



Ceméa



**RÉGION ACADÉMIQUE
NORMANDIE**
*Liberté
Égalité
Fraternité*



**MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE L'ALIMENTATION**
*Liberté
Égalité
Fraternité*



11ème Rapport de l'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie - 2025

Sophie Jehel

Professeure en sciences de l'information et de la communication, Cemti, Université Paris 8

Jean-Marc Meunier

Maître de conférences en psychologie cognitive, Paragraphe, Univ. Paris 8

Garance Potier

Doctorante en sciences de l'information et de la communication, Cemti, Université Paris 8

Sommaire

1. Présentation de l'échantillon ;
2. L'équipement personnel des adolescents et la place dominante du smartphone ;
3. Une médiation parentale fondée sur la confiance ;
4. Richesse et diversité des usages numériques adolescents ;
5. La place centrale des Réseaux socionumériques dans les activités numériques des adolescents et des adolescentes ;
6. Les pratiques informationnelles et l'éducation aux médias et à l'information ;
7. Les influenceurs et influenceuses suivis par les adolescents ;
8. Les pratiques des jeux vidéo en ligne ;
9. Des dépenses pour les jeux en ligne en progression ;
10. L'exposition aux violences numériques et aux discriminations ;
11. Des jeunes conscients de l'impact écologique de leurs usages numériques
12. Diversité des pratiques de protection de la vie privée.

Merci à l'équipe des CEMÉA, aux enseignants et aux formateurs des établissements engagés sur le dispositif Normand Éducation à la citoyenneté numérique, de consacrer un temps dédié au questionnaire auprès des jeunes et de rendre possible l'existence de l'Observatoire.

Retrouvez ce rapport et ceux des années précédentes sur le site :

<https://www.educationauxecrans.fr/observatoire-des-pratiques-numeriques-des-jeunes-en-normandie>

L'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie vise à produire des données objectives qui permettent de comprendre à la fois **la richesse des pratiques numériques juvéniles, leur diversité** - tant en termes d'information que de sociabilité et de publication - **et les difficultés** qu'ils et elles peuvent rencontrer sur les plateformes numériques.

Il s'agit d'un enjeu important qui étaye les demandes de régulation de ces espaces publics et privés que nous pouvons formuler en tant qu'éducateurs, enseignants ou chercheurs. Chaque année quelques nouvelles questions sont introduites ou modifiées dans le questionnaire, mais nous conservons une base stable qui nous permet de faire des comparaisons et de suivre des évolutions.

Cette année nous innovons d'une part parce que le questionnaire passé auprès des élèves de Seconde (ou niveau seconde) et celui passé auprès des élèves de Première (ou niveau première) est le même. Le volume d'enquêtés est donc bien plus important (6700 en 2025) mais nous avons dû abandonner certaines questions issues du questionnaire Première. Nous avons également placé plusieurs questions nouvelles, l'une relative aux influenceurs que les adolescents suivent sur les réseaux socionumériques, d'autres sur le temps passé sur les smartphones, en écho avec les problématiques évoquées dans les médias et par les pouvoirs publics, lors des auditions de la commission d'enquête de l'Assemblée nationale sur Tiktok¹.

L'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie (OPNAN) est adossé au dispositif « **Éducation à la Citoyenneté Numérique** » (précédemment « Éducation aux écrans ») animé par l'association nationale des CEMÉA avec le soutien de la Région Normandie, en partenariat avec la DRAAF, la DRANE et Canopé. Il sert de **support à la formation** des enseignants dans le cadre du dispositif et des formateurs des CEMÉA. Il constitue un point de départ pour les séances de travail avec les jeunes de chaque établissement pour lancer les activités de réflexion sur le numérique dans le cadre du dispositif **Éducation à la Citoyenneté Numérique**.

Cet observatoire a aussi **une dimension de recherche**. Il nourrit des travaux de recherche, certaines données ont été utilisées dans le cadre du projet Adoprivacy (Cemti, Univ. Paris 8) consacré à la sensibilisation des jeunes à leurs droits numériques, soutenu par le Défenseur des droits et l'INJEP². Il sera une aide dans le projet Enumine, financé par l'ANR³. L'observatoire est également partenaire du groupe thématique #FeelNum soutenu par le ministère de l'Éducation Nationale (Cemti, Univ. Paris 8) pour explorer les compétences émotionnelles face au défi du numérique⁴. L'observatoire a également été très utile pour le rapport de France Stratégie sur les stéréotypes filles/garçons 2025⁵.

¹ Le rapport en a été publié le 4 septembre 2025, https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/rapports/cetiktok/117b1770-ti_rapport-enquete#

² *Adolescences et vie privée dans les mondes numériques*, sous la direction de S. Jehel, Presses de l'Enssib, 2026 (à paraître en avril).

³ Il s'agit d'un projet de recherche dirigé par Tanja Petelin, Univ. Poitiers, Cecoji, consacré à l'étude des conditions d'autonomisation des adolescents sur les plateformes numériques, auquel S. Jehel et J.M. Meunier participent, voir <https://www.cemti.fr/la-recherche/projets-de-recherche/2025-enumine/>.

⁴ Voir le site feelnum.fr.

⁵ Le rapport « Lutter contre les stéréotypes filles-garçons- Quel bilan de la décennie, quelles priorités d'ici à 2030 ? » a été publié en mai 2025, il est accessible ici : https://www.vie-publique.fr/rapport/298579-lutter-contre-les-stereotypes-filles-garcons-queles-priorites-pour-2030?egn-publisher=dila_vp&egn-name=informer_rss_rapports. Le rapport OPNAN sert de support au « Complément - Complément - Le rôle des plateformes numériques dans la diffusion des stéréotypes et les inégalités filles-garçons » inclus dans le rapport, il est accessible ici : https://hal.science/hal-05090551v1/file/FS-2025-RAPPORT%20STEREOTYPES_PLATEFORMES_NUM_JEHEL_MEUNIER-1.pdf.

1. Présentation de l'échantillon de l'Observatoire OPNAN 2026

Cette année, l'Observatoire a recueilli les réponses de **6700 adolescents** de niveau Seconde et Première. L'échantillon est composé de **52% filles et de 42% de garçons**, 6% ne souhaitent pas donner leur genre.

L'âge des jeunes interrogés s'étend de 14 ans à 20 ans ou plus. **Huit jeunes sur dix (82%) ont entre 15 et 16 ans** (54%, 15 ans et 28% 16 ans, 9% ont 17 ans. L'âge moyen est de 15,6 ans.

Les jeunes scolarisés au **niveau de la Seconde représentent 70 % de l'échantillon**. 39% en seconde Générale et Technologique, 31% en seconde professionnelle. **Les jeunes du niveau Première représentent 15% de l'échantillon** : Première GT (4%), Première pro (11%). Les autres se répartissent dans d'autres filières professionnelles : troisième prépa métiers (1%), CAP (10%), 1^{ère} année d'apprentissage (2%) et 2^{ème} année d'apprentissage (2%).

Au total, **42 % des jeunes** de l'échantillon suivent une **filière GT** et **58% une filière Pro**. Les **filières agricoles** (lycées agricoles, MFR) **représentent 32% de l'échantillon global, et environ 55% des filières Pro**. Nous avons, comme chaque année, procédé à un redressement des données pour refléter l'équilibre national de 70% en filière GT et 30% en filière Pro.

Comme l'an dernier, près **de neuf jeunes sur dix (88%) sont scolarisés en milieu urbain**.

Près de **six sur dix (58%) vivent avec leurs deux parents**.

Près de quatre élèves sur dix (39%) sont issus de milieu social défavorisé (parents employés ou ouvriers) contre un sur trois (30%) de milieu social favorisé (enfant de chef d'entreprise, cadre ou profession intermédiaire). La catégorie socioprofessionnelle n'a pas pu être identifiée pour 31% des élèves (non réponse ou réponse non codable) ce qui implique une certaine prudence dans l'interprétation des différences sociales. Ces données et les données par filière permettent cependant d'éclairer l'influence des inégalités sociales sur les usages numériques.

2. Equipement personnel des adolescents et la place dominante du smartphone

Un équipement de plus en plus diversifié

L'enquête de cette année confirme le fort taux d'équipement des jeunes et **la place dominante du smartphone (94%) et de l'ordinateur (93%)** même si les taux d'équipement semblent en léger recul pour le smartphone (-4 points). Dans notre échantillon, les jeunes qui ne disposent pas de smartphone mais de téléphones sans internet (6%) font partie des moins favorisés, fréquentant surtout des filières Professionnelles.

Le smartphone et l'ordinateur sont les équipements personnels les plus répandus chez les jeunes. On note cependant des différences en fonction des filières. Les jeunes de filières GT sont plus nombreux à posséder un smartphone (+4 points) ou un ordinateur (+10points).

Les tablettes et les consoles de jeu restent des équipements **très genrés** et les jeunes des filières GT en sont davantage équipés. Ainsi **une fille sur deux possède une tablette (50%)** contre 44% des garçons. Près de **9 garçons sur dix (86%)** disposent personnellement d'une **console de jeu**, c'est le cas de seulement six filles sur dix (64%).

La télévision dans la chambre reste très présente (**84%**), elle permet aussi de servir d'écran pour des jeux vidéo mais aussi de support de visionnage pour les services de streaming, comme Netflix, Max, par exemple.

Les objets connectés (montre, bracelet, lunettes...) se banalisent dans l'équipement adolescent. Près de **quatre jeunes sur dix** en sont équipés ce qui est loin d'être négligeable. C'est particulièrement le cas chez **les garçons de la filière GT** qui sont près d'un sur deux à disposer ce type d'équipement.

	Filles		Garçons	
	Filière Pro	Filière GT	Filière Pro	Filière GT
Téléphone portable	☐ 16%	☐ 18%	☐ 17%	☐ 17%
Smartphone	☐ 91%	☐ 95%	☐ 93%	☐ 96%
Ordinateur	☐ 86%	☐ 96%	☐ 85%	☐ 95%
Télévision	☐ 81%	☐ 84%	☐ 81%	☐ 86%
Tablette	☐ 42%	☐ 54%	☐ 37%	☐ 47%
Console de jeu	☐ 59%	☐ 67%	☐ 81%	☐ 88%
Objet connecté	☐ 39%	☐ 42%	☐ 42%	☐ 48%
Autre appareil	☐ 11%	☐ 16%	☐ 22%	☐ 28%

Figure 1. OPNAN 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Non réponses 413⁶. Réponses à la question : « De quel équipement disposez-vous personnellement ? » après redressement, réponses multiples.

⁶ 413 enquêtés ont refusé de choisir une assignation de genre. De ce fait le traitement des questions par genre fait systématiquement apparaître 413 non-réponses, au moins.

Les usages intenses du smartphone

Les adolescents ont un usage intense du smartphone : **7 sur 10 estiment passer 3 heures par jour ou plus**, et la moitié quatre heures ou plus. **8 filles sur 10** (79 %) déclarent passer trois heures ou plus par jour sur leur smartphone contre **7 sur 10 chez les garçons** (69 %). Les filles des filières Pro ont les usages les plus intenses (61% déclarent 4heures ou plus). Avec le temps, les usages ont tendance à augmenter.

Les adolescents ont cependant conscience de l'intensité et du caractère excessif de leur usage. **76% de celles et ceux qui déclarent ces durées longues, déclarent aussi souhaiter y passer moins de temps.** Les filles sont davantage conscientes de l'invasion de leur smartphone dans leurs vies : une fille sur deux (49%) souhaiterait y passer moins de temps contre un garçon sur trois (32%). C'est particulièrement le cas des filles des filières générales et technologiques (56%).

