

#BornSocial2025

10^{ème} édition



Notre approche

- **Mesure :**

Questionnaire en ligne avec le panel IDM Families / Xerfi
(200 enfants répondants, terrain début septembre)



Même méthodologie depuis 2020 - changée à cause du COVID

- **Ecoute :**

Interviews vidéo de jeunes utilisateurs - cette fois-ci des **anciens participants**

- **Documentation**

Illustration par des données et contenus publics.

Partenariat avec l'association Génération Numérique



Les objectifs de l'étude

- Dresser le portrait d'une génération née avec les médias sociaux, qui n'est même pas sensée avoir le droit de s'y inscrire
- Les écouter, apprendre, décrypter leurs usages
- Comprendre leur appréhension de la communication et du marketing digital, leurs attentes, leurs préoccupations



U



Les sujets traités

1. Rétrospective sur 10 ans de Bornsocial
2. Equipement & consommation média
3. Inscription et présence sur les médias sociaux
4. Usages par plateforme
5. Relation aux marques
6. Intervention de Sullivan Gwed
7. Conclusions



1. Récapitulatif



2016 BornSocial 1ère édition

47,4%

des enfants en 6^e
déclaraient être déjà
inscrits à un moins
un réseau social.



2017 BornSocial

2ème édition

80%

des utilisateurs
de Musical.ly
(ancêtre de Tiktok)
étaient des filles.



2019 BornSocial

4ème édition

2 fois moins

de taux d'inscription
à Facebook chez
les élèves de 5ème
par rapport à 2016.



2022 BornSocial 7ème édition

52%

des 11/12 ans déclarent
que leurs parents
les géolocalisent
avec leur smartphone.



2023 BornSocial

8ème édition

1ère fois

que l'usage des
réseaux sociaux
baisse chez les
11/12 ans.



2024 BornSocial

9ème édition

50%

des enfants de 11/12 ans
déclarent utiliser
régulièrement Whatsapp
(+7 pts par rapport à
l'année précédente).



2. Équipement & Temps passé



Quel taux d'équipement ?



Le taux passe de 78% à 11 ans
à 92% à 12 ans.

Cette possession
quasi-généralisée de 6pts
depuis 2020 (87%).

Disposes-tu de ton propre smartphone ?

93%

De réponses « oui » pour des enfants 12 ans

Source : heaven x xerfi- IDM, Septembre 2025 – enfants de 12 ans



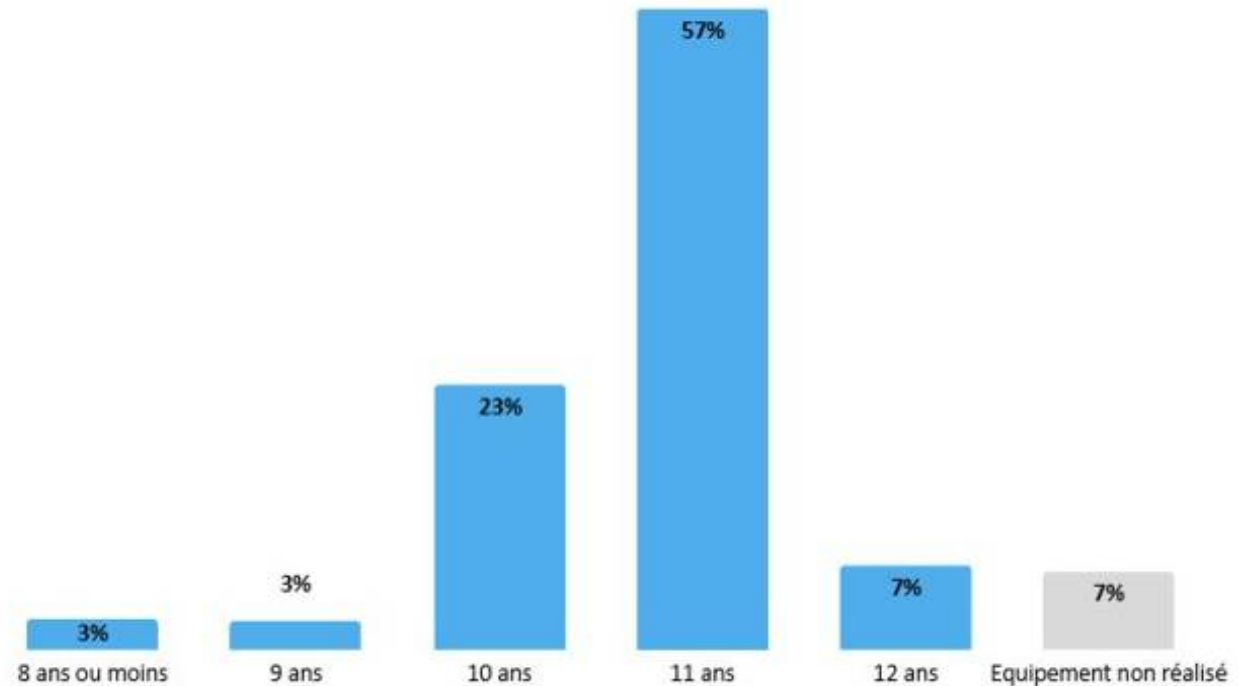
Âge de l'équipement ?



Un pic d'équipement massif s'effectue toujours à 11 ans, un âge au croisement du CM2 et de la 6e.

1 enfant sur 3 est équipé avant ses 11 ans ou moins.

A quel âge as-tu reçu ton premier smartphone ?



