



étude opinionway pour Yoto - Juin 2026

Voyager avec des enfants : 56 % des parents vivent les trajets comme un moment de tension

Pleurs, agitation et regard des autres pèsent sur les voyages en famille, tandis que 88 % des Français plébiscitent l'audio pour occuper les enfants.



Que l'on soit parent ou simple voyageur, le voyage en famille avec des enfants est devenu l'un des grands défis du quotidien. Entre pleurs, agitation, regard des autres et peur que l'enfant s'ennuie, les trajets en avion, en train ou en voiture concentrent de nombreuses sources de tension. Pour mesurer cette réalité et comprendre les attentes des familles, Yoto a confié à **OpinionWay** le soin de mener une enquête nationale auprès des Français. Les résultats sont sans appel : le voyage avec enfants est stressant pour une large majorité, mais des solutions existent – et l'audio en est la grande gagnante.

Ces enseignements, Yoto les met en perspective aux côtés de Ronan Chastellier, sociologue et maître de conférence à Sciences Po Paris, pour décrypter ce que ces chiffres révèlent des nouvelles tensions familiales... et des nouvelles façons de les apaiser.



3 CHIFFRES POUR RÉSUMER L'ÉTUDE

56%

des parents d'enfants de moins de 12 ans
vivent les trajets (avion, train, voiture) comme
un moment de tension

88%

des Français sont favorables aux contenus
audio pour occuper les enfants pendant les
trajets – et 82 % estiment qu'ils favorisent
davantage le partage familial que les écrans

96%

des parents estiment qu'il est possible
d'occuper efficacement un enfant sans
recourir aux écrans pendant un trajet



LE VOYAGE AVEC ENFANTS, UN FACTEUR DE STRESS POUR TOUS

Près d'un Français sur deux (47 %) estime que **voyager avec des enfants est stressant**. Ce chiffre grimpe à 56 % chez les parents d'enfants de moins de 12 ans, et atteint même 64% chez les 18-24 ans*.

Contrairement à une idée reçue, le stress principal des voyageurs avec enfants ne semble pas être logistique. Ce sont les nuisances comportementales qui arrivent largement en tête : les pleurs, les cris ou les conflits entre enfants sont cités par 34 % des parents et 38 % des Français en général comme première source de tension. Viennent ensuite la peur que l'enfant s'ennuie ou devienne agité (31 %), et la crainte qu'il se perde dans un lieu fréquenté comme une gare ou un aéroport (27 %).

L'étude révèle également une dimension sociale inédite : le regard des autres voyageurs (23 % des parents avec enfants de moins de 12 ans) et la fatigue liée à la surveillance constante (26 %) dessinent les contours d'une « parentalité mise en scène » dans les espaces publics. Maintenir le calme de son enfant dans un train ou un avion est devenu, pour certains parents, une forme d'exhibition sociale de leur compétence parentale.

*La tranche d'âge qui perçoit le plus fortement cette tension.



« Le stress parental pendant les voyages relève avant tout d'une logique de représentation et d'image. S'y ajoute une nouvelle charge mentale sociale : celle d'apparaître comme un parent parfait aux yeux des autres voyageurs. »

Ronan Chastellier, sociologue et maître de conférence à Sciences Po Paris.

MOINS D'ÉCRANS EN VOITURE LES PARENTS CHERCHENT DES ALTERNATIVES

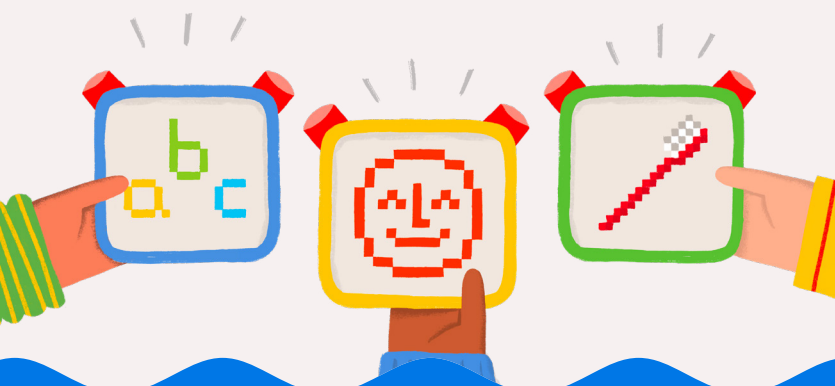
96 % des parents d'enfants de moins de 12 ans – et 88 % des Français en général – **considèrent qu'il est possible d'occuper efficacement un enfant sans écran pendant un trajet**. Un quasi-consensus qui témoigne de la recherche d'alternatives aux écrans pendant les trajets, même si ceux-ci restent souvent considérés comme une solution de secours lors des voyages les plus longs.

Pour autant, ce consensus appelle quelques nuances : 59 % des parents estiment que cette alternative sans écran n'est valable que sur des durées limitées. Autrement dit, les écrans ne sont pas jugés indispensables par principe, mais ils restent souvent perçus comme une solution de secours pour les longs trajets. Seulement 4 % des parents avec enfants – et 12 % des Français – les considèrent comme réellement indispensables.

