

Allocution de François Lagarde, vice-président, Communications de la Fondation Lucie et André Chagnon lors de l'Assemblée générale des membres de l'Association des distributeurs exclusifs de livres en langue française (ADELF), le 9 mai 2014

Le livre : le meilleur jouet

Mesdames et Messieurs,

Je vous remercie de m'avoir invité à échanger avec vous sur les raisons qui ont poussé la Fondation Lucie et André Chagnon à mettre l'accent sur la promotion du livre dans le cadre de sa campagne *Naître et grandir*. Les commentaires enthousiastes que nous avons reçus de plusieurs membres de l'industrie du livre – distributeurs, éditeurs, bibliothécaires et écrivains – et votre invitation aujourd'hui témoignent de votre intérêt.

Parmi ces commentaires, il y en a un qui nous a particulièrement touchés : celui de l'auteure Dominique Demers. Après avoir visionné une publicité télé de la campagne *Naître et grandir* à l'automne 2012, elle nous a écrit en nous spécifiant qu'elle n'était pas du genre à écrire des lettres, mais qu'elle faisait exception parce qu'en 35 ans de travail en promotion de la lecture, elle n'avait jamais été témoin d'une action grand public aussi formidablement juste et terriblement efficace ; ce sont ses mots. Voici un extrait de ce qu'elle nous a écrit : « J'aimerais saluer haut et fort votre très belle action, si extraordinairement efficace, en promotion de la lecture pour les tout-petits. Des actions comme la vôtre changent réellement le monde, j'en suis persuadée ».

Et voici un autre témoignage, d'une jeune maman cette fois-ci, qui donne tout son sens à notre travail : « Un petit mot pour vous remercier pour tous vos bons trucs, conseils et idées d'activités. Vos publicités me disent que je suis une bonne maman et augmentent ma confiance en moi à chaque fois que je les vois ».

Cela dit, la mission de la Fondation ne se résume pas à la promotion du livre. Laissez-moi vous présenter la raison d'être de la Fondation Chagnon, ses principales initiatives et comment nous en sommes arrivés à consacrer autant d'énergie et de ressources à promouvoir le livre au cours des deux dernières années.

Ce qui a motivé la famille Chagnon à créer la Fondation en l'an 2000 se résume ainsi : la pauvreté ne doit pas être considérée comme une fatalité.

Dans une société comme la nôtre, il est inacceptable de constater qu'encore aujourd'hui, de nombreux enfants vivent et grandissent dans des conditions défavorables. La pauvreté qui les affecte ainsi que leurs familles et leurs milieux nous concerne tous. Ce n'est pas seulement leur développement qui est compromis, mais c'est aussi celui de toute notre société.

Pour relever le défi de la pauvreté, la Fondation Chagnon soutient depuis maintenant 14 ans le travail de milliers d'organismes et de personnes qui œuvrent partout au Québec. La Fondation entend se joindre aux multiples gestes de bénévolat, d'engagement et de dons qui caractérisent la longue tradition d'entraide et d'implication collective au Québec.

La Fondation Chagnon mise sur l'avenir, c'est-à-dire sur le développement et la réussite éducative des enfants du Québec. Nous croyons qu'en aidant les enfants à atteindre leur plein potentiel, il sera plus facile de rompre le cercle de la pauvreté. Leur réussite éducative est un gage de prévention de la pauvreté qui exige un engagement à long terme et de toutes les sphères de notre société.

Au premier chef, nous voulons souligner et valoriser le rôle et la capacité des parents, car ils sont les premiers en mesure d'amener leurs enfants à développer leur plein potentiel. Ensuite, nous voulons contribuer à la création de conditions de vie favorables au développement de tous et de nos collectivités.

En bref, nous croyons qu'il faut agir tôt et ensemble.

