

# GÉNÉRATION SCROLL

## RÉSEAUX SOCIAUX ET DÉSINFORMATION : LES INFLUENCEURS EN PREMIÈRE LIGNE

Septembre 2025

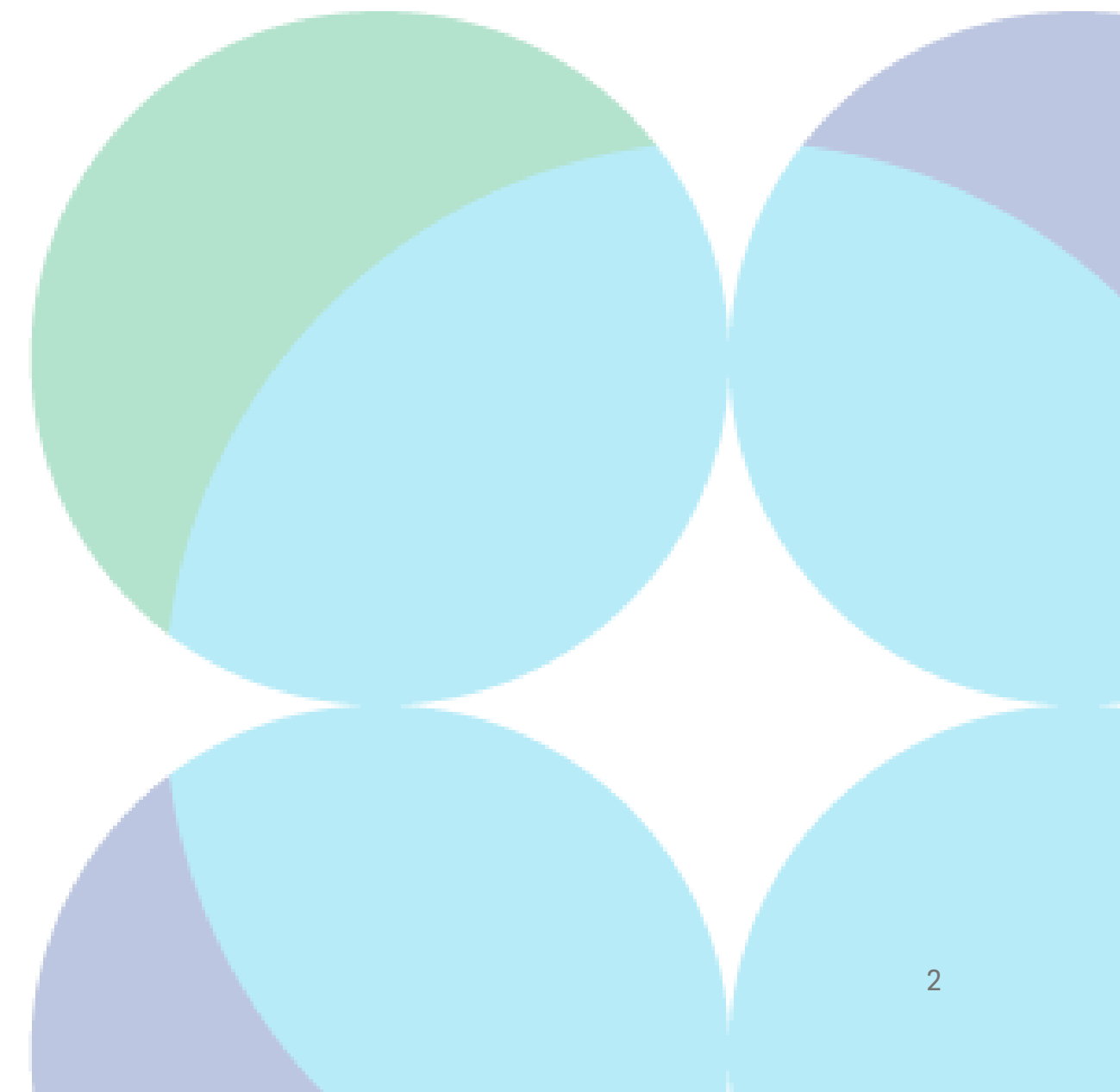


**Destin  
Commun**  
More in Common France

# Destin Commun

Destin Commun est un think tank expert de l'opinion. A travers une méthodologie inédite fondée sur la psychologie sociale, il analyse les mécanismes de division et de polarisation et identifie des lignes de force susceptibles de rassembler les Français, en partenariat avec divers acteurs de la société civile et institutions.

Destin Commun est une association de loi 1901, aconfessionnelle et non partisane. C'est la branche française du réseau More in Common, créé en 2017 et présent également au Royaume-Uni, en Allemagne, en Pologne, en Espagne, aux Etats-Unis et au Brésil.



# La segmentation par systèmes de valeurs de Destin Commun

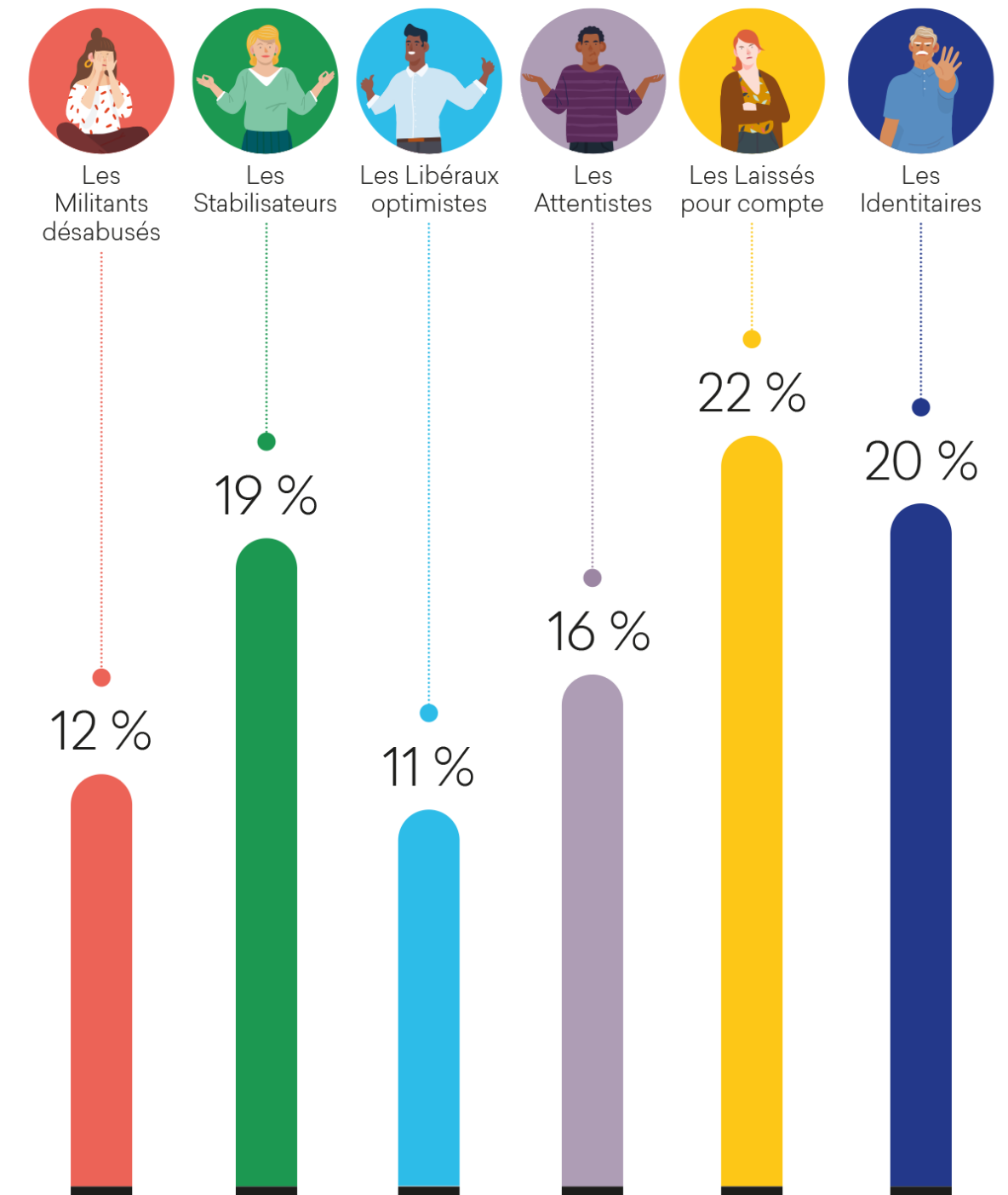
**Notre méthodologie de recherche est fondée sur la recherche en psychologie sociale.**

- Identification de systèmes de valeurs fondés sur différents critères :



- Segmentation obtenue par analyse typologique (clustering).
- Aucune caractéristique socio-démographique, y compris l'auto-positionnement politique, ne sont mobilisées pour réaliser notre segmentation. Elles sont utilisées a posteriori.