Filières Agricoles

Les jeunes des filières agricoles sont un peu plus équipés que les jeunes des autres filières Professionnelles en smartphone (93%) et en ordinateur (89%).

Leur usage des smartphones est très intense aussi : 71% déclarent 3 heures par jour au moins. Il est néanmoins un peu moins intense que les jeunes des autres filières.

3. Une médiation parentale fondée sur la confiance

Pour la majorité des jeunes, les parents sont plutôt vigilants. La moitié des jeunes ont un suivi direct des parents ou un échange régulier avec eux sur le sujet. **Près de 4 jeunes sur 10 (39%) ont des parents qui imposent des limites ou demandent une forme de suivi (présence sur certains comptes, géolocalisation ou contrôle parental)** avec une vigilance nettement supérieure pour les filles (41% vs 30% pour les garçons).

Un quart des jeunes sont suivis par un dispositif de **contrôle parental ou par la géolocalisation**, la pratique diminue avec l'âge des adolescents, mais reste importante en filière GT (28%).

Cette vigilance s'exerce cependant sous le sceau de la confiance. **70 % des jeunes interrogés estiment que leurs parents leur font confiance** avec tout de même un écart de 4 points en faveur des filles (75 % vs 71% pour les garçons). Cela se traduit également par un dialogue régulier plus fréquent entre les parents et les filles (26% vs 16% pour les garçons).

Les médiations exercées par les parents sont cependant très diverses.

Un tiers des jeunes ont des parents qui ne semblent pas s'intéresser aux activités numériques de leurs enfants (37%). Selon eux, leurs parents ne posent pas de question, et ne sauraient rien de leurs activités.

Les différences sociales en matière de médiation parentale perdurent. Chez les CSP+⁷, 25% des parents imposent des limites d'accès sur certains sites ou à certains moments contre 18% chez les CSP-. Les parents cadres ou professions intermédiaires utilisent davantage le contrôle parental (14% vs 8%). Mais il n'y a pas de différences sociales dans le contrôle par géolocalisation (25% le font), ni dans la présence parentale sur certains comptes (11%).

	Filles	Garçons
Ils me font confiance	76%	73%
Ils posent des limites	22%	18%
Ils sont présents sur certains de mes comptes	12%	7%
Ils me demandent d'accepter un contrôle parental	10%	9%
Ils me demandent d'accepter la géolocalisation	27%	19%
J'en parle avec eux régulièrement	26%	16%
Ils n'en savent rien	10%	12%
Ils ne me posent pas de question	35%	32%
Je ne sais pas	4%	6%

Figure 2. OPNAN 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Non réponses 413. Réponses à la question : « Tes parents t'imposent-ils des limites dans ton accès à internet ? » après redressement, réponses multiples.

⁷ Sous CSP+, nous regroupons les chefs d'entreprise, les cadres et les professions intermédiaires. Sous CSP- nous groupons les employés, ouvriers et inactifs.

4. Richesse et diversité des usages numériques

La place prépondérante de la consultation de contenus

Pour les filles comme pour les garçons, les usages les plus fréquents de l'Internet concernent la consultation de contenus culturels et de loisirs en particulier **l'écoute de la musique pour neuf adolescents sur dix**.

La consultation de photos ou de vidéos courtes est également une activité fréquente pour plus de **sept jeunes sur dix**.

Le visionnage de séries est une pratique plus fréquente chez les filles (65%) que chez les garçons (51%), la consultation de sites de vidéos à la demande est pratiquée souvent par une fille sur trois (61%) contre moins d'un garçon sur deux (49%).

Suivre des profils sur les réseaux sociaux est également une activité plus souvent pratiquée par les filles (59%) que par les garçons (40%). Elle peut consister dans la consultation voire le contrôle des comptes des proches, ou dans la consultation des comptes d'influenceurs dans le cadre d'activités culturelles ou informationnelles.

Regarder du streaming est en revanche une activité fréquente pour près d'une fille sur deux (49%) contre une fille sur trois (30%). Ces différences sont probablement liées au suivi de parties de jeu vidéo en ligne.

La consultation de sites à caractère sexuel ou pornographique reste largement l'apanage des garçons.

	Genre	Je ne sais pas	Jamais	Parfois	Souvent
Consulter des profils sur les réseaux sociaux	Filles	1%	5%	35%	59%
	Garçons	3%	10%	47%	40%
Écouter de la musique	Filles	1%	1%	7%	91%
	Garçons	1%	5%	15%	79%
Regarder des séries ou des films.	Filles	1%	4%	31%	65%
	Garçons	1%	8%	40%	51%
Consulter des sites de vidéo à la demande	Filles	1%	12%	26%	61%
	Garçons	3%	15%	33%	49%
Regarder du streaming en direct	Filles	1%	28%	41%	30%
	Garçons	1%	14%	34%	51%
Regarder des photos ou des vidéos courtes	Filles	1%	4%	27%	69%
	Garçons	1%	5%	27%	67%
Regarder la télévision	Filles	1%	13%	54%	32%
	Garçons	1%	18%	51%	30%
Rechercher des produits à acheter	Filles	1%	13%	44%	42%
	Garçons	2%	18%	45%	35%
Consulter des sites ou applications à caractère sexuel	Filles	2%	87%	8%	3%
	Garçons	7%	46%	27%	19%

Figure 3. OPNAN 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Non réponses 413. Réponses à la question : « Que faites-vous sur Internet » après redressement, réponses multiples.

Une recherche d'information centrée sur les sujets les concernant

La recherche d'information occupe également une place importante dans les activités des jeunes sur Internet. Sans surprise, l'usage de plus fréquent dans cette catégorie de pratiques est l'utilisation de moteur de recherche en raison de son caractère générique. Les jeunes cherchent avant tout à s'informer sur les sujets qui les intéressent plutôt que sur l'actualité en tant que telle qui apparaît plus occasionnelle, tout comme les recherches d'informations liées au contexte scolaire.

	Genre	Je ne sais pas	Jamais	Parfois	Souvent
Chercher des informations pour la classe	Filles	3%	36%	49%	12%
	Garçons	4%	48%	40%	9%
S'informer en lien à l'actualité	Filles	2%	18%	58%	21%
	Garçons	2%	17%	53%	27%
S'informer sur des sujets qui t'intéressent	Filles	1%	4%	41%	54%
	Garçons	2%	4%	37%	58%
Chercher des stages ou du travail	Filles	3%	31%	51%	15%
	Garçons	4%	40%	47%	10%
Utiliser des moteurs de recherche	Filles	0%	2%	35%	62%
	Garçons	2%	3%	29%	66%
Consulter Wikipedia	Filles	2%	32%	57%	9%
	Garçons	2%	38%	50%	10%

Figure 4 Observatoire 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Non réponses 413. Réponses à la question : « Que faites-vous sur Internet » après redressement, réponses multiples.

La place prépondérante des messageries instantanées dans les sociabilités adolescentes

Le maintien du lien social occupe une place très importante dans les usages adolescents des outils numériques. Ces usages leur permettent de cultiver une certaine autonomie à l'égard du cercle familial, notamment les parents, et de développer leur sentiment d'appartenance au sein de groupe d'adolescents. Ainsi près d'un adolescent sur deux utilise un service de messagerie instantanée (Messenger, WhatsApp, Signal).

Les messageries électroniques (email) sont utilisées occasionnellement par plus d'un adolescent sur deux. L'utilisation de service de visioconférence est également peu fréquente. Quatre filles sur dix (42%) et un garçon sur trois n'y ont jamais recours.

Les échanges sur les forums sont une pratique très peu répandue chez les adolescents. Huit filles sur dix (81%) et sept garçons sur dix (72%) ne les utilisent jamais. Les forums ont été remplacés dans les pratiques par les plateformes comme Discord et Twitch, qui permettent de suivre ou de créer des groupes de discussion.

		Je ne sais pas	Jamais	Parfois	Souvent
Publier des infos sur des réseaux sociaux	Filles	1%	38%	42%	18%
	Garçons	2%	43%	40%	16%
Publier des photos ou des vidéos sur des sites	Filles	2%	49%	34%	16%
	Garçons	2%	55%	33%	10%
Utiliser une messagerie instantanée	Filles	2%	16%	39%	44%
	Garçons	2%	15%	35%	48%
Utiliser une messagerie électronique	Filles	2%	16%	58%	23%
	Garçons	2%	15%	53%	29%
Utiliser un service de visioconférence	Filles	2%	42%	42%	14%
	Garçons	3%	34%	35%	28%
Échanger sur des forums	Filles	4%	81%	11%	4%
	Garçons	4%	72%	18%	6%
Jouer à des jeux vidéo	Filles	0%	26%	47%	27%
	Garçons	2%	3%	20%	75%
Consulter les sites ou applications de rencontre	Filles	1%	95%	3%	1%
	Garçons	2%	90%	4%	4%

Figure 5. OPNAN 2025, Seconde-Première, 6700 répondants, Non réponses 413. Réponses à la question : « Que faites-vous sur Internet » après redressement, réponses multiples.

Les activités de publication sont également occasionnelles, tant pour les filles que pour les garçons. **Moins d'un jeune sur cinq publie souvent** des informations, des photos ou des vidéos, bien loin de l'image du jeune s'exposant imprudemment sur les réseaux sociaux.

Cependant les activités de publication sont **plus fréquentes dans la filière Pro** que dans la filière GT. Dans la filière Pro, six élèves sur dix (59%) publient occasionnellement ou souvent des photos ou des vidéos, contre un peu plus de quatre sur dix (44%) dans les filières GT, avec des différences entre les deux filières plus marquées chez les filles.

5. La place centrale des Réseaux socio-numériques dans les activités numériques des adolescents et adolescentes

Un portefeuille de réseaux socio-numériques (encore) en augmentation

Le nombre moyen de réseaux sociaux sur lesquels les adolescents sont inscrits a encore progressé. Le nombre moyen de RSN (dans la liste que nous leur proposons) était de six en 2023 et de sept en 2024. **En 2025, il est de huit** (plus ou moins trois⁸). Seuls un élève sur dix est inscrit sur quatre RSN ou moins. Trois élèves sur quatre (75%) sont inscrits dans six RSN ou plus.

Les réseaux préférés des adolescents restent **Snapchat et Instagram** avec des écarts modestes similaires à ceux de l'an passé. Pour la première fois, **YouTube** passe devant **TikTok** dans les préférences des adolescents surtout à la faveur d'une progression de l'usage chez les filles (+4 points). Le taux d'inscription sur TikTok est cependant stable et progresse même légèrement chez les garçons (+2 points).

L'usage de **WhatsApp** continue également de progresser par rapport à l'an passé, mais de façon moins spectaculaire que l'an dernier (+3 points chez les filles et 4 points chez les garçons).

Nous observons également un ralentissement de la progression des usages de **Pinterest** tant chez les filles (+5 points) que chez les garçons (+4 points).

L'usage de **Facebook** reste stable tandis que les usages de **Twitch**, **Discord** et de **X (Twitter)** sont en léger recul. En revanche, nous observons une diminution plus conséquente des usages de **Bereal** chez les garçons (-8 points) et les filles (-9 points).

	Filles	Garçons
Snapchat	93%	90%
Instagram	92%	86%
YouTube	88%	91%
TikTok	84%	81%
WhatsApp	81%	74%
Pinterest	80%	37%
Bereal	63%	42%
Facebook	44%	44%
Twitch	30%	63%
Discord	25%	62%
X	25%	49%
TenTen	21%	20%
Threads	19%	20%
Telegram	12%	40%
Reddit	5%	19%

Figure 6. OPNAN 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Non réponses 413. Réponses à la question : « Sur quels réseaux sociaux as-tu un compte ? » après redressement, réponses multiples.

