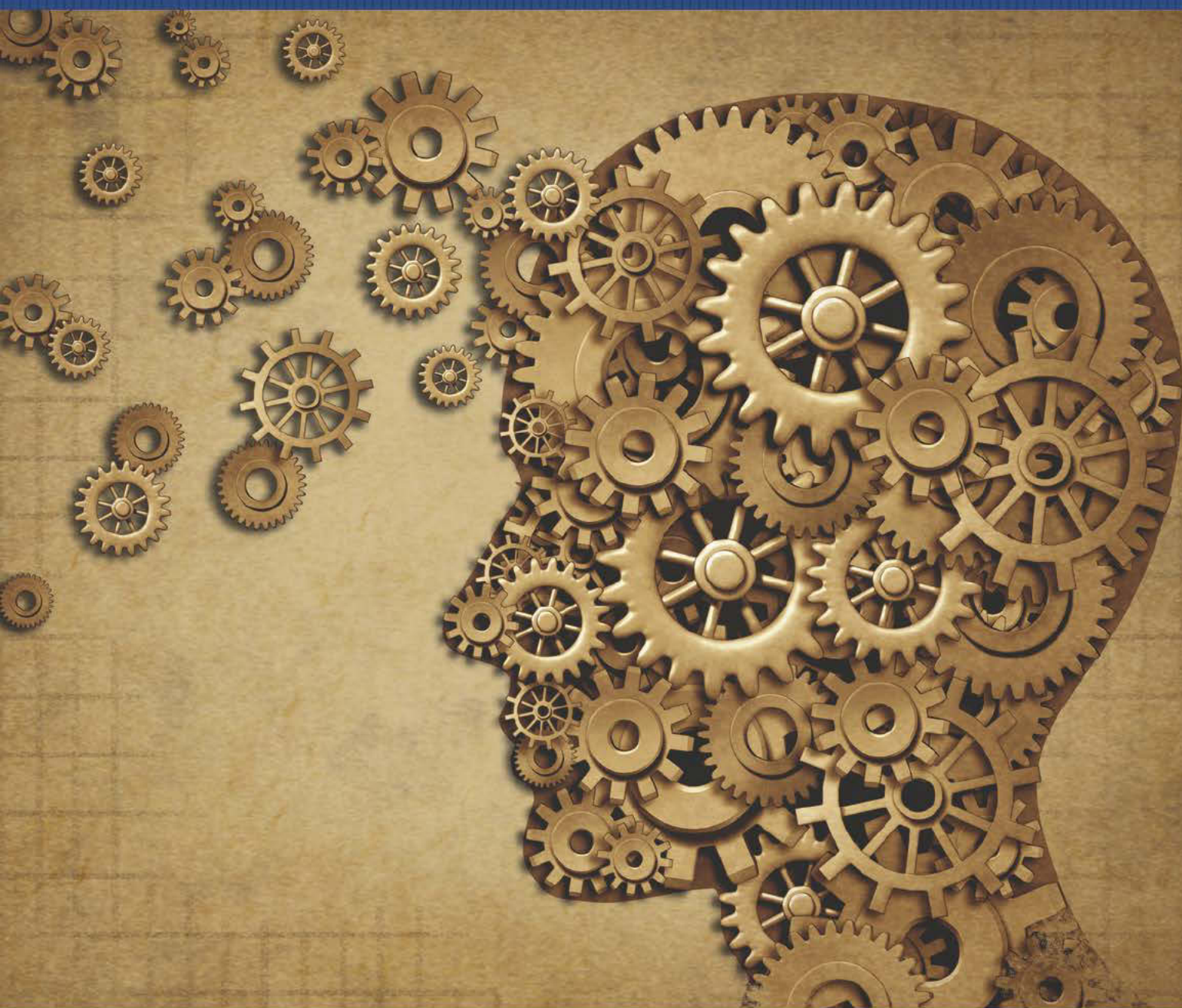


LES CAHIERS DU CEPS/INSTEAD

Les pratiques culturelles des *digital natives* au Luxembourg.
La culture de l'écrit : la presse et les livres

Monique BORSENBARGER



Les pratiques culturelles des *digital natives* au Luxembourg.

La culture de l'écrit : la presse et les livres

Socialisés dans un univers numérique en pleine évolution, les *digital natives* ont développé une culture de l'écran, tant du point de vue des équipements que de l'usage quotidien de ceux-ci. Comparés aux moins de 25 ans dix ans auparavant, ils ont délaissé la lecture de la presse payante, principalement de la presse quotidienne et, dans une moindre mesure, la presse magazine ; la presse en ligne n'a pas conduit à un élargissement des bases du lectorat. Dans le même temps, les jeunes sont venus grossir les rangs des lecteurs de livres. Pourtant, la culture de l'écrit reste soumise aux clivages culturels.

Cette publication s'inscrit dans une série consacrée aux pratiques culturelles des jeunes dont le premier numéro portait sur la culture de l'écran et dont le troisième et dernier numéro traitera des pratiques culturelles et linguistiques.

Programme « Pratiques culturelles au Luxembourg »

La connaissance des pratiques culturelles et de l'évolution du comportement des publics figure parmi les priorités du programme d'études et de statistiques du Ministère de la Culture.

En partenariat avec le CEPS/INSTEAD, le Ministère de la Culture a développé et financé le programme « Pratiques culturelles au Luxembourg », outil d'observation visant à mesurer les évolutions de diffusion des différentes pratiques culturelles et du profil des publics au cours du temps.

Les analyses du programme « Pratiques culturelles au Luxembourg » sont principalement réalisées sur la base des données des « Enquêtes Culture », réalisées tous les dix ans (1999 et 2009), qui constituent le principal instrument de suivi des comportements culturels au Luxembourg, ainsi qu'au moyen d'enquêtes intermédiaires portant sur des aspects et des questions spécifiques à la culture (lecture, musique, jeunes...). L'enquête Culture 2009 a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population résidente âgée de plus de 15 ans. Son analyse a été construite sur les réponses de 1.880 individus.

Plus d'infos : www.ceps.lu/pratiques-culturelles-luxembourg/ et <http://www.mc.public.lu/>



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Culture

INTRODUCTION¹

Dans le cadre du programme de suivi des *Pratiques culturelles au Luxembourg* débuté à la fin des années 90, le Ministère de la Culture a lancé en 2009 la deuxième grande *Enquête sur les pratiques culturelles*¹. L'analyse globale avait mis en évidence la montée en puissance des médias audiovisuels et la consécration de la culture de l'écran en même temps qu'un certain déclin de la lecture de la presse écrite payante. Elle dévoilait également une forte progression de la part des lecteurs de livres entre 1999 et 2009, principalement du fait de l'augmentation de la proportion de lecteurs parmi les catégories sociales les plus en retrait du monde du livre (Borsenberger, *et al.*, 2011) (Bardes & Borsenberger, 2011). Après ces résultats d'ensemble, il s'agit de mettre à jour le rapport à l'écrit des 18-25 ans. Les « digital natives » (Prensky, 2001) ou natifs du numérique ont-ils développé une culture de l'imprimé, sont-ils familiers de la lecture de la presse et des livres ?

L'univers numérique est jeune (une quinzaine d'années). Pourtant, il a déjà bouleversé le monde de la presse avec la multiplication des plates-formes informationnelles, l'essor de la presse en ligne et des réseaux sociaux. Il a modifié notre rapport au temps en valorisant l'immédiateté, et à l'écrit en faisant émerger des pratiques de lecture plus fragmentées. Plus lentement et plus récemment (depuis les années 2010), il modifie le monde du livre avec le développement des livres numériques.

La lecture occupe une place privilégiée dans les études sur les pratiques culturelles, qu'il s'agisse de la lecture de livres ou de la lecture de la presse. Lire signifie non seulement déchiffrer mais aussi être capable de donner du sens à un texte. Cette activité constitue une compétence de base de l'individu requise dans nos sociétés fondées sur la transmission écrite du savoir. Elle demeure associée à la capacité de participer à la société et d'accéder à la citoyenneté.

Par son histoire et les changements politiques et sociaux apportés grâce à sa diffusion à grande échelle, le livre était le moyen par excellence d'accéder à la culture et au savoir et il en reste le symbole. Quant à la presse, qualifiée de *quatrième pouvoir*, elle représente un contre-pouvoir face au pouvoir politique et la question de sa liberté est régulièrement soulevée.

L'essor des technologies informatiques et numériques, en dématérialisant les supports de lecture, a bouleversé les modes de lecture et d'accès au savoir. Alors que la lecture de livres reste synonyme d'un engagement sur un temps plus long, Internet favorise la lecture fragmentée. La digitalisation de nombreux documents immédiatement accessibles en ligne, la multiplication de plates-formes numériques et le développement de supports nomades ont réduit les contraintes spatiales et temporelles liées à l'accès au savoir. La présentation des contenus numériques s'est enrichie de l'image et de la vidéo tandis qu'un certain nombre de textes sont condensés et adoptent un format court. L'internaute en quête d'informations surfe sur différents sites, guidé par les algorithmes de quelques moteurs de recherche dans le dédale des savoirs mis à disposition dans ce monde numérique. Cet accès au savoir plus rapide, qui peut sembler plus ludique que la compulsation d'encyclopédies imprimées, peut se faire par une navigation plus intuitive à travers les pages offertes mais nécessite cependant plusieurs types de compétences. Celles-ci sont instrumentales ou digitales, compétences techniques que la génération des *digital natives*, semble bien maîtriser si l'on en juge par son large éventail des usages numériques de base (Borsenberger, 2014). Elles ne sauraient cependant faire oublier les compétences préalables de lecture qui permettent de donner du sens à ce qui est lu, de hiérarchiser les informations (au sens où les mesurent les indicateurs de lecture, ou « littératie », utilisés notamment dans les enquêtes PISA)².

¹ Voir aussi www.ceps.lu/pratiques-culturelles-luxembourg/ pour une vue d'ensemble des publications et des résultats d'enquêtes liés au projet *Pratiques culturelles au Luxembourg*.

² Le Programme International pour le Suivi des Acquis des élèves (PISA) est une étude internationale menée par l'Organisation pour la Coopération et le Développement Économique (OCDE). Il porte sur les compétences scolaires des élèves de 15 ans en mathématiques, en lecture et en sciences naturelles. Il est réalisé tous les trois ans depuis 2003 avec des thématiques triennales spécifiques.

Dans une vision numérique utopiste, chacun a accès au savoir grâce à Internet qui contribue ainsi à démocratiser la culture. Dans une vision numérique apocalyptique, les écrans détournent les individus et particulièrement les jeunes générations de la culture de l'imprimé. Entre ces deux extrêmes, où se situe la génération des *digital natives* ? Cette génération affiche un profil relativement homogène du point de vue de son environnement multimédia et numérique ainsi que des pratiques qui y sont liées (*ibid.*). Son équipement est aussi plus complet que celui des personnes âgées de 25 ans ou plus, que ce soit au niveau domestique ou individuel, et ses pratiques numériques plus intenses. L'ensemble de cette génération utilise Internet au moins mensuellement et les trois quarts d'entre elle l'utilisent tous les jours.

Dans ce contexte de consécration de la culture de l'écran, quelle place la génération des *digital natives* réserve-t-elle à la culture de l'imprimé ? Née dans les années 80-90, la génération des *digital natives* a été socialisée dans un environnement numérique qui lui est ainsi entièrement familier. Ayant grandi en même temps que les ordinateurs et l'accès Internet se banalisant dans les foyers, quelle relation la génération des *digital natives* entretient-elle avec la culture de l'écrit ? La place grandissante occupée par les nouvelles technologies a-t-elle modifié le rapport de la jeune génération au monde de l'imprimé ? Sur quels aspects se différencie-t-elle de la génération précédente au même âge ? Et en 2009, affiche-t-elle des pratiques de lecture de la presse et des livres spécifiques à sa génération ? Enfin, cette génération qui apparaît relativement homogène dans ses pratiques multimédia et numériques de base est-elle homogène dans son rapport à l'écrit ?

Pour cerner les pratiques liées à la culture de l'imprimé chez les jeunes générations, nous examinons la lecture de la presse et des livres. La lecture de la presse aborde celle des quotidiens puis des magazines. La lecture de la presse quotidienne présente une vue d'ensemble en regroupant les presses quotidiennes payante et gratuite, puis une analyse séparée de ces deux types de presse. Nous analysons la place qu'occupe la lecture numérique par rapport à la lecture sur support papier et la lecture de la presse nationale par rapport à la presse

étrangère. L'analyse de la lecture de magazine porte sur son évolution au cours de la décennie auprès des jeunes, la place faite au numérique et enfin les types de magazines lus.

La deuxième partie porte sur la lecture de livres. Elle présente l'accès aux livres qu'offrent les bibliothèques familiales et la fréquentation des bibliothèques publiques. Elle expose l'évolution de la part du jeune lectorat au cours des dix dernières années. Les pratiques des jeunes lecteurs sont ensuite détaillées selon le volume de livres lus, leurs goûts littéraires et leurs modes de choix de lecture.

L'évolution des pratiques de lecture de la presse et des livres chez les jeunes au cours de la décennie est présentée en comparant celles des individus âgés entre 16 et 25 ans en 1999 à celles des individus du même âge en 2009 (*cf. Annexe 1* pour une vue d'ensemble des résultats). Nous nous concentrons ensuite sur les pratiques des *digital natives* en les confrontant à celles des 25 ans et plus en 2009 pour déceler les particularités de la jeune génération dans son rapport à l'univers de l'imprimé. Enfin, nous examinons au sein de la jeune génération les liens entre pratiques et caractéristiques sociodémographiques pour identifier des différences intra-générationnelles, c'est-à-dire la place occupée par les différenciations sociales.