Source : heaven x xerfi- IDM, Septembre 2025 – enfants de 12 ans

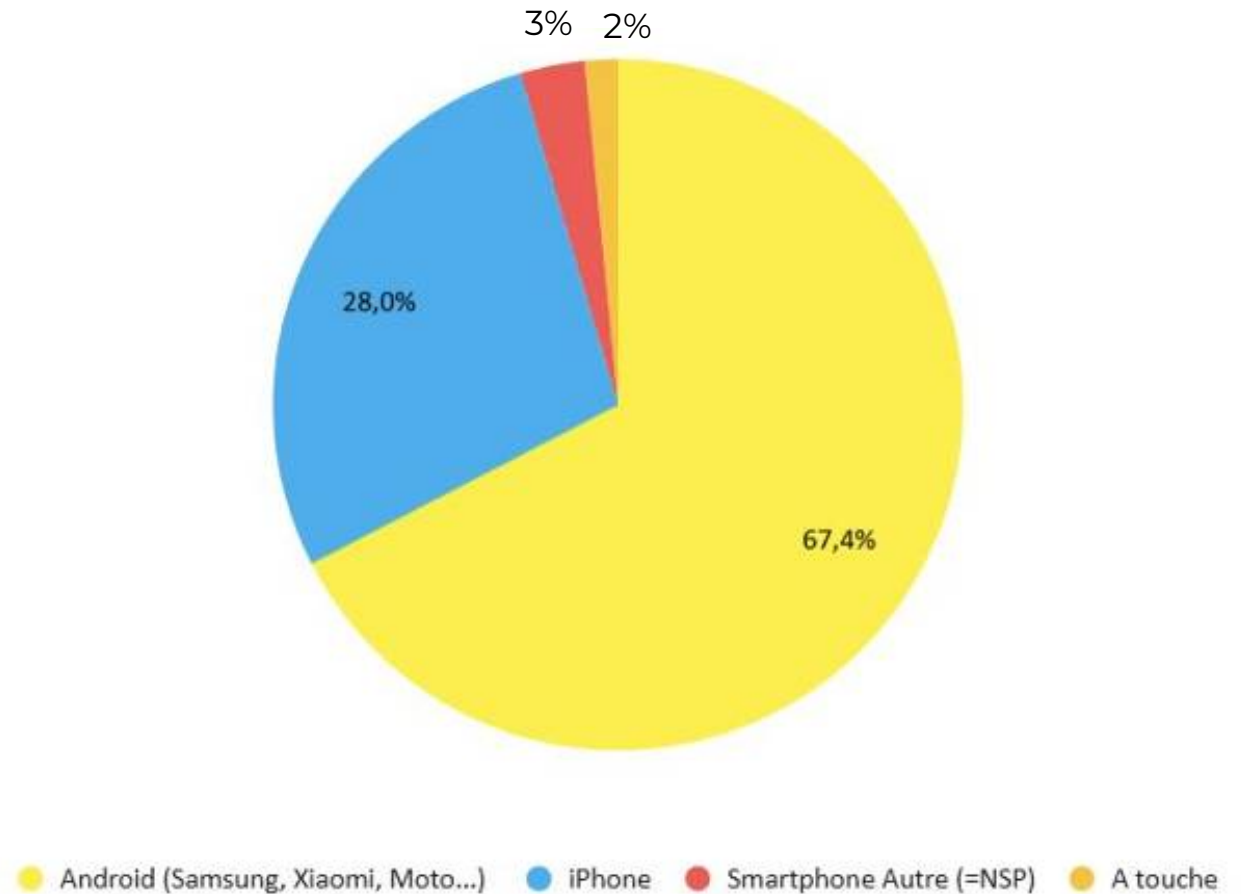


Type d'équipement ?

Comme dans le reste de la population, Android domine largement.

La plus forte variation depuis 2020 est la diminution des enfants qui répondent "NSP" (ne connaissant pas Android ou iPhone) passant de 9% en 2020 → 3% aujourd'hui.

La part d'enfants équipée de téléphone à touche reste marginale à 2%.



Temps passé

Un temps passé moyen assez stable par rapport à 2024 qui comprend à la fois le temps de divertissement et de “travail”.

Explosion de la connaissance des apps de suivi de temps passé → 56% des enfants ayant un smartphone en ont connaissance (versus 20% pts par rapport à 2020)

Mon utilisation des réseaux, elle a beaucoup augmenté.

Mia - 14 ans

*D'après l'application (de suivi de temps passé), combien de temps as-tu passé sur ton téléphone lors de **ton dernier jour d'école** ?*

01 H 56 MIN

(+25 min par rapport à 2020)

Réassurance technologique

63%

Des enfants indiquent que leurs parents les géolocalisent avec leur téléphone.

L'usage de la géolocalisation continue toujours de gagner du terrain et de se généraliser chez les moins de 13 ans.

Ils étaient seulement 34% à déclarer être géolocalisés en 2020, 60% en 2025.

Source : heaven x xerfi- IDM, Septembre 2025, enfants de 11 & 12 ans



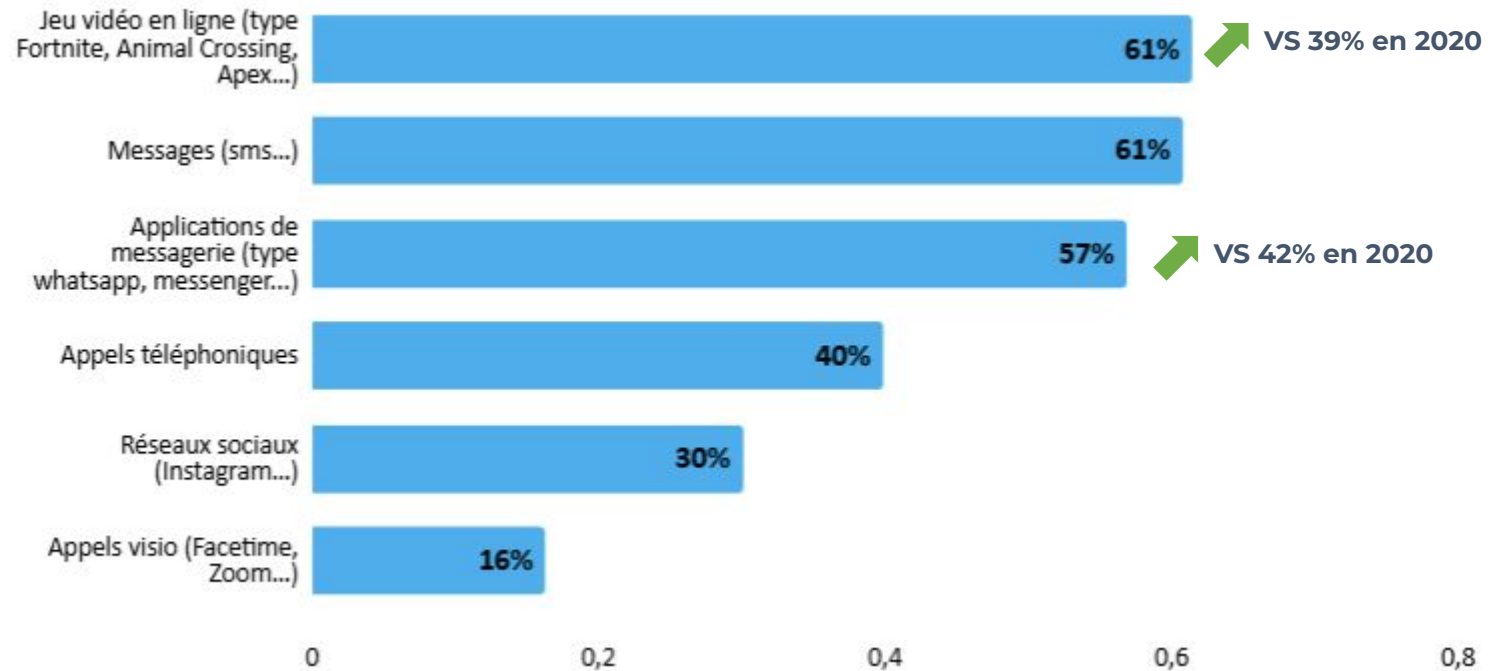
3. Inscription & présence sur les médias sociaux



