

**46%** La part des 8-12 ans ont reçu de l'argent de poche en 2010 (58% en 2006)

**10,8 €/mois** La somme moyenne reçue par mois en 2010 (contre 11,5 € en 2006)

**85%** La part des 8-12 ans ayant de l'argent disponible en banque (84% en 2006)

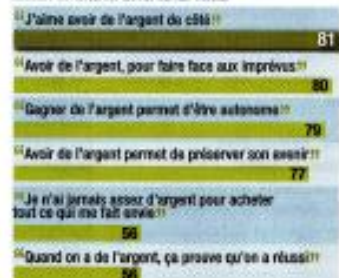
**464 €** La somme moyenne qu'ils ont épargnée en 2010 (contre 450 € en 2006)

Source: ConsoJunior 2010, Kantar Media

## Des fourmis plutôt que des cigales...

Pourcentage de 8-12 ans ayant répondu « d'accord » à ces affirmations

Source: ConsoJunior 2010, Kantar Media



Sérieux et responsables ! Face à l'argent, les 8-12 ans adoptent un comportement particulièrement raisonnable. Ils sont surtout pour faire face aux aléas ou préserver son avenir : remporte la majorité de leurs suffrages. Et, si 56% estiment « avoir jamais assez d'argent pour acheter tout ce dont ils ont envie, ils ne sont que 45% à déclarer qu'ils aiment beaucoup dépenser.

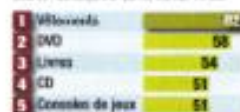
## ... Mais des enfants toujours gâtés



Si les vêtements arrivent en tête des cadeaux les plus souvent offerts aux 8-12 ans, les produits technologiques sont aussi bien présents, ainsi que les livres. Preuve que nos têtes blondes ne passent pas tout leur temps le nez collé à un écran ! Les dentistes seront également ravis, les bonbons n'arrivent qu'en dixième place des présents offerts, avec 32%.

Top 5 des cadeaux reçus par les 8-12 ans en 2010 (% de réponses)

Source: ConsoJunior 2010, Kantar Media



# Des enfants drôlement sages

Loin de l'insouciance, normalement habituelle pour leur âge, nos chères têtes blondes font preuve d'une étonnante sagesse concernant leurs dépenses. Une conséquence directe de la crise qui modifie en profondeur leur rapport à l'argent et à la consommation.

« Avoir un bon métier », c'est la réponse la plus souvent donnée par les 8-12 ans quand on leur demande ce qu'ils rêvent de faire quand ils seront grands. « Il y a encore dix ans, la plupart des réponses étaient "être un superhéros", "avoir des superpouvoirs" ou "voler dans les airs". Aujourd'hui, le top des réponses, c'est "avoir un supermétier" et "gagner de l'argent" », se désole Armelle Le Bigot Macaux, présidente de l'Institut ABC+.

Nos têtes blondes auraient-ils perdu leur jeunesse ? Heureusement non, mais leur comportement a radicalement et très rapidement changé, en particulier sur leur rapport à l'argent et à la consommation.

Deux phénomènes concourent à cette évolution. Le premier est ce que les experts anglo-saxons appellent le « KGOY »,

## LA PROMESSE DE LA TENDANCE

### « Il faut réenchanter l'enfance »

« Les enfants ressentent de façon directe la crise actuelle : ils intègrent les discours catastrophistes des médias, craignent la précarité, le chômage. Dans notre monde très anxieux, ils sont, eux aussi, touchés par le sentiment général d'insécurité. C'est une situation effroyable car il faut laisser leur enfance aux enfants. Laissons-les rêver et remettons de la magie dans leur vie ! Les Industriels et les



ARMELLE LE BIGOT MACAUX, présidente d'ABC+

lescentes, comme les jeux vidéo ou internet. Le deuxième phénomène est l'environnement actuel, très anxieux. « Nous vivons dans un monde chaotique où l'information est mondialisée : sur nos écrans,

les images d'une catastrophe remplacent celles d'un drame, remplacées à leur tour par une nouvelle tragédie. Cela engendre un sentiment d'insécurité général », observe Christine Pollet, fondatrice du cabinet

distributeurs ont un rôle à jouer en la matière : les enfants ont besoin de rire, de s'amuser, surtout à l'heure actuelle, où ils éprouvent une forte pression.

Il faut donc les faire rigoler, en leur proposant par exemple des animations amusantes en magasins et en revenant au « premier degré » : rien n'a jamais mieux marché auprès des 8-12 ans que les histoires de Toto et les blagues Carambar ! ■

Interview Innovative. Ce sentiment est exacerbé par la récente crise économique. « Les 8-12 ans en ressentent les effets au quotidien. Certains des enfants que l'intervieweuse dit, à 11 ans, qu'ils redoutent d'être au chômage plus tard ou qu'ils ont peur que leur famille devienne pauvre quand ils voient des gens dormir dans la rue », raconte Armelle Le Bigot Macaux. Du coup, en matière d'argent, nos chérubins se transforment en véritables fourmis.