Sur une grande diversité d'enjeux, l'appartenance à ces familles s'avère particulièrement prédictive des opinions et des comportements.



# Les enseignements clés de l'étude

## Zoomers : une bascule générationnelle dans le rapport aux réseaux sociaux et à l'information

Si Instagram et Youtube restent les réseaux les plus utilisés toutes générations confondues, les Zoomers (18-24 ans) sont la seule génération à utiliser massivement TikTok (73%), et très peu Facebook (40%). Ils sont aussi la première génération qui utilise les réseaux sociaux comme principal canal pour s'informer. Sur les réseaux, ils consultent davantage des contenus d'influenceurs que ceux de leurs proches, et 60% d'entre eux ont une bonne image des créateurs de contenus, vs. seulement 25% des Français.

## De l'addiction au brain rot : les risques des réseaux sociaux pour la santé mentale et la résilience démocratique

Les participants à l'enquête expriment eux-mêmes des symptômes relevant de l'addiction aux réseaux sociaux (craving, sensation de manque et difficulté de sevrage...) et reconnaissent largement leurs effets négatifs sur leur santé mentale (fatigue, perte de concentration, déprime).

Mais ils décrivent aussi le phénomène plus préoccupant mais moins commenté de "brain rot" (pourrissement du cerveau) : l'exposition à un volume massif de contenus, même insignifiants ou vides de sens, produit un effet anesthésiant qui affaiblit la capacité de discernement et de réaction face à des contenus faux, violents ou dégradants.

## Entre défiance, confusion et info-anxiété, un rapport pathologique à l'information

La confiance des Français envers les médias, publics comme privés, et les journalistes est inférieure à 50%, mais elle est encore plus faible s'agissant des réseaux sociaux.

Dans un univers informationnel marqué par l'instantanéité et le sensationnalisme, les trois quarts des Français ont du mal à faire la distinction entre faits et opinions sur les réseaux sociaux.

Entre addiction et overdose, 60% des Français disent limiter leur consommation d'information parce qu'elle est trop déprimante, mais 66% disent tout de même s'informer sur les réseaux sociaux.

## Désinformation : les influenceurs en première ligne

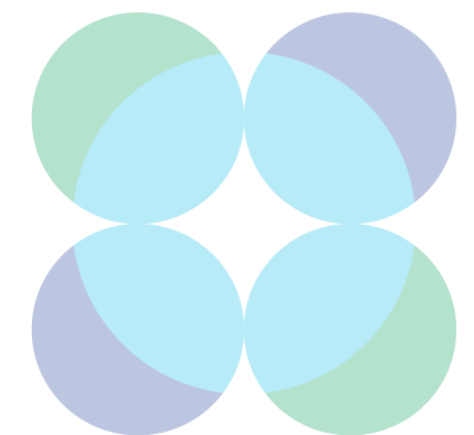
62% des personnes qui suivent des influenceurs indiquent que ceux-ci traitent des sujets d'actualité, et 78% de ceux qui suivent des influenceurs disent voir des informations fausses sur les réseaux. Les créateurs de contenus, très appréciés par les jeunes, sont perçus comme plus créatifs et drôles que les journalistes, mais beaucoup plus susceptibles de partager des contenus de désinformation.

Alors que la plupart des Français n'ont pas le réflexe de vérifier les informations douteuses qu'ils voient, l'immense majorité (91%) considère qu'il est de la responsabilité des influenceurs de vérifier la véracité des contenus qu'ils postent. Ils sont aussi très inquiets (74%) du risque de manipulation par des créateurs de contenu à forte notoriété.

Les trois quarts (76%) reconnaissent néanmoins aussi la pression à laquelle les influenceurs font face, et déplorent qu'ils soient trop souvent incités à exprimer leur opinion sur des sujets polémiques ou sensibles.

## Régulation et modération des réseaux sociaux : un large consensus dans l'opinion

7 Français sur 10 considèrent qu'il n'y a pas assez de modération et trop de contenus problématiques sur les réseaux sociaux, et 72% des parents d'enfants mineurs sont favorables à l'interdiction de la création de comptes aux moins de 15 ans. 46% sont aussi favorables à l'interdiction de la vente de smartphones aux moins de 15 ans.



# Méthodologie des enquêtes quantitatives

## Enquête sur les réseaux sociaux et le rapport aux influenceurs

### Echantillon :

3 025 personnes représentatives de la population métropolitaine âgée de 18 ans et plus. Représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession, niveau de diplôme et région)

### Mode de recueil :

Enquête auto-administrée en ligne

### Dates :

Du 21 décembre 2024 au 02 janvier 2025

## Enquête sur les enfants en ligne auprès de parents



### Echantillon :

2 005 parents, échantillon représentatif de la population des parents dont au moins l'un des enfants est âgé de moins de 18 ans. Représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe et âge), et redressement opéré sur les critères de sexe, d'âge, de la profession, du nombre d'enfants, du type de famille (monoparentale ou couple avec enfants).

### Mode de recueil :

Enquête auto-administrée en ligne

### Dates :

Du 14 au 24 avril 2025

*L'analyse de ces terrains d'enquête est complétée par des données issues de précédentes enquêtes, tant quantitatives que qualitatives, réalisées par Destin Commun. Les dates des terrains sont à chaque fois indiquées.*

# Rapport aux réseaux sociaux et aux influenceurs :

## Les différents publics au sein de notre enquête

### ENSEMBLE

Ensemble des Français

(échantillon représentatif, N = 3025)

### UTILISATEURS DE RESEAUX SOCIAUX

Consulte au moins un réseau social par semaine

**92% de l'ensemble**

### S'INFORME SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Déclare s'informer sur l'actualité à partir des réseaux sociaux

**66 % de l'ensemble**

### SUIT UN OU DES INFLUENCEURS

Est abonné ou consulte au moins un influenceur ou créateur de contenu

**43 % de l'ensemble**

# Méthodologie de l'enquête qualitative :

## Focus sur les publics les plus exposés à des risques de désinformation

**Suite à l'analyse quantitative, deux groupes de valeurs sont apparus comme particulièrement exposés à un risque de désinformation via les réseaux sociaux :**

- les jeunes Attentistes du fait de leur très forte consommation de réseaux sociaux et de contenus de créateurs et d'influenceurs,
- les Laissés pour compte du fait de leur défiance profonde envers les médias.

2 groupes de discussion ont ainsi été organisés avec des utilisateurs réguliers d'au moins deux réseaux sociaux :

- A Paris le 19 février 2025 : 6 Attentistes de 15 à 20 ans de plusieurs départements d'Ile-de-France,
- A Caen le 25 février 2025 : 6 Laissés pour Compte de 23 à 41 ans.

|                                      | <b>Attentistes</b>                                                                                     | <b>Laissés pour compte</b>                                                                  |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Usage des réseaux sociaux</b>     | Très présents sur tous les réseaux, notamment TikTok                                                   | Plus faible mais grand usage de Facebook et YouTube                                         |
| <b>Canal d'information principal</b> | Réseaux sociaux puis télévision, très faible recours à la radio ou presse écrite                       | Réseaux sociaux, très faible recours aux médias traditionnels                               |
| <b>Rapport à l'actualité</b>         | Suivent peu l'actualité mais considèrent souvent légitime qu'on incite un influenceur à se positionner | Suivent moins l'actualité car elle les déprime et se sentent mal représentés par les médias |
| <b>Lien avec les influenceurs</b>    | Ont souvent l'impression d'avoir un lien personnel avec des influenceurs                               | Lien faible mais forte exposition indirecte via YouTube/Facebook                            |