L'une des approches de la Fondation est de contribuer à la mobilisation d'un grand nombre d'acteurs de la société civile – organismes, institutions, intervenants et parents –, afin de renforcer leur capacité d'agir sur un certain nombre d'objectifs qu'ils se sont fixés dans des sphères déterminantes de la réussite éducative.

Dans cette perspective, conjointement avec le gouvernement du Québec, nous avons établi, depuis 2007, des partenariats à long terme pour favoriser la mobilisation locale et régionale.

Vous avez peut-être entendu parler de :

- *Avenir d'enfants* pour le développement des jeunes enfants
- *Québec en Forme* pour les saines habitudes de vie
- *Réunir Réussir* pour la persévérance scolaire

Actuellement, la majorité de nos investissements se fait par le biais de ces partenariats avec le gouvernement du Québec. Chaque année, le montant global alloué par la Fondation aux trois partenariats est de l'ordre de 50 millions de dollars.

Je ne vais pas vous bombarder de chiffres, mais simplement vous dire que des centaines de regroupements locaux et régionaux mobilisent des milliers de partenaires dans toutes les régions, y compris dans des communautés autochtones à travers le Québec. Des centaines de milliers de parents et autant d'éducatrices et d'éducateurs, d'enseignantes et d'enseignants, de bénévoles, d'organismes communautaires, de professionnels, de gestionnaires et d'entrepreneurs sociaux et du monde des affaires travaillent déjà très concrètement, quotidiennement et avec passion au bien-être de nos enfants. Ensemble, par leurs gestes, leurs décisions et les initiatives qu'ils mettent en œuvre, ils entourent chaque enfant, contribuent à son développement et soutiennent les parents et les familles.

Les données sur l'entrée scolaire et la réussite éducative des jeunes Québécois révèlent des tendances encourageantes, mais aussi des défis majeurs à relever. Selon *l'Enquête québécoise sur le développement des enfants à la maternelle 2012*, un enfant de maternelle sur quatre est vulnérable dans au moins un des cinq domaines de développement. Ces cinq domaines de développement sont 1) les compétences sociales, 2) la maturité affective, 3) le développement cognitif et langagier, 4) les habiletés de communications et les connaissances générales, et 5) la santé et le bien-être.

Comme je vous le disais un peu plus tôt, il nous apparaît très important de valoriser le rôle et la capacité des parents. Pour répondre à leur besoin d'information, la Fondation a mis sur pied un site Web, des infolettres, un magazine et des campagnes d'information, d'éducation et de sensibilisation des parents et de la population, regroupés sous le nom de *Naître et grandir*. Ceux-ci visent à informer les parents et à sensibiliser l'ensemble de la société à l'importance du développement des enfants, et ce dès le plus jeune âge, afin de créer des conditions et des environnements propices à la réussite éducative.

Voici quelques statistiques sur la portée des outils *Naître et grandir* :

- Quelque 22,6 millions de pages de notre site naitreetgrandir.com ont été vues en 2013.
- 102 000 infolettres personnalisées selon l'âge des enfants (à la semaine près) sont envoyées hebdomadairement.
- Plus de 260 000 exemplaires du magazine mensuel *Naître et grandir* sont remis gratuitement aux parents par 4 000 organismes à travers le Québec (CPE et garderies, organismes du réseau de la santé – CLSC, Groupes de médecine de famille et hôpitaux –, écoles maternelles, organismes communautaires, bibliothèques, centres jeunesse).
- Aussi, nous avons 94 000 amis de notre page Facebook.

Depuis 2009, nous menons aussi une vaste campagne de communication sociétale, le but étant d'encourager et de soutenir les parents afin qu'ils favorisent le développement de leurs enfants de moins de 6 ans. Cette campagne a évolué dans le temps. Vous vous rappelez peut-être des premières publicités qui mettaient littéralement en vedette les parents. Par la suite, nous avons mis en scène des parents qui, dans leur quotidien, adoptent des gestes simples, mais dont les effets sont extraordinaires sur le développement de leur tout-petit. Nous avons aussi de plus en plus insisté sur le fait que ces gestes ont un effet positif dès les premiers mois de vie. Ces gestes sont sources de bonheur et de gratification instantanée : rien ne vaut le sourire de son enfant !

