



La jeunesse réinvente la lecture

La prééminence du smartphone chez les « adolécrans » ne les empêche pas de continuer à lire des livres. Les maisons d'édition s'adaptent à leurs nouvelles habitudes et à leurs goûts, au croisement de la romance, des mangas ou encore des séries

DOSSIER

Les jeunes lisent, mais leurs parents ne le savent pas toujours. Alors que les adultes les croient sacrifiés sur l'autel d'Internet et des smartphones, avec pour unique perspective culturelle leurs écrans, ils ne sont en réalité pas la génération perdue pour la lecture. Au contraire. Et l'industrie du livre en profite, malgré un marché de l'édition à la peine. Les « adolécrans » – néologisme dérivé de l'américain *screenagers* pour désigner les 13-19 ans hyperconnectés – n'ont découvert la lecture ni lors des confinements de 2020 et 2021 ni parce que celle-ci a été déclarée « grande cause nationale » (jusqu'à l'été prochain) en France.

Les millennials et leurs cadets sont bien des lecteurs de livres. « Les jeunes lisent de plus en plus », confirme Magali Fourmaintraux, secrétaire générale des Petits Champions de la lecture, association fondée il y a dix ans et présidée par Antoine Gallimard, PDG du groupe d'éditions Madrigall. Un sondage Ipsos pour le Centre national du livre (CNL), publié en mars, le montre : les 7-25 ans sont 93 % à se dire « lecteur », que cela soit « dans le cadre des loisirs, par goût personnel » (81 %), avec en moyenne cinq livres lus au cours des trois derniers mois, ou bien « pour l'école, le travail » (76 %), avec deux livres lus sur la même période. Des enfants aux ados (les 7-19 ans), ceux qui lisent dans le cadre de leurs loisirs sont passés à 83 %, contre 78 % six ans auparavant.

LE RÔLE DES PLATES-FORMES VIDÉO

« Malgré un temps croissant passé sur les écrans, les jeunes lisent toujours autant ! », rassure également la récente étude « Junior Connect' », réalisée par Ipsos. Les 7-25 ans passent trois heures cinquante minutes en moyenne par jour sur les écrans, contre seulement trois heures quatorze par semaine consacrées à la lecture. Mais s'ils possèdent en moyenne près de trois types de terminaux (smartphone, console de jeux...) chacun, 61 % des plus de 13 ans ont lu un livre au cours des trois derniers mois.

Reste à savoir ce qui les attire. Chez les préados et les « jeunes adultes », l'identification aux personnages semble détermi-

nante. « J'ai regardé les trois premiers films de la saga *After* sur Amazon Prime Video, après en avoir entendu parler sur TikTok. Je suis impatiente de voir le quatrième film qui va bientôt sortir. Je me suis très vite identifiée à l'héroïne Tessa, blonde comme moi et avec le même caractère ! J'en suis devenue tellement fan que j'ai lu les 2500 pages de l'édition intégrale reprenant les cinq tomes de l'édition française », témoigne, enthousiaste, Violette, 15 ans. « Les fictions de l'imaginaire – dystopie, uchronie, fantasy, postapocalyptique – restent globalement majoritaires, adolescents et jeunes adultes continuant à privilégier les logiques d'évasion et d'invention. On note également la vogue actuelle de deux genres plus réalistes : la romance décomplexée, incarnée par *After* dans le sillage de *Cinquante nuances de Grey*, et la sick-lit [genre romanesque dont l'intrigue tourne autour d'une maladie grave] surfant sur le succès de Nos étoiles contraires », analyse Laurent Bazin, maître de conférences à l'Institut d'études culturelles et internationales, auteur de *La Littérature Young Adult* (Presses universitaires Blaise Pascal, 2012). Bien que publiés de 1997 à 2007, en pleine révolution Internet, les sept romans d'*Harry Potter* ont été des succès planétaires. Tout comme les best-sellers *Twilight*, *Hunger Games*, *Divergente* ou encore *Le Labyrinthe*.

