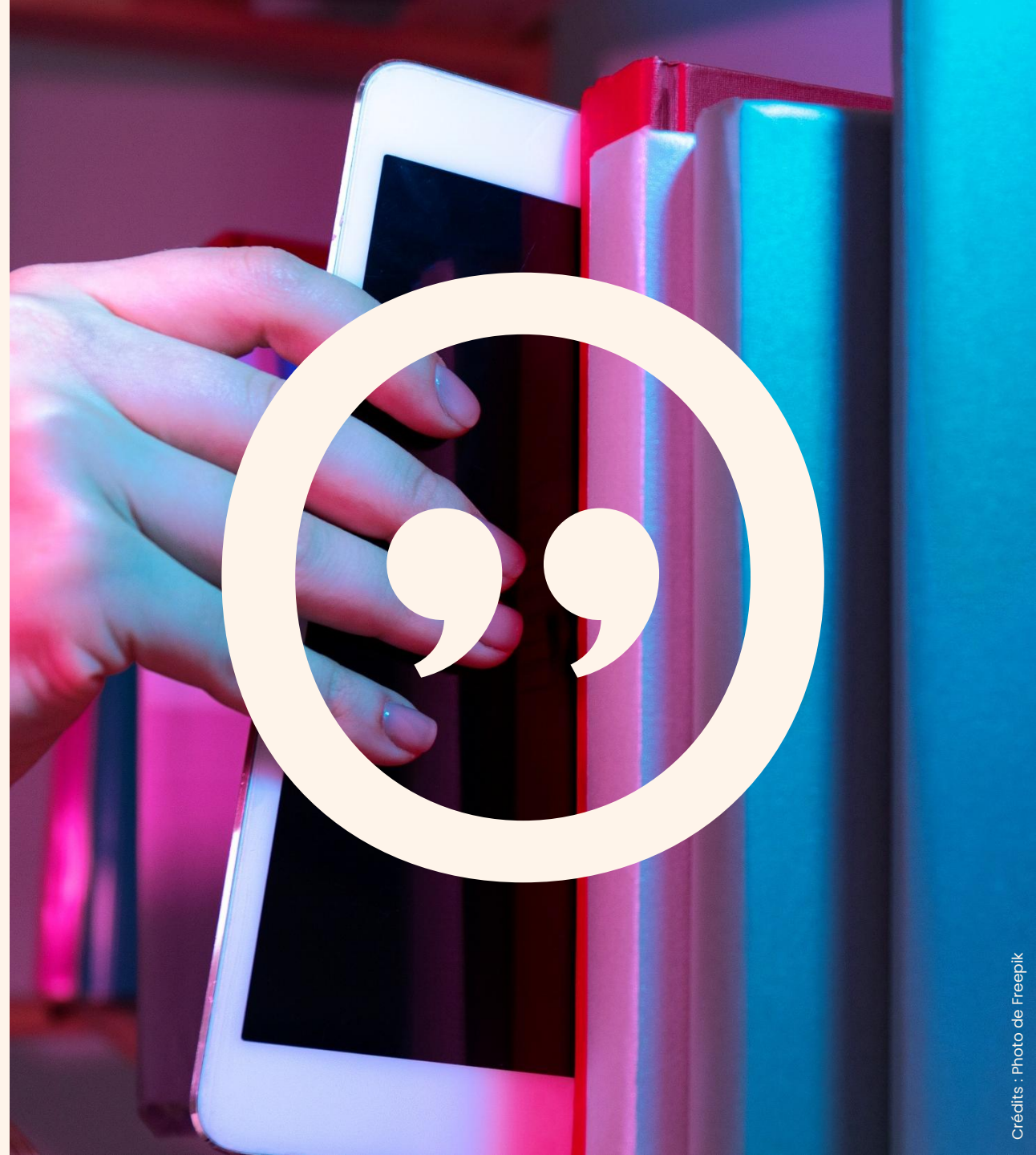


opinionway,

— POUR —
kindle

Les jeunes et les *liseuses électroniques*

Avril 2025





opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Kindle »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1 002 personnes, représentatif de la population française** âgée de 15 à 30 ans.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 29 novembre au 4 décembre 2024**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 15 à 30 ans.

Source : INSEE

Sexe %

Hommes	51%
Femmes	49%

Age %

15 à 17 ans	20%
18 à 20 ans	19%
21 à 24 ans	24%
25 à 30 ans	37%

Région %

Ile-de-France	22%
Nord-ouest	21%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	24%

Activité professionnelle %

Catégories socioprofessionnelles supérieures	23%
Catégories populaires	33%
Inactifs	44%

Taille d'agglomération %

Une commune rurale	16%
De 2000 à 19 999 habitants	13%
De 20 000 à 99 999 habitants	13%
100 000 habitants et plus	37%
Agglomération parisienne	21%