La population des jeunes étant suffisante en nombre dans l'échantillon de l'enquête de 2009, nous avons pu établir une distinction selon le sexe, la nationalité en deux catégories (Luxembourgeois ou étrangers) ou en trois catégories (Luxembourgeois, Portugais³, autres), le niveau d'études en trois catégories (primaire ou moins, secondaire inférieur, secondaire supérieur et post-secondaire), la profession du père de l'individu en deux catégories (dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques, d'une part et autres professions d'autre part), le niveau de vie en trois catégories⁴ (revenu faible, moyen, élevé).

³ Seuls, les Portugais constituent un groupe national assez nombreux parmi les ressortissants étrangers pour pouvoir composer une catégorie à part entière dans l'analyse présentée ici.

⁴ Le revenu équivalent adulte a été séparé en déciles et agrégé de la manière suivante pour créer la variable revenu : R- regroupe les 3 premiers déciles, R les 4 suivants et R+ les 3 derniers.

**Encadré 1 :
Sources de données**

Les *Enquêtes Pratiques Culturelles (EPC)* de 2009 et de 1999 ont pour objectif de permettre l'étude des pratiques culturelles au sens large (sorties culturelles, hobbies, activités artistiques et sportives, langues utilisées). *L'Enquête Pratiques Culturelles* de 2009 permet aussi d'aborder les pratiques de sociabilité (réseaux amical, familial, professionnel et de voisinage ; nationalité). Toutes deux ont été réalisées par le CEPS/INSTEAD à la demande du Ministère de la Culture et constituent à ce jour les seules enquêtes de référence sur la participation culturelle au Luxembourg.

L'EPC 2009 a été conduite entre septembre 2009 et février 2010 auprès d'un échantillon représentatif de la population résidant au Grand-Duché de Luxembourg et âgée de plus de 15 ans, à l'exclusion des fonctionnaires européens et internationaux. Les questionnaires, en français et luxembourgeois, ont été administrés en face-à-face ; les personnes enquêtées avaient le choix entre les deux langues proposées. L'échantillon final est composé de 1880 individus. La pondération prend en compte le sexe, la classe d'âge, la nationalité et le statut d'activité.

L'EPC 1999 s'inscrit dans le dispositif annuel du programme PSELL (Panel Socio-Economique *Liewen zu Lëtzebuerg*) du CEPS/Instead. Elle a été effectuée en 1999 auprès d'un échantillon représentatif de la population résidant au Grand-Duché de Luxembourg et âgée de 15 ans ou plus, à l'exclusion des fonctionnaires européens et internationaux. Les questionnaires, en français, ont été administrés en face-à-face. Un sous-échantillon d'individus a été extrait de l'échantillon PSELL 1999 selon la méthode dite de « Kish ». L'échantillon final est composé de 1149 individus. La pondération prend en compte le sexe, la classe d'âge, la nationalité et le statut d'activité.

Les analyses sont menées à partir des bases de données Enquête Pratiques culturelles 2009 et 1999 dans lesquelles l'échantillon des moins de 25 ans se compose de 260 individus en 2009 et de 113 individus en 1999.

I. LA LECTURE DE LA PRESSE

Le développement des nouvelles technologies a profondément modifié le monde de la presse au cours de la dernière décennie en réduisant les contraintes de temps et de lieu liées à la lecture sur support imprimé. L'information en ligne est quasiment accessible en temps réel sous l'effet de la multiplication des plates-formes informationnelles et elle est accessible en tout lieu grâce au développement des supports nomades. Quotidiens et magazines payants ont étendu les possibilités de lecture en ligne, que ce soit gratuitement pour une partie de leur contenu ou au moyen d'un abonnement pour accéder à l'ensemble de leur site. Les médias, tels que la télévision et la radio, ont développé leurs sites internet et la possibilité de télécharger leurs émissions. Apparus vers la fin des années 90, les réseaux sociaux se sont multipliés permettant aussi un échange rapide d'informations entre les membres de leurs différentes communautés. Ceci s'est fait conjointement à l'apparition de la presse gratuite d'information au début des années 2000 et qui s'est développée au Luxembourg depuis 2007.

La multiplication des moyens d'informations permet ainsi au lecteur potentiel de consulter différentes sources, le plus souvent gratuites et disponibles à la demande, sans acheter aucun journal. Ces nouveaux modes d'accès sont particulièrement plébiscités par la jeune génération qui a grandi en même temps que se développait le numérique et que s'élargissaient les possibilités offertes par l'Internet. Dans ces conditions de mutations du monde de la presse, quels rapports la jeune génération, adepte des nouvelles technologies, entretient-elle avec la presse et ses modes de diffusion ?

1. Vue d'ensemble du lectorat régulier de la presse quotidienne (payante ou gratuite)

Pour identifier le lectorat régulier de la presse quotidienne, nous avons retenu quatre modes de lecture qui sont : la lecture régulière des deux types

de presse (tous les jours ou presque ou plusieurs fois par semaine), la lecture régulière de la seule presse payante (tous les jours ou plusieurs fois par semaine la presse payante et rarement ou jamais la presse gratuite), la lecture régulière de la seule presse gratuite (tous les jours ou plusieurs fois par semaine la presse gratuite et rarement ou jamais la presse payante), et enfin la lecture rare ou l'absence totale de lecture de la presse quotidienne, tant payante que gratuite.

Les *digital natives* et leurs aînés offrent deux profils de lecteurs différents. Les moins de 25 ans affichent des pratiques de lecture de la presse quotidienne largement orientées vers la presse gratuite. Ils sont près de 40% à lire régulièrement la seule presse gratuite et tout autant à pratiquer régulièrement une lecture combinée des deux types de presse (38% et 36%). En revanche, ils sont moins de 15% à lire régulièrement la seule presse payante et une proportion équivalente à ne pas lire la presse quotidienne.

Quant aux 25 ans ou plus, ils sont près de 40% à lire régulièrement la seule presse payante et deux fois moins à lire régulièrement la seule presse gratuite (39% vs 18%). Un bon quart d'entre eux a cependant une lecture combinée des deux types de presse (28%). Une part d'individus équivalente à celle observée chez les jeunes ne lit pas la presse quotidienne (15% vs 13%) (cf. Graphique 1).

2. La presse quotidienne gratuite, en vogue chez les jeunes

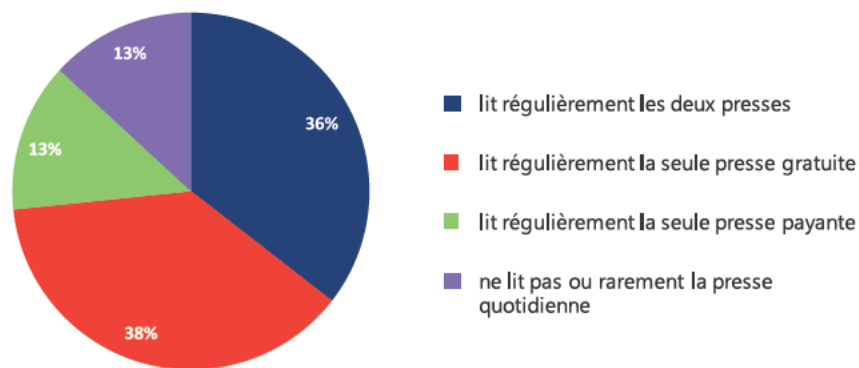
Deux ans après son arrivée au Luxembourg en 2007, la presse quotidienne gratuite⁵ a su séduire un lectorat jeune et populaire. Elle a fait une entrée remarquée parmi la jeune génération puisque près de neuf jeunes sur dix la lisent, un sur deux la lit tous les jours et un sur quatre la lit une à deux fois par semaine. A titre de comparaison, dans les tranches d'âges supérieures elle compte près de sept lecteurs sur dix et un peu plus d'un sur quatre la lit tous les jours (cf. Graphique 2).

⁵ Voir Lamour et Langers (2012) pour une présentation détaillée de la presse gratuite au Luxembourg. Voir le dossier de Forum n°339, avril 2014 pour une vue d'ensemble de la presse nationale et de ses enjeux.

Quasiment l'ensemble des jeunes étrangers (95%) et une large majorité des jeunes Luxembourgeois (83%) lit la presse gratuite⁶. Les jeunes Portugais sont 98% à lire la presse gratuite ; ils en sont aussi des lecteurs assidus, 75% la lisant tous les jours contre seulement 41% des jeunes Luxembourgeois. C'est aussi la catégorie des jeunes aux revenus faibles dans son ensemble qui lit la presse gratuite contre les trois quarts de ceux aux revenus supérieurs (94% vs 78%). Enfin, les étudiants en sont plus souvent lecteurs que les jeunes ayant un autre statut (86% vs 69%).

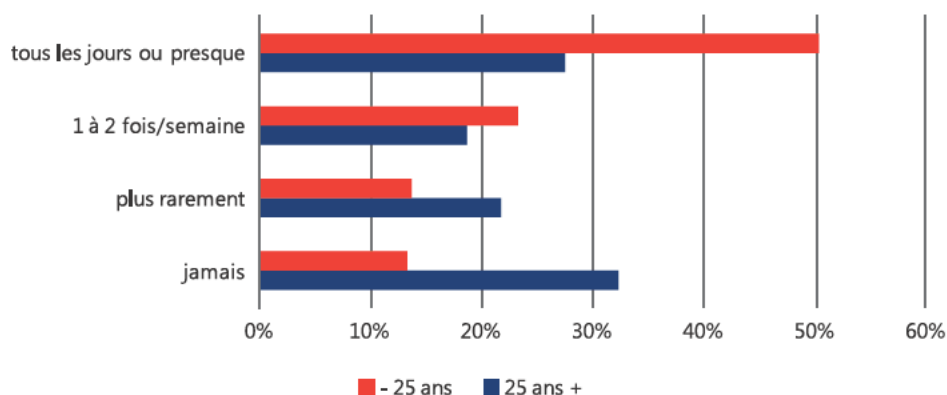
La presse gratuite a su capter quasiment toute la jeune génération, en cumulant les caractéristiques prisées par celle-ci tant sur le fond que sur la forme. Après un survol de l'actualité nationale et internationale, elle dédie ses pages aux dernières nouveautés informatiques et numériques, au sport et aux people en vogue auprès de la jeune génération. Pour ce contenu à la fois éclectique et ciblé sur les centres d'intérêts des jeunes, elle a adopté la forme d'articles courts et illustrés, en lien avec le mode de lecture pratiquée à l'écran. Enfin, la gratuité de l'usage est fortement appréciée par cette génération habituée aux ressources gratuites accessibles sur Internet.

Graphique 1. Lecture de la presse quotidienne, payante et/ou gratuite chez les jeunes (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
Champ : Les moins de 25 ans

Graphique 2. Fréquence de lecture de la presse gratuite selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

⁶ En 2009, la presse gratuite est essentiellement diffusée en langues française et allemande (l'Essentiel et Point 24). Point 24 a été diffusé en portugais à partir de février 2011 et le journal a cessé d'être édité fin 2012.

3. La presse quotidienne payante

3.1 La part des jeunes lecteurs a chuté en dix ans

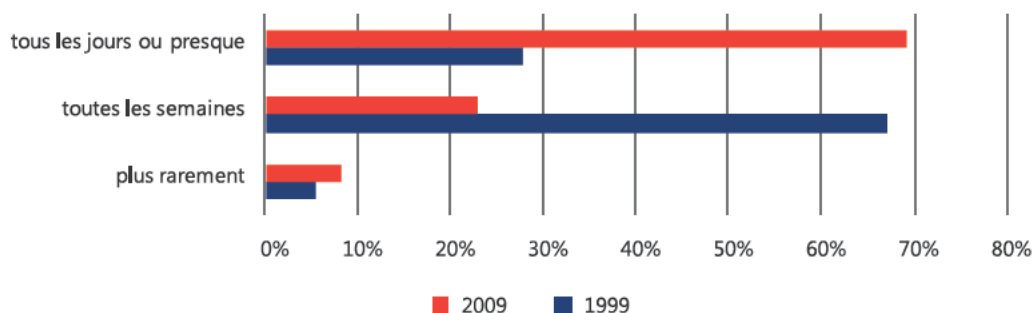
La presse quotidienne payante a connu une diminution de son jeune lectorat entre 1999 et 2009. Seuls, 53% des jeunes lisent un quotidien payant en 2009 contre 68% dix ans plus tôt. Dans le même temps, le jeune lectorat de la presse payante affiche des pratiques de lecture plus intenses que celles des jeunes lecteurs de la décennie précédente. On observe ainsi que la part des lecteurs quotidiens a plus que doublé sur la période (69% vs 28%) tandis que celle des lecteurs hebdomadaires a chuté de 67% à 23%. La proportion de lecteurs abonnés (personnellement ou l'un des membres du ménage) a elle aussi été multipliée par deux, passant de 26% à 58% (cf. Graphique 3).

