou Guillaume Musso au profit de Stefan Zweig, Jean-Philippe Blondel ou même Anna Gavalda. Ça ne marche pas à tous les coups, mais ça marche. »

Une manière de fidélité. Pour certains, le chemin retrouvé de la librairie passe par le manga : « Quelques clients non lecteurs ne viennent que pour leur commande de manga, mais ils viennent. On met de côté, à leur nom, chaque nouvelle parution. Cela crée quand même une manière de fidélité – de



F. Dessery



PHOTOS OLIVIER DION

notre côté aussi. » Les comportements sont aussi très dépendants de la situation du jeune : étudiant, jeune actif ou en couple. « Chez les étudiants, la lecture plaisir a semble-t-il peu de place. Tout est centré sur le travail, sauf peut-être un peu de BD – mais c'est sans doute lié à un problème de pouvoir d'achat. Chez les 25-30 ans, on trouve des lecteurs réguliers chez les jeunes travailleurs, très nettement de gauche, qui lisent Charlie Hebdo et achètent les livres de chez Agone, Lignes, Raison d'agir... Enfin, certains jeunes parents forment une part très intéressante de notre clientèle. Ils s'attachent aux lectures dès le premier âge pour leur enfant, et réservent un budget pour cela. »

Et puis, il y a les « petits miracles » : tel ce jeune homme de 27 ans, « “caillera” en diable, qui me dit ne pas avoir ouvert un livre depuis le collège, et compte sur moi pour lui donner envie de lire. Je lui ai glissé Un petit boulot de Ian Levison entre les mains, et il est revenu huit jours plus tard, en manque de lecture. Et ces quelques jeunes gens qui squattent la librairie durant des heures, avant d'oser dire qu'ils ont peur de lire, que l'école les a presque dégoûtés de l'envie de lire, mais qu'ils désirent une autre chance avec le livre. On tremble un peu en leur donnant Bandini de John Fante ou Saltatempo de Stefano Benni, en espérant toucher juste... » ●

Bibliothèque : « Jusqu'à la paternité, ils se comportent tous comme des ados »

La médiathèque d'Antibes-Juan-les-Pins fait un sort spécial aux jeunes lecteurs.

Une salle de répétition insonorisée dans une médiathèque ? L'idée, originale, qui a germé à Antibes se révèle imparable pour attirer un public jeune : groupes de rock, slameurs, rappeurs ou jeunes musiciens classiques investissent le lieu... qu'ils partagent aussi avec la chorale du 3^e âge ! Inaugurée le 11 décembre 2006, la médiathèque communautaire d'Antibes-Juan-les-Pins (tête de réseau de la communauté d'agglomération Sophia-Antipolis) se voulait, dès l'origine, « un lieu décloisonné, transversal et transgénérationnel », selon la formule de sa directrice, Marie-Hélène Cazalet. Ancienne conservatrice jeunesse, auparavant en poste à la BM de Bordeaux, Marie-Hélène Cazalet a développé le projet d'Antibes avec l'architecte Pierre Riboulet (aujourd'hui décédé) : « J'ai pu ainsi mettre mes idées d'abord en 3D, puis en perspective, et maintenant en action avec le public. Antibes est une grosse ville moyenne : 80 000 habitants, 180 000 avec l'agglomération. Avant l'ouverture de la médiathèque, il existait un déficit

culturel que nous voulions combler. Mais pas question d'aborder les publics ou les générations en tranches de saucisson. Tous les secteurs sont multimédias et multisupports, le rayon documentation est commun aux adultes et aux enfants. »

Musique, cinéma et presse. Pour Marie-Hélène Cazalet, le public des 18-30 ans est à la fois très hétérogène (« à 18 ans, on est encore dans les études, à 30 ans, on est père ou mère de famille ») et plutôt homogène : « Jusqu'à la paternité, ou la maternité, ils se comportent tous comme des ados : ce qui les intéresse en priorité, c'est la musique, le cinéma et la presse. Et bien sûr, désormais, l'accès numérique à ces activités. L'approche technique est primordiale pour cette génération. Les 20 000 CD



“C'est avec le premier enfant que nous gagnons de nouveaux lecteurs.”

MARIE-HÉLÈNE CAZALET

de notre discothèque ont tous été numérisés et sont écoutables en tout point du bâtiment. »

La vraie rupture, c'est quand ils deviennent parents : « Leur fréquentation de la médiathèque évolue, mais ça ne veut pas dire qu'ils ne viennent plus. Au contraire : ils plébiscitent nos propositions pour les bébés. Mais c'est aussi avec le premier enfant que nous gagnons de nouveaux lecteurs : les parents sont informés par les assistantes maternelles de nos activités, et ils poussent pour la première fois la porte de la médiathèque. »

Autre point fort, qui draine une clientèle jeune : le dispositif Emploi-Formation. Mais pour Marie-Hélène Cazalet, la clé du succès, si l'on veut attirer et fidéliser les jeunes, c'est « de décloisonner au maximum, d'offrir constamment l'aller-retour entre ce qui est intime et ce qui est partagé ». Un exemple ? L'autre mercredi, l'atrium accueillait une master-class de beatboxing (imitation vocale de percussions). « Le concert a duré une heure. Ceux qui voulaient continuer à travailler le pouvaient, dans des espaces protégés. Les autres usagers sont tous descendus écouter, avant de remonter dans les étages. Une médiathèque, aujourd'hui, c'est aussi cela : un lieu d'action culturelle. » ●