Les résultats

opinionway

Les *habitudes* de
lecture



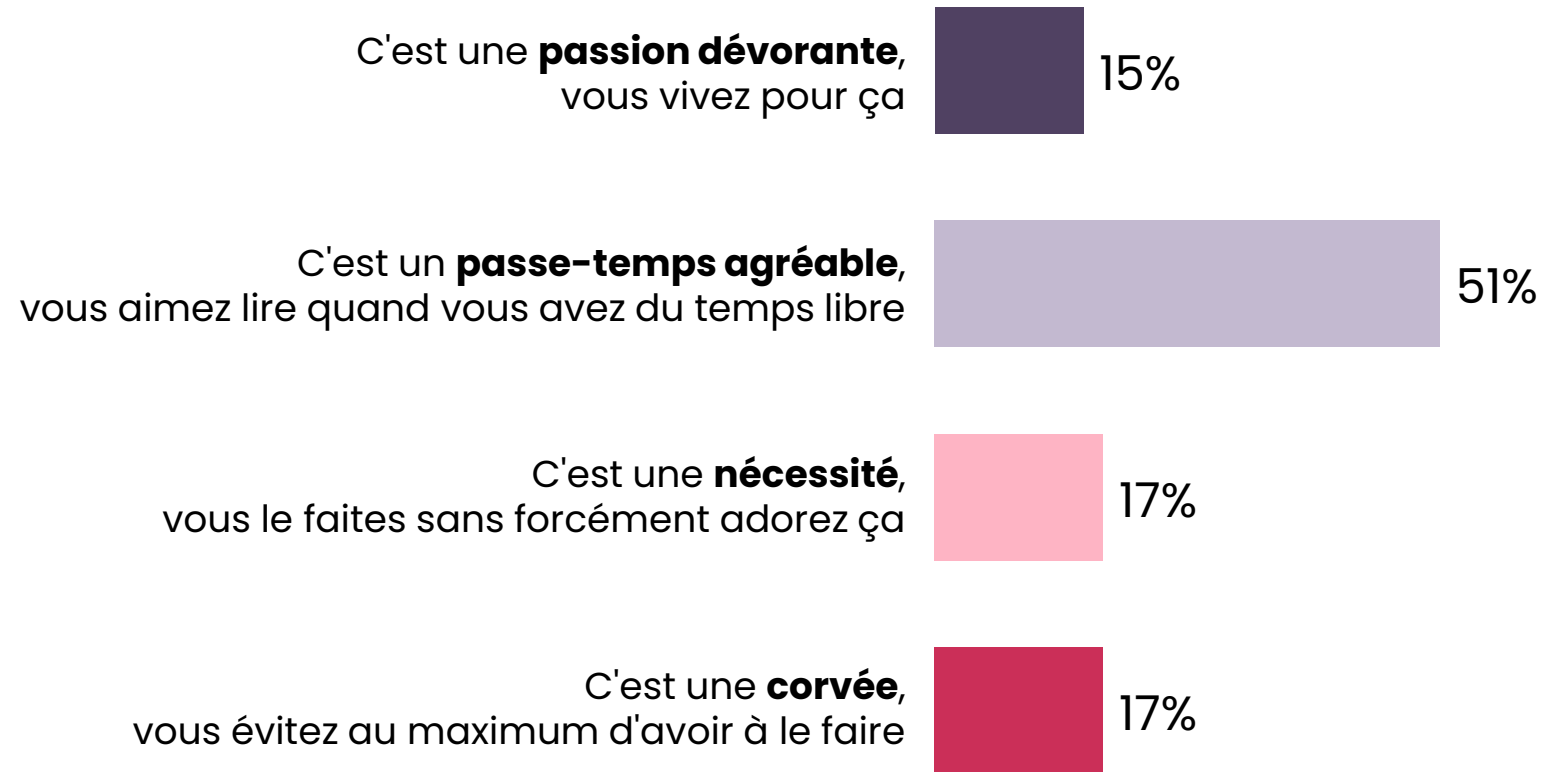


La relation à la lecture



1002
jeunes

Q. Quel état d'esprit parmi les suivants correspond le mieux à votre relation à la lecture ?





Le nombre de lectures sur une année - *Au total*



1002
jeunes

Q. Pour chacun des types de livres suivants, combien en lisez-vous approximativement chaque année ? Cumul a2

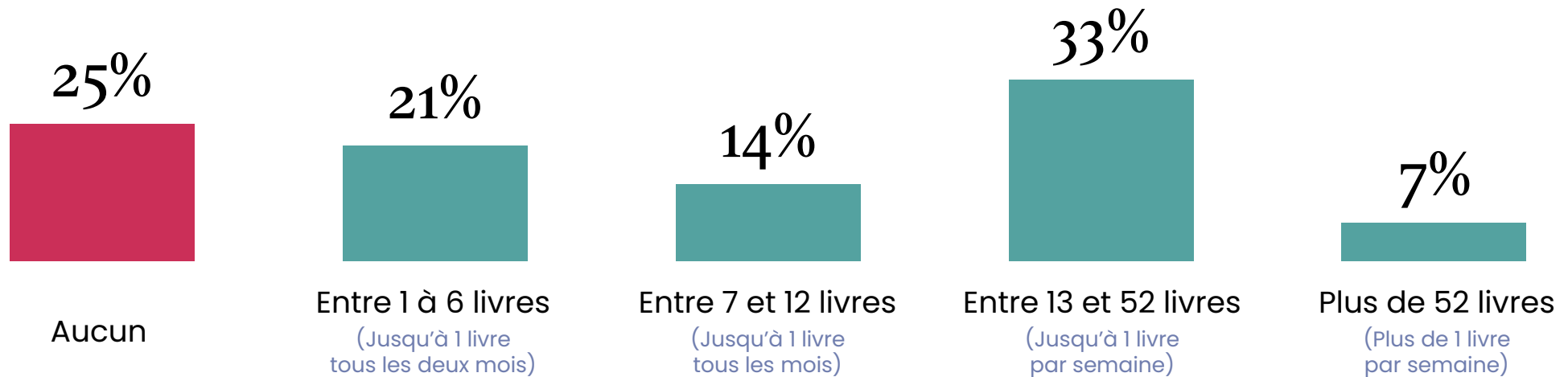
Question ouverte numérique, réponses spontanées

17 livres

par an en moyenne

8 livres

en médiane





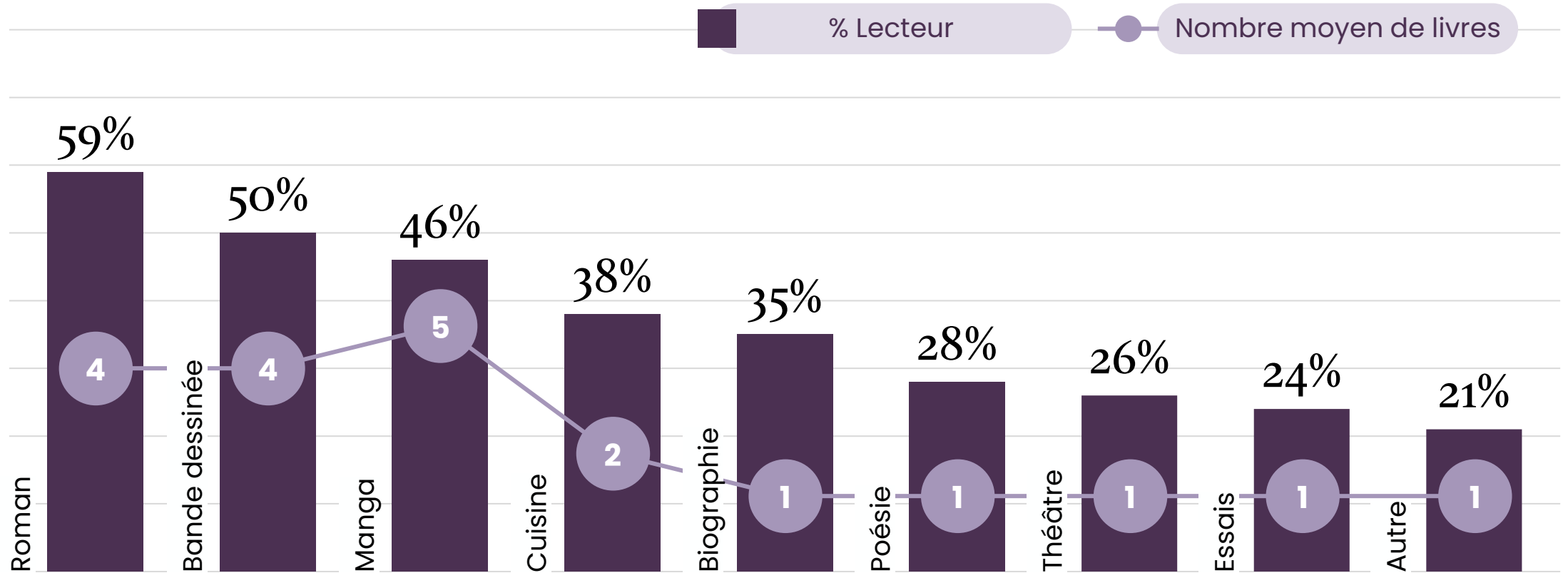
Le type de lectures préférées - *Détaillé par type de livres*