LES CONTENUS AUDIO, DES OBJETS ÉMANCIPATEURS

88 % des Français – et dans les mêmes proportions les parents d'enfants de moins de 12 ans – se déclarent **favorables à l'utilisation des contenus audio** (histoires, comptines, podcasts, aventures audio type Disney ou Pat' Patrouille...) plutôt que des écrans pour occuper les enfants pendant les trajets.

Dans l'esprit des parents, ces contenus audio ont la vertu d'être des « **objets émancipateurs** » : contrairement aux écrans, associés à une consommation passive et à l'isolement, l'audio est perçu comme un support qui stimule l'imagination, l'écoute et l'échange. Cette opposition ne se situe donc pas entre numérique et non-numérique, mais entre différents modes de consommation des contenus.



88%

des Français estiment que l'écoute régulière de contenus audio peut favoriser le développement du goût de la lecture

82%

des Français estiment que l'audio favorise davantage les moments de partage entre parents et enfants que les écrans

Ces résultats font écho à l'analyse de Ronan Chastellier : « *L'audio n'est pas un divertissement passif – c'est une tendance de fond qui traduit une vraie mutation des usages familiaux. Il stimule l'écoute active, la mémoire, la concentration, l'imaginaire narratif et la régulation émotionnelle. Son potentiel éducatif et social est encore insuffisamment activé, alors qu'il est massif.* »

LE COUP DE POUCE YOTO

Face aux défis du voyage en famille, Yoto propose **une réponse simple, ludique et sans écran** : un lecteur audio pour enfants que les petits peuvent contrôler en totale autonomie, grâce à des cartes physiques à insérer.

- **Yoto Player** et sa version nomade **Yoto Mini** – compacts, robustes, idéaux pour les trajets
- Des contenus variés et adaptés aux 0-12 ans : histoires, aventures audio, musique, podcasts, comptines, méditations... dont les plus grandes licences (Disney, Pat' Patrouille, Gallimard Jeunesse, Bayard Jeunesse...)
- Une utilisation intuitive, même pour les plus petites mains, dès 3 ans
- Zéro écran, zéro pub, zéro ondes

Pendant les trajets, Yoto devient le compagnon idéal : il occupe, apaise, stimule l'imagination... et libère les parents de la tentation de l'écran.



ET SI LE VOYAGE EN FAMILLE DEVENAIT UN MOMENT DE PARTAGE ?

L'étude OpinionWay pour Yoto révèle une transformation en profondeur des usages et des attentes parentales. Le trajet en famille n'est plus subi : il peut devenir un moment d'éveil, de récit partagé, de découverte sensorielle. À condition de disposer des bons outils.

Dans cette dynamique, l'audio s'impose comme la réponse la plus plébiscitée : à la fois alternative crédible aux écrans, support d'émancipation pour l'enfant et vecteur de lien familial. Fidèle à cet esprit, Yoto a vocation à structurer sans figer, stimuler sans surcharger, relier sans infantiliser.

Parce qu'un trajet apaisé, c'est toute la famille qui arrive détendue à destination.

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

L'étude « Les Français et le voyage avec les enfants » a été réalisée en ligne par OpinionWay pour Yoto, en juin 2026, auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1 085 personnes, dont des parents d'enfants de 0 à 12 ans, constitué selon la méthode des quotas au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les entretiens ont été réalisés en juin 2026.



À PROPOS DE YOTO

Yoto est une plateforme audio interactive pour enfants, qui propose deux lecteurs audio intelligemment connectés qu'ils peuvent contrôler en toute autonomie à l'aide de cartes physiques à insérer.

Yoto se démarque de la famille des « boîtes à histoires », conteuses et livres audio par son panel de contenus audio large et varié, spécifiquement étudié pour répondre aux attentes et besoins des 0 à 12+ ans : littérature jeunesse, musique, apprentissage, radio, podcasts, méditations guidées, ambiances sonores et sons pour s'endormir.

À cela s'ajoutent de nombreuses fonctionnalités qui aident les familles à rythmer le quotidien : veilleuse, enceinte Bluetooth, réveil, indicateur matin/nuit. Aujourd'hui, Yoto compte 1 million d'utilisateurs dans le monde, présents en France, en Angleterre, aux États-Unis, au Canada et en Australie.

Parmi les partenaires de la marque : Universal Music Group, Gallimard Jeunesse, Bayard Jeunesse, Sony, Disney, Zodiak Kids Studio, Casterman, Flammarion, Gründ, Hachette et Harper Collins.

ZMIROV COMMUNICATION

66 rue Jean-Jacques Rousseau
75001 PARIS 1



CONTACTS PRESSE

ZMIROV COMMUNICATION

Valentine Prouvost
Valentine.prouvost@zmirov.com - 06 19 35 75 44

Lidwine Perriot
Lidwine.perriot@zmirov.com - 07 80 56 33 01



www.zmirov.com