Il est probable que deux dynamiques complémentaires expliquent cette évolution. D'une part, l'arrivée de la presse gratuite, davantage ciblée

sur les attentes des jeunes, participe à la perte de lecteurs occasionnels des quotidiens payants auprès de cette génération. D'autre part, les prix de la presse payante ont enregistré une hausse conséquente entre 2005 et 2009 (+28% note Osier, 2011), ce qui a pu détourner un lectorat potentiel vers d'autres sources d'informations. Osier (2011) constate ainsi qu'en 2009, ce sont les ménages jeunes (dont la personne de référence est âgée de moins de 30 ans) qui consacrent le budget le plus faible aux achats de journaux et de périodiques.

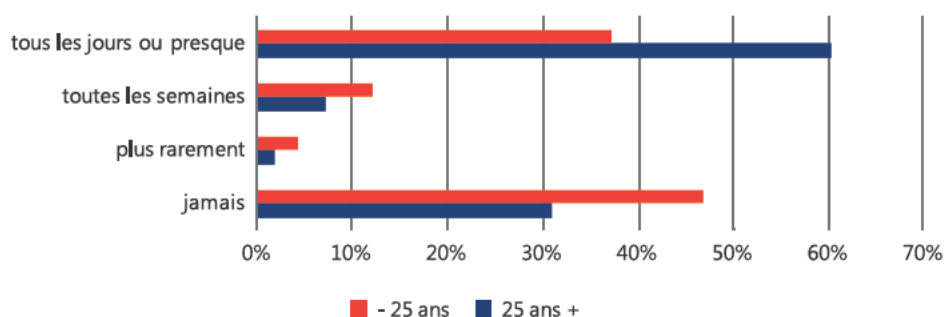
Les jeunes comptent aussi moins de lecteurs que leurs aînés en 2009. Si la moitié de la génération des *digital natives* lit la presse quotidienne, ils sont seulement près de quatre sur dix à la lire tous les jours. A l'inverse, les 25 ans et plus sont sept sur dix à lire la presse quotidienne payante et six sur dix à la lire tous les jours. La question se pose alors de savoir comment évolueront les habitudes de lecture des *digital natives* au fur et à mesure de leur avancée dans le cycle de vie (cf. Graphique 4).

Graphique 3. Evolution de la fréquence de lecture de la presse quotidienne payante chez les jeunes lecteurs (%), 1999-2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 1999 et 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
Champ : Les jeunes lecteurs âgés de moins de 25 ans

Graphique 4. Fréquence de lecture de la presse quotidienne payante selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

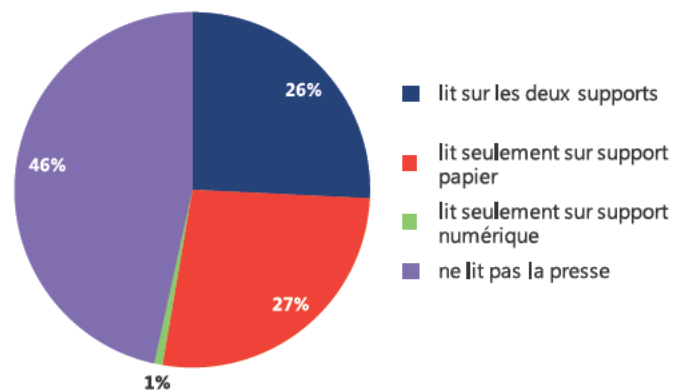
3.2 Le jeune lectorat privilégie le support imprimé...

En 2009, bien que le multimédia et l'Internet fassent partie des équipements de base de la génération des *digital natives* (Borsenberger, 2014), ils n'ont pas encore bouleversé les pratiques de lecture de la presse de la jeune génération. Quand ils lisent la presse, les jeunes continuent de privilégier la lecture sur support papier, la lecture en ligne venant en complément de la première. Un peu plus d'un quart des jeunes pratiquent une lecture mixte, recourant à la fois aux supports imprimés et numériques tandis qu'une proportion équivalente lit exclusivement sur support imprimé. Ils ne sont que 1% à lire la presse quotidienne payante uniquement en ligne. Ainsi, alors qu'on aurait pu s'attendre à un élargissement de la base des lecteurs de quotidiens payants grâce à Internet, ce sont en fait les lecteurs de la presse imprimée qui forment le contingent des lecteurs de la presse en ligne (cf. Graphique 5).

support Internet. Les jeunes lecteurs sont trois fois plus nombreux à lire tous les jours la presse imprimée plutôt que la presse en ligne (58% vs 21%). Ils sont aussi deux fois plus nombreux à la lire toutes les semaines sur support imprimé plutôt que sur support numérique (25% vs 13%). Enfin, pratiquement tous les jeunes lecteurs de quotidiens payants lisent la presse imprimée alors que seule la moitié d'entre eux lit la presse en ligne (98% vs 49%). La lecture de la presse quotidienne sur support imprimé et sa lecture journalière restent aussi fortement associées au fait d'être abonné à au moins un quotidien, que l'abonnement soit pris au niveau individuel ou au niveau du foyer dans lequel vit le jeune, ce qui n'est pas le cas pour la lecture en ligne. Ainsi, parmi les jeunes qui sont abonnés à au moins un quotidien, 70% lisent la presse quotidienne payante et 45% le font tous les jours. Parmi les jeunes qui ne sont pas abonnés, ces proportions sont réduites de moitié (respectivement 39% et 20%) (cf. Graphique 6).

Le quotidien payant, dans sa version imprimée, capte aussi un lectorat plus assidu que celui sur

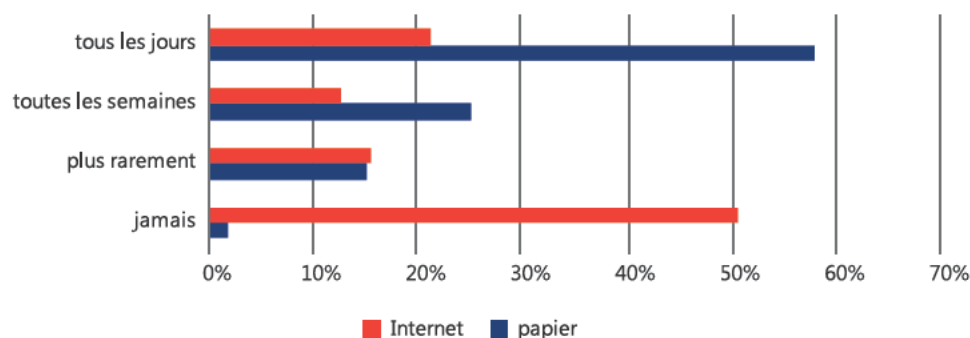
Graphique 5. Lecture des quotidiens payants chez les jeunes selon le support (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : Les moins de 25 ans

Graphique 6. Fréquence de lecture des quotidiens payants chez les jeunes lecteurs selon le support (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : Les jeunes lecteurs de quotidiens payants

3.3 ...et les quotidiens nationaux

Evoluant dans un environnement pluriculturel et multilingue, les jeunes lecteurs lisent la presse quotidienne luxembourgeoise ainsi que la presse étrangère, pratiquant le plus souvent une lecture combinée des deux. Si l'on considère l'ensemble formé par les presses quotidiennes luxembourgeoise et étrangère, ce sont près de 30% des jeunes qui pratiquent une lecture mixte tandis que 20% lisent uniquement la presse quotidienne nationale. Parmi les 25 ans ou plus, un tiers pratique une lecture combinée et un tiers lit uniquement la presse luxembourgeoise. Quant aux proportions de lecteurs qui lisent uniquement la presse étrangère, elles restent marginales et sont équivalentes chez les jeunes et leurs aînés. Sans surprise, la lecture de la presse en ligne est liée à celle de la presse étrangère : les trois quarts des jeunes lecteurs de la presse en ligne lisent la presse étrangère alors que ceux qui ne lisent pas la presse numérique ne sont qu'un sur deux à lire la presse étrangère (73% vs 49%) (cf. Graphique 7).

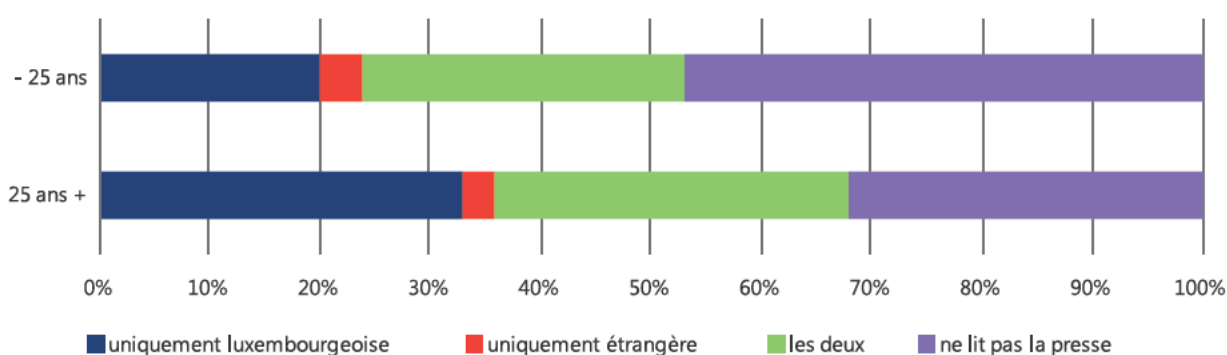
3.4 Un jeune lectorat principalement luxembourgeois et de formation supérieure

En 2009, la proportion de lecteurs de la presse quotidienne payante est significativement plus élevée parmi les jeunes Luxembourgeois que

parmi les autres résidents (63% vs 37%) en général et les jeunes Portugais (33%) en particulier. Les lecteurs se recrutent aussi davantage parmi les jeunes ayant un niveau d'études du secondaire supérieur ou plus que parmi ceux ayant un niveau d'études du secondaire inférieur (67% vs 45%). Les jeunes Luxembourgeois aussi sont deux fois plus souvent des lecteurs de la presse luxembourgeoise que les autres jeunes résidents (58% vs 31%) et affichent une plus grande proportion de lecteurs de la presse étrangère (37% vs 25%).

Quant à la lecture de la presse en ligne, elle opère une segmentation du public sur les mêmes critères de nationalité (31% de Luxembourgeois vs 19% d'autres nationalités) et accentue les différences liées au niveau de formation. La part des lecteurs de la presse quotidienne payante numérique est quatre fois supérieure parmi les jeunes les plus diplômés que parmi les moins diplômés (39% vs 9%). La lecture de la presse en ligne varie aussi selon le genre. L'intérêt des jeunes hommes pour le numérique, déjà perceptible dans l'équipement et les usages de celui-ci (Borsenberger, 2014), se manifeste aussi dans leur pratique de la presse en ligne, deux fois plus courante que chez les jeunes femmes (35% vs 19%).

Graphique 7. Lecture de la presse quotidienne payante nationale et étrangère selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

4. La presse magazine

Du point de vue de l'offre, le secteur de la presse magazine a vu le nombre de titres proposés augmenter considérablement au cours de la dernière décennie, ce qui a débouché sur une diversification des thématiques. En outre, de nombreux magazines de la presse professionnelle et technique ont su s'adapter à un plus large public. Confronté dans le même temps à une hausse des prix (+13% entre 2005 et 2009, cf. Osier, 2011) et au développement des plates-formes numériques, ce média décrit comme celui de l'écrit et de l'image n'a pas véritablement séduit les *digital natives*.

4.1 Un jeune lectorat en baisse

Malgré cette multiplication de l'offre de lecture, la presse magazine attire moins les jeunes en 2009 que dix ans auparavant, la part de jeunes lecteurs ayant baissé de 79% à 65%. Contrairement à ce qui s'est passé pour la presse quotidienne payante, le jeune lectorat de la presse magazine a gardé sensiblement les mêmes rythmes de lecture que la génération précédente au même âge. Une large majorité de lecteurs lit des magazines toutes les semaines et plus d'un tiers en lisent tous les mois. Parallèlement, et comme pour la presse quotidienne payante, le jeune lectorat compte une plus forte proportion de jeunes lecteurs abonnés à un magazine (personnellement ou l'un des membres du ménage) que dix ans auparavant, la part des abonnés y passant de 24% à 43% (cf. Graphique 8).

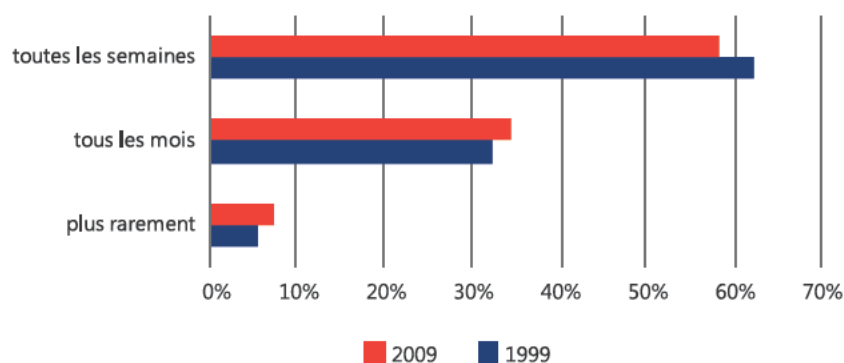
Comme pour la presse quotidienne, la presse magazine capte en 2009 une part de lectorat plus faible parmi les jeunes que parmi leurs aînés (65% vs 72%). Les jeunes sont aussi des lecteurs moins assidus que leurs aînés, la part de lecteurs hebdomadaires ne dépassant pas 40% (38% vs 54% pour les 25 ans et +) (cf. Graphique 9).