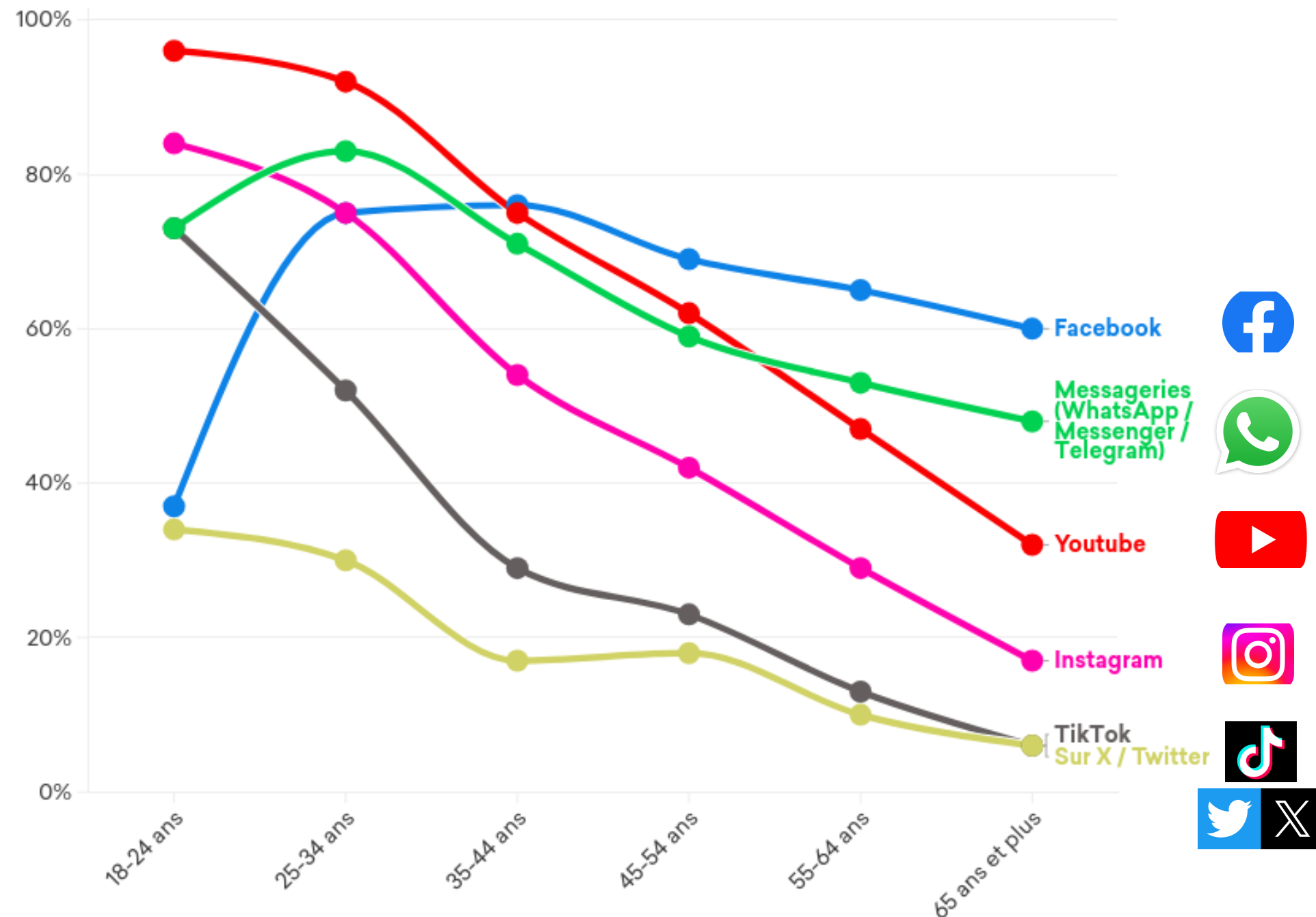
**1.**

# **Réseaux sociaux, addiction et santé mentale : les Français inquiets mais lucides**

# Usage universel mais rupture générationnelle : à chaque génération ses plateformes

À quelle fréquence consultez-vous les plateformes et les réseaux sociaux suivants ?

Réponse : au moins une fois par semaine - Base : Ensemble



**92 % des Français utilisent au moins un réseau social chaque semaine.**

A chaque génération, au moins une plateforme est utilisée par plus de 60% des personnes. Les usages varient toutefois selon les générations. Chez les moins de 35 ans, YouTube et Instagram dépassent les 70 % d'utilisateurs réguliers, et restent majoritaires jusqu'à 45 ans. 73 % des 18-24 ans utilisent également TikTok chaque semaine, mais son usage chute fortement après 35 ans.

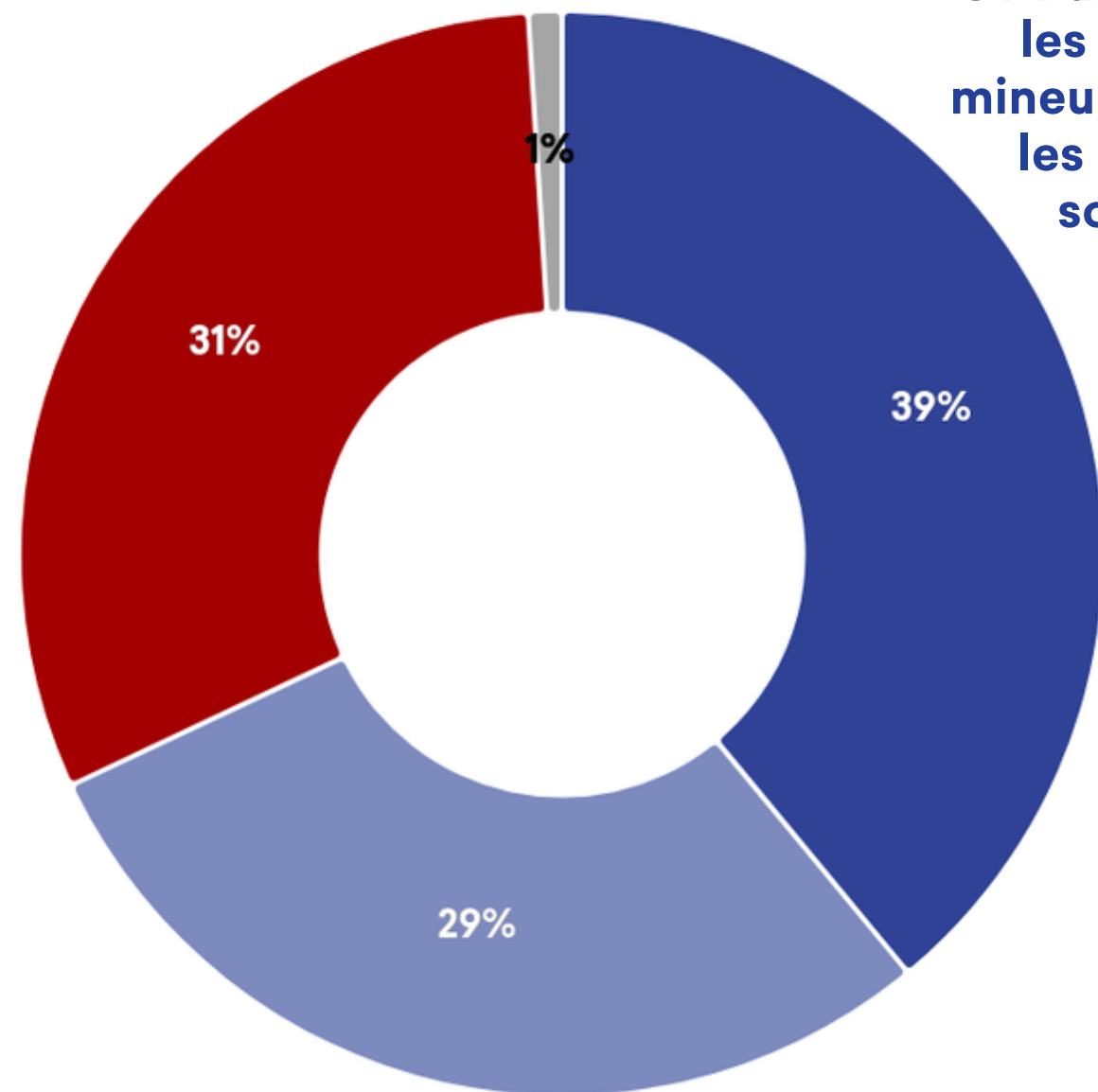
Facebook s'impose comme la plateforme des plus âgés : il est utilisé chaque semaine par 60 % des plus de 65 ans, contre moins de 40 % des 18-24 ans.

Ces résultats révèlent aussi une rupture générationnelle, les Zoomers étant la seule génération à utiliser deux fois plus TikTok que Facebook.

# Jeunes mineurs : 68% des parents déclarent que leurs enfants utilisent les réseaux sociaux

En général et à votre connaissance, votre ou vos enfants utilisent-ils les réseaux sociaux ?