Filles et garçons ne fréquentent pas exactement les mêmes réseaux socio-numériques. Les filles sont davantage présentes sur les plateformes conversationnelles (comme WhatsApp) et les plateformes d'échanges photographiques, comme Snapchat, et surtout

⁸ L'écart_type est de 3,27 sur la totalité de l'échantillon. Cela représente la diversité des réponses autour de la moyenne. Cette disparité est un peu plus importante chez les garçons que chez les filles.

Pinterest ou Bereal. Les garçons sont bien plus présents sur les plateformes liées aux activités vidéoludiques (Twitch et Discord). Ils sont aussi plus présents sur les plateformes les moins régulées où peuvent circuler des contenus plus violents ou transgressifs, comme X, Telegram ou Reddit.

Des groupes-classes plutôt sur les RNS

Pour la première fois dans l'enquête 2025, nous nous sommes intéressés au phénomène « groupe-classe ». Il s'agit de groupes constitués par les adolescents pour échanger autour des actualités de la classe.

Contrairement à une idée reçue, ce n'est pas une messagerie comme WhatsApp qui est utilisée le plus fréquemment d'informations pour l'échange entre élèves au sein de la classe, mais Snapchat. C'est le cas pour près de sept élèves sur dix (71%). Pour un élève sur cinq, le groupe classe est sur Instagram (20%).

L'ENT de l'établissement est utilisé par moins d'un élève sur cinq (18%) et WhatsApp, par moins d'un élève sur six (14%), pour cet usage. Les élèves ont en moyenne 1,21 groupes-classe qu'ils ou elles suivent. Cela signifie que les élèves ont en général un groupe-classe, mais qu'un élève sur cinq en a deux.

Une inscription sur les RSN de plus en plus précoce

Les données de cette année confirment l'inscription de plus en plus précoce des adolescents sur les réseaux sociaux, notamment des filles. En 2023, nous avons signalé la forte progression des ouvertures précoces de compte TikTok qui avaient plus que doublé chez les filles (25%) tout en étant stable chez les garçons (7%). En 2024, la proportion d'ouvertures précoces de comptes avait encore progressé chez les filles (à 29%) et littéralement bondit chez les garçons (17%, soit + 10 points). **Les données de l'OPNAN 2025 confirment la progression de l'inscription précoce (à 11 ans ou avant) sur TikTok chez les filles (31%), mais aussi chez les garçons (20%).** Plus d'une fille sur deux (51%) ont créé leur compte sur TikTok avant 13 ans. Chez les garçons, c'est un peu moins (41%).

La proportion de jeunes ayant plus de 80 contacts sur TikTok est en recul par rapport l'an dernier. En 2024, chez les élèves de seconde, 44% déclaraient avoir plus de 80 contacts sur TikTok. Cette baisse concerne cependant seulement les élèves de seconde. En première, ils sont 42% à déclarer avoir plus de 80 contacts.

L'usage qu'ils font de TikTok est surtout de la consultation de contenu. Un tiers des filles (32%) n'utilisent pas TikTok pour publier contre un garçon sur quatre (37%). Quand ils publient, c'est de manière occasionnelle. Près d'un sur quatre n'a rien publié ces sept derniers jours (39% de filles; 38% de garçons). Comme l'an dernier, les publications les plus fréquentes sont les contenus jugés drôles aussi bien chez les filles (29%) que chez les garçons (38%).

Les posts relatifs à la vie de tous les jours tiennent également une place importante, notamment chez les filles (20%) et dans une moindre mesure chez les garçons (14%). Filles (29%) et garçons (19%) publient également des contenus musicaux, les chorégraphies sont surtout postées par les filles (11% versus 3% pour les garçons). Ces résultats soulignent que les usages des réseaux continuent d'être influencés par les stéréotypes.

Sur Instagram, l'inscription est un plus tardive. 17% des filles et 15% des garçons ont créé leur compte à 11 ans ou avant. Ces proportions sont stables par rapport à l'an dernier. La proportion de jeunes ouvrant leur compte Instagram avant 13 ans est cependant en léger recul chez les filles (38% ; - 4 points) et mais plus marquée chez les garçons (34% ; -8 points).

Le nombre de contacts déclarés sur Instagram est beaucoup plus important sur que TikTok. Un tiers des filles (35%) et de garçons (28%) déclarent entre 1500 et 500 contacts. Ils sont autant à en déclarer entre 50 et 150 (filles = 34% ; garçons = 24%). La part des jeunes déclarant plus de 500 contacts est stable par rapport à l'an dernier (9% ; -1 point).

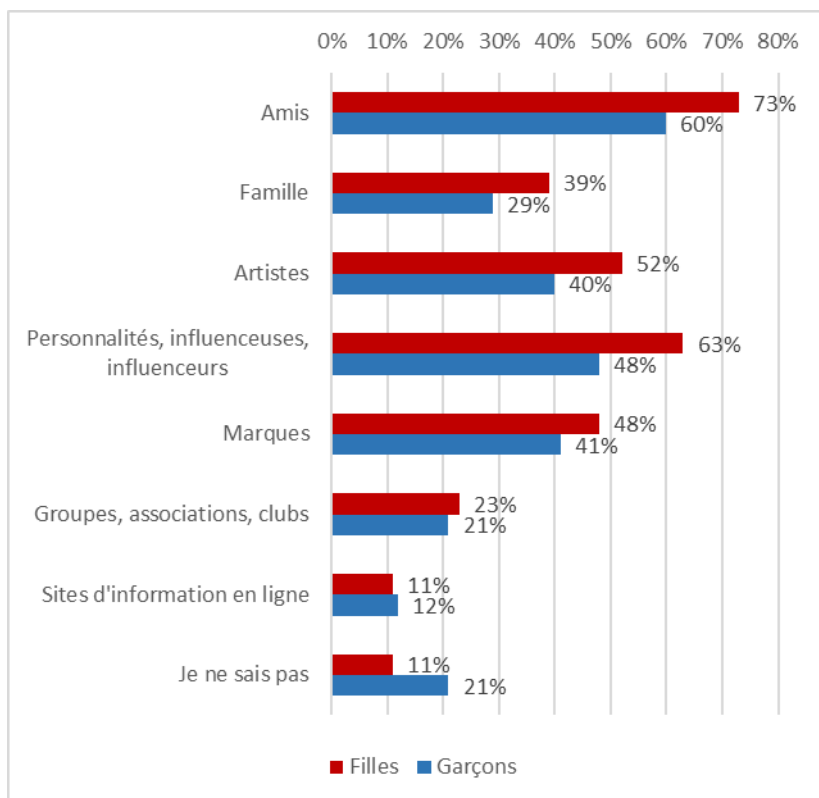


Figure 7. Observatoire 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Non réponses 409. Réponses à la question : « Si vous avez un compte Instagram, d'où viennent les informations qui apparaissent sur votre fil d'actualité ? » après redressement, réponses multiples

Comme en 2024, Instagram est surtout un lieu d'échange avec les amis et la famille ou pour suivre des artistes ou des influenceurs ou influenceuses, voire des marques. La « course » au nombre de contacts témoigne cependant de l'importance pour les jeunes de se constituer une communauté à l'aide de ce réseau.

6. Les influenceurs et influenceuses suivis par les adolescents

L'Observatoire 2025 s'est intéressé aux influenceurs et influenceuses préférées des adolescents et suivis sur les réseaux sociaux numériques.

Nous venons de voir (Fiche 5) que 63% des filles et 48 % des garçons déclarent suivre des influenceurs sur Instagram. Il s'agit donc d'une pratique très répandue. Nous leur avons demandé quels étaient les influenceurs qu'ils suivaient. La question était ouverte, et ils pouvaient citer 3 noms. Les réponses ont été assez dispersées.

Les créateurs de contenus les plus cités par les jeunes répondent à des contenus de divertissement. **Inoxtag** occupe la première place du classement (**22%**), tandis que **Squeezie** le suit de très près (**21%**). La première influenceuse femme apparaît à la troisième place **Lena Situations** (**10%**).

Influenceur	Nombre de citations	%
Inoxtag	905	22%
Squeezie	881	21%
Lena Situations	420	10%

Figure 8. OPNAN 2025, Seconde-Prémière (4550 répondants, en moyenne). Extrait des réponses à la question « Citez trois influenceurs ou influenceuses que vous appréciez le plus, (Question ouverte).

Les influenceurs, proposant des contenus généralistes, ludiques et construisant leur stratégie de communication autour de la ludification de leur quotidien, imprègnent les fils de recommandation des adolescents.

Dans OPNAN 2024, nous leur avons demandé quels étaient les influenceurs qu'ils suivaient pour s'informer de l'actualité, HugoDecrypte était alors arrivé en tête. Cette année, la question étant plus large et incluant les activités de loisir, les noms cités sont donc différents.

Profils des jeunes qui les suivent

Inoxtag est cité par une majorité de jeunes garçons, mais aussi par une part importante de filles, issues de filières Professionnelles. Ce constat pourrait être influencé par la nature généraliste de ses contenus mais nous interroge aussi sur la place des influenceurs aux penchants virilistes dans les comptes des jeunes utilisateurs.

	Filles		Garçons	
	Filière Pro	Filière GT	Filière Pro	Filière GT
Inoxtag	 185	 169	 201	 350
Squeezie	 142	 393	 96	 250
Lena Situations	 83	 316	 8	 14

Figure 9. OPNAN 2025, Seconde-Première (4550 enquêtés, en moyenne). Extrait des réponses à la question « Citez trois influenceurs ou influenceuses que vous appréciez le plus, (Question ouverte).

Tout comme **Squeezie**, **Inoxtag** commence sa carrière en publiant sur *Youtube* des vidéos de *gaming*. Progressivement, ces deux créateurs de contenus multiplient les plateformes de diffusion mais aussi leurs stratégies de communication. Sur leurs chaînes, le réel se mêle à la scénarisation : le banal devient extraordinaire, des situations insolites surgissant fréquemment du quotidien des influenceurs. Les deux influenceurs se diversifient en s'essayant aussi à la création musicale.

Inoxtag a pour particularité de cultiver cette stratégie de communication par la mise en scène de défis physiques et psychologiques présentés comme extrêmes, mais qu'il règle par l'appel à des valeurs morales. Par exemple, dans son film *Kaizen* (2024), publié sur sa chaîne *Youtube*, **Inoxtag** invite sa communauté à suivre le parcours sinueux et difficile du protagoniste principal qu'il incarne et qui doit gravir l'Everest. A l'écran, le spectateur s'identifie en apparence au personnage incarné, c'est-à-dire, à un jeune homme ordinaire mais étant doté d'une pugnacité et de ressources morales qui sont présentées comme extraordinaires et le menant vers le succès. Le spectateur peut ainsi s'identifier aux *caractéristiques d'un moi idéalisé* (Mulvey, 1975)⁹, d'un super-homme à la portée de tous, auquel certains jeunes hommes pourraient être tentés de s'identifier.

Inoxtag présente aussi des moments de sa vie privée au sein desquels il est souvent dépeint comme étant à l'initiative d'une idée impromptue, amenant son entourage à passer de l'ordinaire à l'extraordinaire. Ce choix de mettre en scène un personnage principal, dont les prises de décision les plus risquées et sortant de l'ordinaire, sont motivées par un argument altruiste¹⁰ (M. van Wingerden *et al.*, 2024). Cela pourrait donc expliquer l'engouement, moindre mais tout de même notable, des filles pour **Inoxtag**, toutes filières confondues. Par ailleurs, il est suivi dans toutes les tranches d'âge de l'échantillon : 18 ans (24%), 14 ans (23,5%), 15 ans (19,8%) et 20 ans et plus (18,1%).