Modalités sociales

Les jeux vidéo en ligne sont utilisés par plus de 60% d'entre eux pour passer du temps avec ses amis.

Quand tu souhaites passer du temps en ligne avec tes amis, que vas-tu faire spontanément ?



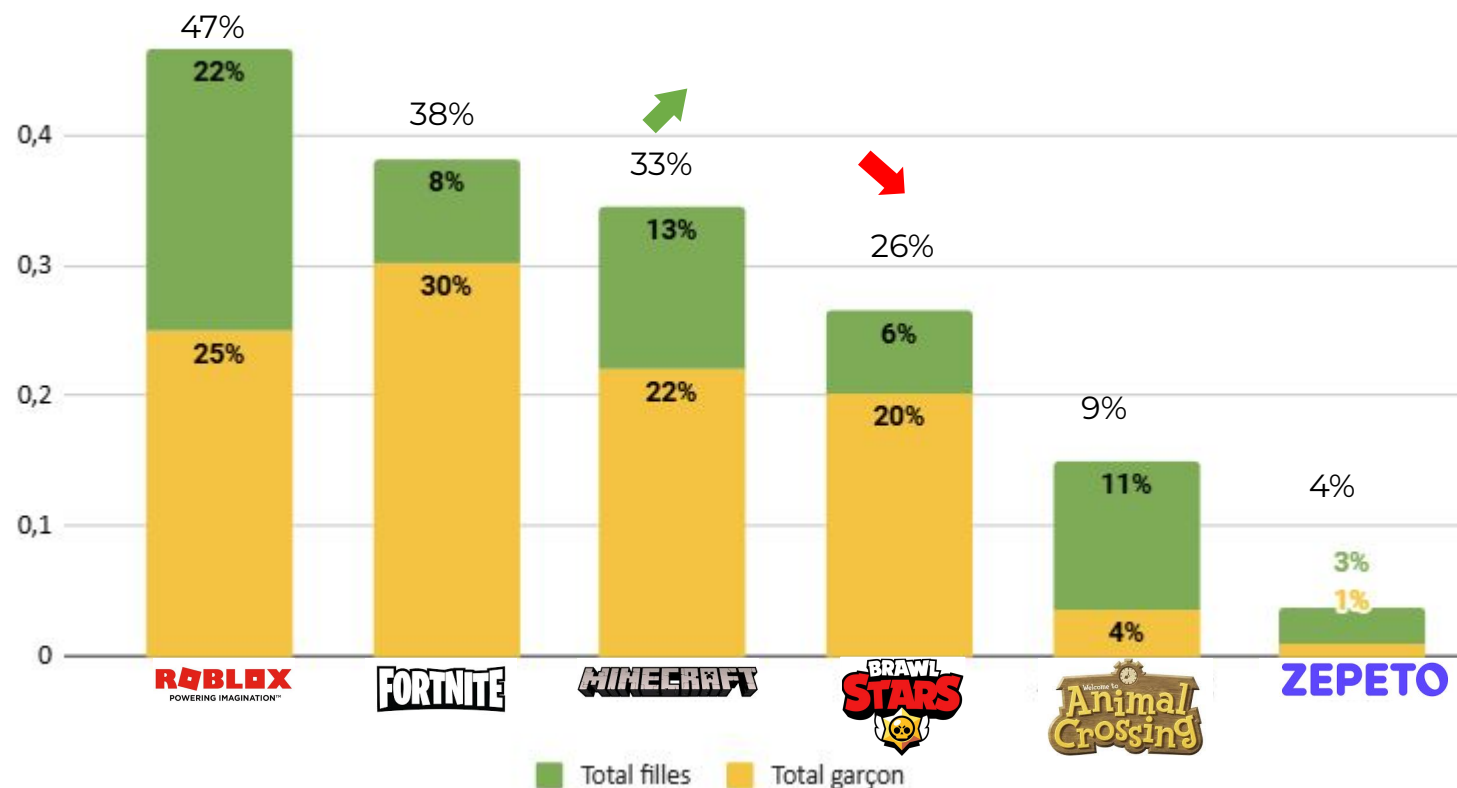
Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, enfants de 11 & 12 ans

Top Jeux Vidéo

Roblox se maintient comme la plateforme la plus populaire - apprécié de façon assez équilibrée aux garçons et aux filles.

Regain de Fortnite et Minecraft (effet lié au film?) au détriment de Brawl Star.