● Oui, ils les utilisent plutôt souvent ● Oui, ils les utilisent de temps en temps  
● Non, ils ne les utilisent pas ● Je ne sais pas

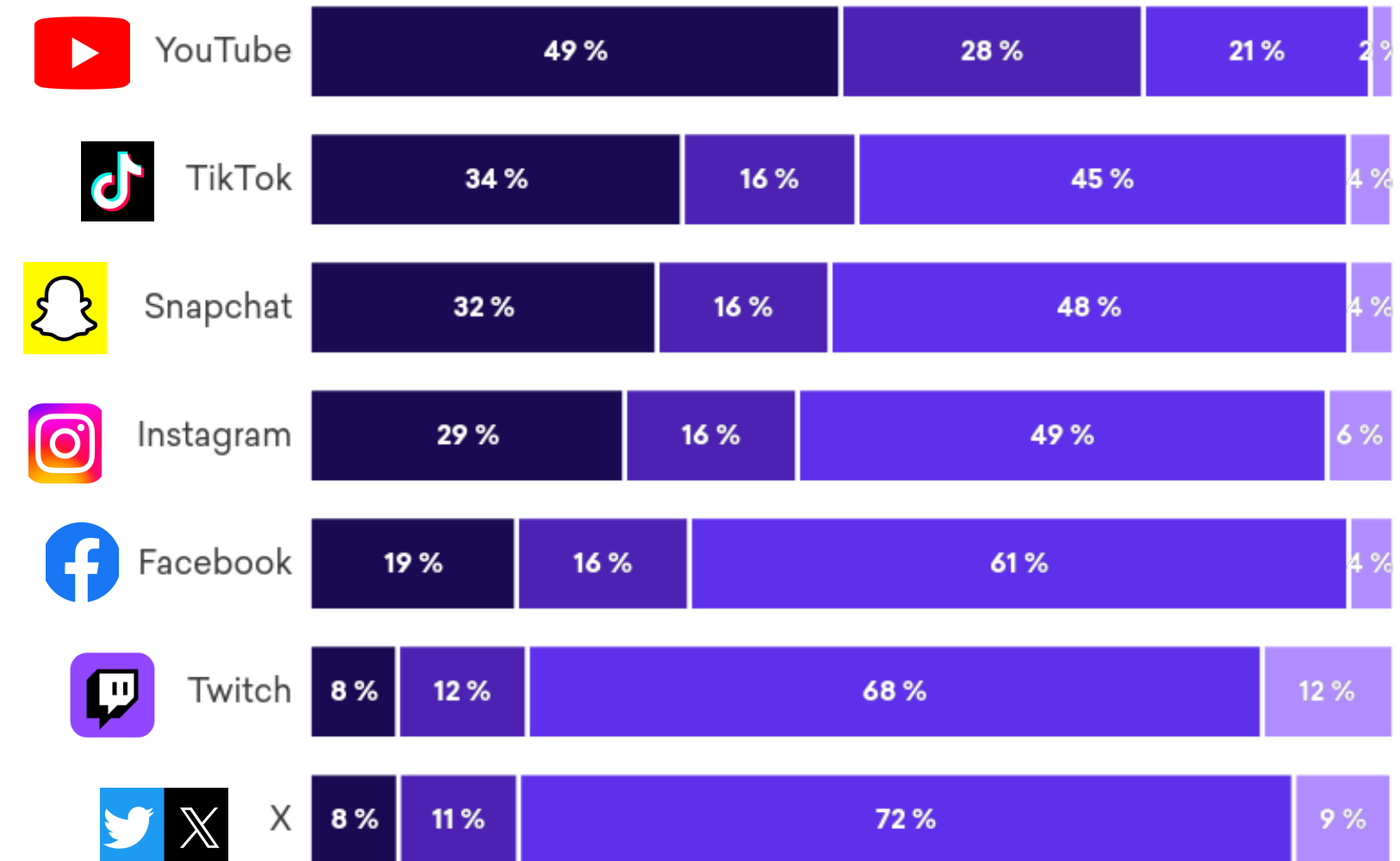


**ST Parents dont les enfants mineurs utilisent les réseaux sociaux 68%**

Source : Destin Commun, avril 2025, N = 2 005 parents

A votre connaissance, votre ou vos enfants consultent-ils les réseaux sociaux et plateformes suivantes ?

● Oui, plusieurs fois par semaine ● Oui, mais peu souvent ● Non, quasiment jamais ou jamais  
● Je ne sais pas



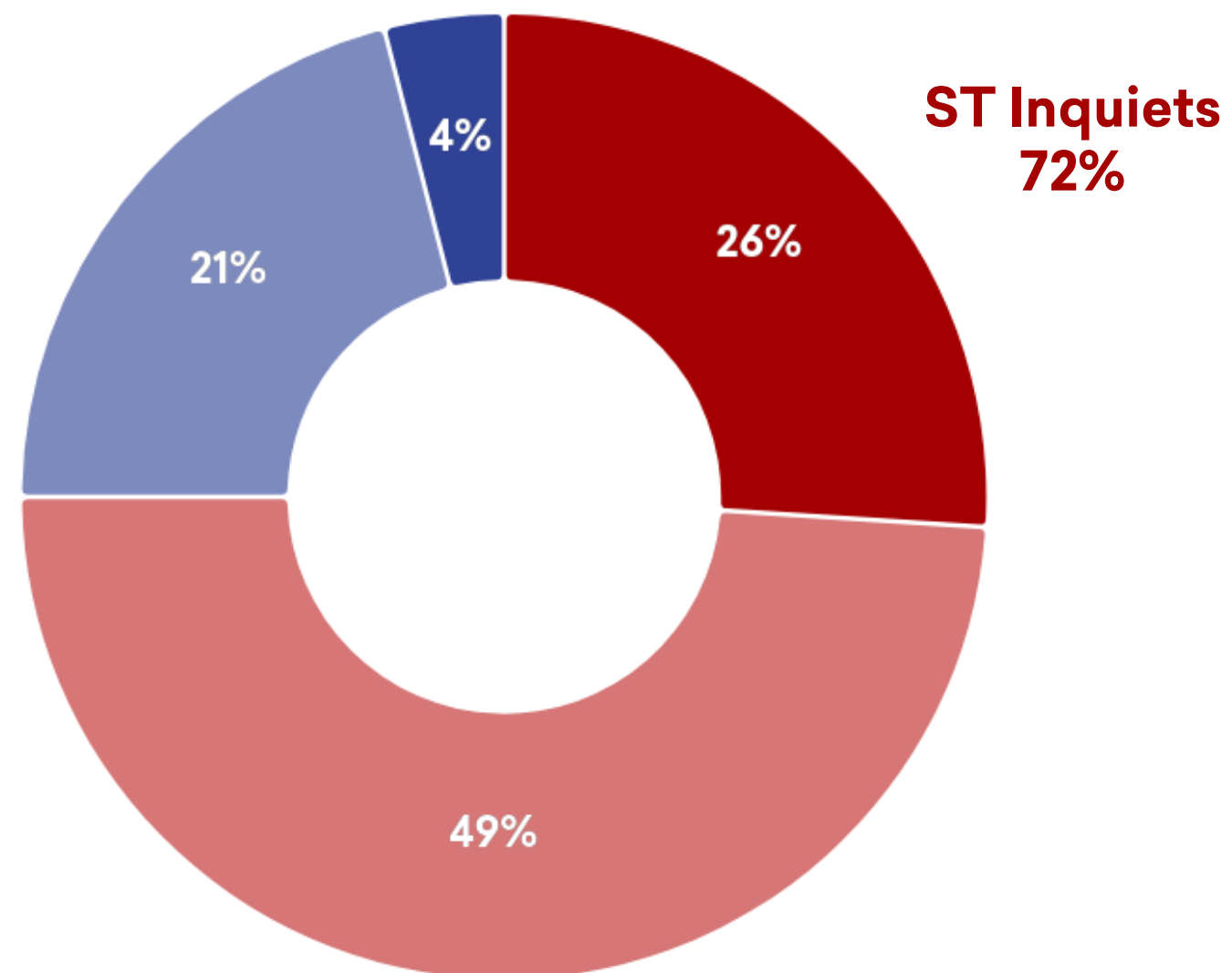
Source : Destin Commun, avril 2025, N = 2 005 parents

# 7 parents sur 10 sont inquiets quand leurs enfants mineurs se rendent en ligne ou sur les réseaux sociaux

Êtes-vous inquiet(e) lorsque votre ou vos enfants se rendent sur internet ou les réseaux sociaux ?