Squeezie est lui principalement cité par les filles issues de filières générales et technologique. Les classes de 1^{ière} générale et technologique citent plus fréquemment l'influenceur (25% des réponses), cette tendance étant aussi observable au sein des classes de 2^{nde} (22%). Contrairement à **Inoxtag**, **Squeezie** ne s'éloigne pas de l'univers du jeu qui l'a fait connaître et continue de publier régulièrement des vidéos de *gaming*, tout en diversifiant ses activités (musique, théâtre, mode, course automobile).

Lena Situations, principalement suivie par des jeunes filles, est d'abord suivie par les filles de filières générales et technologiques (316), aussi bien en seconde qu'en première. Les filles des filières Professionnelles lui ont accordé moins de citations (83). Le profil type du jeune de l'OPNAN considérant **Lena Situations** comme l'une de ses influenceurs préférés pourrait donc être le suivant : une adolescente (de 15 à 19 ans) s'identifiant au genre féminin issue de filières GT. L'influenceuse n'est cependant presque pas suivie par des garçons.

⁹ MULVEY Laura (1975), « Visual Pleasure and Narrative Cinema », *Screen*, automne 1975, vol. 16, n° 3, p. 6-18. Traduction intégrale en ligne <http://www.debordements.fr/Plaisir-visuel-et-cinema-narratif>

¹⁰ M. van Wingerden *et al.*, *Egalitarian preferences in young children depend on the genders of the interacting partners*, *Communications Psychology*, 2024

Cela pose plusieurs questions, et notamment celle de la diffusion de contenus sexistes sur les plateformes numériques, nous l'avons notamment étudié dans le complément du rapport France Stratégie¹¹.

La présence d'influenceurs problématiques (sexisme) dans le classement

Plus loin dans le classement, la présence de créateurs de contenus signalés en masse sur les réseaux socionumériques comme diffusant un contenu sexiste voire violent, ou même ayant fait l'objet d'un rappel à l'ordre de différents acteurs publics, interpelle¹².

Le créateur de contenus **Nasdas**, interpellé par la Commission d'enquête *TikTok*, dans le cadre de la diffusion de contenus préjudiciables auprès des jeunes utilisateurs, occupe la cinquième place du classement. La *Commission d'enquête TikTok (2025)*¹³ avait convoqué l'influenceur Nasdas car elle s'interrogeait sur l'opacité des revenus liée à la distribution de l'argent facile aux mineurs qui le suivaient et se trouvant dans des situations de vulnérabilités sociales particulièrement élevées. On s'interrogeait aussi sur l'influence que le partage de ces contenus peut avoir sur les mineurs. Avait été évoquée la diffusion en ligne de contenus comportant des scènes de violence conjugale, l'exposition du quotidien et de la vie privée de mineurs, des exhibitions en *lives*, des propos injurieux, des discours intégrant une hypersexualisation et humiliations des femmes, etc.

A la 19^e place apparaît **Adrien Laurent**, un influenceur, convoqué également par la Commission d'enquête pour des dérives *illicites et préjudiciables*, notamment associées à la propagation de contenus *masculinistes*, le partage de vidéos décrivant des pratiques sexuelles et violentes sans *consentement*. L'influenceur avait fait l'objet, en mai 2025, d'un signalement de la Ministre de l'égalité Aurore Bergé, ayant signalé son compte pour des vidéos décrivant des « *pratiques sexuelles violentes et sans consentement* », et véhiculait discours « *masculinistes et virilistes* »,¹⁴ faisant également via le partage de liens en description, la promotion de contenus pornographiques.

¹¹ Le rapport « Lutter contre les stéréotypes filles-garçons- Quel bilan de la décennie, quelles priorités d'ici à 2030 ? » a été publié en mai 2025, il est accessible ici : https://www.vie-publique.fr/rapport/298579-lutter-contre-les-stereotypes-filles-garcons-queelles-priorites-pour-2030?egn-publisher=dila_vp&egn-name=informer_rss_rapports. Le rapport OPNAN sert de support au « Complément - Complément - Le rôle des plateformes numériques dans la diffusion des stéréotypes et les inégalités filles-garçons » inclus dans le rapport, il est accessible ici : https://hal.science/hal-05090551v1/file/FS-2025-RAPPORT%20STEREOTYPES_PLATEFORMES_NUM_JEHEL_MEUNIER-1.pdf.

¹² Nous faisons référence au signalement par la Ministre de l'égalité Aurore Bergé du compte *TikTok* d'Adrien Laurent. Arthur Delaporte, le Président de la *Commission d'enquête* de l'Assemblée Nationale portant sur l'étude des effets psychologiques de *TikTok* sur les jeunes en ligne, a par ailleurs responsabilisé l'influenceur *Nasdas* dans le cadre de la publication de certains contenus qualifiés de préjudiciables.

¹³ *Commission d'enquête sur les effets psychologiques de TikTok sur les mineurs*. Assemblée nationale. <https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/organes/autres-commissions/commissions-enquete/tiktok>

¹⁴ Le Monde avec AFP. (2025, 16 mai). *AD Laurent : le compte TikTok de l'influenceur banni après un signalement de la ministre Aurore Bergé*. Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2025/05/16/le-compte-tiktok-de-l-influenceur-ad-laurent-banni-apres-un-signallement-de-la-ministre-aurore-berge_6606426_4408996.html

	Filles		Garçons	
	Filière Pro	Filière GT	Filière Pro	Filière GT
Inoxtag				
Squeezie				
Lena Situations				
Mastu				
Nasdas				
Michou				
JOYCA				
Amixem				
Byllhan				
MarcA2C				
HugoDécrypte				
HMI				
Thierry Vigneau Boiserie				
Noholito				
Anyme023				
AmineMaTue				
GMK				
Stervio				
Adrien Laurent				
Flambyyy				
Nico Là				
Tibo InShape				
Polska Babinks				
Djilsi				

Figure 10. OPNAN 2025, Seconde-Première (4550 répondants, en moyenne). Extrait des réponses à la question « Citez trois influenceurs ou influenceuses que vous appréciez le plus, (Question ouverte). Classement élargi.

Si Adrien Laurent apparait dans les réponses d'un nombre relativement faible d'adolescents avec moins de 1% de votant (78 jeunes), Nasdas s'inscrit dans le top 5 des influenceurs les plus cités.

Les profils sociologiques des jeunes qui les ont mentionnés diffèrent nettement. **Adrien Laurent** a été surtout cité par des garçons, issus de filières Professionnelles mais aussi générales et technologiques. **Nasdas** attire en revanche un public plus féminin, soutenu par les filles de filières professionnelles, puis secondairement de filières générale et technologique (Tableau 5). Cette tendance semble paradoxale puisque nous avons mis en évidence que la question de la représentation des femmes faisait partie des points problématiques soulevées par la Commission d'enquête.

7. Les pratiques informationnelles et l'éducation aux médias et à l'information

Nous avons vu (fiche 4.) que les pratiques informationnelles sont intenses chez les adolescents, mais principalement orientées vers les contenus qui les intéressent directement.

Un accès principal à l'information par les Réseaux socionumériques

L'accès des adolescents à l'information se fait principalement par les réseaux socionumériques.

Elle est donc en partie individualisée, différente selon les fils de recommandation, « personnalisée » comme le prétendent les plateformes, c'est-à-dire que leurs algorithmes tiennent compte de l'activité des usagers, like, partages, enregistrement, temps passé sur les vidéos, pour maximiser la présence des usagers sur leurs interfaces.

Ce résultat est nouveau dans le cadre de l'Observatoire, en ce que la télévision comme source d'information pour les adolescents semble largement dépassée par les RSN (seulement 55% en moyenne la considèrent comme leur principal moyen d'information).

Sur les réseaux socionumériques, la structure de l'information est de ce fait instable, la hiérarchisation des informations telle que l'organisent les médias journalistiques peut être tout à fait invisibilisée, d'autant que les plateformes de Meta déclarent vouloir éviter les contenus politiques¹⁵.

Les sources principales d'information, les plus utilisées, sont donc les Réseaux socionumériques (pour 80 d'entre eux) et les discussions informelles avec la famille ou les amis (pour 70% et 60%). Les discussions sont plus courantes pour les filles et plus fréquentes dans les filières GT.

¹⁵ Le 25 juillet 2025, le groupe Meta a annoncé vouloir interdire les « publicités politiques » ou liées à des « enjeux sociaux », dont les enjeux féministes, https://www.franceinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/facebook/meta-propretaire-de-facebook-et-instagram-va-mettre-fin-aux-publicites-politiques-dans-l-ue-a-cause-des-regles-impraticables-de-bruxelles_7398700.html.

	Filles Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière Pro	Garçons Filière GT
Réseaux sociaux	88%	88%	81%	80%
Discussion avec la famille	70%	83%	55%	69%
Discussion avec les amis	53%	71%	48%	60%
Télévision	52%	64%	47%	55%
Sites d'information	21%	32%	22%	32%
Fils d'actualité	25%	31%	23%	30%
Radio	30%	30%	31%	28%
Site de chaîne de télévision	21%	23%	20%	24%
Presse écrite : Oui	8%	9%	9%	11%
Autre	3%	3%	6%	6%
Je ne m'informe pas de l'actualité	3%	2%	3%	4%
Je ne sais pas	2%	1%	4%	2%

Figure 11. Observatoire 2025, Seconde-Prémière, 6700 enquêtés, Non réponses 413. Réponses à la question: « Comment vous informez vous de l'actualité » après redressement, réponses multiples.

La télévision et les médias journalistiques restent les sources les plus fiables à leurs yeux

Les adolescents identifient cependant les médias professionnels, et d'abord la télévision et les sites d'information, comme des sources fiables.

Les adolescents des filières GT semblent davantage capables de discriminer les sources numériques professionnelles : les sites d'information de médias de presse sont choisis par 28% d'entre eux, à peine moins que ceux qui désignent la télévision (30%). Les adolescents des filières Pro privilégient la télévision (26%) dans leurs sources de confiance, mais sont plus enclins à accorder leur confiance aux réseaux socionumériques (+7 points). Les adolescents des filières agricoles se différencient peu des adolescents des filières professionnelles.

Il leur était proposé de mentionner un site dans lequel ils ont particulièrement confiance, la moitié n'a pas répondu à cette question. Parmi les sites les plus cités les médias de presse ou de télévision ont été les plus cités, ainsi que les comptes de HugoDecrypte et de Brut.

	Filles Filière Pro	Garçons Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière GT
Télévision (JT ou chaîne d'info en continu)	28%	24%	32%	27%
Site d'information (Le Monde, Ouest France, Le Parisien, Le Figaro, etc.)	17%	16%	27%	29%
Radio	5%	7%	4%	5%
Réseaux sociaux (TikTok, Instagram, X, etc.)	11%	15%	4%	7%
Presse écrite	8%	6%	11%	9%
Site de chaîne de télévision	6%	5%	4%	3%
Discussion avec la famille	5%	6%	5%	5%
Discussion avec les amis	2%	3%	1%	2%
Fils d'actualité (Google News, Apple News, Yahoo Actualité, etc.)	3%	3%	2%	2%
Je ne m'informe pas de l'actualité	3%	3%	1%	2%
Autre	1%	3%	1%	2%
Je ne sais pas	12%	11%	7%	8%

Figure 12. Observatoire 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Non réponses 0. Réponses à la question : « Quelle source d'information vous paraît la plus fiable », après redressement, réponse unique, 413 non-réponses.

L'évaluation de la qualité de l'information

Nous avons proposé des critères d'évaluation de la qualité de l'information reposant sur l'appréciation portée sur le média qui la diffuse, sur l'analyse du contenu médiatique, sur une appréciation personnelle de sa cohérence, et enfin sur les avis des internautes¹⁶.