Plus encore que pour la presse quotidienne, les jeunes lisent majoritairement les magazines en version imprimée plutôt qu'en version numérique. Ils sont près d'un sur deux à lire des magazines uniquement sur support papier pour moins d'un sur cinq qui pratique une lecture mixte, recourant aux versions imprimées et numériques. Ainsi, la lecture de la presse magazine en ligne se fait, comme pour celle des quotidiens payants, en complément de la lecture de magazines imprimés et l'on se trouve ici aussi davantage dans la logique d'un élargissement des supports de lecture pour une partie du lectorat que d'un élargissement de ses bases (cf. Graphique 10).

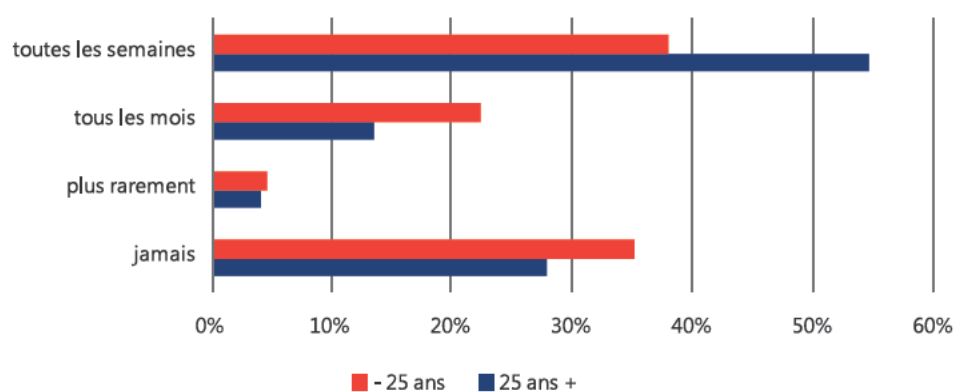
En 2009, les jeunes lecteurs de magazines se comptent davantage parmi les Luxembourgeois que parmi l'ensemble des résidents étrangers (71% vs 56%) et parmi ceux vivant dans des ménages de 5 personnes ou plus que parmi ceux vivant dans un foyer de 3 personnes ou moins (76% vs 55%).

Le jeune lectorat présente aussi quelques spécificités selon les supports de lecture considérés. La lecture de magazines sur support imprimé recense plus de lectrices que de lecteurs (70% vs 56%), et plus de Luxembourgeois que d'étrangers (70% vs 53%). Enfin, les jeunes vivant dans des foyers de 5 personnes ou plus sont plus souvent lecteurs que ceux vivant dans des foyers de 3 personnes ou moins (76% vs 51%).

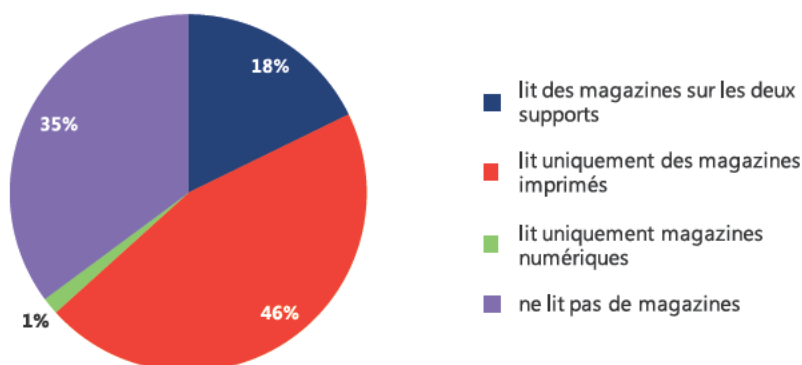
A l'inverse, le lectorat de la presse magazine en ligne est plutôt masculin (25% vs 15%). Il affiche aussi une forte polarisation sociale ; il se recrute trois fois plus parmi les jeunes ayant niveau d'études du secondaire supérieur ou plus que parmi ceux ayant une formation du primaire ou moins (26% vs 9%) et plus souvent parmi ceux dont le père exerce une profession supérieure que parmi ceux dont le père exerce une autre profession (28% vs 16%).

Graphique 8. Evolution de la lecture de la presse magazine chez les jeunes lecteurs (%), 1999-2009

Source : Enquête Pratiques culturelles 1999 et 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
 Champ : Les lecteurs de magazine âgés de moins de 25 ans

Graphique 9. Fréquence de la lecture de la presse magazine selon l'âge (%), en 2009

Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Graphique 10. Lecture de la presse magazine chez les jeunes selon le support (%), en 2009

Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
 Champ : Les moins de 25 ans

4.2 Les types de magazines lus

Les types de magazines les plus souvent lus distinguent assez largement les jeunes de leurs aînés reflétant des goûts liés à l'âge. Plus de la moitié des jeunes lecteurs lisent des magazines ayant pour thèmes la culture (musique, littérature, cinéma), la presse people ou encore la mode (57% à 53%), et un bon tiers lisent des magazines ayant trait à l'informatique et au multimédia. Ces proportions de lecteurs sont significativement plus importantes que parmi leurs aînés qui sont environ 40% à lire des magazines de culture, people ou de mode et 22% à lire des magazines informatiques et multimédia. Les thèmes plébiscités par les jeunes sont représentatifs de leurs centres d'intérêt et participent aussi au processus de construction de leur identité. Ils sont en lien avec la popularité de la presse gratuite, média qui propose ces rubriques au quotidien, et rappellent le succès des séries télévisées parmi les émissions préférées de la jeune génération (Borsenberger, 2014).

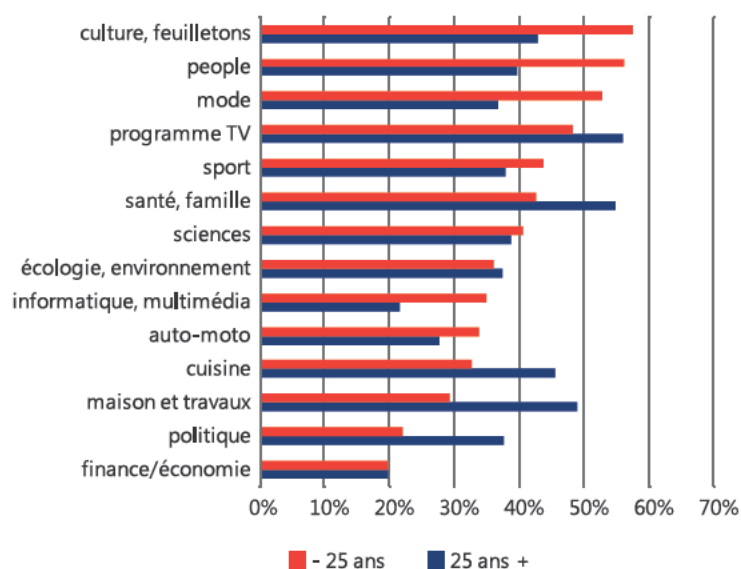
A l'inverse, les lecteurs âgés de 25 ans et plus lisent d'abord les programmes TV et les magazines consacrés à la santé, la famille. Ils se tournent ensuite vers les magazines ayant trait à la vie

domestique (maison et travaux, cuisine). Enfin, ils se distinguent encore de la jeune génération par leur plus grand intérêt pour les magazines politiques (38% vs 22%).

Quant aux magazines ayant pour thème les sciences, l'écologie ou le sport, ils sont lus, indépendamment de l'âge, par environ 40% des lecteurs. Les magazines auto-moto sont lus par environ 30% des lecteurs tandis que la presse traitant de la finance et de l'économie arrive en fin de classement, lue par seulement 20% des lecteurs, sans distinction d'âge (cf. Graphique 11).

La lecture de la presse magazine est fortement empreinte des modèles de genre. Par rapport au jeune lectorat féminin, le jeune lectorat masculin affiche un intérêt sensiblement plus marqué pour les magazines de sport (66% vs 27%), d'informatique et multimédia (53% vs 21%). A contrario, le jeune lectorat féminin privilégie les magazines de mode (76% vs 22%) et la presse people (74% vs 33%). Ces différences liées au genre segmentent aussi fortement le lectorat de la presse traitant de la finance et de l'économie (33% vs 9%) ainsi que la presse politique (29% vs 16%).

Graphique 11. Type de magazines lus le plus souvent selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
Champ : Les lecteurs de magazines

II. LA LECTURE DE LIVRES

A son aise dans l'univers numérique, la jeune génération n'a pas pour autant délaissé la lecture de livres, tant celle des livres à finalité professionnelle ou scolaire que celle des livres de loisirs. Elle reste ainsi une adepte de la lecture d'étude qui vise la culture de soi.

1. Les accès au livre

En 2009, les bibliothèques familiales des *digital natives* sont mieux fournies que celles des jeunes dix ans auparavant. Les jeunes sont relativement nombreux à acheter des livres, plus pour le travail que pour les loisirs, et ils se rendent avant tout en librairie pour faire leurs achats. Ils n'en continuent pas moins de fréquenter les bibliothèques, essentiellement les bibliothèques scolaires et universitaires qui, en dix ans, ont vu se déployer leur fonction de centre de ressources et de documentation.

1.1 Les bibliothèques familiales

Analysant l'évolution des dépenses culturelles des ménages, Osier (2011) constate que celles liées aux achats de livres sont les seules, parmi les activités culturelles traditionnelles, pour lesquelles une hausse est observée entre 1993 et 2009 (8% vs 11%).

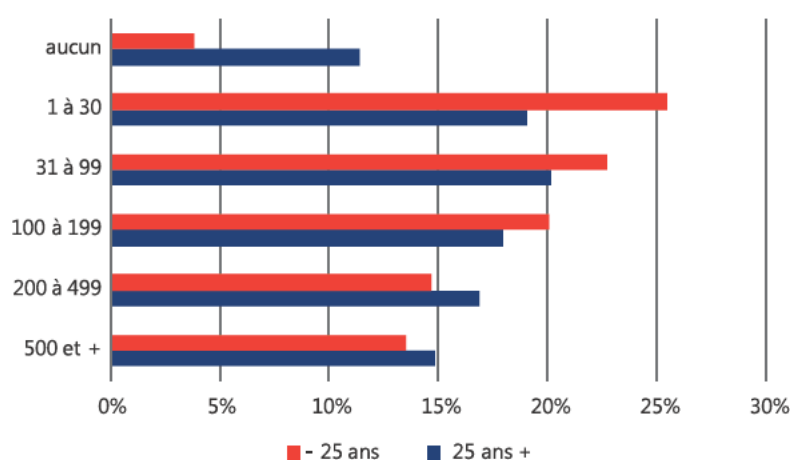
En 2009, on remarque en effet que les bibliothèques familiales des jeunes (ou de leurs foyers) comportent plus souvent des dictionnaires et encyclopédies que dix ans auparavant et qu'elles

sont aussi mieux fournies. Quasiment tous les jeunes recensent au moins un dictionnaire dans la bibliothèque familiale (97% en 2009 vs 89% en 1999) et les trois quarts au moins une encyclopédie (73% en 2009 vs 40% en 1999).

Le nombre de dictionnaires et d'encyclopédies par foyer a fortement augmenté, 68% des jeunes disposant d'au moins cinq dictionnaires dans leur foyer en 2009 contre seulement 41% dix ans auparavant. Par ailleurs, 19% des jeunes ont une encyclopédie dans la bibliothèque familiale contre 3% en 1999 et 22% en possèdent au moins cinq pour seulement 1% dix ans auparavant. Le statut d'étudiant ou de lycéen des trois quarts des moins de 25 ans, une logique de commercialisation plus poussée de ces produits culturels au cours des dix dernières années et l'essor des supports multimédia ne sont sans doute pas étrangers au développement des bibliothèques familiales de la jeune génération (cf. *Annexe 2*).

En 2009, près d'un jeune sur deux dispose d'une bibliothèque personnelle ou familiale qui compte cent livres ou plus (48% vs 39% pour les 25 ans ou plus). Comparés à leurs aînés, les membres de la jeune génération vivent significativement moins souvent dans un foyer dépourvu de livres (4% vs 11%) et plus souvent dans un foyer dont la bibliothèque personnelle ou familiale ne dépasse pas les trente livres (25% vs 19%) (cf. *Graphique 12*).

Graphique 12. Taille de la bibliothèque familiale selon l'âge (nombre de livres), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

1.2 Les pratiques d'achat

Bien qu'ayant développé une culture de l'écran, les *digital natives* sont aussi des consommateurs de livres, les trois quarts d'entre eux en ayant acheté au moins un au cours des douze derniers mois, ce qui les place devant les 25 ans et plus (76% vs 69%). Les achats de livres sont plus souvent effectués par les jeunes Luxembourgeois que par les jeunes étrangers (81% vs 63%), les jeunes dont le père exerce une profession supérieure (95% vs 73%) et ceux qui sont étudiants (81% vs 68%).