Parents qui ont des enfants qui se rendent sur internet

● Tout à fait inquiet ● Plutôt inquiet ● Plutôt pas inquiet ● Pas du tout inquiet



Source : Destin Commun, avril 2025, N = 2 005 parents



Mon fils, s'il est sur Snapchat avec ses copains, c'est sûr, il va pas bouger. Moi, je ne pense pas qu'à 11 ans, il doive être en relation virtuelle avec ses copains.

**Coline, Laissée pour compte, 37 ans, Caen**



C'est du bon sens de ne pas donner un réseau social à un enfant de 8 ans.

**Bastien, Laissé pour compte, 33 ans, Caen**

# Les symptômes d'une addiction comme les autres

**1**

## « Craving » (désir intense) d'instantanéité

L'utilisation des réseaux sociaux est motivée par un désir irrésistible de partager en instantané les détails de sa vie à d'autres personnes, dans une démarche d'invention d'un soi numérique attractif.

Je prends énormément de photos de mes amis, que des stories. Je mets tout à la Une.

**Ulysse, Attentiste, 17 ans, région parisienne**

**3**

## Perte de contrôle

De nombreux utilisateurs réguliers de réseaux sociaux ressentent l'impression de perdre la notion du temps écoulé, ou « likent » inconsciemment certains contenus.

Ce que je trouve fou c'est quand on prend une vidéo, on a l'impression que ça nous intéresse, on la regarde, on passe. Et au bout de 10 vidéos c'est complètement oublié ce qu'il y avait avant.

**Nicolas, Laissé pour compte, 42 ans, Caen**

**2**

## Stratégies d'évitement du quotidien

Les réseaux sociaux sont perçus comme un moyen de se détendre et d'occuper le temps libre, mais cette consommation est souvent motivée par le désir d'éviter l'ennui ou de ne pas se retrouver seul.

Je regarde Twitter pendant des heures parce que j'ai pas envie de travailler.

**Nacim, Attentiste, 19 ans, région parisienne**

**4**

## Sensation de manque et sevrage difficile

Lorsqu'ils sont coupés de leur téléphone quelques heures ou après avoir pris la décision de désinstaller les réseaux sociaux, certaines personnes peuvent ressentir une anxiété profonde, qui les poussent à se reconnecter rapidement.

J'étais à la salle de sport, j'avais pas mon tél et j'ai couru, c'était les minutes les plus longues de ma vie.

**Marine, Attentiste, 19 ans, région parisienne**

# Le biais d'optimisme : chacun se pense moins accro que son voisin

**Les utilisateurs de réseaux sociaux ont une conscience aiguë des risques des réseaux sociaux pour les autres, mais les minimisent pour eux-mêmes.**

Les jeunes, en particulier, sont souvent conscients que les réseaux sociaux véhiculent de fausses informations ou peuvent nuire à leur santé mentale, mais ils tendent à minimiser leur propre temps d'écran ou leurs interactions avec des contenus potentiellement nuisibles.

Ce biais peut rendre difficile la prise de mesures concrètes pour se protéger ou sensibiliser les autres aux risques numériques.



Ça matricie les gens, mais vraiment à un point, c'est indescriptible. Je vois des gens de 30 ans qui déambulent sur TikTok dans la rue, ils regardent même pas où ils marchent, je me dis : Où va le monde ?

**Ulysse, Attentiste, 17 ans, région parisienne**



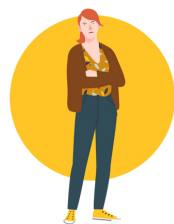
Mon petit frère il a rien d'autre que ça... Youtube sur la télé, et si on le force pas à s'arrêter, il y passe la nuit ! Mais vraiment ! Parce qu'il a pas encore Insta...

**Léo, Attentiste, 18 ans, région parisienne**

# Scrolling et algorithme : subir son fil d'actualité, une expérience partagée

Ce que je trouve fou c'est quand on prend une vidéo, on a l'impression que ça nous intéresse, on la regarde, on passe. "Ah ça m'intéresse aussi, je la regarde". Et qu'au bout de 10 vidéos, c'est complètement oublié ce qu'il y avait avant.

**Bastien, Laissé pour compte, 33 ans, Caen**



Sur Instagram, je suis le fil qu'on me dit de suivre. Je suis pas maître de ce que je regarde.

**Léo, Attentiste, 19 ans, région parisienne**



Moi j'utilise que Facebook, au moins une heure par jour. Le fil d'actualité est rempli de tout et n'importe quoi. Et en fait je remarque que les algorithmes se mettent en place et... Et que l'heure est vite passée. Et qu'en fait mon attention est sur quelque chose qui m'intéresse pas.

**Sybille, Laissée pour compte, 40 ans, Caen**



# Brain rot : un anesthésiant cognitif et émotionnel ?

Fatigue, difficultés de concentration, déprime... Les impacts du scrolling sur la santé physique et mentale des usagers sont bien connus.

Mais l'effet le plus préoccupant semble être celui que les jeunes eux-mêmes qualifient de "brain rot", ou pourrissement du cerveau : le visionnage d'un volume massif de contenus, même inoffensifs ou vides de sens, produit sur le cerveau un effet anesthésiant, affaiblissant la capacité de discernement cognitif et moral, et rendant ainsi l'utilisateur moins sensible aux contenus faux, violents ou dégradants.

On ne fait jamais rien, mais c'est vide de sens.

**Léo, Attentiste, 18 ans, région parisienne**



Tout à l'heure j'ai dit que j'aimais bien regarder des films, mais en fait je suis un peu un menteur parce qu'en vrai j'arrive plus du tout à me concentrer, c'est trop long les films, faut vraiment que je sois dans une ambiance, sinon j'arrive pas !

**Ulysse, Attentiste, 17 ans, région parisienne**



Après avoir scrollé pendant une heure, on se dit allez on arrête, et en fait on est encore plus fatigué, on n'a pas de repos.

**Naomie, Attentiste, 19 ans, région parisienne**



La télé, souvent, ils préviennent "Attention, ces images peuvent heurter la sensibilité", tout ça. Mais quand tu défiles les vidéos sur Tiktok ou autre, souvent tu vas tomber sur un truc d'une violence, que, finalement, t'avais pas envie de voir.

**Dorine, Laissée pour compte, 26 ans, Caen**



# 2.

**S'informer sur les réseaux sociaux :  
le cercle vicieux de l'info-anxiété**

On sait plus vraiment qu'est-ce que c'est une info de qualité, dans le monde actuel.

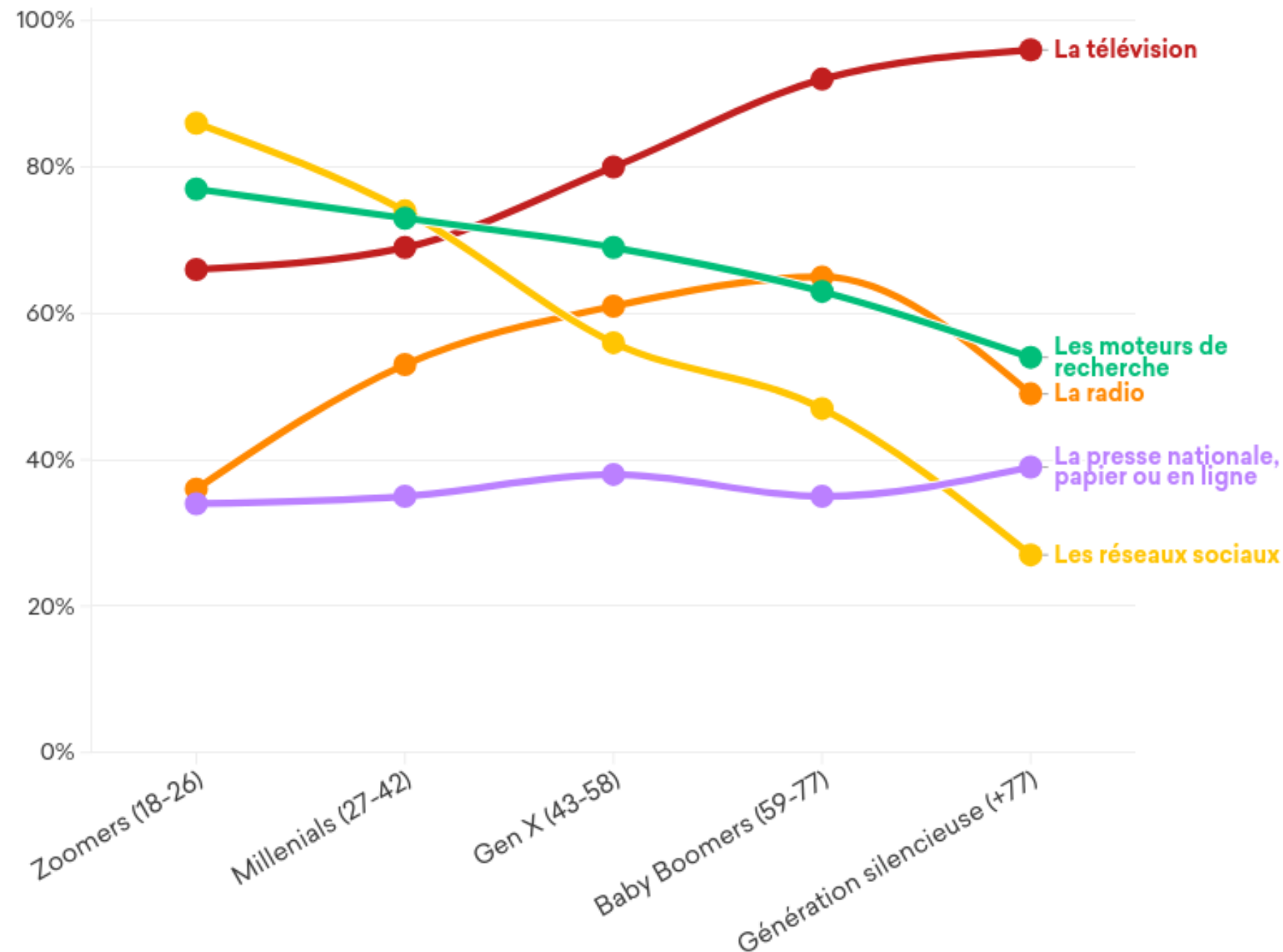
**Nacim, Attentiste, 19 ans, région parisienne**