Le premier ensemble de critères choisis suppose une analyse formelle du contenu : l'auteur est bien identifiable, l'article se réfère à des faits précis, la date et le lieu des photos sont mentionnées, les photos sont convaincantes : 73% des adolescents les ont retenus (ensemble ou de manière distincte). Les élèves des classes GT les retiennent à 79%.

Le second ensemble de critères retenus par les adolescents concerne le média (son caractère sérieux) et la confiance qu'ils lui accordent, 58% des jeunes les considèrent comme important, et c'est plus encore le cas des jeunes des lycées GT (68%).

Le troisième ensemble de critères se rapporte à leur appréciation personnelle de la cohérence de l'article (le titre correspond à l'article, l'information paraît cohérente), il est choisi par 35% des jeunes. Comme lors de nos précédentes analyses (OPNAN 2023, Jehel et Meunier, 2024), peu de différences apparaissent entre les filières.

¹⁶ Nous avons modifié en 2025 les items proposés pour apprécier les critères de l'évaluation de la qualité de l'information par les adolescents. De ce fait les comparaisons avec les résultats OPNAN 2023 Première doivent être faites avec prudence. Nous avons cependant retenu les logiques de regroupement des items en trois classes : médias, contenu, cohérence.

Ils sont en revanche peu nombreux (17%) à déclarer accorder de l'importance à la viralité ou à la popularité d'un article. Sans doute les réponses à ces questions, qui peuvent croiser des questions abordées dans leur scolarité, peuvent-elles être inspirées par la volonté de donner une bonne réponse d'un point de vue scolaire, mais il est quand même intéressant de penser qu'ils ont déjà acquis une méfiance de principe vis-à-vis de cette viralité, qui pourtant peut les attirer comme elle attire l'ensemble des usagers.

Peu de différences apparaissent selon le genre des adolescents, les principales différences sont liées aux filières suivies, les jeunes des filières Pro (du secteur agricole ou non) sont plus nombreux à ne pas pouvoir choisir de critère.

	Filles Filière Pro	Garçons Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière GT
Média	49%	49%	71%	71%
Contenu	69%	67%	82%	80%
Cohérence	34%	38%	32%	34%
Popularité	18%	18%	17%	15%
Je ne sais pas	21%	20%	6%	8%

Figure 13. OPNAN 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Non réponses 413. Réponses à la question : « Quels sont les éléments vous permettant de dire qu'une information est fiable? », après traitement des réponses, redressement.

Le partage de l'information

Les adolescents partagent largement l'information avec leurs proches, des membres de leur famille, ou des amis proches. Près de 8 sur 10 partagent de l'information avec les membres de leur famille, et plus de 6 sur 10 avec des amis proches. Ces données sont cohérentes avec le fait que les membres de la famille comme les amis font partie de leurs sources d'information.

Mais un tiers d'entre eux partage aussi de l'information avec des personnes extérieures à ce cercle rapproché, qu'il s'agisse de connaissances ou d'adultes de leur entourage extérieurs à leur famille (enseignants, éducateurs...). Le partage d'information est un peu plus répandu dans les filières GT et les milieux favorisés.

Ils publient cependant rarement leurs opinions sur les plateformes en ligne. 23% le font parfois, 6% le font souvent. Les garçons des filières professionnelles le font davantage (8%). Certains participent à des votes en ligne (pour le Prix Liberté ou pour des élections), 15% le font parfois, 3% le font souvent. La prudence dans l'expression de ses opinions politiques ou de ses choix est donc une attitude particulièrement répandue, à cet âge.

Créations et Projets médias

L'observatoire accorde une place régulière au suivi des pratiques médiatiques des adolescents, que ce soit leur participation à des ateliers en lien avec les compétences techniques médiatiques ayant également une dimension créative, ou qu'il s'agisse de leurs propres créations.

Cette année comme l'année dernière pour les classes de Seconde, nous constatons que les deux tiers des jeunes de cet âge n'ont pas participé à ce type d'atelier, ou ne s'en souviennent pas.

	Filles Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière Pro	Garçons Filière GT
Atelier informatique	☐ 13%	☐ 14%	☐ 13%	☐ 14%
Atelier vidéo	☐ 16%	☐ 15%	☐ 15%	☐ 13%
Atelier photo	☐ 12%	☐ 10%	☐ 9%	☐ 8%
Création sonore ou musicale avec diffusion, WebRadio	☐ 9%	☐ 14%	☐ 9%	☐ 11%
Création audiovisuelle- avec diffusion	☐ 7%	☐ 8%	☐ 6%	☐ 6%
Autre	☐ 7%	☐ 7%	☐ 7%	☐ 6%
Je n'y ai jamais participé ou je ne sais pas	☐ 63%	☐ 61%	☐ 67%	☐ 65%

Figure 14. OPNAN 2025, Seconde-Première, 6700 répondants, Réponses à la question : «Avez-vous déjà participé à un projet média dans un cadre éducatif», réponses multiples, après redressement, 0 non-réponse.

Pour celles et ceux qui en ont suivi, les ateliers les plus fréquemment réalisés sont des ateliers informatiques, et vidéo. Les ateliers qui débouchent sur des diffusions sont plus souvent des ateliers radio.

Ils et elles ont également des pratiques créatives autonomes. Participer à créer ou alimenter un blog ou un site, publier du contenu sonore ou musical, publier des vidéos ou des textes sur des plateformes, réseaux socionumériques ou plateformes dédiées. Ces pratiques concernent un peu plus de 3 jeunes sur 10. La publication de vidéo est la plus courante, les plateformes comme Tiktok et Instagram facilitent ce type de production. Les productions écrites sont plus souvent l'œuvre des filles.

	Filles Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière Pro	Garçons Filière GT
Un blog ou un site Internet	☐ 6%	☐ 5%	☐ 7%	☐ 7%
Du contenu audio (musique, podcast)	☐ 8%	☐ 5%	☐ 8%	☐ 7%
Une vidéo ou un Vlog	☐ 24%	☐ 24%	☐ 23%	☐ 20%
Des productions écrites publiées sur Internet (fanfiction, nouvelle)	☐ 7%	☐ 7%	☐ 5%	☐ 4%
Aucun de ces choix ou Je ne sais pas	☐ 67%	☐ 69%	☐ 67%	☐ 73%

Figure 15. OPNAN 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, Réponses à la question : « Avez-vous créé et publié cette année ou l'année dernière ..., Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent», réponses multiples, après redressement, 413 non-réponses

8. Les pratiques des jeux vidéo en ligne

Nous retrouvons, comme chaque année, chez les élèves de seconde, des différences fortes de genre en matière de pratiques de jeu en ligne. 83% des garçons y jouent souvent ou quotidiennement contre 31% des filles. Ces chiffres sont stables par rapport à l'an dernier (-1 point). Les jeux en ligne restent donc une activité masculine, même si, comme nous l'avons signalé pour 2024, depuis quelques années, nous observons une progression de la pratique des filles (Voir OPNAN 2024).

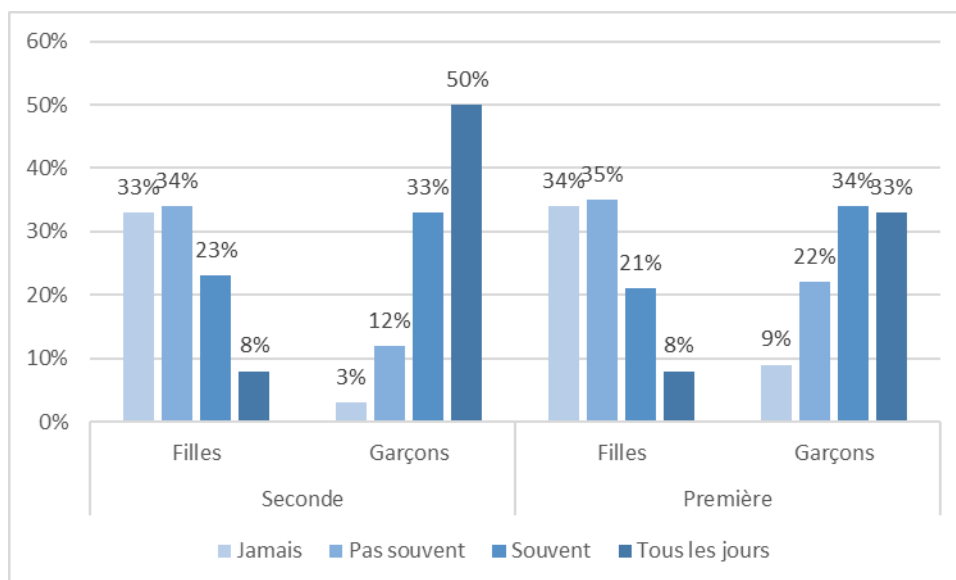


Figure 16. Observatoire 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés. 532 non réponses, Réponses à la question « Jouez-vous à des jeux en réseaux (multi-joueurs en ligne), Après redressement.

Pour la première fois, nous avons pu poser la même question aux classes de première. Les données recueillies montrent que la pratique du jeu en ligne est en nette baisse chez les élèves de première, en particulier pour la pratique quotidienne. Les garçons sont 67% (-13 points) à jouer tous les jours ou souvent. Chez les filles en revanche, la pratique reste relativement stable (29% ; -2 points).

	Seconde		Première	
	Filles	Garçons	Filles	Garçons
Jeu de tir - "First Person Shooter"	16%	55%	16%	47%
Petits jeux sur smartphone	55%	39%	50%	31%
Les jeux de sport	10%	37%	9%	27%
Les jeux de combat	8%	16%	7%	12%
Autres types de jeux	13%	16%	11%	19%
Jeux de plateforme	22%	13%	20%	15%
Les jeux d'horreur	12%	13%	11%	11%
Les jeux de stratégie	4%	10%	3%	9%
Jeux de rôle	8%	9%	6%	9%
Jeux en ligne massivement multijoueurs	5%	8%	5%	7%
Jeux vidéo MOBA	2%	5%	2%	4%
Je ne sais pas	19%	5%	24%	10%

Figure 17. Observatoire 2025, Seconde-Première, 6700 enquêtés, 325 non réponses. Réponses à la question « En ce moment, à quoi joues-tu ? ». Après redressement.

La pratique des jeux immersifs de type FPS est stable chez les filles de seconde (16%) et en recul chez les garçons de seconde (55% ; -6 points), tout comme les jeux de sport qui sont en recul aussi bien chez les filles (10% ; -7 points) que chez les garçons (37% ; - 5 points). La baisse la plus spectaculaire, chez les élèves de seconde concerne les jeux de plateformes tant chez les filles (22% ; -14 points) que chez les garçons (13% ; -9 points) ainsi que les jeux de rôle en baisse de 12 points chez les garçons (9%). Ce sont les petits jeux sur smartphone qui progressent le plus (filles = 55% ; +8 points ; garçons = 39% ; +11 points).

Entre la seconde et la première, les pratiques de jeux sont relativement stables chez les filles. La variation la plus importante concerne les jeux sur smartphone qui recule de 5 points. Chez les garçons, le recul des pratiques de jeux entre la seconde et la première est bien plus marqué. Les jeux de tirs reculent de 8 points, tout comme les jeux sur smartphone. La baisse la plus importante concerne les jeux de sports (-10 points). Ces tendances, si elles sont confirmées dans les prochaines années sont particulièrement intéressantes car elles suggèrent qu'avec l'âge, les jeunes développent des formes de régulation de leurs pratiques de jeu et en diminuent l'usage, probablement du fait d'un plus grand effort scolaire.

