

Lecture, Grande cause nationale

Le Centre national du livre lance une campagne de communication nationale en faveur de la lecture

Pour débiter l'année, le Centre national du livre (CNL) lance une campagne nationale en faveur de la lecture, déclarée grande cause nationale en 2022. À l'issue d'un appel d'offre, le CNL a choisi l'agence Øconnection pour l'accompagner dans la réalisation de cette campagne. À partir du 10 janvier, une campagne de communication à destination de tous les Français et en particulier les plus jeunes sera déployée progressivement jusqu'en mars dans les gares au niveau national, sur le mobilier urbain à Paris, dans les médias et sur les réseaux sociaux.

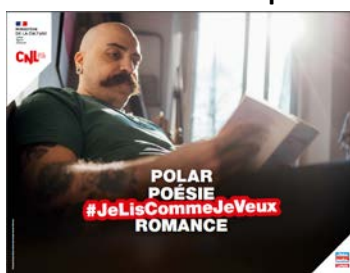
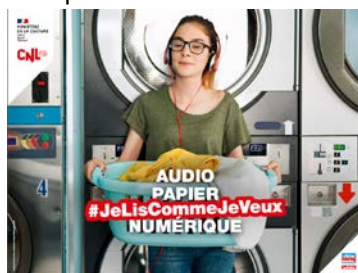
Redonner le désir de lire

La campagne s'adresse à l'ensemble des Français, avec une attention particulière portée aux jeunes et plus particulièrement à la « Génération Z ». Cette campagne engagée en faveur de la lecture doit permettre de donner ou de redonner le désir de lire.

En appliquant les nouveaux codes de la « Génération Z » à la lecture, le CNL a souhaité s'inscrire dans une représentation de la lecture renouvelée : libre, immersive, plurielle, décomplexée, intergénérationnelle et ouverte à l'autre.

La meilleure façon de lire, c'est la tienne ... #Jeliscommejeveux

Il y a 1001 façons de lire une même histoire. Tant dans les usages... les gestes traditionnels de lecture ont été modifiés par l'apparition de nouvelles technologies : on peut lire sur papier, sur une tablette, sur un smartphone, avec un livre audio...; **...que dans les genres et les formats ...** en effet, on peut lire des romans, de la poésie, des essais, des bandes dessinées, des mangas ... la dernière étude du CNL sur les Français et la lecture montre que leurs goûts en matière de lecture sont éclectiques ; **... et les moments :** avant de se coucher, dans les transports, en attendant un ami dans un café, uniquement en vacances où dès que l'on a un moment de libre ... **le bon moment pour lire, c'est à chacun de le choisir.**



Contact presse CNL

Couderc Olivier

olivier.couderc@centrenationaldulivre.fr

01 49 54 68 66 / 06 98 83 14 59

Contact presse Øconnection

Agathe Purtschet

apurtschet@oconnection.fr

06 86 90 90 52

Une campagne dans le cadre de la lecture, grande cause nationale

Avec cette campagne, le CNL souhaite rappeler l'une de ses missions principales qui est de donner le goût de la lecture. Le CNL a vocation à être aussi un lieu de réflexion sur le lectorat, et sur son érosion progressive, notamment chez les 15-30 ans.

Cette campagne #Jeliscommejeveux vient inaugurer une série d'actions dans le cadre de la lecture, grande cause nationale décidée par le Président de la République, que le CNL articulera autour de trois axes : démultiplier les rencontres d'auteurs auprès des différents publics, mettre la lecture au cœur de la vie des Français qui en sont le plus éloignés et partager le plaisir de lire à travers la lecture à voix haute et des événements qui sortent les livres des étagères.

Le CNL a d'ores et déjà lancé un appel à projets à destination des auteurs afin de développer, d'une part, des résidences dans les établissements scolaires et, d'autre part, des masterclasses en partenariat avec le pass Culture, pour les classes de 4^{ème} jusqu'à la Terminale.

Avec pour fil rouge « le livre partout » dans chaque interstice de nos vies, le CNL s'attachera également à valoriser et renforcer les actions existantes en faveur de la lecture, et à lancer de nouvelles initiatives notamment en direction des entreprises, des Centres de Protections maternelles et infantiles (PMI), des EHPAD ou en milieu carcéral.

En savoir plus sur la lecture, grande cause nationale : [ici](#).

Retrouvez l'actualité du CNL
www.centrenationaldulivre.fr

À propos d'Øconnection

Øconnection est une agence de communication indépendante, elle se positionne comme la première Open Agency française. Basée à Neuilly-sur-Seine, l'agence compte aujourd'hui plus de 140 collaborateurs. Elle réunit trois expertises complémentaires à la croisée des médias, de l'événementiel et de l'influence marketing, soutenues par des équipes transversales digitales, créatives et planningstratégique. Fondée en 2010 par Arnaud Baudry d'Asson, elle collabore avec de nombreuses marques et institutions. L'agence est également leader du secteur de la culture en France tant dans les Musées et Institutions publiques (Le Louvre, Orsay, Musée du Quai Branly, Musée Picasso, MAD, Palais de Tokyo, Mucem, CMN, Château de Versailles, Château de Fontainebleau, La Villette, La Seine Musicale, Opéra de Lyon, Théâtre du Rond Point, Théâtre National de Chaillot, Théâtre de l'Odéon...), que dans la musique (Gérard Drouot Production, Live Nation, We love Art, Rock en Seine, Wagram, Believe, Orchestre National d'IDF...) ou dans l'édition (Groupe Madrigall, Le Seuil, Editions Points, Editions La Martinière, Editions de l'Olivier, Anne-MarieMétailié, Dargaud, L'Observatoire...).