En 2012, nous avons demandé à notre comité d'experts quel serait LE geste à poser par les parents; un geste qui aurait des retombées positives sur diverses facettes du développement des tout-petits. La réponse a été presque unanime et immédiate : la lecture. Selon Julie Brousseau, psychologue au Centre de Réadaptation Marie-Enfant du CHU Sainte-Justine, agissant à titre d'experte-conseil depuis le tout début de la campagne sociétale *Naître et grandir*, la lecture d'un livre à un bébé lui procure de nombreux bienfaits :

1. Le développement affectif grâce à l'intimité et à la proximité;
2. L'apprentissage du langage par le développement de sa capacité d'écoute, le développement du vocabulaire et la compréhension des mots;
3. Le développement de la motricité fine : laisser son bébé jouer avec un livre, le manipuler, le porter à sa bouche, essayer de tourner les pages lui permet d'apprendre à saisir et tenir les objets, sont autant de compétences qui lui serviront à tenir plus tard son crayon;
4. L'éveil à la lecture et à l'écriture : lire un livre à un bébé en lui montrant les formes des lettres, en lui pointant les images, c'est l'initier au monde des mots et de l'écriture;
5. Le développement cognitif et intellectuel par le développement de sa capacité à comprendre le monde qui l'entoure et l'apprentissage des concepts comme les couleurs et les formes.

Selon les résultats d'un fascicule intitulé *Les facteurs liés à la réussite aux épreuves obligatoires de français en sixième année du primaire* publié en 2012 par l'Institut de la statistique du Québec, les enfants davantage stimulés en bas âge sont plus susceptibles de réussir l'épreuve de lecture en 6^e année du primaire (80 % c. 70 %) même une fois pris en compte le sexe de l'enfant et le statut socioéconomique de la famille.

Par ailleurs, une récente étude, également de l'Institut de la statistique du Québec, indique que certaines activités familiales pratiquées en bas âge joueraient un rôle dans les habitudes de lecture des enfants. La conclusion de cette analyse souligne, en effet, qu'un enfant en contact régulier avec le livre maintiendra de telles habitudes au cours des années suivantes, pratiquera davantage la lecture « par plaisir » et fréquentera plus souvent les bibliothèques.

On m'a demandé d'aborder la question des effets des livres physiques par rapport à ceux des livres numériques. Selon un membre de notre comité d'experts, Mme Claire Gascon-Giard, les recherches sur ce sujet sont peu nombreuses. Aucune étude n'a été publiée jusqu'à maintenant sur l'effet des livres électroniques sur les enfants de moins de 3 ans, mais on trouve des méta-analyses qui regroupent celles effectuées auprès d'enfants de 3 ans et plus.

Selon les publications scientifiques les plus récentes sur l'effet des livres électroniques en ce qui a trait à la familiarisation avec la lecture et à son apprentissage, on constate que cet effet variera beaucoup, positivement ou négativement, selon l'âge des enfants et selon les effets étudiés. Bien sûr, la qualité des livres électroniques est aussi une variable importante, car ces livres peuvent encourager la lecture, ou en éloigner les enfants.

Les parents qui lisent des livres "traditionnels" avec leur enfant ont beaucoup plus d'interactions centrées sur le livre, des interactions considérées comme nécessaires au développement des habiletés nécessaires à l'apprentissage de la lecture. De plus, nos experts considèrent que les interactions et le jeu sont souhaitables sur les plans moteur et social, donc pas seulement sur les plans cognitif et langagier.