9.Des dépenses pour les jeux en ligne en progression

Globalement les jeunes restent prudents concernant leurs dépenses pour les jeux en ligne. Cependant, par rapport à l'an dernier, la part de ceux qui répondent ne rien dépenser chez les élèves de seconde est en recul tant pour les filles (85% ; -4 points), que pour les garçons (51% ; -4 points).

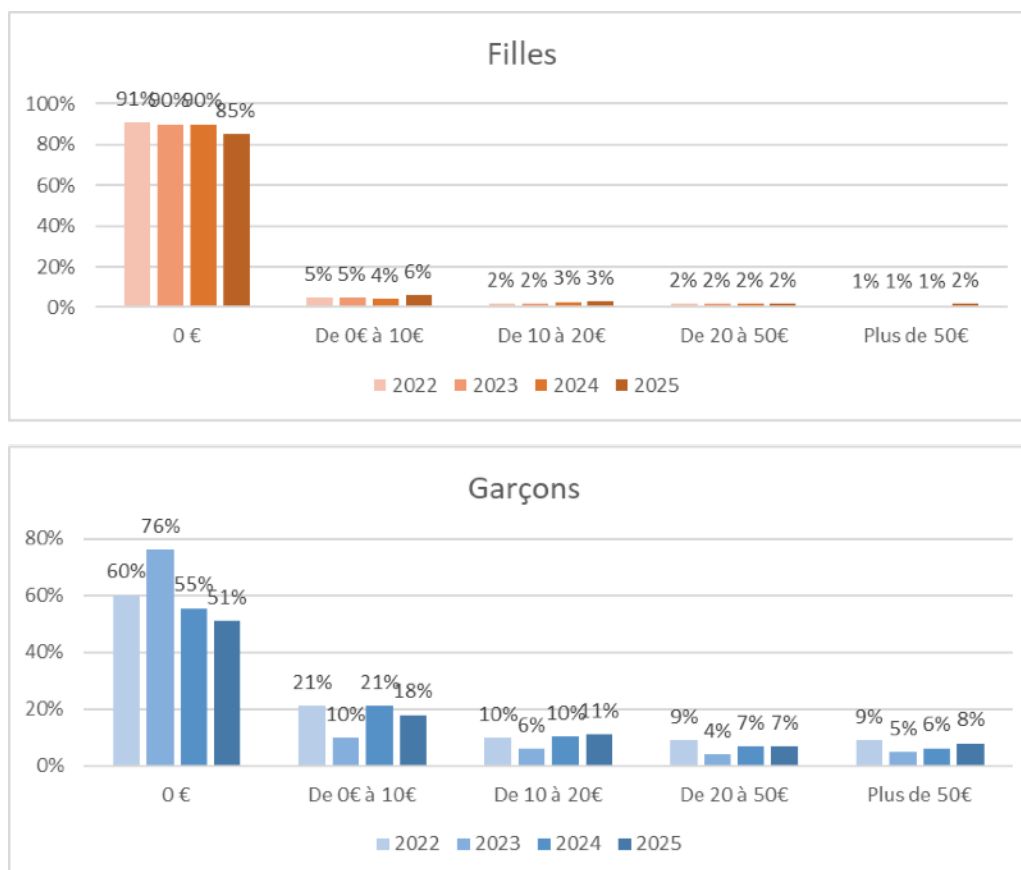


Figure 18. Observatoire 2025, Seconde, 4384 réponses. 325 non réponses. Réponses à la question « Combien dépensez-vous chaque mois dans des jeux en ligne ? ». Après redressement.

Chez les filles, ce sont les dépenses inférieures ou égales à 10 euros qui progressent le plus (+ 2 points) alors que chez les garçons, nous observons une petite augmentation des dépenses supérieures à 50 euros par mois (8% ; + 2 points).

Chez les élèves de Première, la part de ceux qui ne dépensent rien est similaire à celle des jeunes du niveau Seconde, avec huit filles sur dix (84%) et un garçon sur deux (53%), mais chez ces derniers, la part de ceux qui dépensent plus de 50 euros augmente de façon importante (12%).

S'il est rassurant de voir que les jeunes font preuve de prudence concernant leurs dépenses de jeu, **l'augmentation des dépenses supérieures à 50 euros par mois doit être un sujet de vigilance** dans les prochaines années.

La pratique des jeux d'argent ou des paris sportifs est également plutôt rare chez les élèves de Seconde. Neuf filles sur dix (93%) et huit garçons sur dix (82%) n'y jouent jamais (93%). Un garçon sur sept (15%) déclare une pratique ponctuelle des jeux d'argent soit plus de deux fois plus que les filles (6%).

En Première, la pratique ponctuelle progresse tant chez les filles (9%) que chez les garçons (19%).

10. L'exposition aux violences numériques et aux discriminations

Nous distinguons dans le questionnaire, deux types de violence : des violences à la personne et des violences par intrusion sur l'équipement.

Pour ce qui concerne les violences aux personnes, les différences de genre sont bien plus fortes que celles qui caractérisent les filières (voir Figure 18). Pour ce qui est des intrusions sur les équipements, les filières professionnelles sont moins inquiètes ce qui pourrait être lié davantage à un manque d'information qu'à une plus grande sécurité des équipements.

Comme les années précédentes, nous pouvons constater la persistance d'un **fort niveau d'inquiétude chez les filles** lors de leurs activités numériques. Les filles éprouvent des inquiétudes majeures vis-à-vis de risques de violences les visant personnellement : **crainte du harcèlement (59%)** l'éprouvent, soit deux fois plus que les garçons, qui ne sont que 32% à le redouter) et de **l'utilisation de leurs données personnelles (58%)** la redoutent), peur également des menaces, des insultes et de l'envoi d'images choquantes (Figure 18). Les filles des filières GT sont plus sensibles encore à l'utilisation des données personnelles, aux propos racistes ou extrémistes, que les autres jeunes.

L'appréhension de ces violences est en effet liée à la fois à la connaissance d'expériences malheureuses, d'autres que soi dans son entourage ou de soi-même les années précédentes, et à la connaissance de conseils de prévention. Les jeunes des filières professionnelles sont moins inquiets des vols des données personnelles (37% vs 53%, soit -16 points). Leur sensibilité aux propos racistes ou extrémistes est également moindre (29% vs 38% des jeunes en filières GT, soit -10 points¹⁷).

Les adolescents sont également nombreux à être inquiets des violences par intrusion sur leurs équipements, **la crainte des escroqueries est une angoisse majeure**, pour toutes les filières (**54%**) mais elle est davantage redoutée dans les filières GT (60% soit +10 points). C'est à peu près le **même niveau d'inquiétude que pour les virus** (61% en filière GT vs 47% en filière Pro, soit +14 points). Les jeunes des filières Pro ont tendance à être moins inquiets mais probablement aussi moins informés des risques liés aux violences sur équipements, que ce soit les escroqueries, les virus. Les élèves des formations agricoles se situent dans un entre deux, ils sont ainsi 42% à être inquiets des vols de données personnelles, 53% inquiets des escroqueries, 54% à être inquiets des virus.

¹⁷ Avec les arrondis.

De manière générale qu'est-ce qui vous inquiète sur internet ?	Filière Pro	Filière Agri	Filière GT
Violences à la personne			
Harcèlement	45%	46%	46%
Utilisation de tes données personnelles	37%	42%	53%
Menaces	40%	42%	42%
Insultes	32%	31%	32%
Propos racistes, extrémistes	29%	27%	38%
Moqueries	36%	37%	36%
Images violentes/choquantes	30%	32%	36%
Questions indiscretes	20%	20%	21%
Intrusions sur équipement			
Virus	47%	54%	61%
Escroquerie	49%	53%	60%
Fausse information	42%	45%	49%
Abonnement non voulu	21%	24%	24%
Publicités	18%	19%	23%
Rien	9%	7%	7%
Je ne sais pas	10%	9%	6%

Figure 19. OPNAN 2025, Seconde-Première, (6700 enquêtés, 18 non réponses). Réponses à la question « De manière générale, qu'est-ce qui vous inquiète sur Internet ? Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent ». Réponses multiples. Après redressement. Dans ce tableau, les filières Pro incluent les élèves des filières agricoles, la colonne du milieu est consacrée aux élèves de la filière agricole.

De manière générale qu'est-ce qui vous inquiète sur internet ?	Filles Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière Pro	Garçons Filière GT
Violences à la personne				
Harcèlement	58%	59%	31%	32%
Utilisation de tes données personnelles	46%	63%	27%	41%
Menaces	51%	52%	27%	31%
Insultes	44%	41%	19%	21%
Propos racistes, extrémistes	37%	45%	19%	30%
Moqueries	49%	48%	20%	22%
Images violentes/choquantes	40%	45%	19%	27%
Questions indiscretes	28%	27%	12%	14%
Intrusions sur équipement				
Virus	51%	62%	45%	60%
Escroquerie	51%	60%	49%	60%
Fausse information	47%	53%	36%	45%
Abonnement non voulu	21%	24%	22%	25%
Publicités	17%	21%	20%	27%
Rien	6%	3%	13%	10%
Je ne sais pas	8%	4%	13%	8%

Figure 19. OPNAN 2025, Seconde-Première, (6700 enquêtés, 431 non réponses). Réponses à la question « De manière générale, qu'est-ce qui vous inquiète sur Internet ? Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent ». Réponses multiples. Après redressement.

Lorsqu'on les interroge sur les violences subies dans l'année, les filles apparaissent bien plus souvent victimes de violences personnelles que les garçons : harcèlement (10% vs 6%), insultes, menaces ou moqueries. **Au total¹⁸, 50% des filles** (vs 36% des garçons, soit -20 points) disent avoir vécu ces violences. Pour les filles des filières professionnelles, **le pourcentage de filles est plus élevé encore (66%)**.

Cela ne doit pas minimiser les violences subies par les garçons, mais cela reste un indicateur alarmant des violences sexistes subies par les filles lors de leurs activités numériques.

Dans votre utilisation personnelle, quel(s) problème(s) avez-vous rencontré sur Internet cette année ?	Filles Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière Pro	Garçons Filière GT
Violences à la personne				
Harcèlement	13%	7%	6%	5%
Utilisation de tes données personnelles	5%	5%	4%	6%
Menaces	16%	9%	11%	9%
Insultes	20%	15%	14%	14%
Propos racistes, extrémistes	5%	9%	6%	11%
Moqueries	17%	11%	8%	8%
Images violentes/choquantes	13%	15%	10%	15%
Questions indiscrettes	13%	12%	6%	7%
Intrusions sur équipement				
Virus	6%	7%	11%	12%
Escroquerie	6%	5%	11%	11%
Fausse information	18%	20%	17%	19%
Abonnement non voulu	16%	15%	15%	12%
Publicités/spam	9%	18%	13%	19%
Rien	33%	36%	33%	35%
Je ne sais pas	12%	10%	16%	11%

Figure 20. OPNAN 2025, Seconde-Première, (6700 enquêtés, 431 non réponses). Réponses à la question « Dans votre utilisation personnelle, quel(s) problème(s) avez-vous rencontré sur Internet cette année ? Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent ». Réponses multiples. Après redressement.

Les jeunes des filières GT sont également concernés par ces violences et incivilités. Ils semblent plus impactés par des violences racistes ou extrémistes. Il serait intéressant d'explorer par des enquêtes qualitatives ces ressentis pour comprendre la part de sensibilisation à ces formes de violences, et les formes que prennent ces violences dans tous les établissements. Les élèves de filières professionnelles et en particulier les garçons

¹⁸ Pour ces calculs nous avons agrégé l'ensemble des filles qui ont vécu du harcèlement, des insultes, des menaces ou des moqueries.

semblent moins bien informés du repérage de ces violences (16% déclarent ne pas savoir s'ils en sont victimes).