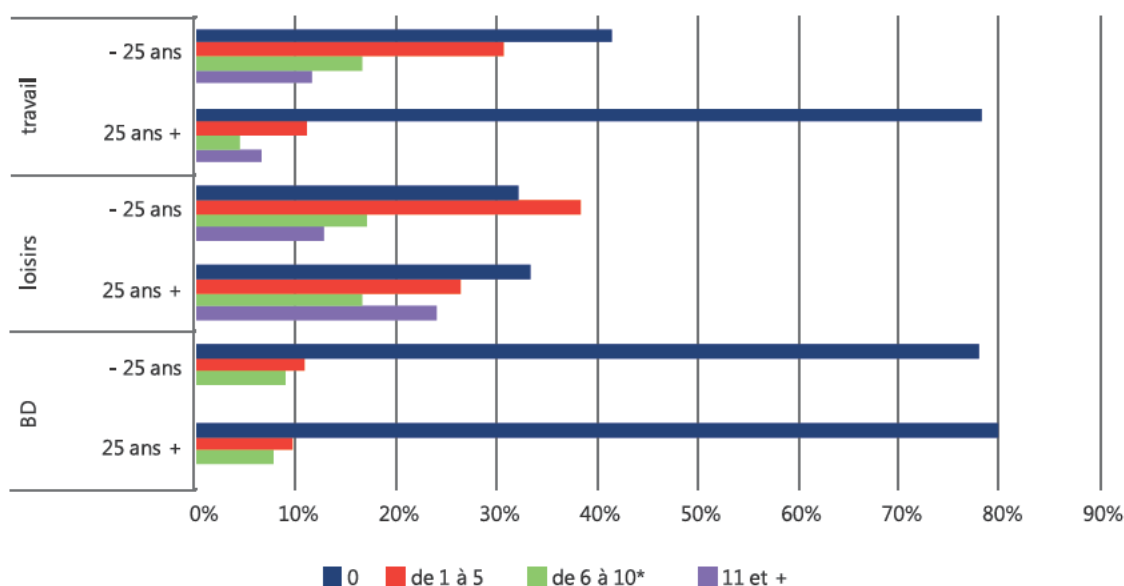
Les pratiques d'achats de livres pour le travail, les loisirs et les achats de bandes dessinées présentent chacune leurs particularités. La plupart des jeunes achètent des livres pour le travail ou les études, contrairement à leurs aînés qui le font bien plus rarement (59% vs 22%). Cela ne dépasse pas 5 livres par an pour un tiers des jeunes. Ce sont plus souvent ceux dont le père exerce une profession supérieure (78% vs 54%) et les étudiants (67% vs 39%) qui se trouvent dans la catégorie des acheteurs de livres professionnels ou scolaires.

Les achats de livres pour les loisirs sont plus courants, les trois quarts des jeunes comme des moins jeunes en ont acheté au cours des douze derniers mois. Les moins de 25 ans sont plus souvent des petits acheteurs que leurs aînés (38% ayant acheté au plus 5 livres pour 26% des 25 ans ou plus). Ces derniers offrent des proportions de gros acheteurs (ayant acheté 11 livres ou plus) deux fois supérieures à celles des plus jeunes (24% vs 13%). Parmi les jeunes, les achats de livres pour les loisirs sont plus courants chez les jeunes femmes (75% vs 60%), les jeunes Luxembourgeois (74% vs 59% étrangers), et les jeunes ayant un niveau d'études du secondaire supérieur (76% vs 52% niveau primaire). Ils restent également liés aux ressources financières (70% revenus élevés vs 58% revenus faibles), à la position sociale (87% profession supérieure du père vs 64% autres profession) et au fait d'être étudiant (72% vs 59% non-étudiant).

Quant aux achats de bandes dessinées, ils restent plus rares, effectués par un individu sur cinq et ce, quel que soit l'âge. On compte à peu près autant de petits acheteurs, qui ont acheté au plus 5 BD, que d'acheteurs plus conséquents, qui en ont acheté au moins 6 livres et ce, à nouveau sans distinction d'âge. Les acheteurs sont plus souvent des hommes que des femmes (25% vs 15%) et plus souvent des jeunes ayant un niveau d'études du secondaire supérieur que du secondaire inférieur (27% vs 12%) (cf. Graphique 13).

Parmi l'éventail de canaux d'achats possibles, la librairie reste un lieu privilégié pour 90% des acheteurs de livres et bandes dessinées, indistinctement de la tranche d'âge étudiée. Les autres lieux d'achats répertoriés rassemblent des proportions d'acheteurs réduites de moitié par rapport à la librairie. Il s'agit tout d'abord des points de vente de presse fréquentés par 45% des acheteurs. Quant aux achats via Internet, ils sont choisis par 38% des moins de 25 ans et 46% de leurs aînés. En réduisant l'analyse aux seuls utilisateurs d'Internet, la proportion d'acheteurs reste identique chez les moins de 25 ans tandis que celle des 25 ans ou plus atteint alors 54%.

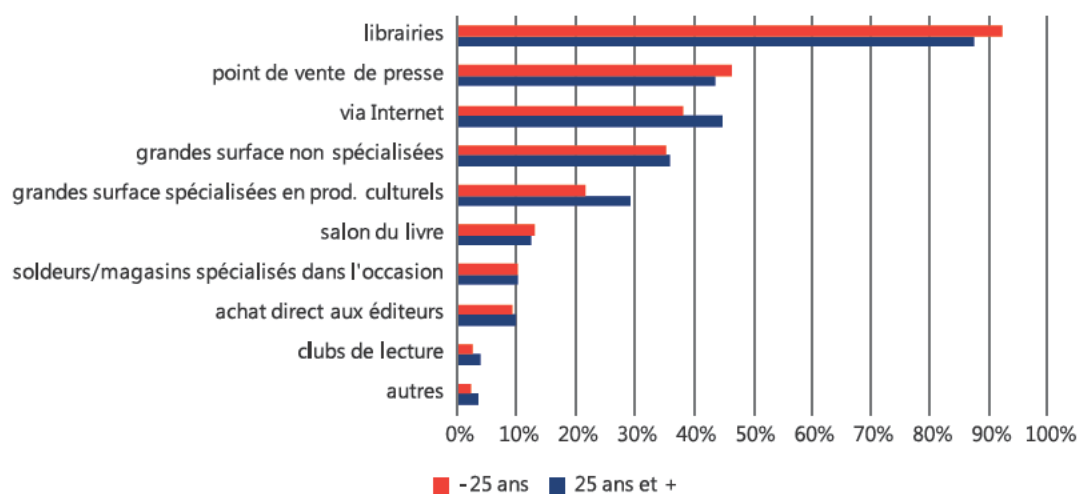
Un tiers des acheteurs effectue ses achats en grandes surfaces non spécialisées. Quant aux grandes surfaces spécialisées en produits culturels ; elles attirent moins les jeunes que les 25 ans ou plus (22% vs 29%). Enfin, les salons du livre, les soldeurs et les achats directs aux éditeurs sont des canaux d'achats auxquels recourent 7 à 10% des acheteurs tandis que les clubs de lecture demeurent relativement confidentiels (3-4%). (cf. Graphique 14).

Graphique 13. Nombre de livres achetés selon l'âge (%), en 2009

Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Nota bene* : sauf pour les bandes dessinées où il s'agit de 6 livres et +

Note de lecture : Parmi les moins de 25 ans, 42% n'ont acheté aucun livre pour le travail, 31% en ont acheté entre 1 et 5, 17% en ont acheté entre 6 et 10 et 12% en ont acheté 11 et +.

Graphique 14. Principaux canaux d'achat de livres selon l'âge (%), en 2009

Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : Les individus qui ont acheté au moins un livre au cours des douze dernières mois

1.3 La fréquentation des bibliothèques publiques

En 2009, la part des jeunes qui ont franchi les portes d'une bibliothèque publique est plus élevée que dix ans auparavant (58% vs 46%). Par contre, celle des visiteurs assidus a baissé : ce n'est plus qu'un jeune sur dix qui se rend en bibliothèque toutes les semaines contre près d'un sur cinq en 1999 (8% vs 18%). En 2009, les jeunes s'y rendent plutôt à un rythme mensuel ou bimensuel (21%) ou encore plus rarement (28%) (cf. Annexe 2).

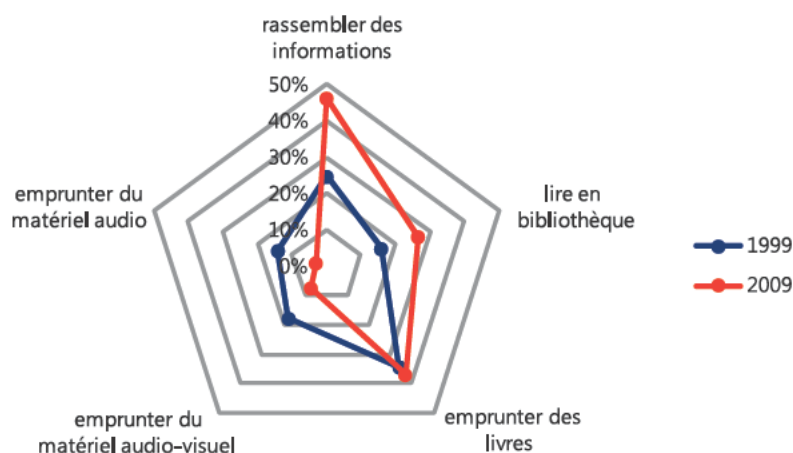
La fréquentation des bibliothèques est surtout le fait des jeunes Luxembourgeois, qui sont 63% à s'y rendre contre 49% des autres jeunes résidents. Elle est liée à la taille du foyer, les trois quarts des jeunes vivant dans des foyers composés de 5 personnes ou plus se rendant dans une bibliothèque pour un sur deux vivant dans un ménage de 3 personnes ou moins. Enfin, ce qui n'est guère surprenant, ce sont essentiellement les jeunes étudiants qui se rendent en bibliothèque (69% vs 31% pour ceux ayant un statut autre).

Les motivations de fréquentation des bibliothèques ont elles aussi évolué en dix ans et la bibliothèque est devenue avant tout un espace de travail et de documentation. Près de la moitié des jeunes s'y rendent pour y faire des recherches ou y rassembler des informations alors que seulement un quart d'entre eux déclaraient ces pratiques dix ans plus tôt. La lecture sur place, que ce soit celle de livres

ou de la presse, ainsi que l'emprunt de livres sont des pratiques qui sont restées stables. En revanche, les emprunts de matériel audiovisuel, et plus encore de matériel audio, qui concernaient moins de 20% des jeunes sont devenus relativement rares et avoisinent les 5%, victimes du développement de l'équipement multimédia domestique et du téléchargement (cf. Graphique 15).

Globalement, en 2009, les *digital natives* sont de plus grands usagers des bibliothèques que leurs aînés (58% vs 18%). Lorsque l'on restreint l'analyse aux usagers des bibliothèques, on observe que si les uns et les autres s'y rendent dans des proportions équivalentes pour y emprunter des livres (64% vs 61%), les jeunes y vont d'abord et plus que leurs aînés pour y faire des recherches et rassembler des informations (79% vs 57%). La bibliothèque est ensuite un lieu où ils utilisent Internet pour des recherches autres que bibliographiques (37% vs 11%) et lisent des livres (31% vs 22%). Ils y recourent moins que leurs aînés pour y emprunter du matériel audio-visuel (21% vs 13%). Les autres activités répertoriées sont pratiquées de manière équivalente quel que soit l'âge. La visite d'expositions, l'écoute de musique et l'emprunt de matériel audio demeurent plus rares et concernent chacun moins de 10% des jeunes usagers. Les jeunes dans leur ensemble sont 23% à être inscrits dans une bibliothèque contre 13% chez les 25 ans ou plus.

Graphique 15. Evolution des usages des bibliothèques publiques chez les jeunes (%), 1999-2009



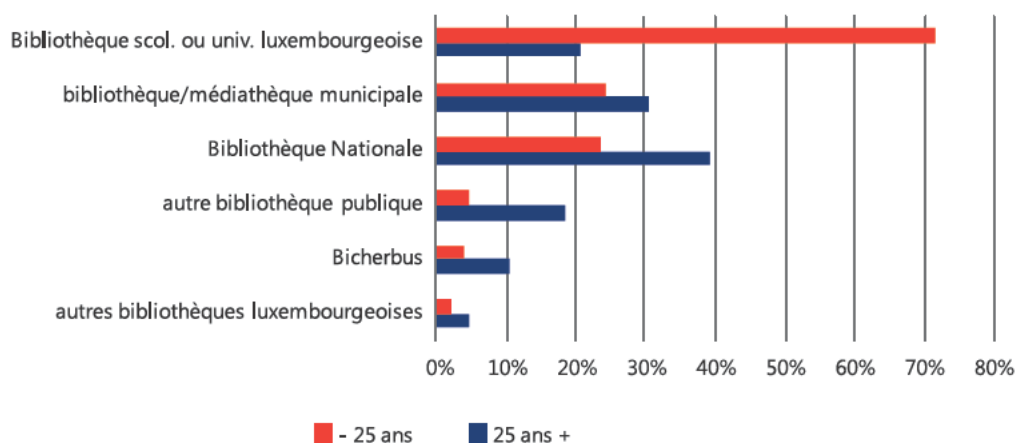
Source : Enquête Pratiques culturelles 1999 et 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
Champ : Les moins de 25 ans

Femmes et hommes affichent quelques usages différenciés des bibliothèques. Les jeunes femmes y empruntent davantage des livres que leurs homologues masculins (60% vs 40%). Les jeunes hommes y recourent deux fois plus souvent pour y lire des journaux ou des magazines (37% vs 17%) et ils sont quasiment les seuls à y emprunter du matériel audio (cassettes, CD, disques) (10% vs 1%). Les jeunes Luxembourgeois se rendent moins souvent en bibliothèque que les jeunes ayant une autre nationalité pour y faire des recherches (75% vs 89%), y lire des livres (26% vs 43%) ou des journaux et des magazines (21% vs 39%), ou pour y écouter de la musique (4% vs 20%). Ce sont plutôt les jeunes issus des ménages aux revenus faibles qui empruntent des journaux, des magazines ou d'autres imprimés que ceux issus d'un ménage aux revenus moyens (27% vs 9%). C'est aussi un jeune sur cinq issu d'un ménage aux revenus faibles qui écoute de la musique en bibliothèque alors que cette pratique est quasiment inexistante chez ceux dont le foyer dispose de revenus plus élevés. Les jeunes usagers dont le père exerce une profession supérieure se rendent davantage en

bibliothèque pour y lire des journaux que ceux dont le père exerce une autre profession (39% vs 22%). Enfin, l'inscription en bibliothèque est plus fréquente chez les étudiants (84% vs 16% pour les non-étudiants) et chez les jeunes qui ont au moins atteint le secondaire supérieur (59% vs 26% chez ceux qui ont un niveau d'études inférieur).