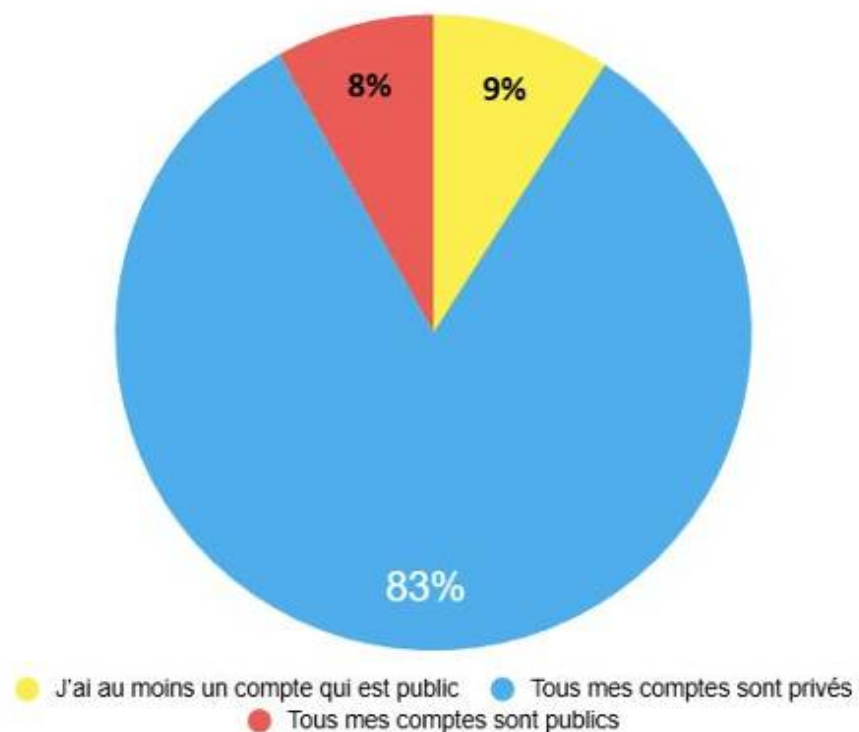
12. A quels jeux en ligne joues tu avec tes amis ? (plusieurs réponses possibles) ?



Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, enfants de 11 & 12 ans

Privacy

Comment sont configurés tes comptes sur ces applications ?



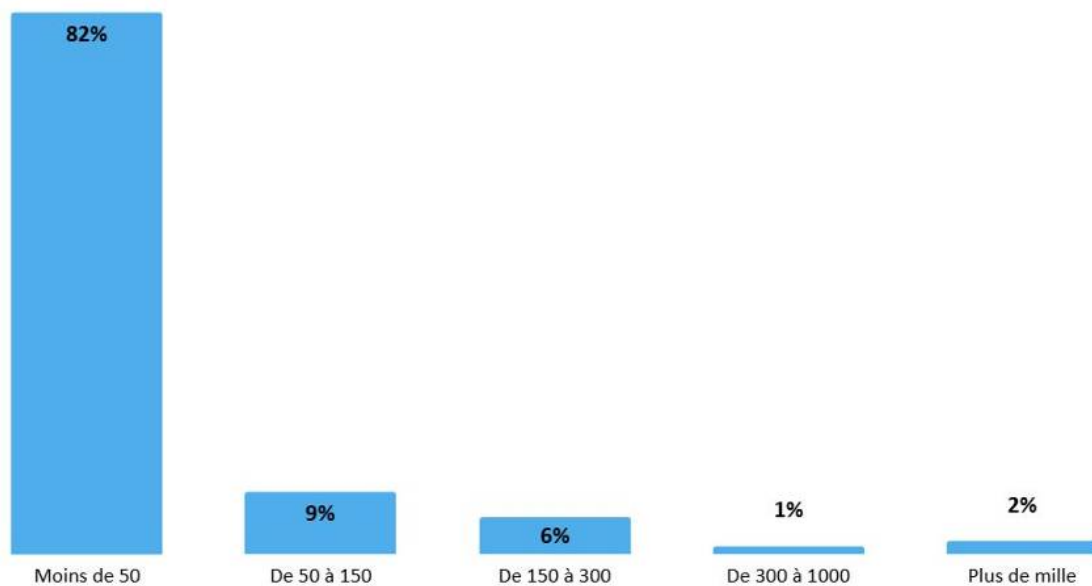
Une très large majorité maintient l'ensemble de ses comptes en privé.

Un chiffre très stable depuis 2020.

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=183, enfants de 11 & 12 ans

Cercle de contacts

Combien d'amis ou d'abonnés as-tu sur ton application principale ?



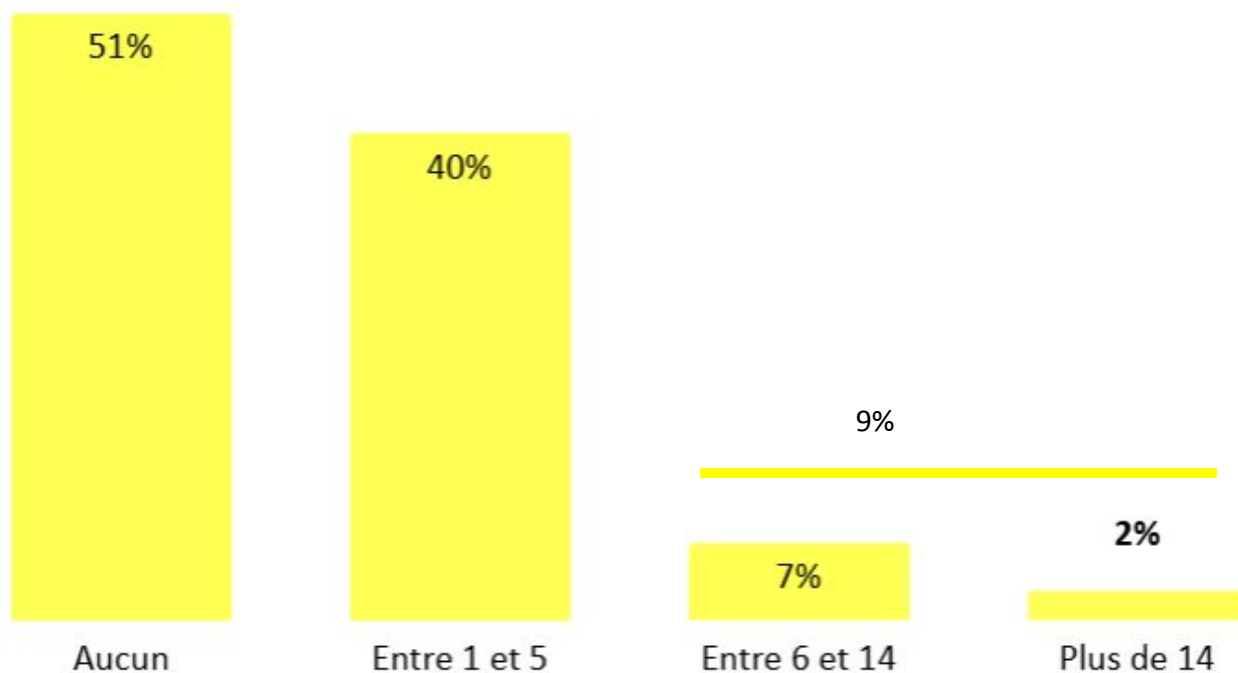
Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=183, enfants de 11 & 12 ans

Là encore aucun réel changement n'est observé depuis plusieurs années, les volumes de contacts sont très largement restreints au cercle des amis proches.

