

Lurelu



Naître et grandir veut faire lire les bébés

Sophie Marsolais

Volume 36, Number 1, Spring–Summer 2013

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/68990ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Lurelu

ISSN

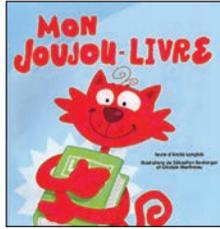
0705-6567 (print)

1923-2330 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Marsolais, S. (2013). *Naître et grandir* veut faire lire les bébés. *Lurelu*, 36(1), 82–82.



Naître et grandir veut faire lire les bébés

Sophie Marsolais



82



Vous les avez sûrement vues à la télé, ces publicités mises en ondes en novembre dernier, mettant en vedette un papa ou une maman incitant joyeusement son bébé à jouer avec un livre. Ou encore celles montrant certaines de nos vedettes racontant comment elles vivent la lecture en famille. Ces messages publicitaires avaient en commun le fait de souligner l'importance de la lecture dans le développement des tout-petits. Ils étaient signés *Naître et grandir*, une initiative de la Fondation Lucie et André Chagnon, nous apprend la directrice générale de cette opération sociétale, Marie Gendron. Ils ont été produits dans le cadre d'une campagne multiplateformes (télé, Web, magazine), qui en est à sa quatrième année d'existence.

Cherchant à joindre les parents «là où ils sont», cette campagne comprend également un dossier complet sur la lecture et ses bénéfices sur le site Web naireetgrandir.com et des articles sur le livre comme jouet de choix pour les bébés dans le numéro de février 2013 de *Naître et grandir*, une publication destinée aux parents et aux proches des enfants de 0 à 5 ans, particulièrement ceux vivant en milieu défavorisé. Imprimé à 250 000 exemplaires et distribué gratuitement, ce numéro incluait aussi un joli album illustré que les adultes étaient invités à lire aux bébés.

Tout a commencé en 2009



La Fondation Lucie et André Chagnon est une société philanthropique ayant pour mission de prévenir la pauvreté, et qui cible plus particulièrement la réussite éducative. Lorsqu'elle a choisi d'orienter son action sociétale dédiée à la petite enfance vers la lecture aux petits de 6 à 12 mois, la Fondation a provoqué quelques froncements de sourcils de la part des parents auxquels elle a soumis l'idée. «Lire aux bébés, peut-être, mais est-ce que ça fait vraiment une différence au bout du compte? Ils ne comprennent même pas encore tout ce qu'on dit...» C'est, en la paraphrasant, la réaction qu'ils auraient eue en prenant connaissance de l'angle choisi. «Et cet étonnement, nous l'avons observé et nous le notons encore venant de parents de tous les milieux socioéconomiques. Certains ne voient pas l'intérêt de la chose alors que d'autres, souvent les mieux nantis, avouent n'avoir tout simplement pas le temps de lire à leur bébé», explique Marie Gendron. «Pourtant, poursuit-elle, selon les experts et les partenaires consultés par la Fondation depuis le début de la campagne, la lecture serait l'action à privilégier pour le développement des tout-petits.»

Julie Brousseau, psychologue au Centre de réadaptation Marie-Enfant du CHU Sainte-Justine, souligne par exemple que «la lecture d'un livre à un bébé lui procure de nombreux bénéfices, tant au chapitre de son développement intellectuel, langagier, moteur, sensoriel, que socioaffectif». Ça, les lecteurs de *Lurelu* le savent bien!

Le volet Web

Le volet Web de l'opération de sensibilisation, présenté de façon accessible (couleurs vives, abondance de photos), rassemble une quantité impressionnante d'information. Un grand dossier *Lire aux tout-petits* prend la vedette et son contenu demeurera accessible aux internautes une fois la campagne publicitaire terminée, assure Marie Gendron. On y trouve notamment cinquante-cinq contes à imprimer, vingt-six astuces de lecture, ainsi que de nombreuses suggestions d'activités pour aider les parents à explorer le livre avec leurs jeunes enfants. Comme bien des articles se terminent en proposant des choix de lectures complémentaires, il est possible de passer des heures sur le site à se documenter. Ici comme dans les autres supports médiatiques, la Fondation a choisi de communiquer avec le public cible sur un ton complice; on ne cherche pas à culpabiliser les parents ou à les gronder pour avoir adopté de mauvaises habitudes avec leurs bébés.

Dans le magazine

Le numéro de février 2013 de *Naître et grandir* décline le message dans un grand dossier sur la lecture, mis en images à l'aide d'illustrations colorées, de photos de familles et de portraits d'experts (psychologues, chercheurs, formateurs, etc.) cités dans le magazine. L'article principal, signé par la journaliste Solène Bourque, est ponctué de témoignages de parents et les passages les plus importants du texte ont été mis en gras. On a tout fait pour que le message passe efficacement!

Broché au centre de la publication, l'album *Mon joujou-livre* (texte d'Annie Langlois, illustrations de Sébastien Boulanger et Ghislain Martineau) avec sa couverture au chat rouge souriant, donne du volume au «magazine des jeunes familles». Il raconte l'histoire de Chaminou, un jeune félin qui reçoit ses amis animaux à la maison. Pour l'occasion, il a sorti TOUS ses joujoux... y compris un drôle d'objet, son livre. Comme le bel album est fait de carton très souple, il est conseillé aux parents de le manipuler avec leurs bébés.

Une campagne appréciée

Depuis ses débuts en 2009, l'opération sociétale de la Fondation Lucie et André Chagnon jouit d'un taux de reconnaissance et d'appréciation du grand public québécois qui surpasse les 90%. «Les gens attendent nos prochaines campagnes promotionnelles», affirme Marie Gendron. Il est encore trop tôt pour évaluer comment cette quatrième phase a été reçue, mais jusqu'à maintenant tout le monde, à la Fondation, est vraiment content du résultat.