Jeunes et moins jeunes ont chacun leurs bibliothèques de prédilection. Phénomène lié à l'âge et à leur statut d'élève ou d'étudiant pour la plupart, les trois quarts des jeunes usagers de bibliothèques fréquentent les bibliothèques scolaires et universitaires luxembourgeoises. Seulement un quart d'entre eux se rendent à la Bibliothèque Nationale et une proportion équivalente dans les bibliothèques /médiathèques municipales. Comparés à leurs aînés qui fréquentent les bibliothèques, les jeunes utilisent deux fois moins la Bibliothèque Nationale (24% vs 40%), et trois à quatre fois moins le Bicherbus (4% vs 11%) et les autres bibliothèques publiques (5% vs 19%) (cf. Graphique 16).

Graphique 16. Bibliothèques fréquentées selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : Les individus qui se sont rendus au moins une fois dans une bibliothèque au cours des douze derniers mois

2. Les lecteurs de livres

2.1 Plus de jeunes lecteurs en 2009 que dix ans auparavant...

La part des lecteurs a augmenté de 10 points chez les jeunes au cours de la dernière décennie pour atteindre 83% en 2009. En distinguant les lectures de loisirs et les lectures pour les études ou le travail, on s'aperçoit que les proportions de lecteurs pour l'étude ou le travail sont restées stables, déclarées par 60% des jeunes, tandis que celles des jeunes lecteurs de loisirs ont augmenté. En 2009, les jeunes sont proportionnellement plus nombreux à lire et aussi à lire davantage de livres pour les loisirs que la génération précédente au même âge. Ils sont près de 80% à avoir lu au moins un livre pour les loisirs au cours des douze derniers mois pour seulement un sur deux dix ans auparavant (78% vs 50%), et un sur trois a lu au moins six livres alors qu'ils n'étaient que 14% dans ce cas dix ans plus tôt (cf. Graphique 17).

2.2 ... mais plutôt des petits lecteurs comparés à leurs aînés...

La génération des *digital natives* rassemble de nombreux lecteurs, et dans une proportion qui reste supérieure à celle du reste de la population en 2009 (83% vs 68%). Les jeunes comptent davantage de lecteurs que leurs aînés, qu'il s'agisse de la lecture de loisirs, de la lecture à finalité professionnelle (ou scolaire) ou de la lecture de bandes dessinées. Ils sont rarement abonnés à un club de lecture, à l'image de leurs aînés (7% vs 5%).

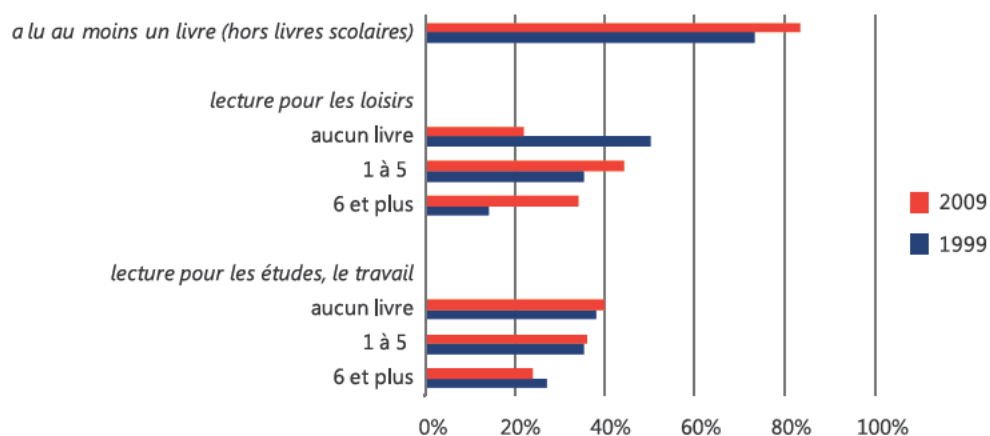
Si les jeunes sont proportionnellement plus nombreux à lire que leurs aînés pour les loisirs (88% vs 66%), ils sont majoritairement des petits lecteurs, qui lisent entre 1 et 5 livres (45% vs 30%), ou des lecteurs moyens, qui lisent entre 6 et 10 livres (20% vs 14%), alors que leurs aînés comptent davantage de lecteurs qui lisent plus de 10 livres (14% vs 22% pour les aînés).

Quant à la lecture de bandes dessinées et celle à finalité professionnelle ou étudiante, elles restent l'apanage de la jeune génération. Ainsi, plus d'un jeune sur deux lit des livres pour les études ou le travail contre moins d'un individu sur quatre chez leurs aînés (60% vs 23%).

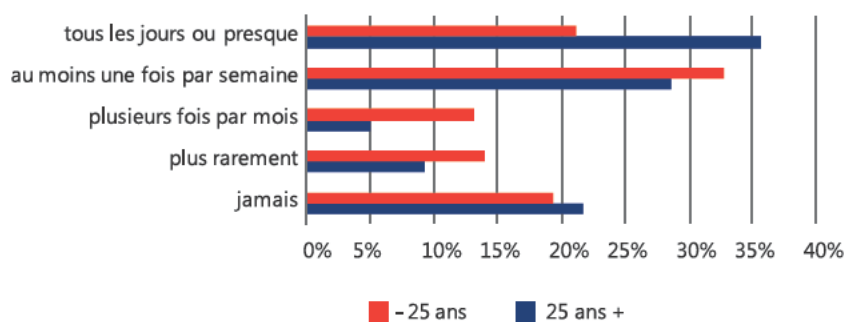
La lecture de bande dessinée, qui n'a que 16% d'adeptes au sein de la population, est plus en vogue au sein de la jeune génération (23% vs 15%). Les jeunes sont majoritairement, et plus souvent que leurs aînés, des petits lecteurs (13% vs 8%) tandis qu'au-delà de 5 livres, l'engouement pour le « neuvième art » efface les différences d'âge (cf. Graphique 18).

Le monde du livre est habituellement associé à l'univers féminin, ce qui s'observe aussi chez les *digital natives* qui comptent plus de lectrices que de lecteurs (88% vs 78%). On recense aussi de plus fortes proportions de lecteurs parmi les jeunes Luxembourgeois (87% vs 76% pour les autres jeunes résidents), parmi les jeunes dont le père exerce une profession supérieure (93% vs 80%) et chez les étudiants (86% vs 76%). Pratique emblématique de la « culture », la lecture de livres reste associée à un niveau de formation élevé : 90% des jeunes ayant un niveau du secondaire supérieur ou plus sont des lecteurs contre 61% de ceux qui n'ont pas dépassé le primaire.

Ce portrait global du jeune lectorat masque quelques spécificités liées à chaque orientation de lecture. La lecture est une pratique plus répandue chez les jeunes femmes quand il s'agit de lecture de loisirs (83% vs 72%) et plus encore de lecture à finalité professionnelle (67% vs 50%) alors que celle des bandes dessinées est plus courante chez les jeunes hommes (29% vs 17%). La lecture de loisirs reste également plus courante chez les jeunes ayant un niveau d'études du secondaire supérieur ou davantage que du primaire (86% vs 50%) et chez les jeunes Luxembourgeois que les autres jeunes résidents (83% vs 69%). La lecture à finalité professionnelle/scolaire se concentre chez les étudiants (69% vs 36%) et chez les jeunes ayant un niveau d'études du secondaire supérieur (68%).

Graphique 17. Evolution de la lecture de livres chez les moins de 25 ans (%), 1999-2009

Source : Enquête Pratiques culturelles 1999 et 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
 Champ : Les moins de 25 ans

Graphique 18. Nombre de livres lus selon l'âge (%), en 2009

Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

2.3 ... qui lisaient et lisent moins que leurs aînés

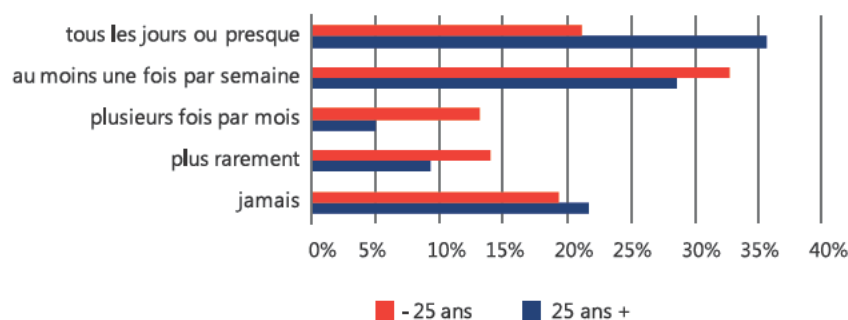
On sait que les habitudes de lecture prises dans l'enfance perdurent généralement à l'âge adulte, ce qui se vérifie aussi pour les membres de la jeune génération. Ils sont 81% à déclarer qu'ils lisaient durant leur temps libre quand ils avaient entre 8 et 12 ans et ces très jeunes lecteurs restent lecteurs à l'âge adulte pour 85% d'entre eux ; chez ceux qui ne lisaient pas de livres en étant enfant, seuls 66% déclarent lire au moment de l'enquête.

A première vue, la génération des *digital natives* n'apparaît pas différente des générations précédentes qui affichaient des proportions équivalentes d'individus qui se déclarent lecteurs durant l'enfance (81% vs 78%). Cependant, les 25 ans ou plus lisaient avec plus d'intensité, ce qui est probablement lié en partie à l'absence de concurrence d'autres types de loisirs, et en particulier des loisirs multimédia et numériques.

Ainsi, plus d'un tiers des 25 ans ou plus déclarent qu'ils lisaient tous les jours ou presque quand ils étaient enfants pour seulement un cinquième des plus jeunes (36% vs 21%). Ces derniers sont proportionnellement plus nombreux à déclarer des fréquences de lecture plus faibles telles que tous les quinze jours (13% vs 5%) ou encore plus rares (14% vs 9%) (cf. Graphique 19).

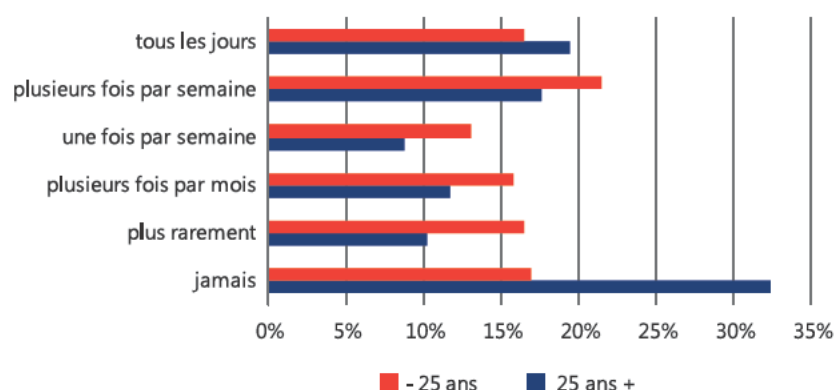
A l'âge adulte, les rythmes de lecture continuent de différencier les *digital natives* de leurs aînés. On trouve une plus faible proportion de non lecteurs chez les jeunes que chez leurs aînés (17% vs 33%) mais une plus forte proportion d'individus qui déclarent un rythme de lecture faible, une fois par semaine (13% vs 9%) ou à un rythme à peine mensuel (16% vs 10%). En revanche, les *digital natives* et leurs aînés affichent des proportions de lecteurs quotidiens ou pluri hebdomadaires équivalentes (cf. Graphique 20).