Plus des trois quarts des enfants déclarant disposer de plus de 300 abonnés ont plus de 12 ans.

Publications

Combien de posts / photos / stories penses-tu avoir publiés et partagés auprès de tous tes abonnés au cours des 7 derniers jours ?



Près de la moitié des enfants publient des contenus chaque semaine auprès de leurs abonnés !

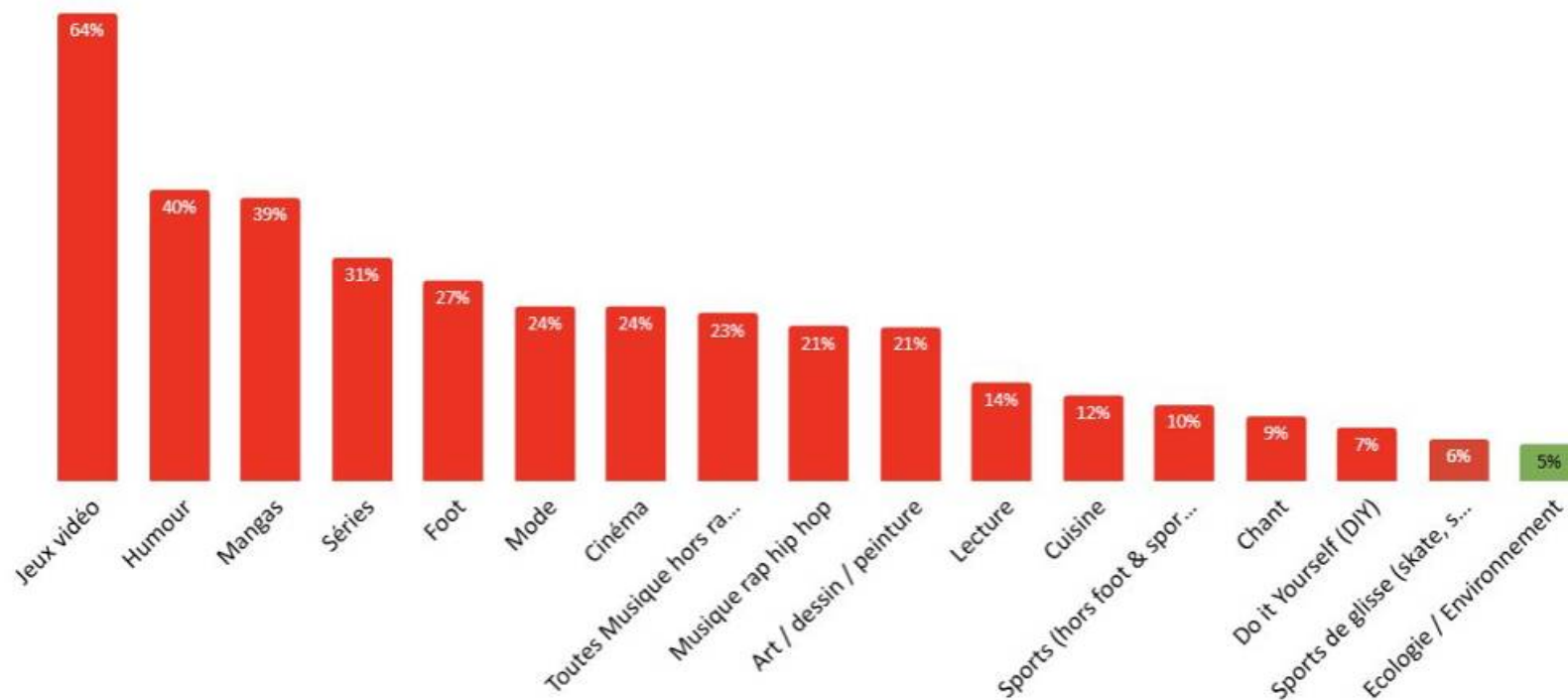
Il s'agit d'une augmentation de la fréquence de publication auprès de tous leurs abonnés (+6pts par rapport à 2020).

Néanmoins attention, cela induit donc une grande majorité de comptes qui ont très peu d'abonnés.

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans

Centres d'intérêts / plateformes

Coche les centres d'intérêts qui t'intéressent sur les réseaux sociaux :



Les jeux vidéo s'imposent toujours et encore comme le centre d'intérêt le plus prévalent auprès des 11 ou 12 ans et cela majoritairement en raison des garçons qui déclarent être tous ou presque intéressés (82%) mais les filles le sont aussi à un haut niveau (47%).

De façon stéréotypée : la mode et l'Art sont les centres d'intérêts les plus en affinité avec les filles, quand le foot et les mangas vont plus se retrouver chez les garçons.

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans

Usage des réseaux sociaux



76%

L'usage des réseaux sociaux apparaît stable par rapport à 2024 (+1pt) et 2020 (+2,5pts) mais reste toujours moins élevé que le pic de 2022 (87%).

Des enfants de 11 et 12 ans indiquent utiliser régulièrement au moins un réseau social
(chiffre ne comprenant pas l'usage de YouTube mais celui de Whatsapp et Snapchat).