Un film romantique tel qu'*A travers ma fenêtre*, sorti cette année sur Netflix, peut amener son public à la lecture des 460 pages de la saga amoureuse écrite par la Vénézuélienne Ariana Godoy, *My Wattpad Love* (Hachette, 2017), dont le film espagnol est issu. « Les médias numériques ne s'inscrivent pas uniquement en opposition à la lecture, et les passerelles entre les deux mondes sont nombreuses », explique Magali Fourmaintraux. Ainsi, 31 % des jeunes choisissent un livre après avoir visionné le support audiovisuel de la même histoire, comme le montre le phénomène de réimpression des livres de Maurice Leblanc à la suite de la série *Arsène Lupin*, ou encore, la rupture de stock des *Illusions perdues* de Balzac après le film de Xavier Giannoli. »

2021, ANNÉE RECORD

Les plates-formes vidéo, avec leurs films et séries, peuvent jouer un rôle de prescripteur auprès des jeunes. Nombre d'adolescents basculent dans la lecture après avoir en-

tendu parler d'un roman sur les réseaux sociaux (TikTok, Snapchat, Instagram...), dont certains ont une section consacrée comme BookTok. Les jeunes communautés d'influence viennent ainsi au secours du marketing de l'édition. « La galaxie "Young Adult" multiplie autant que possible les supports médiatiques, un succès en appelant un autre », souligne Laurent Bazin.

Et ça peut rapporter gros. Le marché mondial des livres pour enfants et jeunes adultes devrait croître de près de 5 % cette année, à 11,3 milliards de dollars (10,6 milliards d'euros), selon la société d'études The Business Research Company. D'après l'Association des bibliothèques américaines, les quatre genres les plus demandés pour les jeunes lecteurs sont « mystères imaginaires », « réalisme magique », « steampunk » (intrigues lors de la première révolution industrielle) et « romans en vers ».

En France, l'univers « ado-préado » de l'édition affiche même des taux de croissance à deux chiffres : selon l'institut GfK, l'ensemble constitué par les BD jeunesse, les mangas, les romans pour les 8-12 ans et les romans pour ados a bondi l'an dernier de 56 % en volume, à plus de 83,6 millions d'exemplaires vendus, et de 51 % en valeur, à plus de 736,1 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le marché des mangas a, quant à lui, tout simplement doublé, dont la catégorie japonaise des *shonen* (« garçons »). En 2021, le volet inaugural du manga *shonen Naruto* – sorti en 2003 aux éditions Kana – arrive en deuxième position en volume, juste derrière *Astérix et le griffon* (Albert René, 2021).

Du côté des libraires, l'année 2021 enregistre un record des ventes de livres en hausse de 15 % sur un an, grâce à une embellie « post-Covid » tirée par les jeunes lecteurs. « A part le scolaire (-41 %), tous les rayons ont été en progression l'an dernier, la jeunesse affichant +15 % et la bande dessinée +35 % », indique Pauline Hamet, chargée de mission au Syndicat de la librairie française. Le premier trimestre 2022, lui, a été moins dynamique « à l'exception du rayon "polar, fantasy, science-fiction", qui bénéficie de la sortie du dernier roman policier de l'écrivain suisse Joël Dicker, *L'Affaire Alaska Sanders* (Rosie & Wolfe), paru en mars 2022 ».

D'après un sondage Odoxa pour le Syndicat national de l'édition, en pleine pandémie, « ce sont les plus jeunes (les moins de





25 ans) qui se sont mis à lire le plus pendant les deux périodes de confinement ». L'édition jeunesse a ainsi été l'un des rares segments à croître, consolidant sa quatrième position en valeur après la littérature, le scolaire et les sciences humaines. L'édition jeunesse française (hors scolaire et BD) ne cesse de progresser depuis 2017 : 355 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020, soit une hausse de 1,1 % en un an, contre 348,4 millions en 2018 et 340 millions en 2017.

La BD, elle, a tiré son épingle du jeu avec une croissance des ventes de 6,3 % sur un an, à 327 millions d'euros en 2020. D'ailleurs, le marché du livre de poche, près de 370 millions d'euros, est en recul, sauf dans deux segments : la jeunesse et la bande dessinée. « La croissance de la maison d'édition Quelle Histoire n'a absolument pas ralenti en 2020 et 2021 ; nous avons connu lors des confinements des performances de 30 % supérieures au marché du livre », se félicite Emmanuel Mounier, président fondateur d'Unique Heritage Media (Quelle Histoire, Willy Wild...) et des magazines (*Abri-cot*, *Picsou Magazine*...).