Les recherches démontreraient aussi que les enfants qui ont lu indifféremment un livre traditionnel ou électronique peuvent bien identifier les personnages et les événements après la lecture. Par contre, ceux qui ont lu le livre électronique ont plus de difficulté à se rappeler la structure et les séquences de l'histoire.

Enfin, Mme Gascon-Giard nous a également rappelé que les organismes publics et professionnels, au Canada et ailleurs dans le monde, recommandent de limiter le temps d'écran (DVD, vidéo, télévision, tablette électronique, écran d'ordinateur, console de jeux) pour les enfants de moins de deux ans.

Mais revenons à la perspective des parents. En fait, ces derniers n'étaient pas très réceptifs avant notre campagne. Les premières recherches menées pour la Fondation ont porté sur ce que les parents percevaient comme étant des obstacles pour lire avec leur enfant en bas âge. Elles ont indiqué que 50 % des parents ne lisaient pas avec leur enfant parce qu'ils pensaient ne pas avoir le temps. Ils étaient également préoccupés par la question de l'accès aux livres et par leur coût. En outre, leurs perceptions des avantages de la lecture avec les tout-petits n'étaient pas claires. Pour eux, les livres étaient synonymes d'école. Ils pensaient que les tout-petits devaient jouer, pas apprendre. « Laissez-les être des bébés! », disaient-ils. Qu'est-ce qui pouvait les motiver à lire davantage avec leur enfant? C'est alors que les parents nous ont dit être à la recherche de plus de gratification immédiate; une gratification qui se traduit par le sourire ou le rire de leur enfant. Ils voulaient se sentir investis et avoir le contrôle. Ils ne voulaient pas qu'on leur dise quoi faire.

Nous avons donc choisi de promouvoir « le livre », et non « la lecture », et de nous concentrer sur la promotion du livre comme étant le jouet par excellence, l'instrument ultime pour jouer avec son enfant. Ses bienfaits sont multiples, même si on ne l'utilise que 5 minutes par jour. Pour y parvenir et pour répondre aux arguments des parents, nous avons misé sur les éléments suivants:

- La diffusion à large échelle de publicités télévisées.
- En plus des publicités télévisées, nous avons fait des insertions publicitaires dans des hebdomadaires de quartiers défavorisés, de la publicité et de la mise en ligne de contenu rédactionnel sur le Web (naitreetgrandir.com) et sur Facebook et nous avons lancé une *Trousse de promotion de la lecture* s'adressant aux intervenants et comprenant les meilleures pratiques, des conseils et du matériel.
- La Fondation Chagnon s'est aussi associée à la *Fondation pour l'alphabétisation* et, plus particulièrement, à son programme *La lecture en cadeau*. Ce partenariat s'est traduit par la collecte de 18 700 livres pour des enfants âgés de 0 à 4 ans, soit une augmentation de 47% par rapport à l'année précédente.

Dans le cadre de la campagne, nous avons édité et distribué gratuitement le livre *Chaminou et ses amis / Mon joujou-livre*. En tout, près de 300 000 exemplaires ont été distribués en français et en anglais entre février 2013 et janvier 2014 à travers le Québec. Plusieurs moyens de distribution ont été utilisés :

- Des insertions dans le magazine *Naitre et grandir*
- Distribution dans divers organismes publics et communautaires comme Moisson Montréal ainsi que dans des bibliothèques publiques
- Par l'intermédiaire du réseau d'*Avenir d'enfants* et de la *Fondation OLO*
- Dans des commerces (pharmacies, supermarchés...) et des cliniques de quartiers défavorisés.

J'aimerais souligner que, dans le cadre de la campagne, la Fondation Lucie et André Chagnon s'est efforcée de faire appel à des talents québécois :

- Les livres utilisés dans les publicités sont des livres québécois. *Binou tout doux* et *Au bain avec Binou* sont publiés aux éditions Dominique et Compagnie.
- *Mon Joujou livre* a été la création d'une auteure, Annie Langlois, d'illustrateurs québécois, Sébastien Boulanger et Ghislain Martineau, ainsi que de membres de l'équipe de la Fondation.