1002
jeunes

Q. Pour chacun des types de livres suivants, combien en lisez-vous approximativement chaque année ? (Roman :)

Question ouverte numérique, réponses spontanées





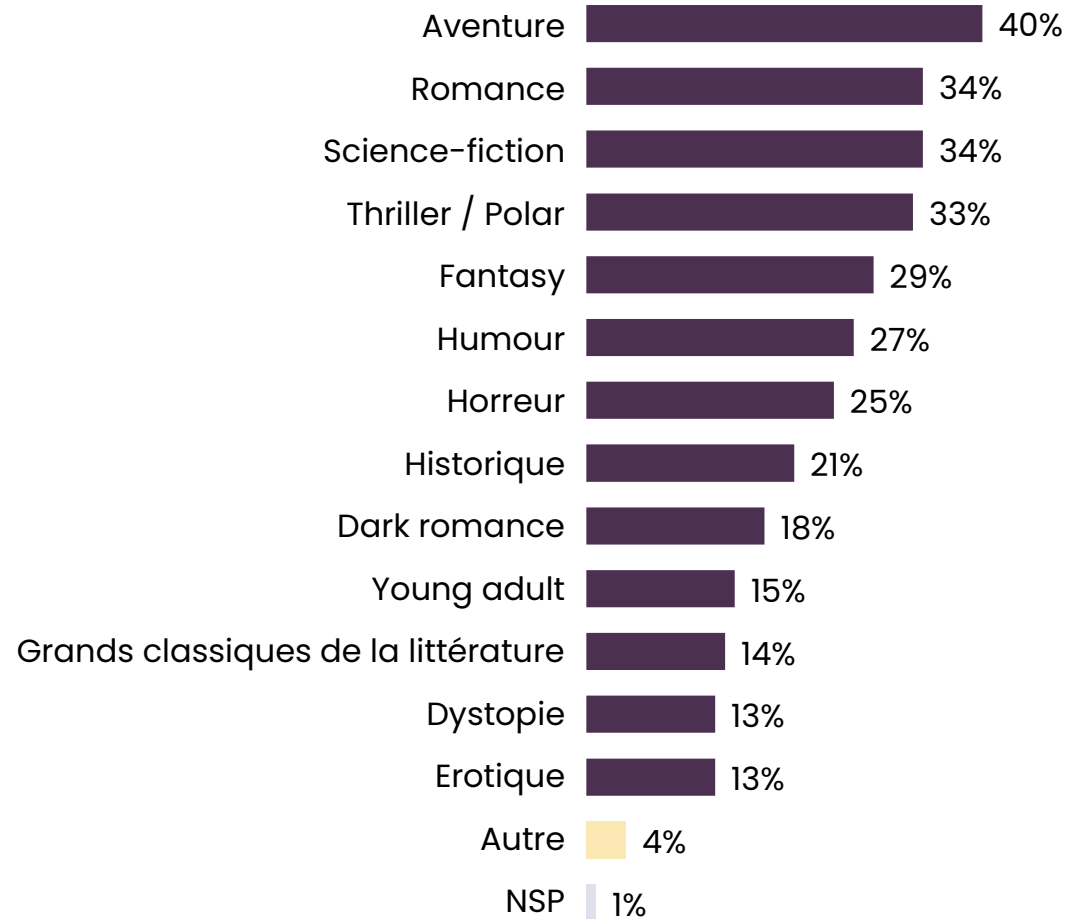
Les genres de romans préférés



1002
jeunes

Q. Et quels sont vos genres de romans préférés parmi les suivants ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





Le moment de la journée privilégié pour la lecture

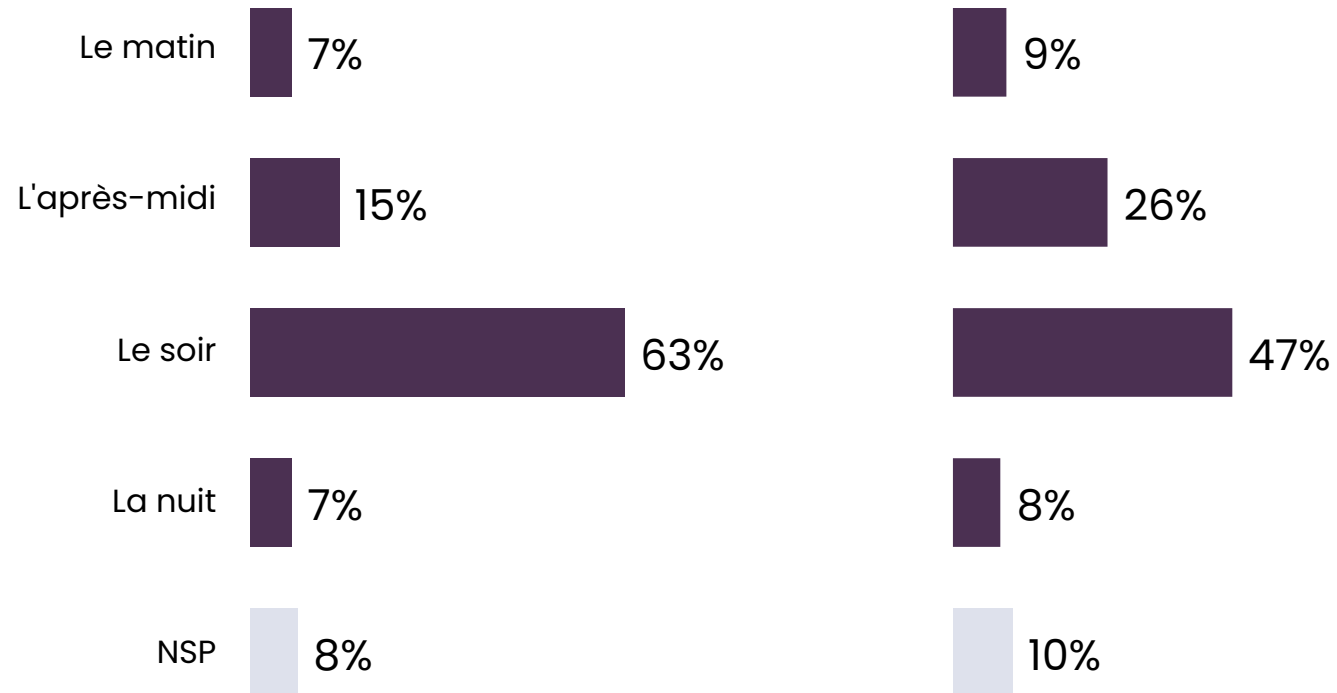


1002
jeunes

Q. A quelle période de la journée aimez-vous le plus lire... ?

Durant la semaine

Durant le week-end





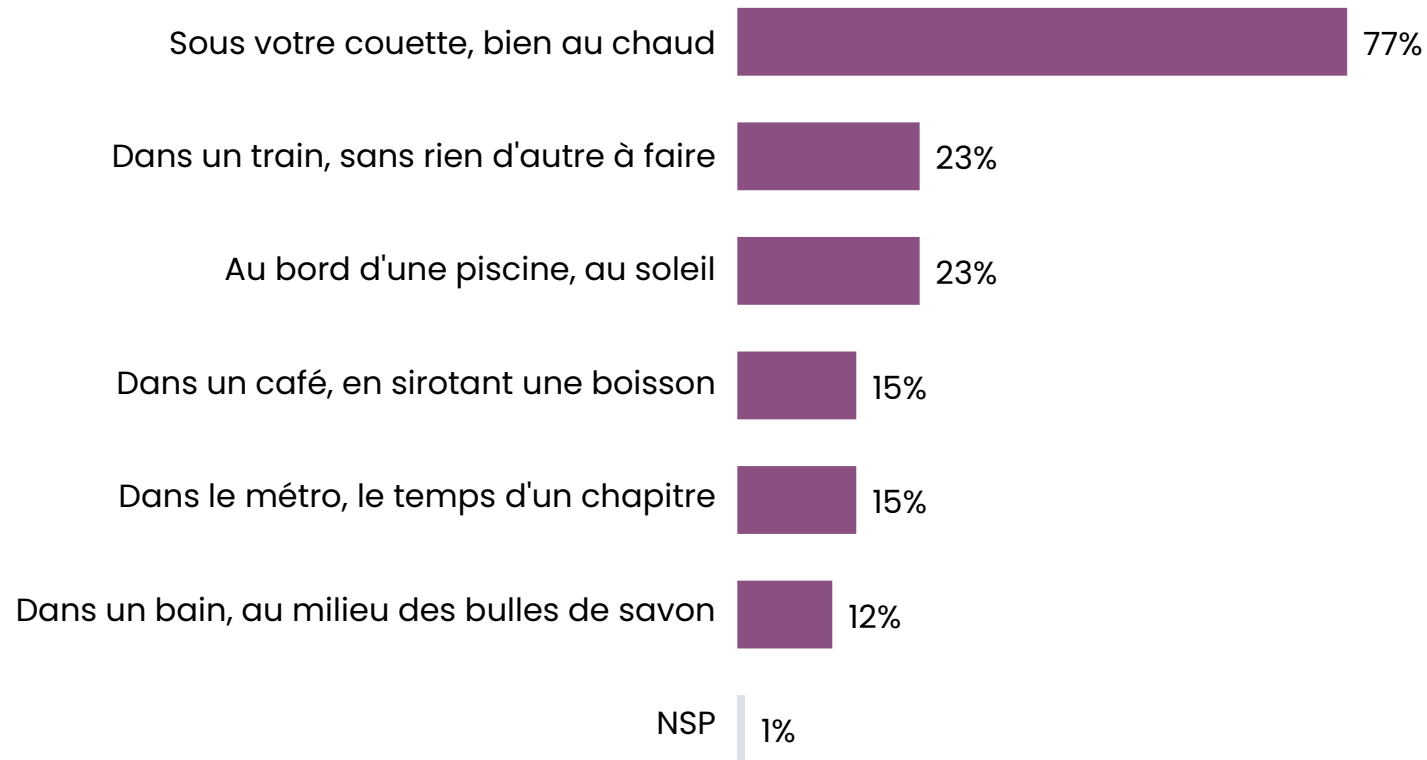
Les situations préférées pour lire



1002
jeunes

Q. Et parmi les situations suivantes, quelles sont vos préférées pour lire ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





