

Au cœur d'un océan de livres, la presse jeunesse cherche à conquérir son public

lun 02/12/2024 - 14:38



Le 40ème Salon du livre et de la presse jeunesse de Montreuil s'est tenu du 27 novembre au 2 décembre 2025. L'occasion pour la presse jeunesse de se mettre en avant et de faire connaître les nombreux titres qu'elle compte en France. L'enjeu est aussi de réhabiliter les jeunes à lire pour que cela devienne naturel à l'âge adulte. Pour ce faire, le salon organisait divers événements.

Mercredi soir, c'est une panne de courant qui a surpris au Salon du livre et de la presse jeunesse à Montreuil. Vendredi, c'est une fuite d'eau qui a donné des sueurs froides aux organisateurs. Il est quasiment midi lorsqu'une flaute se forme à côté du kiosque de la presse jeunesse, inondant l'allée, juste avant un atelier animé par Edith Rieuban, rédactrice en chef du journal de Mickey. Pas de quoi décourager la journaliste pour qui l'événement est un moyen de redonner le goût de la lecture aux jeunes. "C'est important de les réhabituer à lire. Cela permet aussi de leur montrer les coulisses du journal, comment on le fabrique, indique-t-elle. Je pense que c'est essentiel d'expliquer ce qu'on fait pour qu'ils puissent comprendre que derrière le journal qu'ils tiennent dans leurs mains, il y a de nombreuses personnes qui y travaillent".

Faire découvrir la presse aux jeunes

Avec une vingtaine d'élèves d'une école parisienne, elle s'engouffre dans la petite pièce dédiée à son atelier, toujours sous la menace de l'inondation. Assis sur des coussins colorés, manteaux sur les épaules, les jeunes lecteurs écoutent, avec, intérêt, la présentation de la journaliste. Ils sont d'ailleurs plus assidus que leur professeur, qui pianote sur son téléphone. Durant 45 minutes, Edith Rieuban revient avec eux sur l'histoire du journal, les différentes personnes qui contribuent à la réalisation d'un numéro et leur apprend comment dessiner Mickey, la célèbre mascotte de Disney. Les minutes s'égrènent et midi approche, les élèves commencent à avoir

faim. La séance se termine avec les sourires des jeunes qui sortent déjeuner.

Peu à peu, c'est tout le bâtiment qui se vide. Les centaines d'élèves présents durant la matinée s'estompent, réduisant le brouhaha ambiant. Les allées s'éclaircissent, il est plus facile de déambuler entre les stands, qui sont bien plus visibles et témoignent du passage des visiteurs. Des livres jeunesse colorés, des romans pour adolescents et des magazines pour enfants sont présents par milliers, où que l'on pose les yeux. Bien disposées sur une étagère, en pile sur une table, du sol au plafond, ce lieu regorge de pages qui ne demandent qu'à être lues. C'est le moment qu'à choisi Christelle pour cheminer au cœur des allées. *"Je cherche un cadeau à faire à mes petits-enfants. Je regarde les livres et j'ai aussi vu les magazines, plus j'y pense, plus je trouve que l'idée est bonne. Je lis les journaux tous les jours, je trouve que c'est important de les habituer à lire jeunes"*, dit-elle. L'avis de la soixantenaire est sûrement partagé par les titres de presse plus classiques. On retrouve sur le salon, les stands de L'Humanité, Le 1 ou encore Libération, qui cherchent, eux aussi, à séduire la jeunesse.

“On a la chance d'avoir une offre de presse jeunesse importante et variée”

Des efforts pour faire lire les jeunes qui payent. D'après les études Source Junior Connect, entre 2022 et 2024, le temps de lecture de la presse jeunesse à augmenté de 45 minutes par semaine chez les 1-6 ans et de 43 minutes pour les 7-12 ans. Une motivation supplémentaire qui conforte quant à la nécessité d'un point de presse jeunesse sur le salon, ce que souligne Diane Delacharleray, qui organise la partie du kiosque des médias. Dans l'urgence, avec la flaque d'eau à faire sécher, elle arrive tout de même à confirmer la tendance. *"En France, On a la chance d'avoir une offre de presse jeunesse qui est importante et super variée, il y a de la science, de l'histoire, des jeux, du sport..."* indique la responsable communication et affaires institutionnelles du Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM). *"Sur cet événement, la presse a vraiment une approche complémentaire du livre. Ça fait plus de vingt ans qu'elle est présente sur le salon. Cette année, on a mis en place une offre d'éducation aux médias, ce qui est nouveau"*, glisse-t-elle avant de jeter un œil à ses équipes toujours occupées à sécher la moquette.

Pendant que les derniers ajustements se font pour rouvrir la zone, les visiteurs commencent de nouveau à affluer dans les allées remplies de livres, et les jeunes découvrent les magazines. Que ce soit attablés à un stand ou même assis en plein milieu des allées, ils feuillettent, analysent et observent chaque page en détail. Une activité surveillée du coin de l'œil par les éditeurs qui ne peuvent s'empêcher d'esquisser des sourires de satisfaction en voyant repartir tous ces jeunes lecteurs, journal sous le bras. La presse jeunesse n'a pas encore coulé, et semble même être à flots pour de nombreuses années encore.

crédit photo : Adrien Lhommedieu

Union Presse - 16 place de la République 75010 Paris - Tél : 01 42 40 27 15