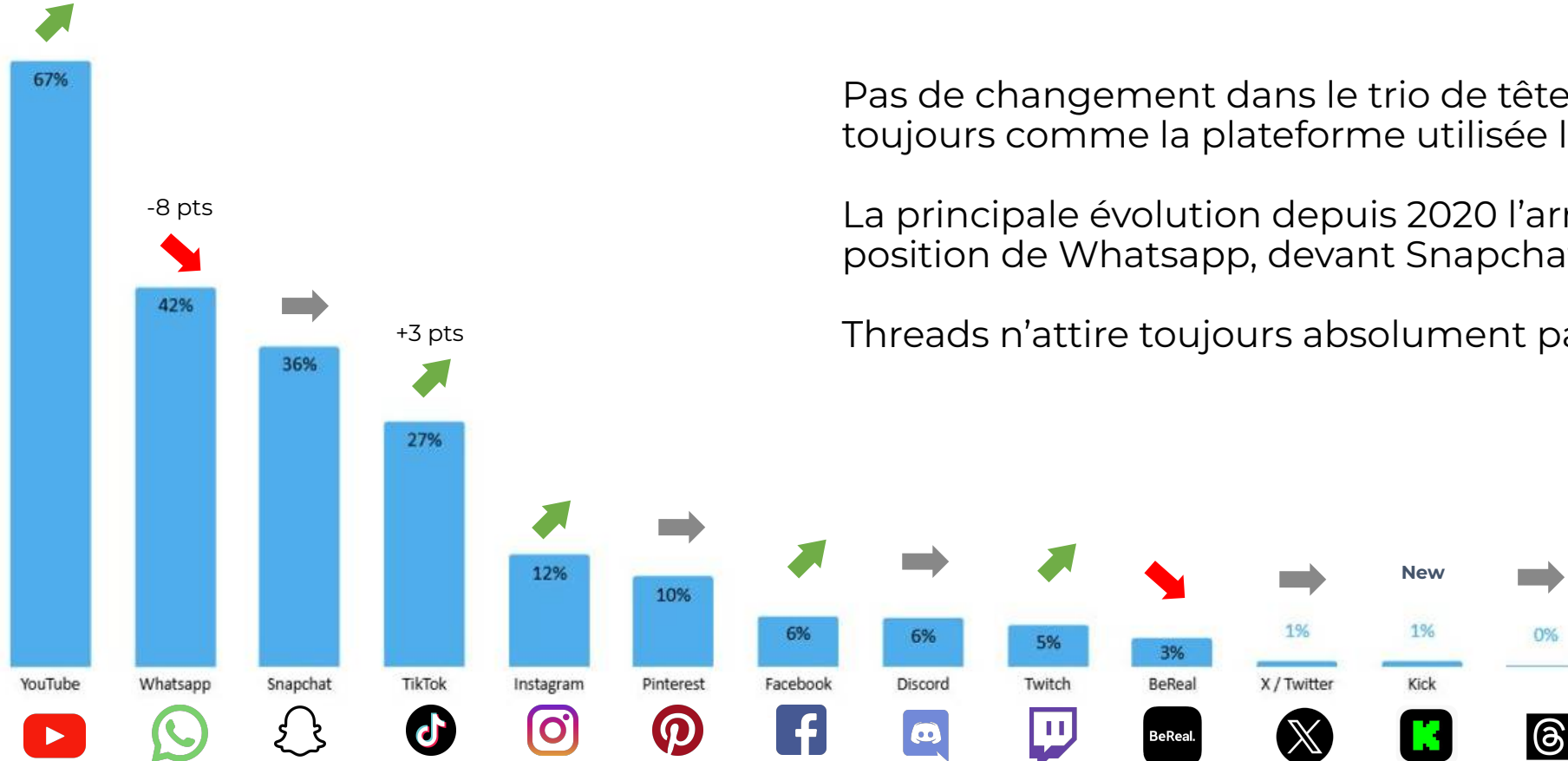
Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans



Game of Platforms

Quelles sont les applications que tu utilises régulièrement ?

+6 pts VS 2024



Pas de changement dans le trio de tête, Youtube s'affiche toujours comme la plateforme utilisée le plus massivement.

La principale évolution depuis 2020 l'arrivée à la deuxième position de Whatsapp, devant Snapchat.

Threads n'attire toujours absolument pas les moins de 13 ans.

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans

4. Les usages par plateforme



Snapchat, toujours jeune



Une application qui réussit à toujours maintenir son attractivité auprès des plus jeunes grâce à ses fonctionnalités et son audience affinitaire.

L'usage principal reste celui de la messagerie et Snapchat redevient attractif pour les jeunes qui peuvent / veulent sortir de Whatsapp.

« ma classe l'année dernière utilisait que Snapchat pour les groupes de classes »

Mia - 14 ans



Snapchat, le plus innovant ?

Des filtres aux flammes, en passant par les stories et désormais avec le Snapscore qui devient important, Snapchat réussit encore et toujours à proposer des fonctionnalités soit ludiques soit adaptées aux besoins de “socialisation” virtuelle des jeunes.

Les flammes étant par exemple à la fois un jeu social mais aussi vecteur de valorisation ou réassurance amicale.

24%

Des enfants indiquent utiliser les filtres Snapchat ou autres



16%

maintiennent des flammes sur Snapchat



6%

partagent leur géolocalisation sur Snapchat



4%

déclarent disposer d'un abonnement à Snapchat +

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans



YouTube

« En fait je regarde souvent les rediffusions de stream Twitch sur YouTube. »

Rida - 16 ans

YouTube constitue un marqueur générationnel, un média qui accompagne les enfants dès le plus jeune âge (parfois via Youtube Kids) et qui a grandi avec eux en s'adaptant à leurs centres d'intérêt... des dessins animés aux jeux vidéo en passant par l'humour.

Le développement des Shorts a été un vecteur d'accès aux contenus type Tiktok, très divertissants et parfaitement complémentaires aux vidéos longues.

Chez les "anciens", podcast et rediffusion de streams constituent des nouveaux formats regardés.

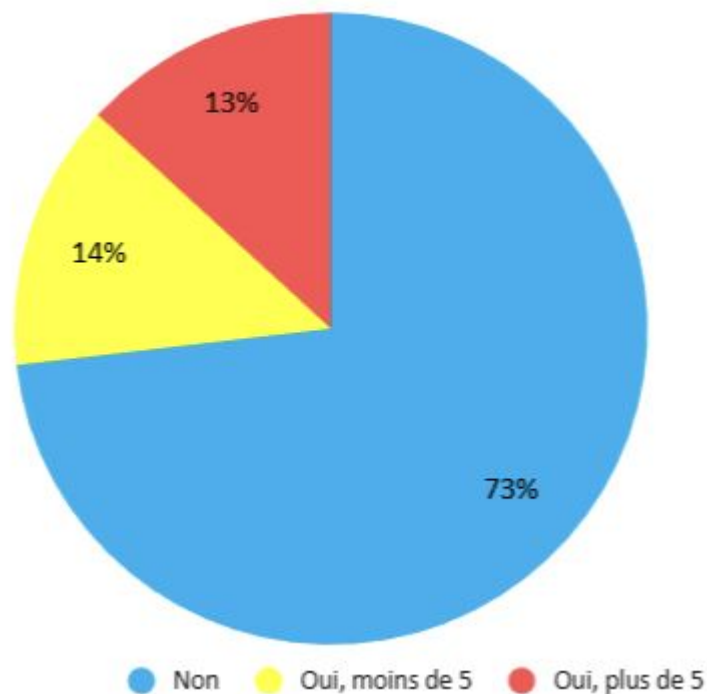


5. La relation aux marques



Marques

Es-tu abonné à des comptes de marques sur les réseaux sociaux ?