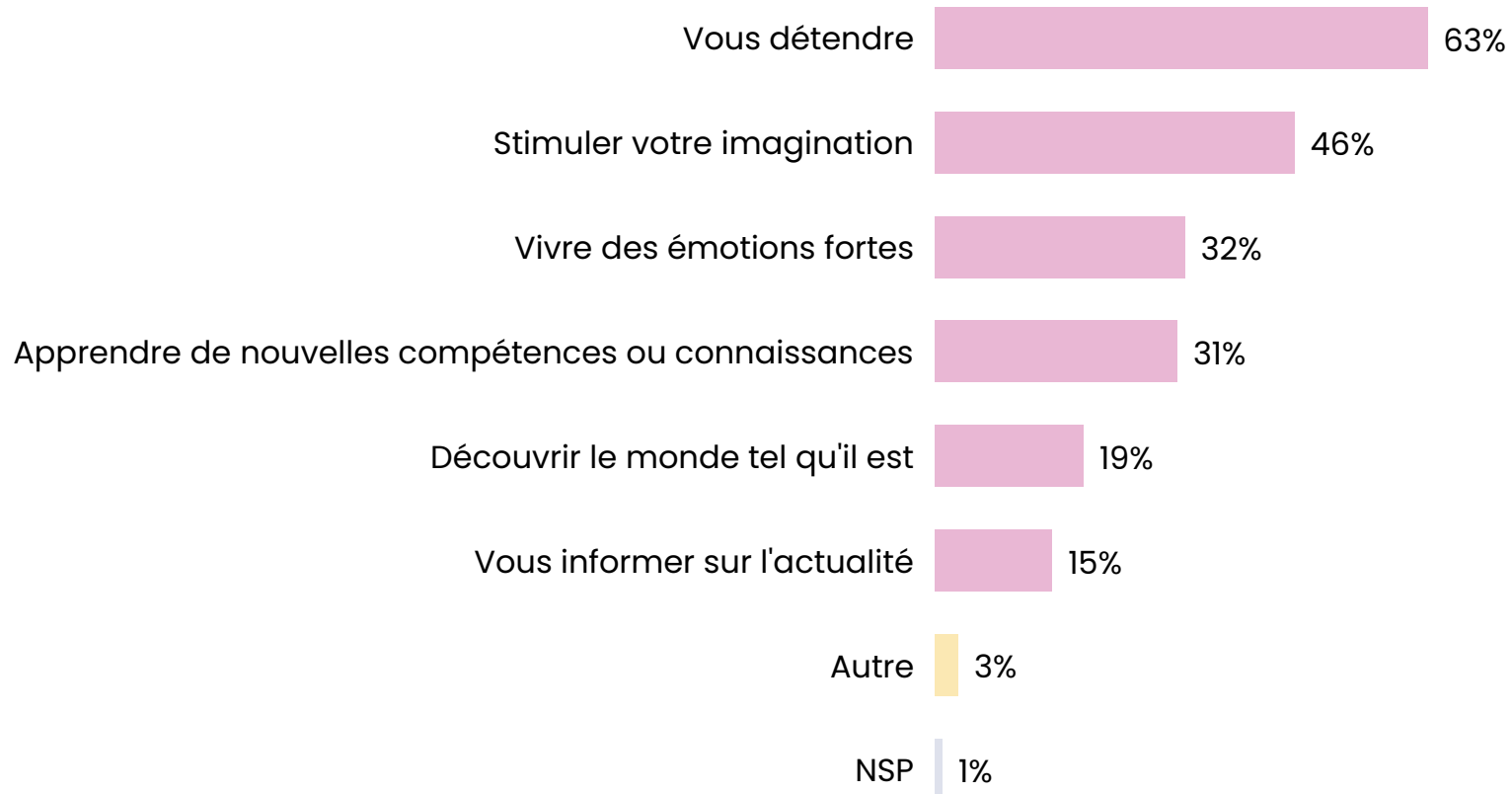
Les raisons de lire



1002
jeunes

Q. Quelles sont les raisons principales qui vous amènent à lire ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



*Le regard sur la
lecture
aujourd'hui*



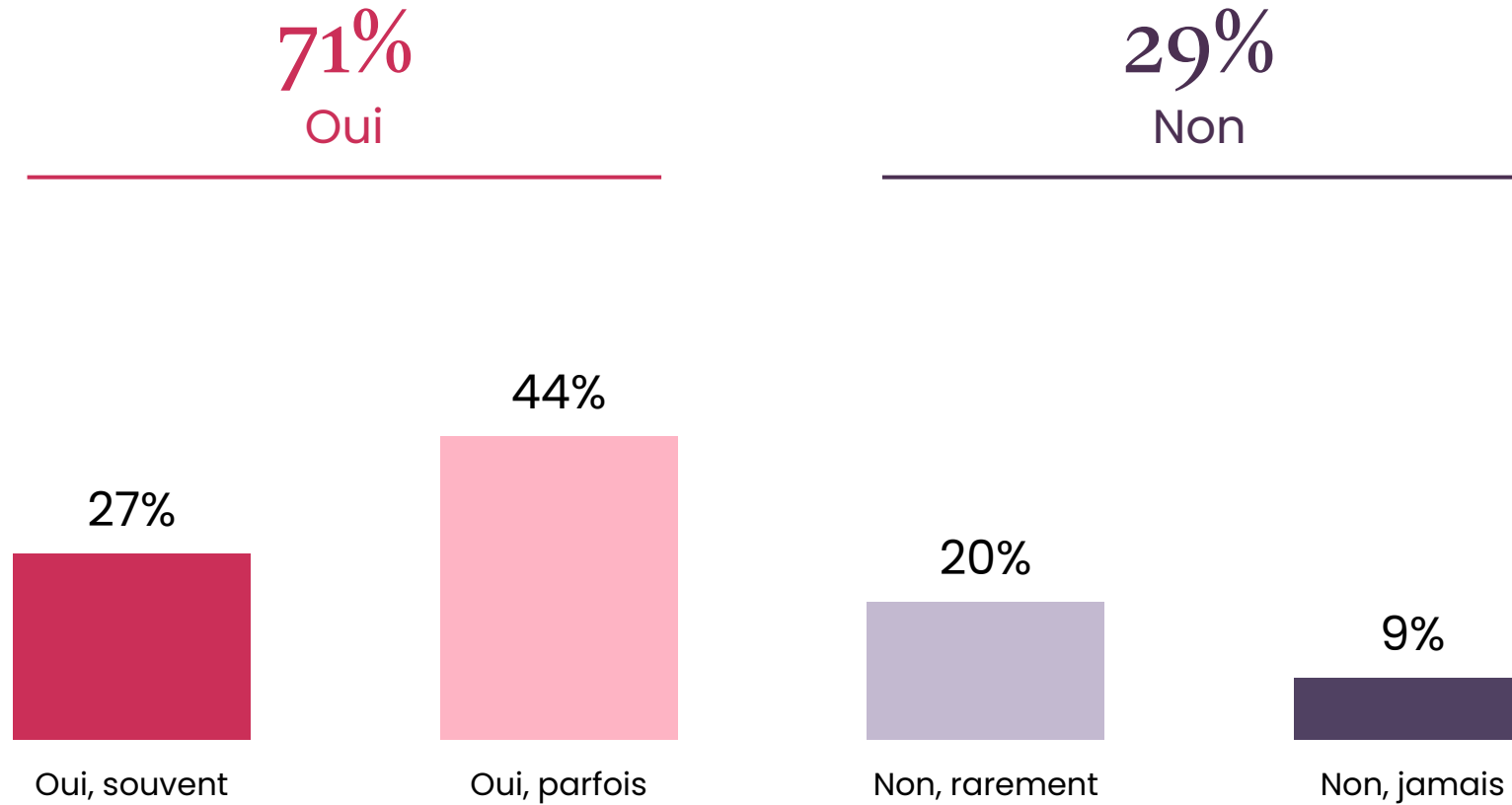


Le sentiment de ne pas lire suffisamment



1002
jeunes

Q. Vous arrive-t-il d'avoir le sentiment de ne pas lire assez ?



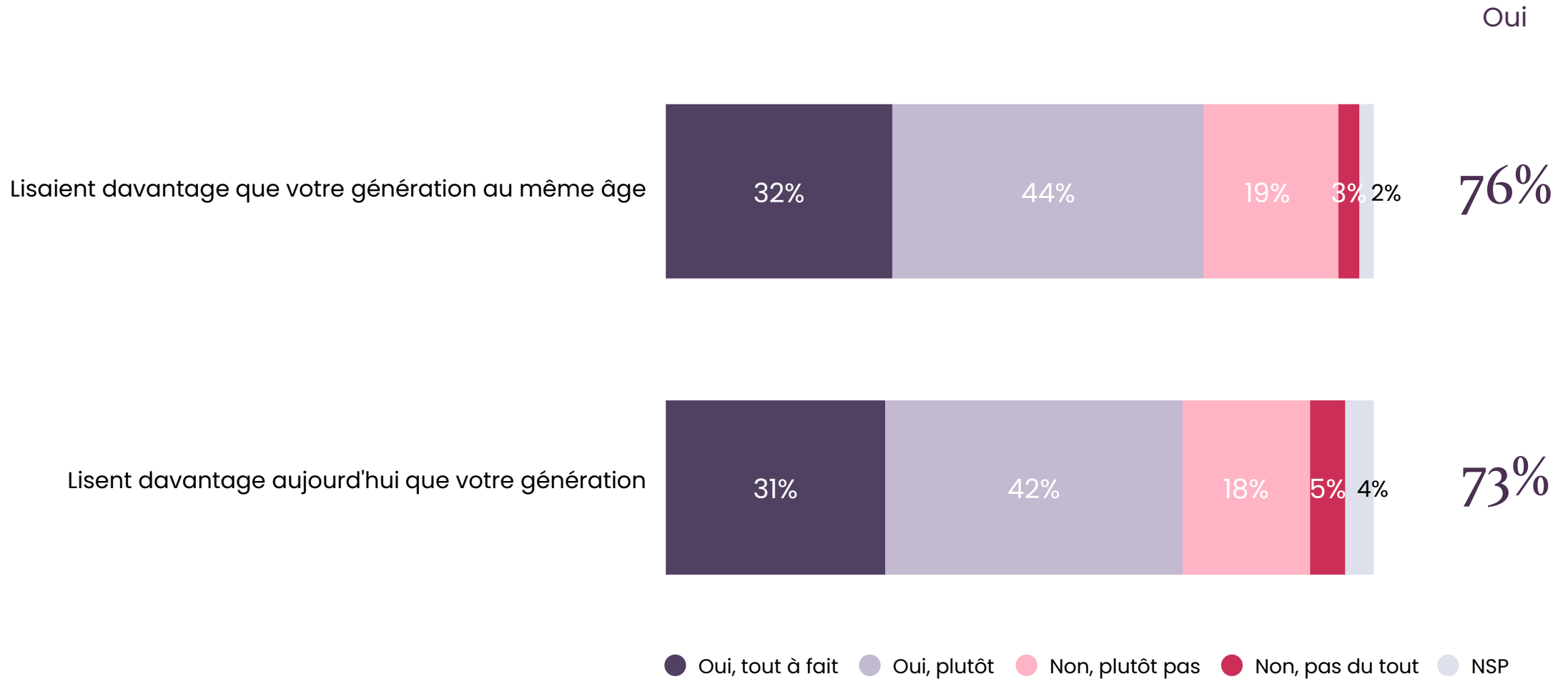