Tous les jeunes semblent repérer dans leurs informations des « fausses » informations, les jeunes des filières GT sont plus sensibles au désagrément de voir leurs fils de recommandations envahis par la publicité.

Dans votre utilisation personnelle, quel(s) problème(s) avez-vous rencontré sur Internet cette année ?	Filière Pro	Filière Agri	Filière GT
Violences à la personne			
Harcèlement	☐ 10%	☐ 9%	☐ 6%
Utilisation de tes données personnelles	☐ 5%	☐ 5%	☐ 6%
Menaces	☐ 14%	☐ 12%	☐ 9%
Insultes	☐ 17%	☐ 18%	☐ 15%
Propos racistes, extrémistes	☐ 6%	☐ 5%	☐ 10%
Moqueries	☐ 13%	☐ 12%	☐ 10%
Images violentes/choquantes	☐ 11%	☐ 12%	☐ 15%
Questions indiscrètes	☐ 10%	☐ 12%	☐ 10%
Intrusions sur équipement			
Virus	☐ 8%	☐ 9%	☐ 9%
Escroquerie	☐ 8%	☐ 9%	☐ 8%
Fausse information	☐ 17%	☐ 19%	☐ 19%
Abonnement non voulu	☐ 16%	☐ 17%	☐ 14%
Publicités	☐ 11%	☐ 13%	☐ 18%
Rien	☐ 33%	☐ 32%	☐ 35%
Je ne sais pas	☐ 15%	☐ 12%	☐ 10%

Figure 21. OPNAN 2025, Seconde-Première, (6700 enquêtés, 18 non-réponses). Réponses à la question « Dans votre utilisation personnelle, quel(s) problème(s) avez-vous rencontré sur Internet cette année ? Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent ». Réponses multiples. Après redressement.

Quand on les interroge sur les contenus violents et discriminatoires qui circulent sur les plateformes, les filles sont également bien plus sensibles, du fait même de leur propre exposition à certaines violences ou moqueries (Figure 22). Elles voient davantage de discriminations liées à l'apparence physique, de discours discriminatoires à l'encontre des filles, des origines culturelles ou des convictions religieuses ou non. Les filles des filières GT sont également plus sensibles aux discours homophobes qu'elles rencontrent sur les plateformes.

Si l'on agrège l'ensemble des discriminations observées, **plus d'un jeune sur deux constate la présence de ce type de discours sur ses réseaux**. Les filles sont 65% en filières GT à en voir et à les reconnaître (57% en filières pro), les garçons moins nombreux (52% en filière GT et 45% en filière Pro). Ces données nous alertent sur le niveau de violence rencontré sur les plateformes numériques, et ne peut qu'encourager à développer des scénarios pédagogiques pour les aider à y faire face.

Sur vos réseaux sociaux, vous arrive-t-il de voir les contenus aux tendances suivantes ?	Filles Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière Pro	Garçons Filière GT
Discrimination liée au physique	42%	50%	29%	36%
Discrimination Fille/Garçon	41%	48%	28%	33%
Discrimination liée au(x) origine(s) culturelle(s)	31%	42%	26%	36%
Discrimination liée au(x) croyance(s) / au(x) conviction(s)	31%	38%	22%	30%
Discrimination liée à l'orientation sexuelle des personnes	35%	45%	25%	34%
Incitation à la haine :	32%	35%	24%	29%
Incitation à la violence	27%	27%	23%	28%
Incitation au harcèlement	31%	29%	19%	22%
Je n'ai pas vu ces contenus sur mes réseaux sociaux	16%	22%	18%	25%
Je n'utilise pas de réseaux sociaux	1%	2%	3%	3%
Je ne sais pas	28%	13%	39%	24%

Figure 22. OPNAN 2025, Seconde-Première, (6700 enquêtés, 413 non-réponses). Réponses à la question « Sur vos réseaux sociaux, vous arrive-t-il de voir les contenus aux tendances suivantes ? » Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent : Réponses multiples. Après redressement.

Les sites sur lesquels ils ont vécu des violences, sont principalement ceux des réseaux sociaux sur lesquels ils ont un compte. Instagram (24%), Tiktok (21%) et Snapchat (15%) sont les principaux sites cités par les filles. Pour les garçons, les réseaux cités sont les mêmes, dans des proportions à peine plus faibles, et 8% des garçons mentionnent aussi Discord.

Les jeunes sont peu nombreux à avoir répondu à la question qui cherchait à comprendre leurs réactions face aux violences subies (la moitié de l'échantillon). Pour celles et ceux qui l'ont fait, les actions menées sont d'abord de bloquer le message ou l'auteur des messages (42% des filles déclarent le faire), le signalement du problème au site ou à l'application (23% des filles). Les amis et les parents sont les soutiens les plus sollicités : une fille sur cinq déclare qu'elle en a parlé à ses parents, ce qui est le cas d'un garçon sur dix.

11.Des jeunes conscients de l'impact écologique de leurs usages numériques

Sept jeunes sur dix (67%) attribuent l'impact écologique des smartphones le plus important à la fabrication. Les élèves de lycée professionnel identifient moins souvent cette cause (62%) que les élèves de lycée agricole ou de MFR (65%) ou les élèves de lycée général (69%).

	Lycées enseignement professionnel	Lycées enseignement agricole & MFR	Lycées enseignement général	Total
L'utilisation d'une messagerie électronique	10%	7%	7%	7%
La fabrication des équipements numériques	62%	65%	69%	67%
Le visionnage de films sur les plateformes	11%	9%	10%	10%
Je ne sais pas	17%	19%	14%	15%

Figure 23. OPNAN 2025. Seconde-Première, 6700 enquêtés.. 67 non réponses. Réponses à la question « D'après-toi, qu'est-ce qui a le plus d'impact sur l'environnement ? ». Après redressement.

Un jeune sur deux (46%) change son smartphone tous les trois ans et plus, ce qui est très supérieur au taux observé par l'ARCEP dans le baromètre numérique 2025 (17%)¹⁹. Un tiers des élèves interrogés le change tous les deux ans. Les jeunes renouvellent donc moins souvent leur smartphone et ce n'est pas forcément lié à des considérations économiques puisque les CSP+ sont plus nombreux (50%) à le conserver trois ans ou plus (contre 45% pour les CSP-). Ce n'est pas non plus lié à une proximité avec les préoccupations environnementales puisque les jeunes des lycées agricoles et des MFR sont moins nombreux à changer leur smartphone tous les trois ans (42%) que les élèves de lycées professionnels (46%) ou de lycées général et technologique (47%).

	Lycées enseignement professionnel	Lycées enseignement agricole & MFR	Lycées enseignement général	Total
0	16%	14%	17%	16%
1	18%	20%	22%	21%
2	20%	21%	21%	21%
3	11%	12%	10%	11%
Plus de 3	30%	29%	25%	27%
Je ne sais pas	6%	4%	5%	5%

Figure 24. OPNAN 2025. Seconde-Première, 6700 enquêtés. 67 non réponses. Réponses à la question « Combien de smartphones inutilisés as-tu gardé chez toi ? ». Après redressement.

Près de six jeunes sur dix ont moins de trois portables inutilisés chez eux (58%), ce qui est plutôt modeste et correspond à la moyenne observée par d'autres sources comme l'ARCEP (Baromètre 2025). Quand on compare les types d'établissement, c'est dans les lycées d'enseignement général et technologique que la part des élèves gardant trois smartphones inutilisés ou plus est la plus faible (35%) contre 41% dans les lycées professionnels ou les lycées agricole.

¹⁹ ARCEP - Baromètre numérique 2025 - <https://www.arcep.fr/actualites/actualites-et-communiques/detail/n/equipements-et-usages-du-numerique-190325.html>

	Lycées enseignement professionnel	Lycées enseignement agricole & MFR	Lycées enseignement général	Total
20%	15%	14%	16%	16%
40%	25%	28%	29%	28%
60%	29%	26%	27%	27%
80%	12%	12%	10%	11%
Je ne sais pas	19%	19%	17%	18%

Figure 25. OPNAN 2025. Seconde-Première, 6700 enquêtés. 67 non réponses. Réponses à la question « D'après toi, quelle proportion d'un smartphone peut être recyclée ? ». Après redressement.

Près d'un élève sur sept (75%) estime la part recyclable d'un smartphone à 60 % ou moins ce qui est en deçà des évaluations faire par l'ADEME qui les situent aux alentours de 75 à 80%²⁰ et même plus en fonction des modèles de smartphone et la prise en compte de la valorisation énergétique liée à l'incinération de certains composants. Les élève de CSP+ (77%) sont plus nombreux que les CSP- (72%) à sous évaluer cette part recyclable en la situant à 60% ou moins).

Nous n'observons pas de différence en fonction du type d'enseignement. A peine un élève sur dix situe la part recyclable aux alentours de de 80 %. Les élèves de lycées professionnels et de lycées agricoles sont un peu plus nombreux (12%) que les élèves de lycées de l'enseignement général et technologique (10%) à évaluer correctement cette part.

12.Diversité des pratiques de protection de la vie privée

Les pratiques de protection de la vie privée : une grande variété de techniques, de fortes différences selon le genre et la filière

L'analyse des réponses des jeunes face aux violences subies (fiche 10) du recours au blocage ou au signalement, dans le cadre de l'exposition à des situations jugées dérangeantes en ligne, montre une propension plus grande des filles à réagir, en bloquant l'auteur du message dérangeant (42%) et en signalant le problème au site ou à l'application (23%). Les garçons, dans les mêmes situations, sont deux fois moins nombreux à bloquer l'auteur ou le message (25%) et moins nombreux aussi à faire un signalement (21% en filière GT et 14% en filières Pro)²¹.

Indépendamment du genre et de la filière, les jeunes utilisent de nombreuses techniques destinées à protéger leur vie privée, mais les filles en connaissent moins.

²⁰ <https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/7575-comment-adopter-la-sobriete-numerique--9791029724237.html>

²¹ Ces pourcentages sont calculés sur les jeunes qui ont répondu à cette question (3680 sur 6700).

	Filles Filière Pro	Filles Filière GT	Garçons Filière Pro	Garçons Filière GT
Je bloque les publicités	☐ 30%	☐ 28%	☐ 35%	☒ 43%
Je refuse les Cookies	☐ 43%	☐ 52%	☐ 39%	☐ 52%
J'utilise un moteur de recherche sécurisé	☐ 6%	☐ 11%	☐ 13%	☒ 16%
J'utilise un navigateur sécurisé	☐ 17%	☐ 28%	☐ 21%	☒ 37%
J'utilise un navigateur en fenêtre privée	☐ 18%	☐ 20%	☐ 27%	☐ 28%
Je configure mes comptes en privé	☒ 44%	☒ 51%	☐ 25%	☐ 33%
Je déclare une fausse date de naissance	☐ 37%	☒ 54%	☐ 37%	☐ 54%
J'utilise un pseudo	☐ 40%	☐ 54%	☐ 48%	☐ 66%
J'utilise un VPN gratuit	☐ 4%	☐ 7%	☐ 11%	☒ 15%
J'utilise un VPN payant	☐ 2%	☐ 3%	☐ 7%	☒ 9%
Je supprime les notifications	☐ 24%	☐ 32%	☐ 26%	☐ 35%
J'utilise une messagerie chiffrée	☐ 11%	☒ 26%	☐ 17%	☐ 28%
Je ne fais rien	☐ 9%	☐ 7%	☐ 11%	☐ 6%
Je ne sais pas	☐ 12%	☐ 8%	☐ 13%	☐ 7%

Figure 26. OPNAN 2025. Seconde-Première, A la question posée... Figure 21. OPNAN 2025 (6700 enquêtés, 420 non-réponses). Réponses à la question « Quelles sont les techniques que vous utilisez pour protéger votre vie privée ? Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent ». Réponses multiples. Après redressement.