LA NOUVEAUTÉ « WEBTOONS »

Même satisfecit chez Bayard : « Nous sommes le premier éditeur sur le marché de la BD

jeunesse, avec près de 6 millions d'exemplaires vendus en 2021, et sur celui du livre documentaire jeunesse également, avec près de 2 millions d'exemplaires vendus », rapporte Pascal Ruffenach, président du directoire de Bayard Presse, la maison mère.

Les jeunes lecteurs poussent les éditeurs à s'adapter. Ces derniers prennent conscience qu'il faut aller les « chercher sur leur terrain pour leur permettre de lire comme ils veulent quand ils veulent, et d'avoir une attitude décomplexée par rapport à la lecture », comme le conseille le CNL. La presque centenaire maison d'édition new-yorkaise Simon & Schuster s'est trouvée toute ragaillardie après la *success story* d'*After* dès 2014 (plus de 12 millions d'exemplaires vendus), dont la nouvelle version graphique vient, cette fois, d'être éditée par la maison Frayed Pages × Wattpad Books, société commune à l'autrice, Anna Todd, et à la filiale Wattpad Webtoon Studios, du groupe sud-coréen Naver.

Cette édition en BD imprimée s'inspire des *webtoons*, qui constituent la nouvelle génération de BD numériques créées pour être défilées sur les écrans des smartphones des adolécans. En Corée du Sud, le marché des *webtoons* a pesé à lui seul 750 millions d'euros en 2021. La plate-forme éditoriale

Wattpad a également fait office de tremplin pour Ariana Godoy ou pour la Néo-Zélandaise Rachel Smythe : cette dernière a transposé avec succès sa série *Lore Olympus* sur la plate-forme Webtoon de Naver (lue plus de 5 millions de fois). Le premier volume imprimé a été édité en début d'année en France par l'éditeur Hugo & Cie.

De son côté, Bayard édite aussi les magazines *Okapi* et *Phosphore*, présents sur les réseaux sociaux TikTok, YouTube, Twitch, Instagram, où ils totalisent des millions de vues. « Même si la vidéo et l'audio sont fortement utilisés, de nouveaux formats comme le roman graphique font une percée incroyable, mêlant le texte et l'image. On peut même noter le retour de la poésie, portée aussi par toute une culture musicale. D'où l'importance d'être présent là où sont les enfants et d'être créatif sur les écrans », précise Pascal Ruffenach. La France vient par ailleurs de remporter cette année – et pour la première fois depuis 1964 – le prix Hans-Christian-Andersen (surnommé « le petit prix Nobel de littérature »), pour l'œuvre « jeunesse » de Marie-Aude Murail (dont *Oh, boy!*), très populaire sur BookTok, l'espace des amoureux de littérature du réseau social TikTok. ■

CHARLES DE LAUBIER



Un adolescent lit au-dessus des gorges de la Dordogne, en Corrèze, en avril 2021.

STÉPHANIE TÊTU

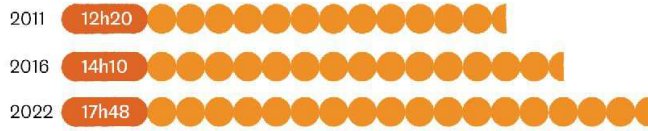




► 31 mai 2022 - N°24073

Les jeunes passent de plus en plus de temps sur les écrans...

Temps passé par les 13-19 ans sur Internet, en nombre d'heures par semaine



Les 13-19 ans possèdent en moyenne près de 3 écrans personnels.