La comparaison avec les générations plus âgées



1002
jeunes

Q. Diriez-vous que les générations plus âgées que vous... ?



Les *supports* de
lecture



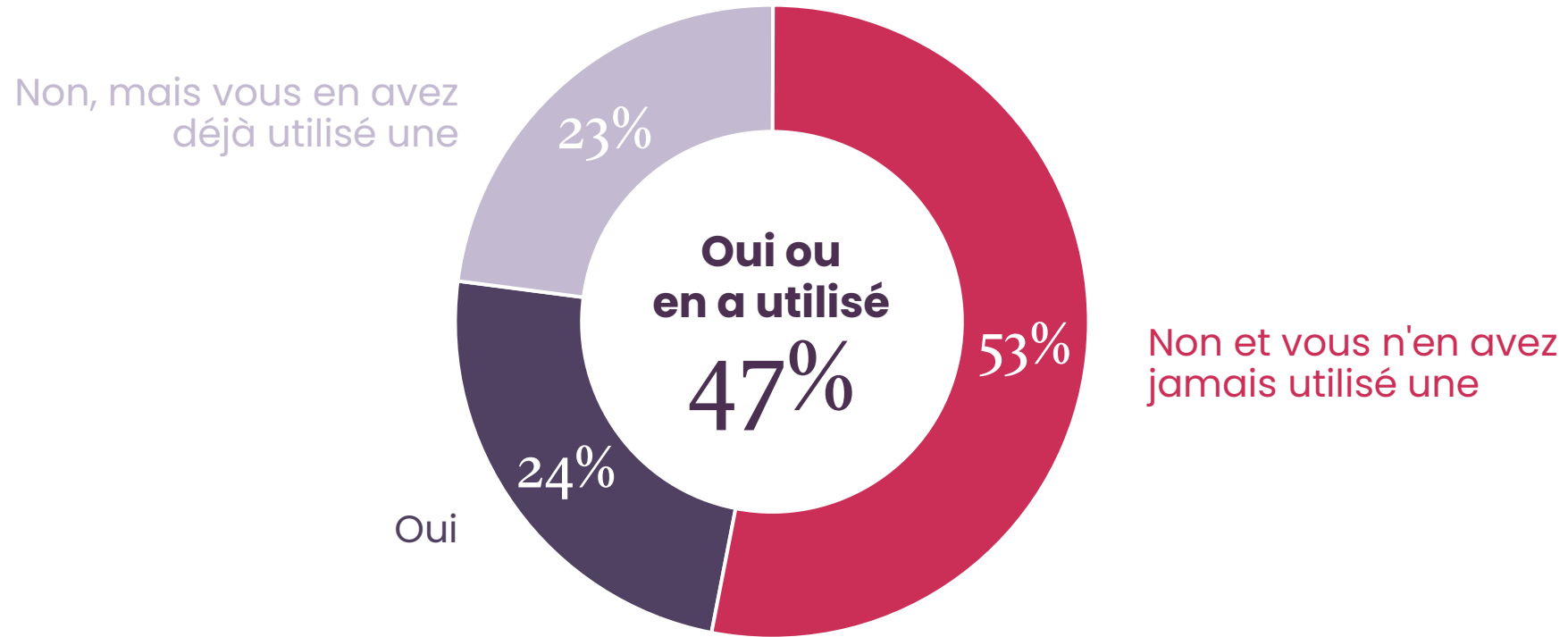


La possession d'une liseuse électronique

Q. Possédez-vous une liseuse électronique ?



1002
jeunes





Les supports préférés pour lire un livre

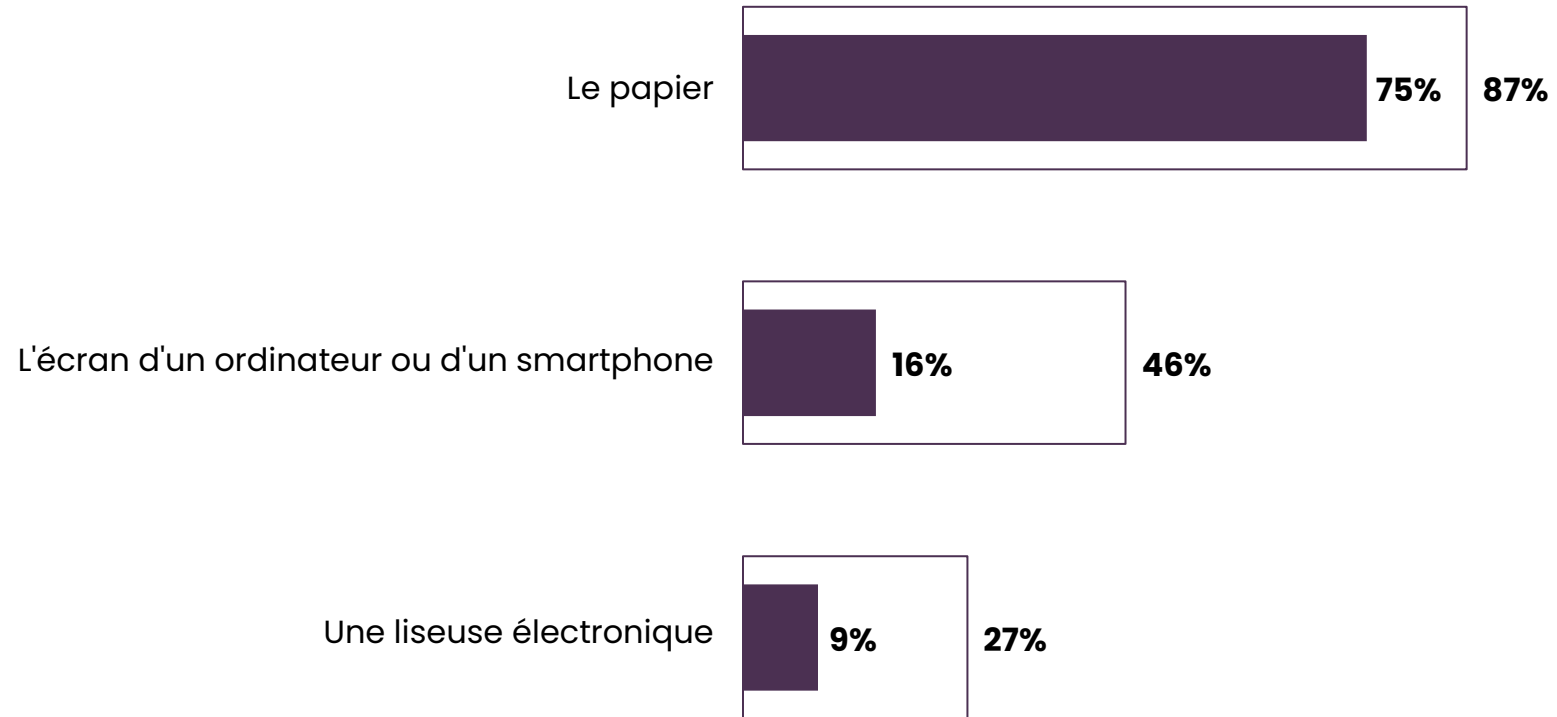


1002
jeunes