# Canaux d'information : les jeunes privilégient les réseaux sociaux

Pour suivre l'actualité, à quelle fréquence consultez-vous les médias suivants ?

Réponse : au moins une fois par semaine - Base : Ensemble



**Les Millenials et les Zoomers sont les deux générations pour lesquelles les réseaux et les moteurs de recherche sont les premiers canaux d'information, devant la télévision.**

Millennials (Génération Y) : Nés entre 1983 et 1996, ils ont grandi avec l'émergence d'Internet et des réseaux sociaux  
Zoomers (Génération Z) : Nés entre 1997 et 2012, ils sont la première génération à avoir grandi dans un environnement entièrement numérique.

Moi pour suivre l'info je reçois les notifications des applis des médias sur mon téléphone. Sinon sur les réseaux je regarde HugoDécrypte sur Insta, il met des petites photos, donc c'est intéressant parce qu'on lit plus facilement.

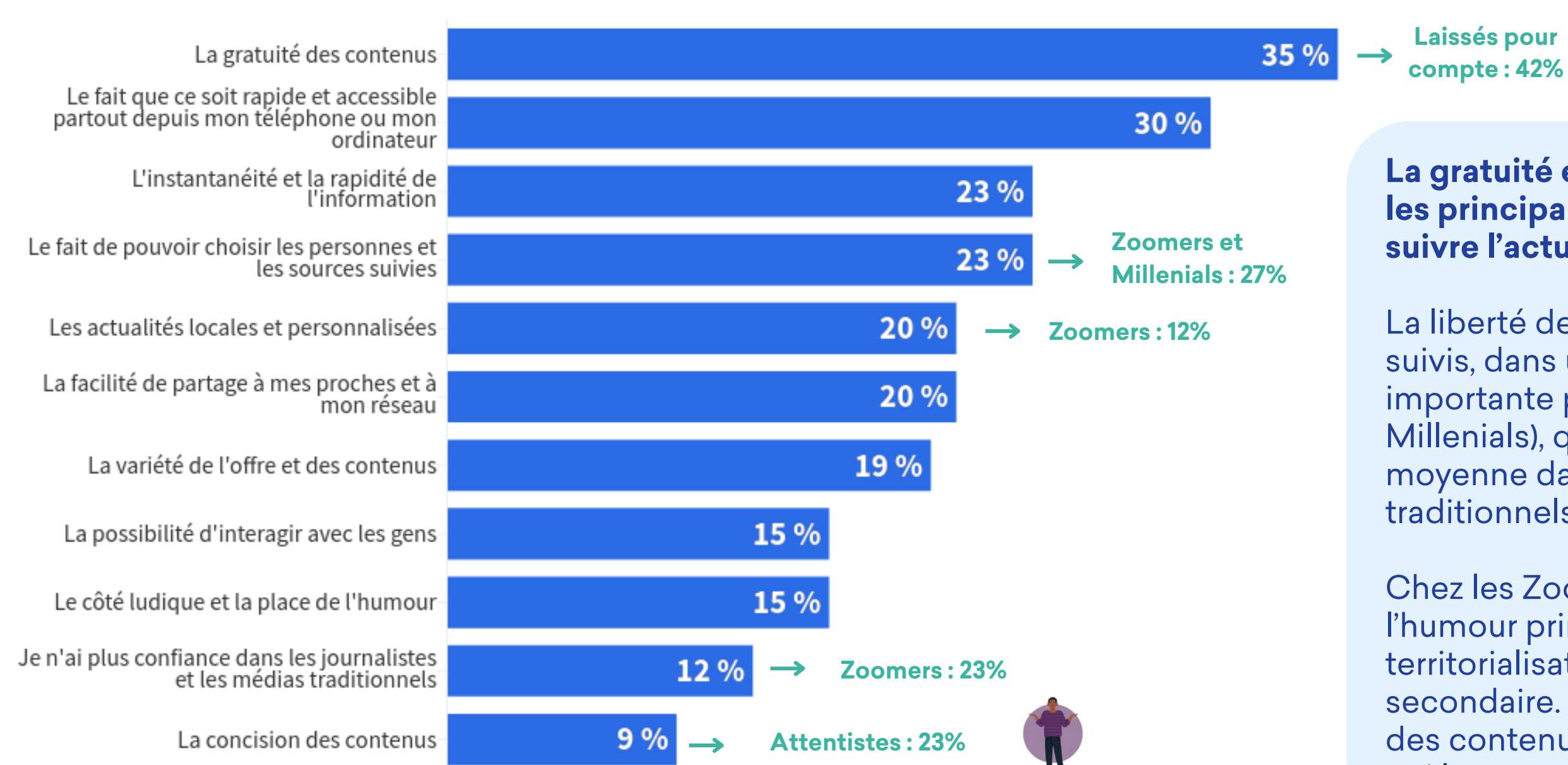
**Marine, Attentiste, 19 ans, région parisienne**



# La gratuité des contenus, raison n°1 de suivre l'actualité sur les réseaux sociaux

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous suivez l'actualité sur les réseaux sociaux ?

Base : A ceux qui suivent l'actualité sur les réseaux sociaux – Trois réponses possibles maximum



**La gratuité et l'instantanéité apparaissent comme les principales raisons de tous les groupes pour suivre l'actualité sur les réseaux sociaux.**