## D'abord, des sous...

Interrogés par Kantar Media dans le cadre de l'étude ConsoJunior 2010, 81% des 8-12 ans déclarent aimer avoir de l'argent de côté, et 80% estiment que c'est important d'en avoir pour faire face aux imprévus. « On observe une morale forte et rapide de l'épargne, alors qu'auparavant les 8-12 ans étaient plutôt avisés sur la dépense », constate Catherine Ducret, responsable de l'étude. ■ ■ ■ ■

## QUI SONT LES TWEENS ?

**Contraction de teen et de in between**, le terme de tweens désigne les enfants de 8 à 12 ans. En français, on les appelle aussi les « adosnaissants » : déjà sortis de l'innocence de l'enfance, mais pas encore entrés dans la révolution de l'adolescence.

**4,04 millions**

Le nombre d'enfants âgés de 8 à 12 ans en France

Source : estimations Insee, janvier 2011



## DES CENTRES D'INTÉRÊT ECLECTIQUES



### Le fantastique « gothique »

Monstres, vampires, sorcières... Si les enfants sont toujours fascinés par le fantastique, ils s'intéressent des contes traditionnels pour des univers plus gothiques et plus sombres. Sur la tendance de Harry Potter et de Twilight, Mattel propose une nouvelle génération, Monster High : l'histoire de filles et de fils de monstres (comme Dracula, Frankenstein...), mais racontée avec humour et légèreté.



« Auparavant surtout centrée sur les adolescents, la tendance au fantastique a progressivement glissé sur les plus jeunes. Mais les histoires de monstres et de vampires s'enrichissent d'une touche de glamour et d'humour pour apporter de la séduction et de la légèreté. »

Christine Pollet, journaliste du cabinet Interview Innoov

### Le « faire ensemble »

Tendance présente aussi bien chez les 8-12 ans que chez leurs parents, l'envie de « faire des choses ensemble » se développe, portée par le retour au cocooning dû à la crise, mais aussi par le désir de se découvrir et de mieux se connaître en se réunissant autour d'un jeu de société ou d'une activité créative.



### La planète

Plutôt que l'écologie ou le développement durable, termes trop techniques pour des enfants, les 8-12 ans s'intéressent à la « sauvegarde de la planète ». « Ce thème concerne la faune et la flore, des sujets de proximité pour les enfants », rappelle Armelle Le Bigot Macaux, présidente d'ABC. Reste à leur donner les moyens de le vivre au quotidien, chez eux, sans globalistes et ni catastrophes.

De fait, seuls 40 % d'entre eux disent aimer beaucoup dépenser. Les parents ont également moins à dépenser : effet direct de la crise, les parents ont limité l'argent de poche. Alors que 58 % des 8-12 ans en recevaient en 2006, ils ne sont plus que 40 % à en percevoir. La somme mensuelle moyenne a diminué, passant de 11,50 € en 2006 à 10,80 €, en 2010.

### ... Ensuite, jouer...

Pour autant, les enfants savent toujours se faire offrir des cadeaux : vêtements, DVD et livres en tête. « En revanche, leur pouvoir de prescription au sein de la famille diminue dans plusieurs domaines, tels l'alimentaire, l'habillement, l'hygiène-beauté et les loisirs, note Catherine Ducerf. Mais il progresse sur les achats de multimédia : les enfants restreignent leurs demandes, sauf sur les produits dont ils ont le plus besoin et qui sont plus « impliquants », comme les consoles de jeux ou les mobiles. » Ce qui s'appelle savoir raison garder !

Les 8-12 ans sont l'un des pivots de la famille. En effet, contrairement aux adolescents, en rupture – chose normale – avec leur entourage, les tweens aiment être en famille. « La majorité d'entre eux disent bien s'entendre avec leurs parents et continuer à passer du temps avec eux, pour les devoirs ou devant la télévision », précise Catherine Ducerf.

Le « faire ensemble » est d'ailleurs l'une de leurs principales attentes, également partagée par les parents. « Le but est de partager des moments agréables et de se découvrir les uns les autres autour d'un jeu ou d'un loisir créatif », explique Armelle Le Bigot Macaux. Une manière aussi de se recentrer sur le cocoon familial, havre de calme et de sécurité. Autre clé pour toucher les tweens : le fantastique. « Ce thème classique de l'adolescence glisse désormais sur les plus jeunes, revisité avec humour, légèreté et séduction, comme dans Monster High, la nouvelle propriété de Mattel, qui raconte la vie au collège

de filles et fils de monstres comme Dracula ou la Momie », souligne Christine Pollet.

### ... Enfin, les animaux

Même les classiques sont revisités : « On voit les livres et les dessins animés se payer de couleurs plus foncées, comme dans la nouvelle adaptation du Petit Prince. Cette tendance témoigne aussi d'une plus grande gravité, conséquence directe de notre environnement actuel », poursuit Christine Pollet. Gravité aussi pour l'écologie, un thème qui intéresse fortement les tweens. « La sauvegarde de la planète leur parle, ce thème regroupe la faune et la flore, tout ce que les enfants aiment », explique Armelle Le Bigot Macaux. Mais à condition de leur proposer des moyens de l'appliquer chez eux. « Ils sont alors prêts à se mobiliser et fiers de trier les poubelles, d'éteindre les lumières ou de couper l'eau. Et très vite, ils font ensuite la leçon à leurs parents. » Décidément, il n'y a plus de jeunesse ! ■

VÉRONIQUE YVERHAULT