Q. Quels sont vos supports préférés pour lire un livre ? Merci de classer les supports par ordre de préférence (En

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

En premier En premier et en deuxième





Les attributs des liseuses et des livres

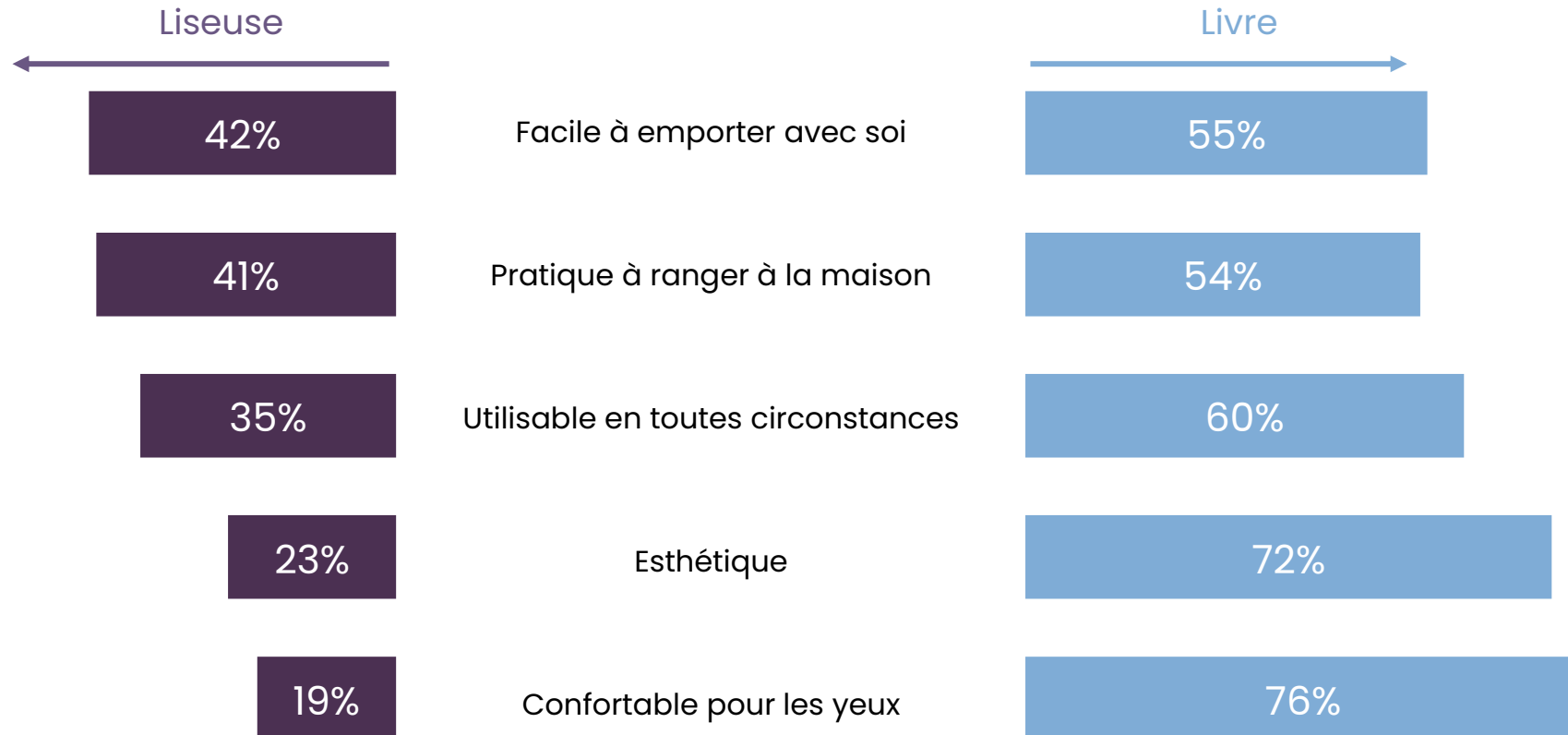


1002
jeunes

Q. Entre une liseuse électronique et un livre, à quel support chacun des adjectifs suivant correspond-t-il le mieux selon vous ?