Graphique 19. Fréquence de lecture durant l'enfance selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Graphique 20. Fréquence de lecture au cours des douze derniers mois selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

2.4 Les goûts littéraires

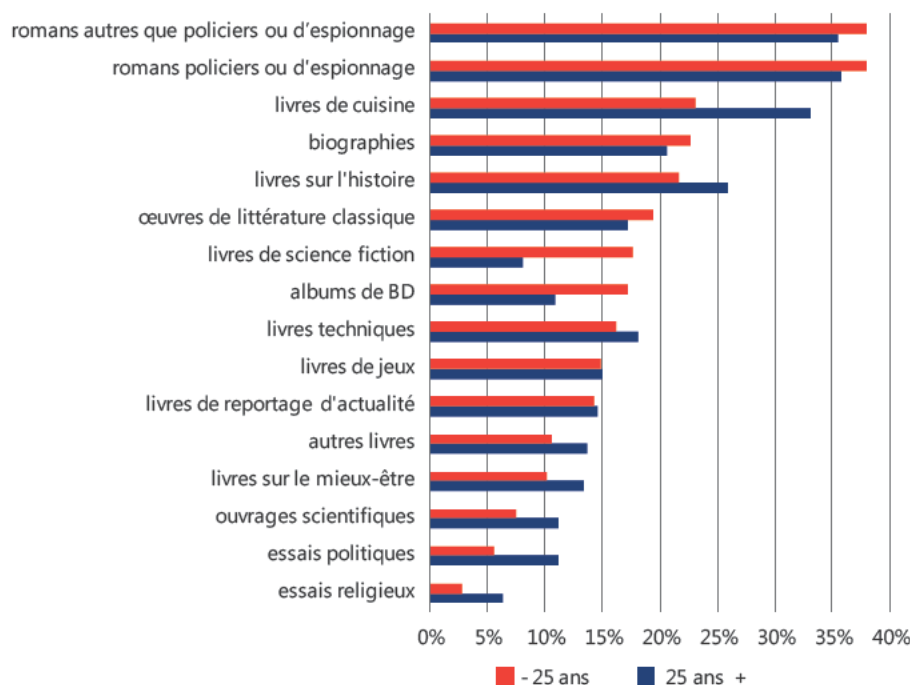
Pour cerner les goûts littéraires des individus, nous leur avons demandé, parmi une liste définie, de nous dire quels genres de livres ils lisaient le plus souvent et de nous indiquer pour chacune des 16 catégories proposées, s'il s'agissait de leur premier, deuxième ou troisième choix. L'information présentée ici est synthétisée, les trois choix ayant été regroupés pour une présentation globale⁷.

A première vue, les goûts littéraires de la jeune génération diffèrent assez peu de ceux de leurs aînés. Ils se portent globalement sur le roman et le roman policier, qui sont chacun le plus souvent lus par près de 40% des lecteurs (et qui sont retenus en premier choix par 20% d'entre eux). Viennent ensuite les livres de cuisine, les biographies et les livres sur l'histoire, qui sont lus par plus d'un jeune sur cinq. Les œuvres de littérature classique, les livres de science-fiction, les BD et les livres techniques sont lus par 16-19% des jeunes lecteurs. Les livres de jeux, les livres de reportage ou d'actualité, les livres sur le mieux-être et des livres autres que ceux cités dans le questionnaire captent chacun 10-15% du jeune lectorat. Enfin, les ouvrages scientifiques et les essais politiques sont lus par moins de 10% des jeunes lecteurs.

Quelques exceptions tout de même pour les genres littéraires tels que la science-fiction qui séduit deux fois plus les jeunes lecteurs (18% vs 8%) et les albums BD qui captent un lectorat également plus large dans cette tranche d'âge (17% vs 11%). A l'inverse, les essais politiques (11% vs 6%) et les essais religieux (6% vs 3%) captent davantage le lectorat âgé de 25 ans et plus (cf. Graphique 21).

Les jeunes lectorats féminin et masculin restent aussi marqués par des goûts littéraires spécifiques. Les jeunes lectrices sont deux fois plus attirées que les jeunes lecteurs par les romans autres que ceux d'espionnages (50% vs 23%). Elles sont aussi proportionnellement plus nombreuses à lire des biographies (27% vs 17%) ainsi que des livres de cuisine (31% vs 13%), des livres sur le mieux-être (14% vs 4%) et des livres autres que ceux répertoriés ici (15% vs 5%). Quant aux jeunes lecteurs, ils restent bien plus attirés par les livres de science-fiction, les bandes dessinées, les livres techniques, les livres de jeux (25% vs 12 à 7%). Ils ont un intérêt plus marqué pour les livres scientifiques (13% vs 3%).

Graphique 21. Les goûts littéraires des lecteurs de livres selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
Champ : Les lecteurs de livres

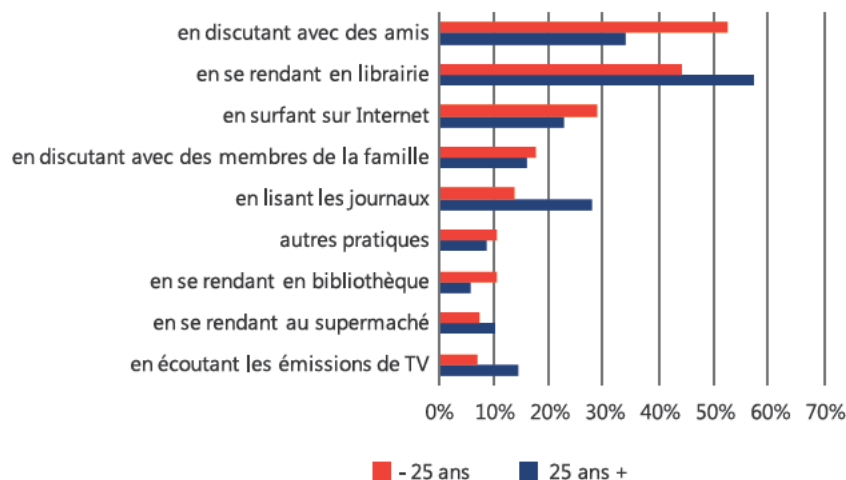
⁷ Cf. Annexe 3 pour une présentation détaillée des choix de livres du jeune lectorat.

2.5 Réseau amical et librairies orientent les choix de lecture

Comment les lecteurs arrêtent-ils leurs choix de lecture ? Pour le savoir, nous leur avons soumis une liste regroupant neuf possibilités et ils pouvaient apporter deux réponses en hiérarchisant leurs deux premiers modes de choix. Les résultats présentés ici résultent du cumul de ces deux choix⁸. Le réseau amical et les librairies sont, de loin, les deux premiers prescripteurs de lecture pour l'ensemble des lecteurs, quel que soit leur âge. Cependant, les lecteurs de moins de 25 ans, qui sont aussi dans une phase du cycle de vie où s'exerce une forte influence des pairs, privilégient le réseau amical, tandis que les 25 ans ou plus choisissent le plus souvent leurs livres en se rendant en librairie. Ainsi,

plus d'un jeune lecteur sur deux se fie d'abord à son réseau amical pour seulement un tiers des 25 ans ou plus (52% vs 34%), puis ils se tournent vers la librairie mais dans une moindre mesure que leurs aînés (44% vs 57%). Les jeunes lecteurs sont ensuite bien moins sensibles que leurs aînés à l'influence des médias, que ce soient celle des journaux (14% vs 28%) ou de la télévision (7% vs 14%). Plus rarement, mais plus souvent que leurs aînés, ils arrêtent aussi leurs choix en se rendant en bibliothèque (11% vs 6%). Enfin, jeunes et moins jeunes recourent à Internet dans des proportions équivalentes pour orienter leurs choix de lecture, que l'on considère les lecteurs (29% et 23%) ou les lecteurs internautes (29% vs 28%) (cf. Graphique 22).

Graphique 22. Les lecteurs et le choix des livres selon l'âge (%), en 2009



Source : Enquête Pratiques culturelles 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD
Champ : Les lecteurs de livres

⁸ Cf. Annexe 4, pour une présentation détaillée des choix de lecture.

CONCLUSION

La génération des *digital natives* se distingue de la génération précédente au même âge par un rapport plus distancié au monde de la presse payante et plus étroit à celui du livre. On serait donc en présence d'un double mouvement, avec d'un côté un éloignement de la « galaxie Gutenberg », vraisemblablement concurrencée par le web pour l'accès à l'information et, de l'autre, un rapprochement de l'univers livresque pour l'accès au savoir et pour les loisirs. Les quotidiens payants et, dans une moindre mesure, les magazines ont perdu des lecteurs. Dans le même temps, la lecture de la presse quotidienne gratuite et l'usage d'Internet apparaissent comme deux phénomènes que l'on peut qualifier de générationnels, tant ils sont courants et pratiqués avec intensité par les moins de 25 ans. D'une part, la presse payante a vu ses prix considérablement augmenter sur la période alors que la notion de gratuité d'accès se développe dans l'univers numérique des *digital natives* ; d'autre part, elle se trouve en concurrence avec une pléiade d'activités numériques qui réduisent le temps disponible. Néanmoins, la presse quotidienne payante enregistre dans le même temps une augmentation de la part de ses lecteurs réguliers, qui continuent de se recruter majoritairement parmi les plus diplômés. Parallèlement, la jeune génération entretient un rapport plus étroit au monde du livre que la génération précédente au même âge. Les jeunes vivent dans un environnement mieux doté en dictionnaires et encyclopédies, ils sont proportionnellement plus nombreux à fréquenter les bibliothèques et aussi à lire des livres, et surtout des livres pour les loisirs.

Globalement, dans leur rapport à la presse, les jeunes sont plus souvent des lecteurs occasionnels que leurs aînés, sauf lorsqu'il s'agit de la presse gratuite, lue tous les jours par un jeune sur deux. Et lorsqu'ils lisent la presse payante, les jeunes se tournent comme leurs aînés davantage vers la presse nationale que vers la presse étrangère.

Les jeunes comptent une plus forte proportion de lecteurs de livres que les plus âgés mais une moindre proportion de lecteurs assidus. Les goûts littéraires diffèrent peu, à l'exception notable de la science-fiction et des albums de bande dessinée, en vogue surtout auprès de la jeune génération.

Pour choisir leurs lectures, les jeunes se fient prioritairement aux avis de leurs amis. Ils suivent deux fois moins souvent les recommandations des médias (télévision et presse) que leurs aînés. Ils fréquentent aussi davantage les bibliothèques, qu'ils utilisent avant tout comme des centres de ressources, et ils ont un éventail de pratiques plus large et plutôt in situ, où l'on retrouve en bonne place l'utilisation d'Internet ainsi que les lectures de livres et de la presse. Leurs préférences vont vers les bibliothèques scolaires et universitaires.

Partageant pour les trois quarts un statut d'étudiant, les jeunes présentent des caractéristiques communes qui sont liées à leur âge et les distinguent de leurs aînés mais leurs pratiques de la presse et des livres n'en sont pas pour autant homogènes. D'un côté, continue de se dessiner un univers plutôt masculin, lié aux nouvelles technologies (lecture de la presse quotidienne et magazine en ligne, de magazines informatiques et multimédia), à la culture sportive ainsi que politique et économique, à l'image (lecture de bandes dessinées). De l'autre, un univers plutôt féminin qui reste lié à la lecture de livres (tant livres professionnels/scolaires que de loisirs) et de la presse « féminine » (mode et people).

La lecture de la presse reste segmentée selon le critère de la nationalité, les jeunes Luxembourgeois, étant davantage lecteurs de la presse quotidienne payante et de la presse magazine alors que les jeunes ressortissants étrangers, particulièrement les jeunes Portugais, offrent les plus fortes proportions de lecteurs de la presse gratuite.

La position sociale de l'individu continue de marquer le rapport à la lecture, qui conditionne l'accès au savoir. Ce sont les jeunes aux niveaux de formation les plus élevés qui sont le plus souvent lecteurs de la presse quotidienne payante, tant des quotidiens que des magazines, et aussi de livres. Les lecteurs de livres continuent à se compter davantage dans les rangs des jeunes issus des catégories sociales les plus aisées. Au vu de ce qui est observé pour la lecture de la presse payante numérique, on peut supposer que le développement des livres numériques n'augmentera guère le nombre de lecteurs mais participera davantage à un renforcement des pratiques chez les lecteurs existants.

Enfin, si la fracture numérique au premier degré⁹ n'est pas un sujet de débat, les *digital natives* étant dans leur ensemble des internautes, les disparités d'usages dans la lecture de la presse numérique, qui persistent en dépit de la généralisation de l'accès et qui restent fortement associées au niveau de formation, posent la question de l'appropriation du savoir et des conditions que celle-ci requiert puisque les jeunes issus des groupes sociaux les mieux dotés en capital culturel et économique composent le lectorat privilégié de la presse numérique. De ce point de vue, la possibilité de lire la presse en ligne via Internet n'a semblé-t-il pas élargi les bases du lectorat de la presse payante. Internet a modifié les modes d'accès à l'information mais ne paraît pas remettre en cause les logiques sociales préexistantes.

On note un faible intérêt de la part des *digital natives* pour la presse nationale. Même si cela peut être lié à une phase du cycle de vie plutôt qu'aux caractéristiques spécifiques de cette génération, ce résultat est néanmoins important car la lecture de ce média peut contribuer à renforcer l'identité de groupe et à rendre possible le vivre ensemble au sein d'un espace commun (Lamour & Lorentz, 2012). Au vu de l'intensité des pratiques numériques (et de leur développement au cours de ces dernières années), les réseaux sociaux (qui se transforment aussi en lieux où exercer la démocratie participative) contribuent au partage ou au renforcement d'une identité, comme en témoigne la récente pétition en ligne en faveur de l'utilisation de la langue luxembourgeoise sur Facebook. Lecture de la presse ou des livres, émissions de télévision, la génération privilégie certaines pratiques linguistiques en fonction du contexte culturel, ce qui sera l'objet d'une prochaine publication.

⁹ La fracture numérique caractérise l'écart qui existe entre les individus qui disposent des ressources pour participer à la société de l'information et ceux qui n'en disposent pas. On distingue une dimension matérielle et une dimension sociale. La fracture numérique au premier degré concerne la dimension matérielle et distingue ceux qui bénéficient d'équipements numériques et d'un accès au TIC (Technologie de l'Information et de la Communication) de ceux qui en sont privés. La fracture numérique au deuxième degré concerne la dimension sociale et décrit les clivages entre les utilisateurs selon les modes d'usages des TIC.