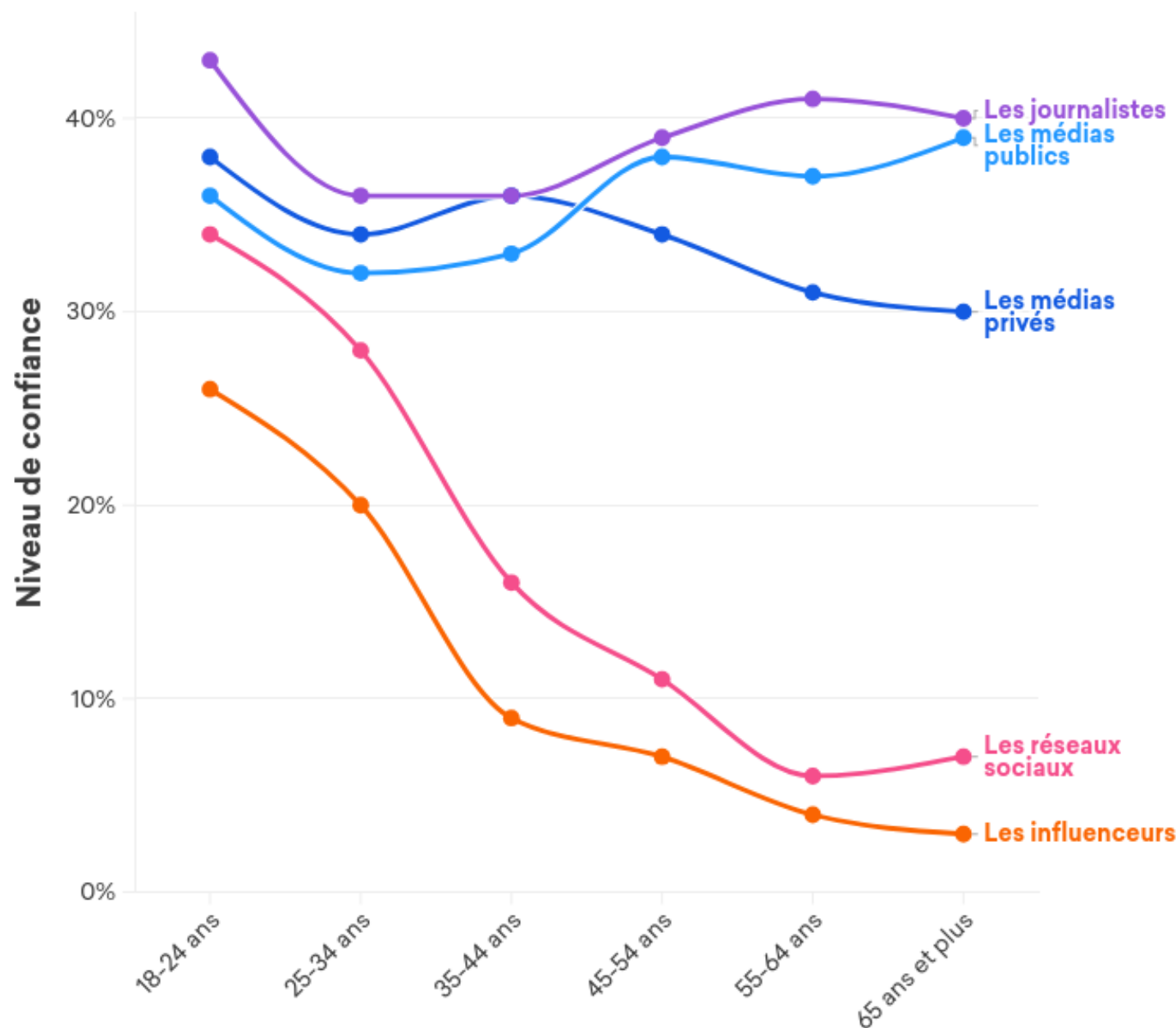
La liberté de choisir les personnes et les contenus suivis, dans une information « à la carte », est très importante pour les plus jeunes (Zoomers et Millenials), qui ont moins confiance que la moyenne dans les journalistes et médias traditionnels.

Chez les Zoomers, le côté ludique et la place de l'humour prime également, alors que la territorialisation des informations apparaît comme secondaire. Chez les Attentistes, c'est la concision des contenus d'information sur les réseaux sociaux qui les rend attrayants.

# Les Français ont une confiance modérée envers les médias et quasiment nulle envers les réseaux sociaux

## Dans quelle mesure avez-vous confiance dans...

Réponses : Tout à fait confiance + Plutôt confiance



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

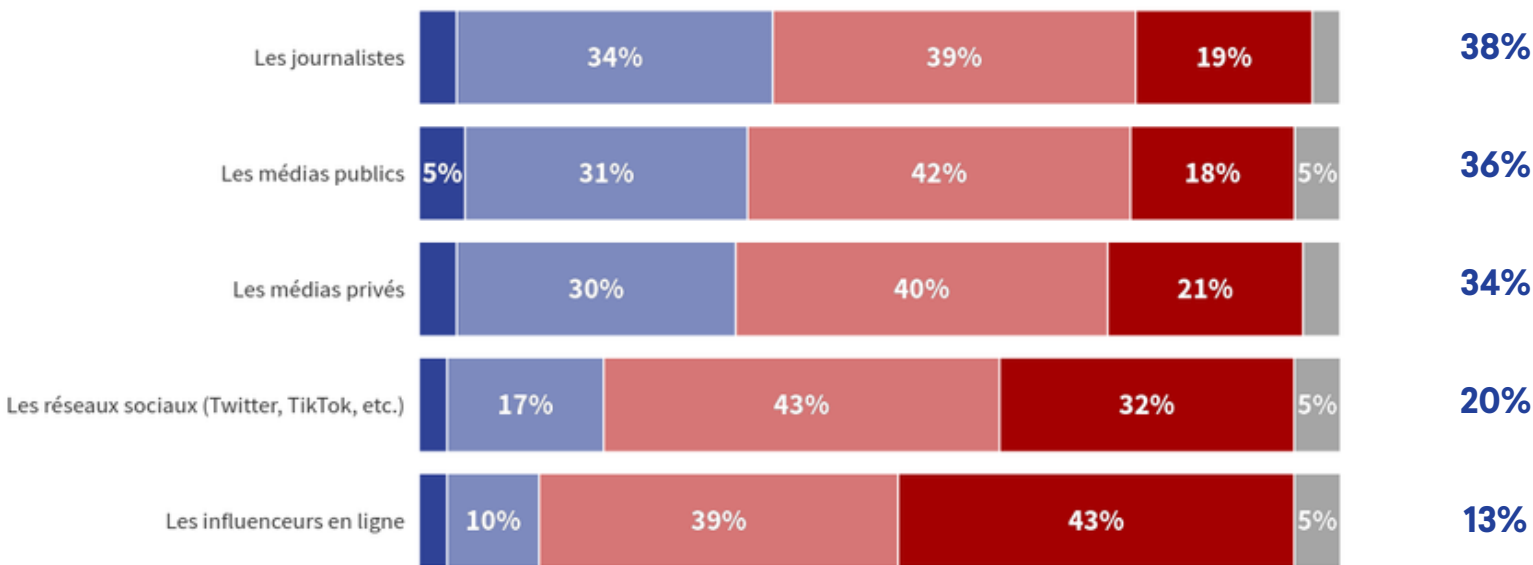
La confiance dans les différents canaux d'information est globalement faible : ni les médias, privés ou publics, ni les journalistes ne dépassent les 50 % de confiance dans aucune tranche d'âge. Les seniors font davantage une distinction entre médias publics et privés que les jeunes.

Les réseaux sociaux (15 %) et les influenceurs (10 %) apparaissent comme les émetteurs les moins fiables, quoique les jeunes leur accordent nettement plus de confiance que leurs aînés. Mais alors qu'ils s'informent massivement via les réseaux sociaux et suivent en priorité des créateurs de contenus, seulement une minorité leur font confiance.

Base : Personnes qui s'informent sur les réseaux sociaux

● Tout à fait confiance ● Plutôt confiance ● Plutôt pas confiance ● Pas du tout confiance ● Je ne sais pas

ST Confiance



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 2 062

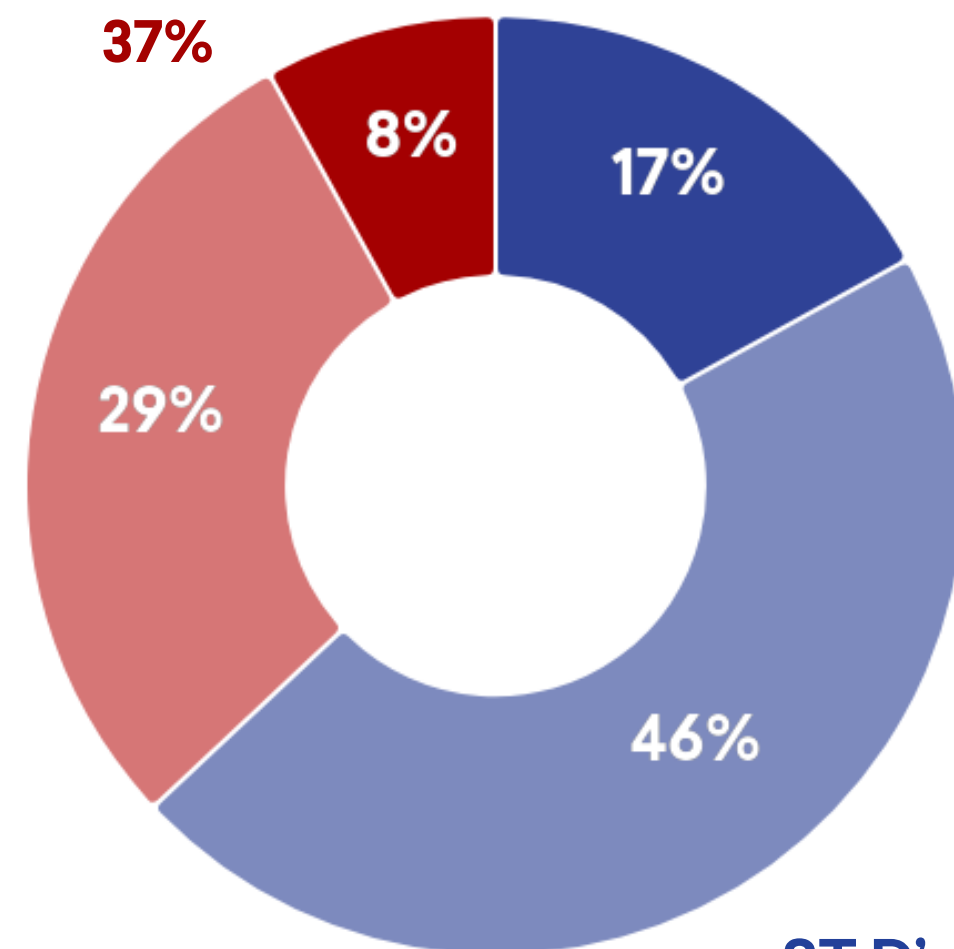
# Difficulté à distinguer faits et opinions : de la confusion au scepticisme généralisé

