

La lecture de la presse chez les moins de 20 ans

lun 16/05/2022 - 11:00



Chère consœur, cher confrère,

Deux ans après le début de la crise sanitaire, les jeunes continuent d'accroître et de diversifier leur consommation média.

L'étude Ipsos Junior Connect réalisée en 2022 avec les groupes Bayard/Milan et Unique Heritage Média révèle que si la jeune génération est toujours plus connectée, elle reste aussi très attachée à la lecture et à la presse jeunesse. Un constat encourageant !

Internet est sans surprise le média n°1 des jeunes à raison de 6 heures par semaine pour les moins de 6 ans, de 9 heures par semaine pour les 7-12 ans et de presque 18h par semaine pour les 13 ans et plus.

Malgré cet appétit pour l'écran, les moins de 20 ans restent fidèles à la lecture de la presse, et notamment à la presse jeunesse. Chez les moins de 12 ans, 71% la consultent ainsi régulièrement.

La pratique des écrans ne freine donc pas la lecture des jeunes : 35% des adolescents lisent la presse jeunesse. Ce taux se maintient même à 32% chez les plus gros consommateurs

d'écrans.

Nous le constatons aussi dans nos commerces où des titres comme Petit Ours Brun, Popi, J'aime lire, Picsou et autres Journal de Mickey remportent toujours autant de succès chez nos jeunes clients...

La famille de presse Enfants a acquis une place importante dans la structure de nos ventes : attribuons-lui toute la place qu'elle mérite dans nos linéaires !