68% associent au moins un adjectif aux liseuses

97% associent au moins un adjectif aux livres



4

Les *opinions* à
l'égard des
liseuses





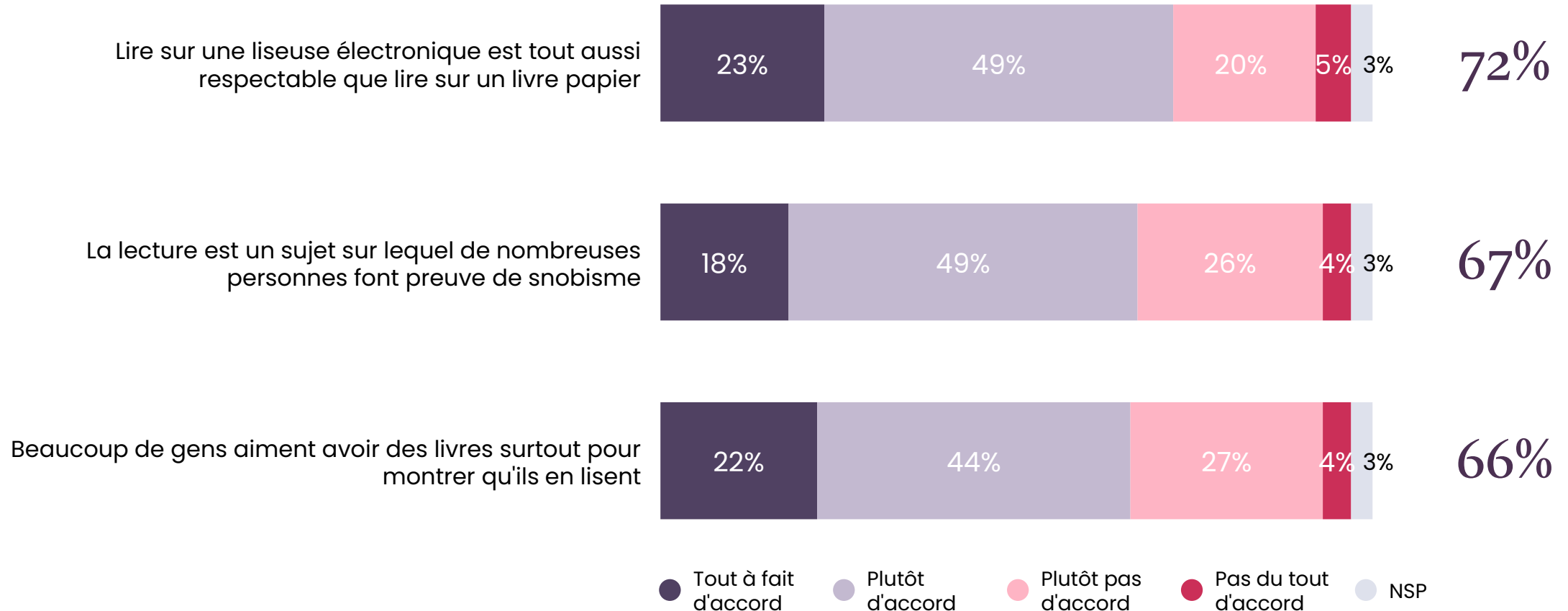
La lecture et les apparences



1002
jeunes

Q. Êtes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant les supports de lecture ?

D'accord



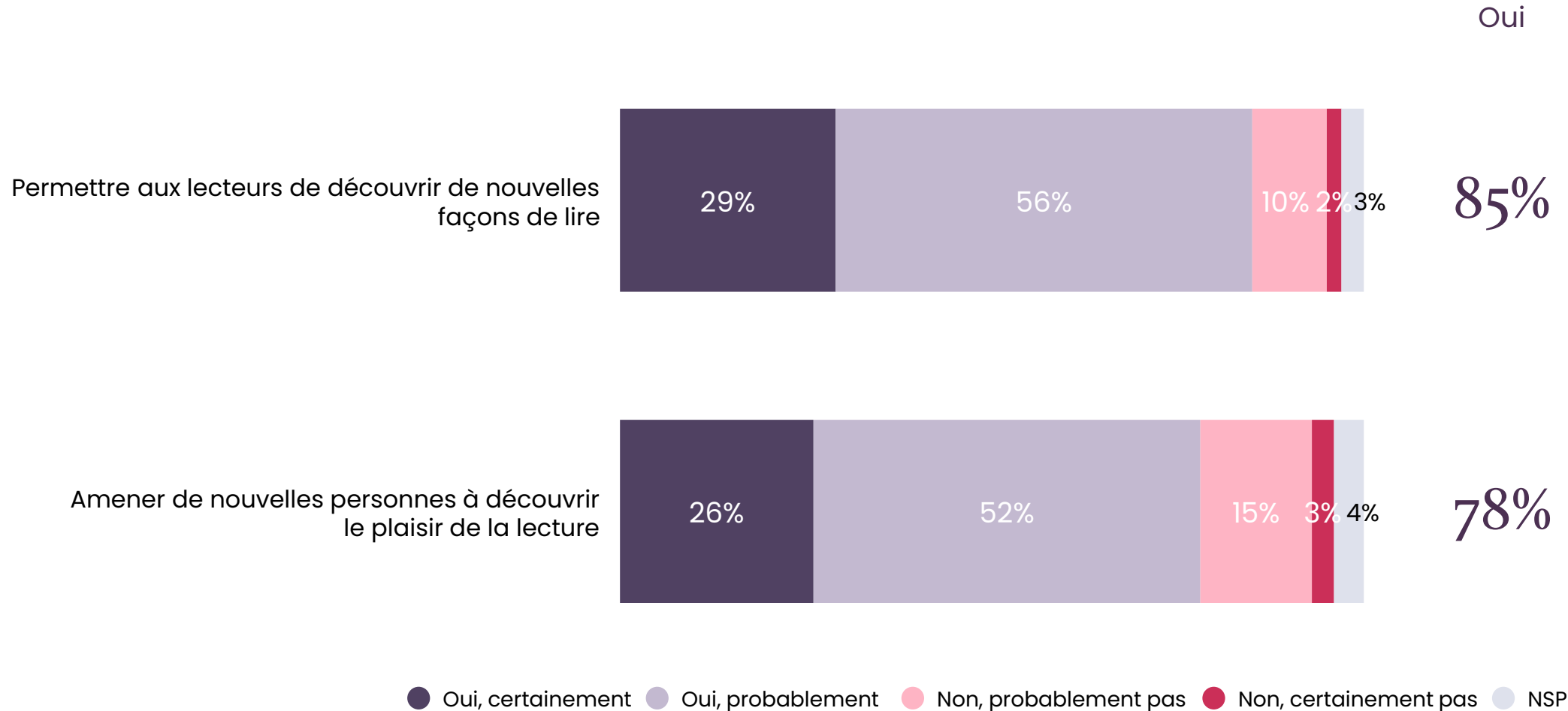


Les avantages des liseuses électroniques



1002
jeunes

Q. Selon vous, les liseuses électroniques peuvent-elles favoriser chacun des phénomènes suivants ?



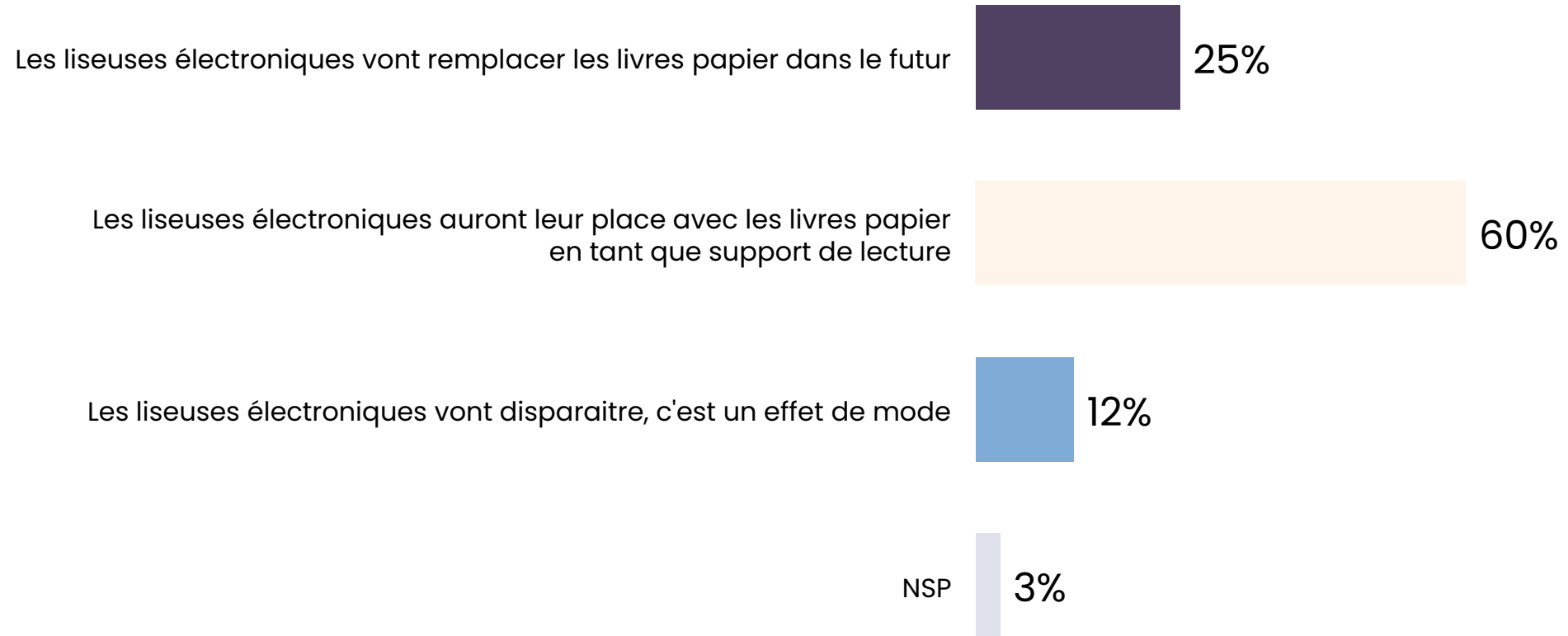


L'opinion sur l'avenir des liseuses électroniques



1002
jeunes

Q. Concernant l'avenir de la lecture, diriez-vous plutôt que... ?





Les liseuses comme cadeaux à Noël



1002
jeunes

Q. Vous-même, aimeriez-vous pour Noël... ?

Oui

Recevoir une liseuse électronique comme cadeau



52%

Offrir une liseuse électronique en cadeau
à l'un de vos proches



52%

Vous offrir une liseuse électronique à vous-même



44%

● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ● NSP

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission explique que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons *connectés* !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Théo Ponchel

Directeur d'études
Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
tponchel@opinion-way.com

ESOMAR²⁵
Corporate

