



Communiqué

Chambourcy, le 15 septembre 2010

**Vivez une journée de loisirs d'un ado !
Une étude du Cahier de Tendances de Consojunior**

Consojunior publie une étude sur les loisirs des Ados issue de son Nouveau Cahier de Tendances 2010* qui présente 10 études thématiques pour comprendre le mode de vie et les habitudes de consommation des moins de 20 ans.

Catherine DUCERF, responsable de Consojunior précise : «*Consojunior lance son "cahier de tendances". Notre objectif est de présenter la vision la plus qualitative et opérationnelle pour accompagner les professionnels dans leur réflexion sur le marketing des Jeunes. Pour répondre à leurs besoins, 10 études thématiques issues de Consojunior leur apportent une connaissance à 360° des jeunes : consommation, multimédia, styles de vie, habitudes médias, rapport aux marques, à la publicité... »*

Une jeunesse hyperactive

68% des 8 à 19 ans pratiquent une activité extrascolaire. Même si l'on constate que cet encadrement extrascolaire s'amenuise au fil de l'âge, dans sa globalité, la pratique d'une activité extrascolaire est en augmentation par rapport à 2006.

Les jeunes sont les rois du multi-task. Faire plusieurs choses à la fois est inné chez eux, si l'on cumule sur une journée l'ensemble des activités extrascolaires qu'ils pratiquent, on dépasse largement les 24h d'une journée normale (27h11). Cela confirme bien que les ados combinent les activités entre elles.

Parmi l'ensemble des activités de loisirs des ados, l'écoute de la musique et le surf sur Internet sont en forte évolution depuis 2006.

Du ludique, au culturel et au numérique, les centres d'intérêts évoluent avec l'âge et sont moins encadrés : les 8-10 ans préfèrent les activités ludiques et culturelles, les 11-14 ans aiment les BD et les jeux vidéo et découvrent les technologies, alors que les 15-19 ans sont "branchés" musique et multimédia et aiment ne rien faire ou aller à des concerts.

Le niveau d'études des parents impacte les loisirs des ados : un niveau d'études supérieures (bac et plus) favorise la pratique d'activités extrascolaires et la diversité de leurs centres d'intérêt.

Que lisent les ados ?

La lecture est pour eux un moyen d'évasion et ils y consacrent en moyenne 1h20 par jour. L'attachement est très fort chez les plus jeunes. La multiplication des genres intervient essentiellement à l'adolescence. Ces derniers plébiscitent les BD et les mangas, mais aussi les romans d'aventure, les romans fantastiques et policiers.



Du cinéma au salon, les ados prolongent la séance

90% des jeunes de 8 à 19 ans ont fréquenté une salle de cinéma dans les 12 derniers mois. Les 11-14 ans privilégient les films policiers, de science-fiction et d'aventure. Du cinéma au salon, ils poursuivent la séance et achètent la vidéo et le CD, s'ils ont aimé le film et la musique. Les ados de 15-19 ans recherchent le grand frisson avec les films d'épouvante, les films romantiques et les films à suspens.

Le streaming, une pratique puissante

80% des ados de 8-19 ans déclarent regarder des vidéos sur Internet, en priorité des clips, des bandes annonces et des séries. Les 15-19 ans sont les plus grands utilisateurs de la vidéo sur Internet, les 11-14 ans apprécient les clips et les plus jeunes les dessins animés.

Ce que les ados pensent des jeux vidéo

Les ados pratiquent à une très grande majorité les jeux vidéo. Le type de jeux varie selon l'âge : les 8-10 ans sont attirés par les héros de dessins animés ou de série TV, alors que les 11-14 ans préfèrent les jeux de gestion (Viva piñata) ou de sport en mouvement. Les 15-19 ans pratiquent les jeux de tir, de stratégie et les jeux de rôle (Oblivion, Final fantasy,...).

Les ados pourraient-ils se passer de musique pendant 1 semaine ?

Les réponses à cette question montrent que **les ados sont "music addict"**, ils utilisent tous les supports d'écoute (chaîne hifi, poste de radio, lecteur MP3...). Leurs goûts les portent en priorité vers les variétés françaises et étrangères et vers d'autres courants (electro, techno, hip hop,...). Les 11-14 ans se déclarent incollables sur les dernières nouveautés musicales.

Quelles sont leurs parcs de loisirs préférés ?

Les 8-19 ans dans leur ensemble **plébiscitent parmi leurs trois sorties favorites**, Disneyland Paris/Walt Disney Studios, le Parc Astérix et les parcs aquatiques. Les parcours aventure, laser parc et paint ball, de même que le Futuroscope de Poitiers arrivent juste après en 4^{ème} et 5^{ème} position.

*Cahier De Tendances 2010

L'univers de référence de l'étude **Ado et Loisirs concerne les jeunes de 8 à 19 ans, soit 9 millions d'ados en France**. Pour répondre aux besoins des annonceurs, des agences et des professionnels de la publicité et des médias, Kantar Media lance le Cahier de Tendances qui comprend 10 études thématiques issues de Consojunior, afin d'apporter une connaissance à 360° sur la vie et les habitudes des moins de 20 ans, leur consommation, leurs styles de vie, leurs habitudes médias, le rapport aux marques, à la publicité :

- Ado en streaming - Les territoires médias des jeunes - Ados et pub : amis ou ennemis ? Mythes et réalité du pouvoir d'achat des ados - L'Ado food, une assiette sous influence - Miroir, dis-moi ? - A quoi joues-tu ? - Moi adolescent - Vivez une journée de loisirs d'un ado ! - Street is my media.



Méthodologie Consojunior

Consojunior, est l'étude de référence pour décoder l'univers des moins de 20 ans. Comportements de consommation, style de vie, exposition media, l'ensemble des comportements des **2-19 ans est analysé sur un registre quantitatif et qualitatif.**

Décrypter les nouvelles tendances, définir un positionnement de marque, nourrir sa stratégie media ou de communication, avoir en main les arguments pour développer son portefeuille publicitaire, Consojunior apporte des réponses ad hoc et stratégiques aux problématiques marketing et média.

Consojunior, spécialiste du marketing des jeunes, s'appuie sur une enquête réalisée auprès d'un échantillon de 7 000 individus.

www.kantarmedia-consojunior.com

A propos de Kantar Media

Kantar Media accompagne ses clients dans la maîtrise du nouvel élan des médias, dans plus de 50 pays, en développant des services de veille et d'analyse des médias en presse, radio, TV, internet, médias sociaux, cinéma, affichage extérieur, téléphonie mobile, média courrier, emailing, médias tactiques et de proximité.

Kantar Media offre une gamme complète d'outils et de diagnostics au travers de ses trois secteurs - Intelligence, Audiences, TGI & Custom - mais également au travers de sociétés telles que Compete, Cymfony, SRDS, et de solutions comme KantarSport.

Partenaire de 22 000 clients dans le monde, Kantar Media traque plus de 3 millions de marques.

www.kantarmedia.fr

Contacts Presse :

Claire Capmeil / SIGIL Conseil

Tel : 01 55 76 39 10 - Mobile : 06 60 62 21 33 - Email : c.capmeil@sigilconseil.com

Contact Kantar Media :

France Courtieux

Tel : 01 30 74 84 49 - Email : france.courtieux@kantarmedia.com