L'usage de suivi des marques semble avoir décru depuis 2020, une large majorité d'enfants n'en suivant aucune sur les réseaux sociaux avant 13 ans (73% en 2025 vs 85% en 2023).

Les filles sont toujours les plus précoces en termes de connexion aux marques, étant 32% à déclarer suivre au moins une marque sur les réseaux (22% chez les garçons).

Les marques les plus citées restent immanquablement celles liées à l'habillement et l'apparence, comme Nike, Adidas...

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans

Publicité & Contenus Sponsos

54%

Des enfants indiquent qu'il y a trop de **publicités** sur les réseaux sociaux.

Cette perception de pression publicitaire excessive qui a baissé cette année mais reste supérieure à 2022 (6 pts)

Nous présumons que cette perception provient surtout de la publicité vue sur Youtube mais aussi dans une moindre mesure de Tiktok.

36%

Des enfants indiquent qu'il y a trop de **contenus sponsorisés**

Les contenus sponsorisés génèrent beaucoup moins de rejet que les publicités en général (36% versus 54%)

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans

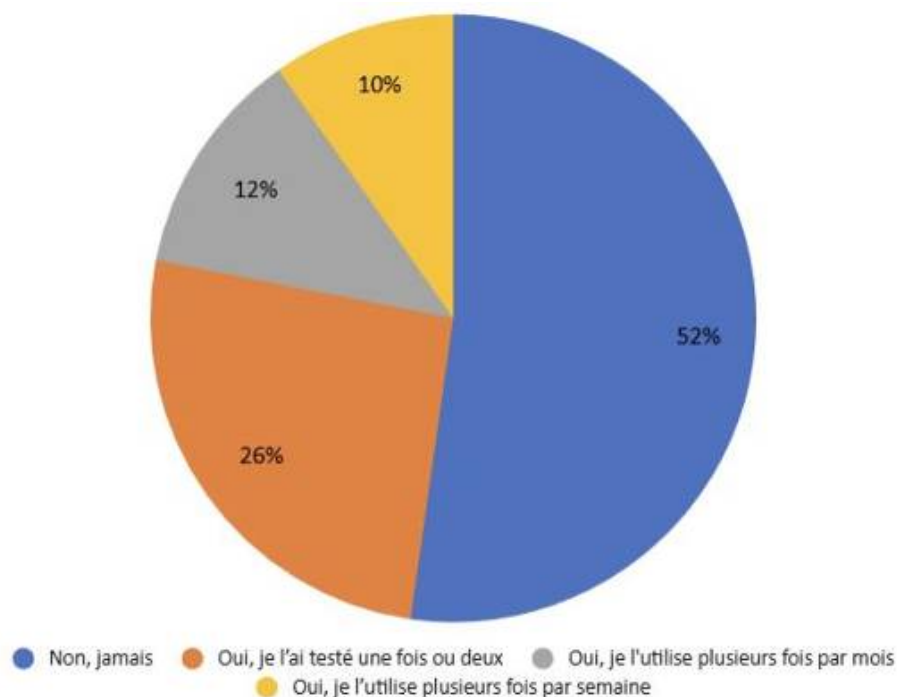


l'Avenir



Fréquence d'usage

Utilises-tu un ou des services d'intelligence artificielle (comme ChatGPT) ?



Forte augmentation de l'usage déclaré des outils d'intelligence artificielle.
Le nombre de "non jamais" ayant fondu de 74% en 2024 à 52% en 2025.

On observe généralisation de l'usage de l'usage même si il est très inférieur à celui qu'on peut observer chez des audiences plus âgées.

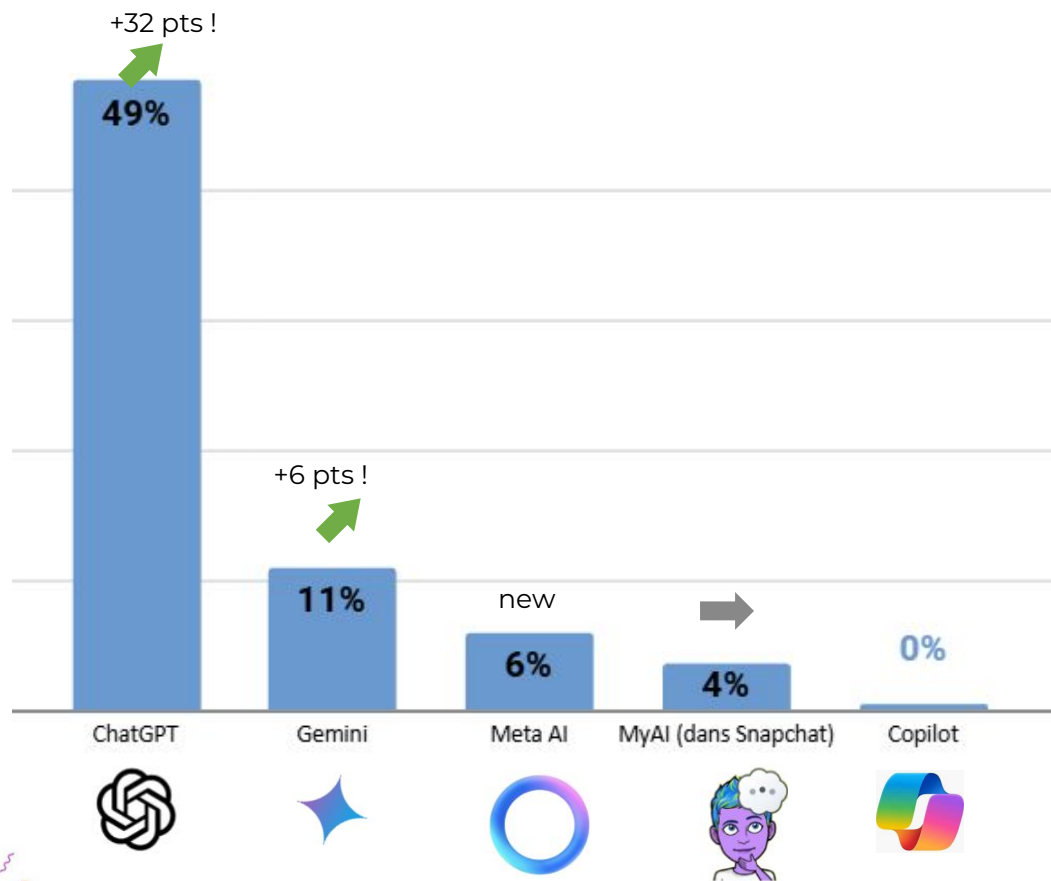
L'usage hebdo ou mensuel est passé de 9% à 22% !