Nous constatons des écarts significatifs entre les pratiques. Quatre pratiques sont utilisées par plus du tiers des jeunes. L'utilisation de pseudonymes (54%), le refus de cookies (49%), la dissimulation de son âge (48%) ainsi que la configuration de comptes en privé (40%), sont les pratiques les plus répandues.

Dans les filières GT, les garçons ont tendance à multiplier leur arsenal de protection. Près de 7 garçons sur 10 utilisent des pseudos (66%) la moitié dissimule sa date de naissance (54%) ou refuse les cookies (52%). Ils sont aussi les plus nombreux à bloquer les publicités (43%), à utiliser un navigateur sécurisé (comme Mozilla Firefox ou Brave) (37%) et à supprimer les notifications (35%).

La moitié des filles, scolarisées dans les mêmes filières GT, utilisent aussi des pseudos, dissimulent leur date de naissance, refusent les cookies et configurent leurs comptes en privé. Du côté des filières Professionnelles, les filles utilisent davantage de techniques de protection de leur vie privée que les garçons, mais elles sont toujours moins nombreuses que les filles en filière GT à utiliser chacune des techniques.

Selon la nature des techniques de protection, les garçons des filières Pro semblent plus armés que les filles des mêmes filières : ils utilisent plus de pseudos, plus de messageries

chiffrées, de fenêtres privées, de navigateur sécurisé ou de VPN mais configurent moins souvent leurs comptes de réseaux sociaux numériques en privé.

Des différences paradoxales

Les Garçons des filières GT se saisissent de toutes les opportunités pour préserver la vie privée, manifestant une bonne connaissance des outils. Les filles des mêmes filières le font mais à un niveau un peu moindre.

Ces différences nous ont conduits à proposer quelques hypothèses.

L'hypothèse que l'on pourrait avancer est que le fait, pour les filles, de développer davantage d'échanges avec leurs parents, d'être davantage suivies dans leurs activités, pourrait les conduire à être finalement un peu moins autonomes que les garçons.

Du côté des filières Professionnelles, un paradoxe apparaît entre le fait d'être plus nombreux à n'utiliser aucune des techniques proposées (11%) ou à ne pas savoir donc à ne pas les connaître (13%) et le fait que certains utilisent des techniques assez pointues comme les VPN, payants (7%) ou gratuits (11%).

Le rôle de la médiation parentale

La première hypothèse est celle relative au poids de la médiation parentale.

La médiation parentale a plusieurs effets sur les adolescents. Les échanges réguliers avec les parents leur permettent de développer davantage d'autonomie et de techniques de protection. Les jeunes qui déclarent que leurs parents ne savent rien de leurs activités numériques ou ne s'y intéressent pas sont aussi ceux qui utilisent le moins de techniques de protection de leur vie privée.

La consultation des sites pornographiques incitation à certaines techniques de protection

La seconde hypothèse est celle relative au poids des pratiques de consultation de programmes pornographiques. Le croisement des données relatives à la consultation de programmes pornographiques et des mesures de protection de la vie privée, fait apparaître un lien fort entre les deux : la plupart des techniques sont d'autant plus mises en œuvre que les jeunes consultent des sites sexuels, et c'est particulièrement net pour l'usage des VPN.

	Je ne sais pas	Jamais	Parfois	Souvent
Je bloque les publicités	34,20%	33,00%	35,80%	38,60%
Je refuse les Cookies	42,40%	50,90%	47,30%	41,50%
J'utilise un moteur de recherche sécurisé	9,40%	11,00%	15,30%	16,70%
J'utilise un navigateur sécurisé	23,70%	26,60%	31,10%	29,20%
J'utilise un navigateur en fenêtre privée	27,70%	16,50%	34,90%	40,80%

Je configure mes comptes en privé	33,70%	43,90%	35,00%	28,70%
Je déclare une fausse date de naissance	44,00%	47,10%	54,10%	50,10%
J'utilise un pseudo	54,70%	52,20%	60,70%	56,20%
J'utilise un VPN gratuit	9,90%	7,70%	12,30%	17,80%
J'utilise un VPN payant	5,40%	4,20%	6,70%	10,10%
Je supprime les notifications	30,40%	30,80%	31,40%	29,40%
J'utilise une messagerie chiffrée	20,60%	23,30%	24,90%	22,50%
Je ne fais rien	9,00%	7,10%	7,10%	10,30%
Je ne sais pas	16,40%	8,60%	7,50%	8,70%

Figure 27. OPNAN 2025. Seconde-Première, (6700 enquêtés, 420 non-réponses). Croisement des réponses à la question « Quelles sont les techniques que vous utilisez pour protéger votre vie privée ? Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent ». Réponses multiples, et des réponses à la question « consultez-vous des sites à caractère sexuel » (Je ne sais pas, Jamais, Parfois, Souvent). Après redressement.

13. À retenir

Équipement numérique personnel des adolescents

- 2 supports principaux : le Smartphone (94%) et l'Ordinateur (93%)
- Un équipement genré : une fille sur deux possède une tablette (50%) (vs 44% des garçons) ; 9 garçons sur dix (86%) disposent personnellement d'une console de jeu (vs 64% des filles).
- La télévision dans la chambre reste très présente (84%).
- Quatre jeunes sur dix disposent d'un objet connecté (montre, bracelet, lunettes...).

Les usages intenses du smartphone

- 7 jeunes sur 10 estiment passer 3 heures par jour ou plus, et la moitié quatre heures ou plus. 8 filles sur 10 (vs 7 garçons sur 10).
- 76% de celles et ceux qui déclarent ces durées longues, déclarent aussi souhaiter y passer moins de temps.

Une médiation parentale fondée sur la confiance, avec des clivages

- Près de 4 jeunes sur 10 (39%) ont des parents qui imposent des limites ou demandent une forme de suivi (présence sur certains comptes, géolocalisation ou contrôle parental).

- 70 % des jeunes interrogés estiment que leurs parents leur font confiance.
- Mais un tiers des jeunes ont des parents qui ne semblent pas s'intéresser aux activités numériques de leurs enfants (37%).

Des usages riches et diversifiés du numérique

- Des usages culturels (écoute de musique, visionnage de vidéos courtes et de séries) qui leur permettent la réalisation de leurs droits culturels fondamentaux.
- Une sociabilité outillée par les messageries instantanées (85% des adolescents les utilisent).
- Des pratiques vidéoludiques intenses chez les garçons (75% y jouent souvent).

La place centrale des Réseaux socionumériques dans les activités numériques des adolescents et adolescentes

- Le nombre moyen de réseaux sociaux a encore progressé : les adolescents sont inscrits en moyenne sur 8 RSN. Plus de 8 jeunes sur 10 ont un compte sur Snapchat, Instagram, Youtube, Tiktok.
- 8 filles sur 10 ont également un compte sur WhatsApp et Pinterest.
- Les garçons sont plus présents sur Twitch et Discord (culture vidéoludique), et sur X, Telegram ou Reddit (moins régulés).
- Snapchat sert à transmettre l'information scolaire (Groupes classe) pour 7 élèves sur 10.
- Les inscriptions sont précoces : 51% des filles étaient sur Tiktok avant 13 ans, 41% de garçons ; 38% des filles et 34% des garçons étaient sur Instagram avant 13 ans.

Influenceurs préférés des adolescents

- Les trois influenceurs préférés étaient en 2025 : Inoxtag, Squeezie, Lena Situations
- Les influenceurs aux contenus virilistes sont très présents sur leurs comptes, Nasdas est placé 5^e.

Les pratiques informationnelles des adolescents

- Les Réseaux socionumériques (RSN) sont devenus le premier moyen d'information pour 80% d'adolescents.
- Les discussions informelles avec les parents et les amis constituent également un moyen privilégié d'accès à l'information.
- La télévision et les médias journalistiques restent les sources les plus fiables.
- La confiance dans les RSN est plus forte dans les filières professionnelles.
- L'évaluation de la qualité de l'information se fait d'abord par une analyse formelle du contenu, par la nature du média qui en est la source, et par l'appréciation de la cohérence de l'article. La viralité du contenu ne semble pas un critère pour plus de 8 jeunes sur 10.
- 1 jeune sur 5 dans les filières professionnelles ne peut pas choisir de critère.
- Les adolescents partagent de l'information mais plus souvent avec leurs proches (8 sur 10 avec des membres de leur famille, 6 sur 10 avec des amis).
- Ils publient rarement leurs opinions en ligne.

Education aux médias et à l'information

- 6 jeunes sur 10 n'ont jamais bénéficié de ce type de formation, ou ne s'en souviennent pas.

Pratiques créatives personnelles

- 3 jeunes sur dix déjà publié une vidéo ou du contenu audio, ou participé à un site internet, ou publié un texte (fanfiction...).

Pratiques vidéoludiques

- Les jeux en ligne restent donc une activité masculine malgré une progression de la pratique des filles.
- Un recul des jeux de sport chez les garçons et des jeux de plateaux chez les filles.
- Une réduction des pratiques de jeux entre la seconde et la première qui suggère des formes de régulations de l'usage qui s'installent avec l'âge.

Dépenses en ligne

- Globalement les jeunes restent prudents concernant leurs dépenses pour les jeux en ligne malgré un recul de ceux qui déclarent ne rien dépenser, tant chez les filles que chez les garçons.
- Une légère augmentation des dépenses supérieures à 50 euros qui appelle à la vigilance.
- Une pratique ponctuelle des jeux d'argent en progression tant chez les filles que chez les garçons.

Expositions aux violences

- Persistance du niveau d'inquiétude des filles, notamment vis-à-vis du harcèlement (59%) et des l'utilisation de leurs données personnelles (58%).
- Les jeunes des filières GT sont plus inquiets que les autres des escroqueries (60%), et des virus (61%).
- Les atteintes graves à la personne comme le harcèlement, les menaces sont vécues un peu plus souvent par les filles. Les filles des filières professionnelles sont 13% à déclarer avoir subi du harcèlement, 16% des menaces, 20% des insultes.
- **50% des filles** (vs 36% des garçons, soit -20 points) disent avoir vécu harcèlement, insultes menaces ou moqueries, c'est le cas de 66% des filles des filières professionnelles.

Un univers numérique discriminatoire

- 65% des filles des filières GT constatent des discours discriminatoires sur leurs fils de recommandation.
- Ce sont les ESN sur lesquels ils et elles sont le plus souvent que ces violences se produisent : Instagram, Tiktok et Snapchat sont les premiers cités.
- Face à ces violences, les filles bloquent l'auteur des messages, un quart d'entre elles fait un signalement, une sur cinq en parle à ses parents.

Des jeunes conscients de l'impact écologique de leurs usages numériques

- L'impact écologique des smartphones est principalement attribué à la fabrication.
- Près de six jeunes sur dix ont moins de trois portables inutilisés chez eux.
- Les jeunes sont nombreux à sous-estimer la part recyclable d'un smartphone.

Diversité des pratiques de protection de la vie privée

- L'utilisation de pseudonymes (**54%**), le refus de cookies (**49%**), la dissimulation de son âge (**48%**) ainsi que la configuration de comptes en privé (**40%**), sont les pratiques les plus répandues.
- Les garçons des filières GT sont ceux qui utilisent le plus de techniques.
- La médiation parentale joue un rôle important : les jeunes les plus suivis sont aussi ceux qui utilisent (et connaissent) le plus de techniques de protection.
- Les jeunes les moins suivis par les parents sont ceux qui en connaissent le moins.
- Les garçons qui consultent plus de sites à caractère sexuel utilisent aussi davantage de techniques complexes de protection de leur identité (fenêtre en privé, VPN).