... mais ils ne lisent pas moins pour autant

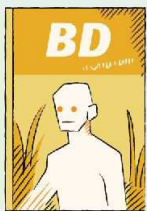
Les 7-25 ans passent en moyenne :



Les 7-19 ans lisent en moyenne **13 min par semaine de plus qu'il y a six ans.**

La BD et le manga en plein boum pendant la pandémie

Top 3 des genres que lisent les 7-19 ans



55 %*
+ 2 points depuis 2016



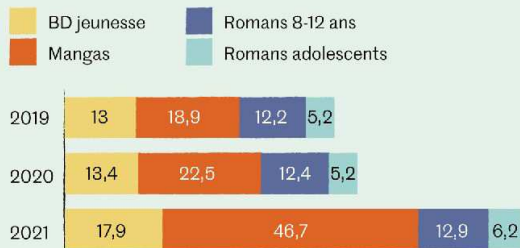
46 %
- 9 points depuis 2016



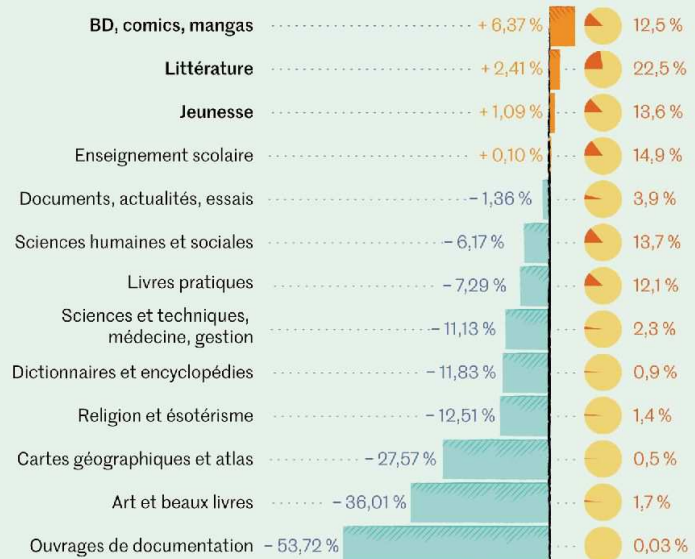
40 %
+ 17 points depuis 2016

* 55 % des lecteurs loisirs de 7-19 ans en 2022 disent lire des BD

Nombre de ventes de l'univers « ado/préado », en millions de livres



Evolution du chiffre d'affaires par segment éditorial et parts de marché, en 2020

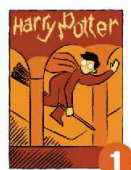


Les plates-formes vidéo et les réseaux sociaux : nouveaux prescripteurs de lecture



choisissent un livre après avoir vu un film ou une série sur une plate-forme.

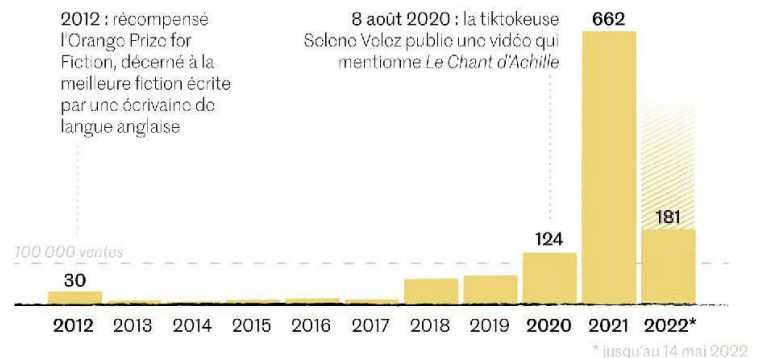
Après le succès de la série *Lupin* sur Netflix, *Arsène Lupin*, de Maurice Leblanc, s'est classé à la 2^e place en littérature jeunesse en 2021, derrière le classique *Harry Potter* volume 1.



Infographie : Le Monde, Benjamin Martinez, Victor Rocher

Nombre de ventes du *Chant d'Achille*, de Madeline Miller, aux Etats-Unis depuis 2012, en milliers de ventes

L'ouvrage, paru le 20 septembre 2011 (en France en 2014 aux éditions Fromentin), a vu ses ventes exploser aux Etats-Unis grâce à une vidéo totalisant 6,5 millions de vues sur le réseau social TikTok.



Sources : *Les jeunes français et la lecture*, CNL, 2022 ; Ipsos, Bayard, Unique Heritage Media ; GfK ; *Rapport statistique du SNF*, 2021 ; NPD BookScan.