RÉFÉRENCES

- Aubrun, A., Borsenberger, M., Hausman, P., & Ménard, G. (2001). *Les Pratiques culturelles au Luxembourg*. Differdange: CEPS/INSTEAD.
- Barbier-Bouvet. (1988). La Fin et les moyens : méthodologies d'enquêtes sur la lecture. Dans P. M., *Pour une sociologie de la lecture : lectures et lecteurs dans la France contemporaine* (pp. 215-237). Editions du Cercle de la Librairie.
- Bardès, J., & Borsenberger, M. (2011). *Les Pratiques culturelles et médiatiques au Luxembourg. Eléments de synthèse de l'Enquête Culture 2009*. Esch-sur-Alzette: CEPS/INSTEAD.
- Borsenberger, M. (2014). Les pratiques culturelles des *digital natives*. La culture de l'écran (1). (CEPS/INSTEAD, Éd.) *Les Cahiers du CEPS/INSTEAD*, 16.
- Borsenberger, M., Cassilde, S., Lamour, C., Bardès, J., Vanni, L., & Villeret, A. (2011). *Les Pratiques culturelles au Luxembourg. Résultats de l'enquête Culture 2009*. CEPS/INSTEAD. Esch-sur-Alzette: CEPS/INSTEAD.
- Donnat, O. (2009). Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique. Eléments de synthèse 1997-2000. (M. d. Communication, Éd.) *Culture études*(5), p. 12.
- Donnat, O. (2011, Décembre). Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales. (D. Ministère de la Culture et de la Communication, Éd.) *Culture études*(7), p. 36.
- Forum (2014) Welche Zukunft für die Printmedien, Dossier, n°339, avril 2014, pp. 22-49.
- Lamour, C., & Langers, J. (2012). La presse quotidienne gratuite au Luxembourg. Vers un renouveau générationnel et populaire de la presse ? (CEPS/INSTEAD, Éd.) *Les Cahiers du CEPS/INSTEAD*(1), 20.
- Lamour, C., & Lorentz, N. (2012). La pratique de la presse payante papier au Luxembourg. Une fin programmée au temps numérique et métropolitain. (CEPS/INSTEAD, Éd.) *Les Cahiers du CEPS/INSTEAD*(3), 28.
- Octobre, S. (2009). Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? (d. I. Ministère de la Culture et de la Communication. Département des études, Éd.) *Culture Prospective*(1), p. 8.
- Osier, G. (2011, septembre). Regards sur les dépenses culturelles des ménages. (Statec, Éd.) *Regards*(19), 4.
- Prensky, M. (2001, October). *Digital natives, digital immigrants*. Disponible sur [www.marcprensky.com](http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf): <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>

ANNEXES

Annexe 1. Caractéristiques de la population en 2009, selon les tranches d'âge étudiées (en %)

		- 25 ans	25 ans +
sexe	hommes	47	50
	femmes	53	50
nationalité	luxembourgeoise	64	61
	portugaise	21	15
	autres nationalités	15	23
niveau d'éducation	primaire ou moins	18	26
	secondaire inférieur	39	12
	secondaire sup. ou post secondaire	43	62
statut d'activité	salarié	23	56
	indépendant	1	6
	retraité, pensionné	0	21
	au foyer sans autre activité	2	13
	étudiant ou élève	71	1
	chômeur	3	2
	handicapé	0	1
	autre	0	0
statut socio-professionnel du père	dirigeant, professions intellectuelles et scientifiques	22	15
	autres professions	78	85
composition du ménage	1 à 3 personnes	32	68
	4 personnes	34	21
	5 personnes ou plus	34	11
revenu ¹⁰	R-	33	33
	R	42	36
	R+	25	31
N		260	1620

Source : Enquête Pratiques Culturelles 2009, Ministère de la Culture & CEPS/INSTEAD

Note de lecture : Du point de vue des nationalités, on compte une plus grande proportion de jeunes Portugais (21% vs 15%) parmi les moins de 25 ans que parmi leurs aînés et une part plus faible des autres nationalités étrangères (15% vs 23%). Le niveau d'études du secondaire inférieur y est plus courant, à l'inverse des niveaux primaire et secondaire supérieur ou post-secondaire. Près de trois quarts des moins de 25 ans sont encore élèves ou étudiants et près d'un quart sont salariés ; de ce fait, le niveau d'études mesuré chez la plupart d'entre eux est « temporaire » contrairement à celui des adultes de 25 ans et plus. Majoritairement étudiants, les jeunes vivent aussi plus souvent dans des ménages composés de 4 personnes ou plus. Enfin, le niveau de vie des jeunes est sensiblement le même que celui de leurs aînés.

Précisons que la comparaison des moins de 25 ans à leurs aînés en 2009, fait apparaître un changement structurel de la population sous l'influence conjointe de plusieurs facteurs tels que la massification scolaire et la poursuite de flux migratoires importants.

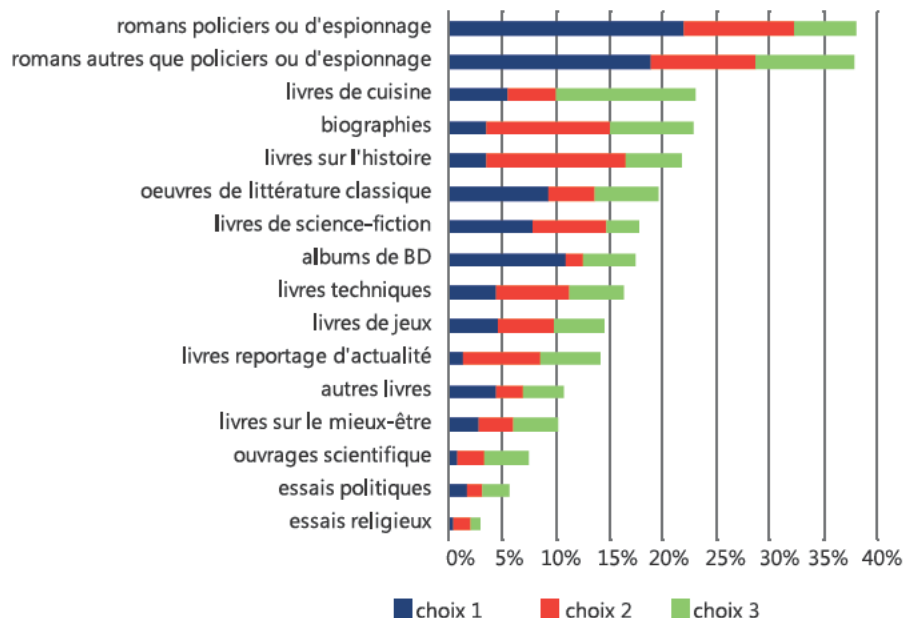
⁶ Le revenu équivalent adulte a été séparé en déciles et agrégé de la manière suivante pour créer la variable revenu : R- regroupe les 3 premiers déciles, R les 4 suivants et R+ les 3 derniers.

Annexe 2. Evolution des pratiques culturelles des jeunes relatives à la presse et aux livres (en %), 1999-2009

Sur 100 jeunes de 16 à 24 ans	1999	2009
lit un quotidien payant	68	53
<i>Dont tous les jours ou presque</i>	28	69
<i>Dont toutes les semaines</i>	67	23
<i>Dont est abonné</i>	26	58
lit un magazine	79	65
<i>Dont toutes les semaines</i>	62	58
<i>Dont tous les mois</i>	32	35
<i>Dont est abonné</i>	24	43
vit dans un foyer qui possède dictionnaires et encyclopédies		
0 dictionnaire	11	3
1 dictionnaire	23	1
2 dictionnaires	9	6
3 dictionnaires	10	12
4 dictionnaires	6	10
5 dictionnaires	4	12
6 dictionnaires et +	37	56
0 encyclopédie	60	27
1 encyclopédie	3	19
2 encyclopédies	26	17
3 encyclopédies	6	11
4 encyclopédies	4	4
5 encyclopédies	1	6
6 encyclopédies et +	-	16
est allé dans une bibliothèque ou médiathèque	46	58
au moins une fois par semaine	18	8
une ou deux fois par mois	10	21
plus rarement	18	29
pour y faire des recherches, y rassembler des informations	25	45
pour y lire	16	26
pour y emprunter des livres	34	37
pour y emprunter du matériel audiovisuel	18	7
pour y emprunter du matériel audio	14	3
a lu au moins un livre (hors livres scolaires)	73	83
a lu pour les loisirs		
aucun livre	50	22
1 à 5	35	44
6 et plus	14	34
a lu pour les études, le travail		
aucun livre	38	40
1 à 5	35	36
6 et plus	27	24

Sources : Enquêtes Pratiques Culturelles 1999 et 2009, Ministère de la Culture & CEPS/INSTEAD

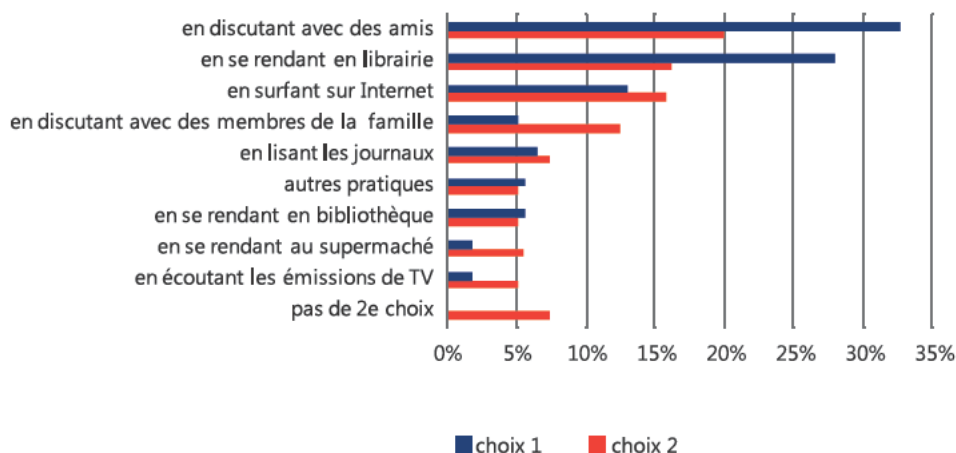
Annexe 3. Catégories de livres lus le plus souvent par le jeune lectorat (en %), en 2009



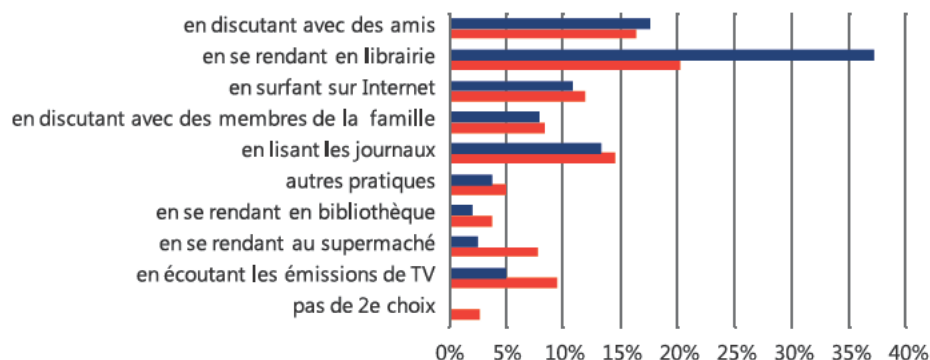
Sources : Enquêtes Pratiques Culturelles 1999 et 2009, Ministère de la Culture & CEPS/INSTEAD
Champ : Lectorat de 16 à 24 ans

Annexe 4. Les deux principaux modes de choix de lecture selon l'âge (en %), en 2009

Les moins de 25 ans



Les 25 ans et plus



Sources : Enquêtes Pratiques Culturelles 1999 et 2009, Ministère de la Culture & CEPS/INSTEAD
Champ : Lectorat de 16 à 24 ans et lectorat de 25 ans et +

CAHIERS DU CEPS/INSTEAD PARUS EN 2014

- N°03 Population & Emploi Les pratiques culturelles des digital natives au Luxembourg. *La culture de l'écran : pratiques multimédia et numériques.* | Monique Borsenberger
- N°02 Population & Emploi La participation culturelle. Musées et spectacles en 2009 | Monique Borsenberger
- N°01 Population & Emploi Les trajectoires professionnelles des jeunes résidents | Laetitia Hauret, Anne-Sophie Genevois

CAHIERS DU CEPS/INSTEAD PARUS EN 2013

- N°07 Population & Emploi Nationalités et pratiques télévisuelles au Luxembourg : une approche du « vivre ensemble » dans la mosaïque européenne | Christian LAMOUR, Nathalie LORENTZ
- N°06 Population & Emploi Le travail intérimaire dans les entreprises implantées au Grand-Duché | Anne-Sophie GENEVOIS
- N°05 Population & Emploi Ecart salarial à l'embauche selon le genre : une analyse par métier | Kristell LEDUC
- N°04 Population & Emploi Chômage des seniors : la question de la durée et de la récurrence | Anne-Sophie GENEVOIS, Kristell LEDUC
- N°03 Population & Emploi Les entreprises face au vieillissement de la main-d'œuvre : évolution entre 2004-2012 de la structure par âge des entreprises | Anne-Sophie GENEVOIS
- N°02 Population & Emploi Le recrutement des seniors au Luxembourg | Laetitia HAURET
- N°01 Population & Emploi Les politiques managériales des entreprises envers les seniors | Kristell LEDUC



ISSN: 2079-133X

CEPS
I N S T E A D

3, avenue de la Fonte
L-4364 Esch-sur-Alzette
Tél.: +352 58.58.55-801
www.ceps.lu