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans



Services utilisés

Quels services utilises-tu ?



L'acteur qui bénéficie le plus largement de cette croissance est **ChatGPT qui domine largement en terme d'usage.**

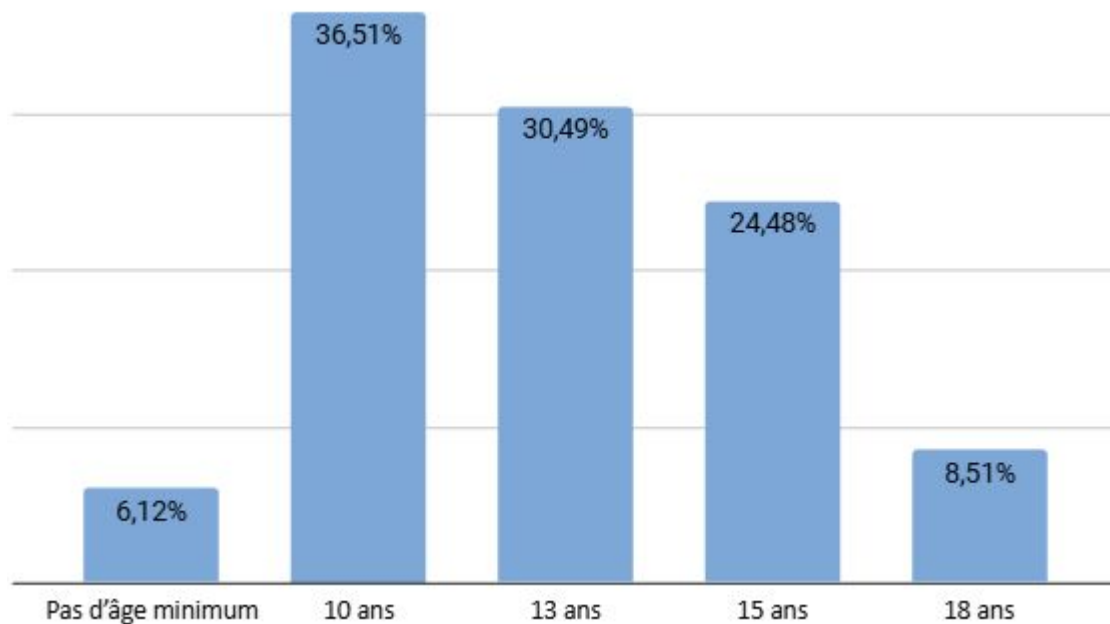
En domination très similaire à celle observée chez les jeunes de 18 à 25 ans que nous avons interrogés pour BornAI.

Le IA intégrées dans les réseaux sociaux sont beaucoup moins citées.

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans

Âge minimal

A quel âge penses-tu qu'on devrait pouvoir commencer à utiliser les réseaux sociaux ?



Du côté des enfants, pas de contraction avec leur usage, ceux-ci sont favorables à l'accès aux réseaux sociaux tôt, à partir de 10 ans pour plus d'un tiers d'entre eux.

Source : heaven x xerfi - IDM, Septembre 2025, n=200, enfants de 11 & 12 ans

BornSocial #2025



Un usage toujours massif et stable des réseaux sociaux par les moins de 13 ans

Les jeunes de moins de 13 ans déclarent toujours à 75 % utiliser régulièrement des réseaux sociaux, des plateformes auxquelles ils ne sont pas censés avoir accès. Une situation stable malgré toutes les campagnes de sensibilisation sur le sujet (ex. : La Fabrique du crétin digital, Desmurget, 2019), mais aussi une généralisation des smartphones. Cet usage est globalement stable depuis le COVID.

Des évolutions observées avant tout sur les plateformes

Si Snapchat est toujours resté en haut du classement, au cours des 10 dernières années, nous avons suivi la chute des réseaux historiques tels que Facebook et Twitter, et dans le même temps une adoption précoce et massive des plateformes modernes telles qu'Instagram, Musical.ly/TikTok ou même Discord, avant même leur généralisation dans la population. La montée en puissance de WhatsApp ces dernières années révèle l'acceptation d'une plateforme par les parents auprès de leurs enfants, pour des raisons de communication, tout en permettant aux jeunes de s'essayer aux fonctionnalités sociales standardisées (Statut, Chaîne...).

Apprentissage des réseaux et création d'habitude

Interroger les plus âgés conforte notre hypothèse que leurs choix — trop précoces — ont un impact durable sur l'adoption ou le rejet de plateformes. Il semble aujourd'hui clair que les nouvelles générations nées depuis 2004 n'iront pas naturellement sur Facebook ou sur X.

Appétence pour les nouvelles fonctionnalités

Depuis la démocratisation des vocaux et des Stories, jusqu'à l'adoption des Shorts sur IG, les usages des plus jeunes nous ont toujours permis d'identifier des tendances émergentes. Cela se confirme cette année encore avec le développement des Notes IG, l'importance du Snapscore...

Un futur immersif et artificiel ?

Immersif, car l'une des différences majeures de comportement dans leur expérience digitale est l'habitude de se socialiser sur des plateformes de jeux (type Roblox, Fortnite...).

Artificiel ? Si les agents IA ne semblent pas pouvoir concurrencer la puissance de ChatGPT, l'usage se développe de façon très sensible, même chez les moins de 13 ans, avec un usage mensuel ou plus fréquent qui dépasse déjà les 20 %.