Bien sûr, nous avons mesuré l'impact de la campagne *Naitre et grandir*. Dans un premier temps, nous avons mené un sondage en juillet 2013, portant sur la sensibilisation du public au sujet du livre, sur ses attitudes et ses comportements. Puis, nous avons réalisé une enquête de suivi en janvier 2014.

Les résultats ont été encourageants:

- 66 % des répondants se rappelaient la campagne.
- 67 % ont compris (sans aide) que les messages de la campagne étaient en lien avec le développement de la petite enfance, les livres et la lecture le plus tôt possible dans la vie d'un enfant ainsi que le rôle des parents dans le développement de l'enfant.
- 95 % ont indiqué qu'ils trouvaient les messages de la campagne clairs et faciles à comprendre.
- 79 % ont indiqué qu'ils avaient lu un livre avec leur enfant et/ou laisser leur enfant jouer avec un livre au cours des sept derniers jours ; une augmentation significative (+58 %) par rapport à l'enquête de juillet 2013, où 50 % avaient indiqué l'avoir fait.
- L'étude de janvier 2014 a démontré que ce sont les mères ayant un revenu familial inférieur à 40 000 \$ qui ont été les plus nombreuses à déclarer spontanément avoir augmenté la fréquence hebdomadaire de lecture avec leur enfant (de 6,3 à 7,5 fois). La cause de cette augmentation est difficile à établir, mais on peut penser que la combinaison de stratégies, mettant en particulier l'accent sur une distribution dans les quartiers défavorisés, est peut-être une partie de l'explication.

- Deux comportements spécifiques mis de l'avant dans le matériel de la campagne ont augmenté de manière significative entre juillet 2013 et janvier 2014: « Expliquez les mots et les images » est passé de 66 % à 75 %. « Faire un câlin avec son enfant » a augmenté de 62 % à 71 %.

Au cours la prochaine année, nous allons fort probablement aborder un autre aspect du développement des enfants. Néanmoins, nous allons poursuivre nos efforts de promotion du livre chez les tout-petits par la diffusion constante de la *Trousse de promotion de la lecture* destinée aux intervenants, par la promotion sur notre site Web et par la diffusion de nos infolettres ainsi que dans le cadre de notre soutien à la *Fondation pour l'alphabétisation*. Nous testons présentement un projet de partage de livres dont nous annoncerons les éléments au cours des prochains mois.

Ces initiatives s'ajoutent à celles de centaines de partenaires locaux à travers le Québec qui font la promotion du livre comme étant le meilleur jouet pour le développement global des enfants. Nous avons pu constater, en écoutant les besoins des différents regroupements de partenaires, que l'une de leurs principales préoccupations touchait au développement du langage chez les tout-petits.

Avant de conclure, vous savez peut-être qu'à l'automne 2013, la Fondation a été invitée par la *Commission de la culture et de l'éducation* à présenter sa position sur la *Réglementation du prix de vente des livres neufs imprimés et numériques*. J'aimerais, en terminant, vous faire part de notre perspective.

Afin de faciliter l'accès, tant économique que territorial, aux livres pour les familles défavorisées, la Fondation Lucie et André Chagnon a émis le souhait que l'on :

1. favorise l'accès aux livres dans les services de garde, le milieu scolaire, les bibliothèques et les librairies;
2. assure la viabilité des librairies dans toutes les régions du Québec;
3. maintienne le dynamisme de la production et de la diffusion du livre jeunesse québécois;
4. encourage la diffusion de livres auprès des enfants et de leur famille.

Bref, il a y certainement un lien à établir entre la vitalité du monde du livre jeunesse et le développement des enfants québécois.

Pour notre part, nous espérons que notre promotion du livre comme étant le meilleur jouet pour le développement des enfants fera des petits !

Je vous remercie de votre attention.