En général, je trouve qu'il est difficile de distinguer ce qui relève de faits objectifs ou d'opinions individuelles...

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord

Dans les médias traditionnels

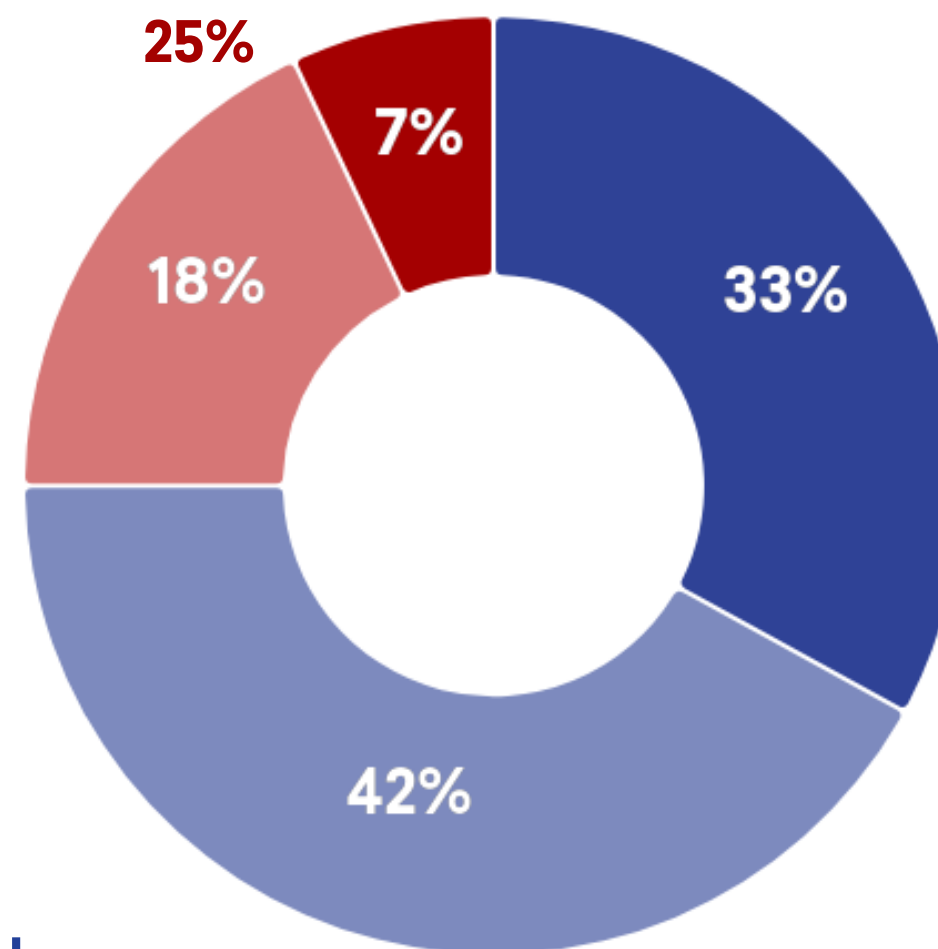
**ST Pas d'accord**  
**37%**



**ST D'accord**  
**63%**

Sur les réseaux sociaux

**ST Pas d'accord**  
**25%**



**ST D'accord 75%**

Dans un univers informationnel marqué par l'instantanéité et le sensationnalisme, une majorité de Français estiment difficile de distinguer les faits des opinions.

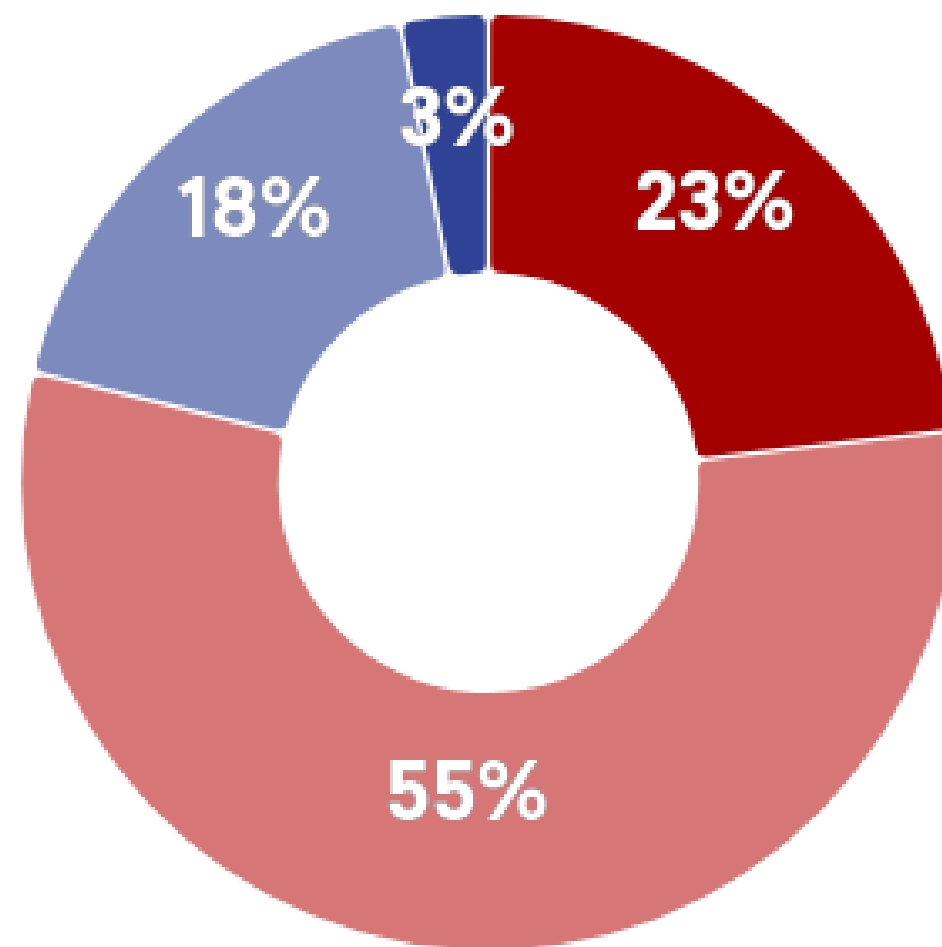
63 % déclarent rencontrer cette difficulté dans les médias traditionnels, et la proportion grimpe à 75 % lorsqu'il s'agit des réseaux sociaux.

# 78% des Français qui suivent des influenceurs sur les réseaux sociaux y observent de fausses informations

À quelle fréquence observez-vous des informations qui vous semblent fausses sur les réseaux sociaux ?

Base : personnes qui suivent au moins un influenceur sur les réseaux sociaux

● Régulièrement ● De temps en temps ● Rarement ● Jamais



Source: Source : Destin Commun, Février 2025, N = 1 385



Tu lis une info, t'en lis une autre, ça dit le contraire.

**Naomie, Attentiste, 19 ans, Paris**



Une fois qu'on a lu un gros titre, qu'on veuille le croire ou pas, il est dans notre tête... Donc non, je trouve que l'information par les réseaux sociaux, sur l'actualité en tout cas, c'est dangereux.

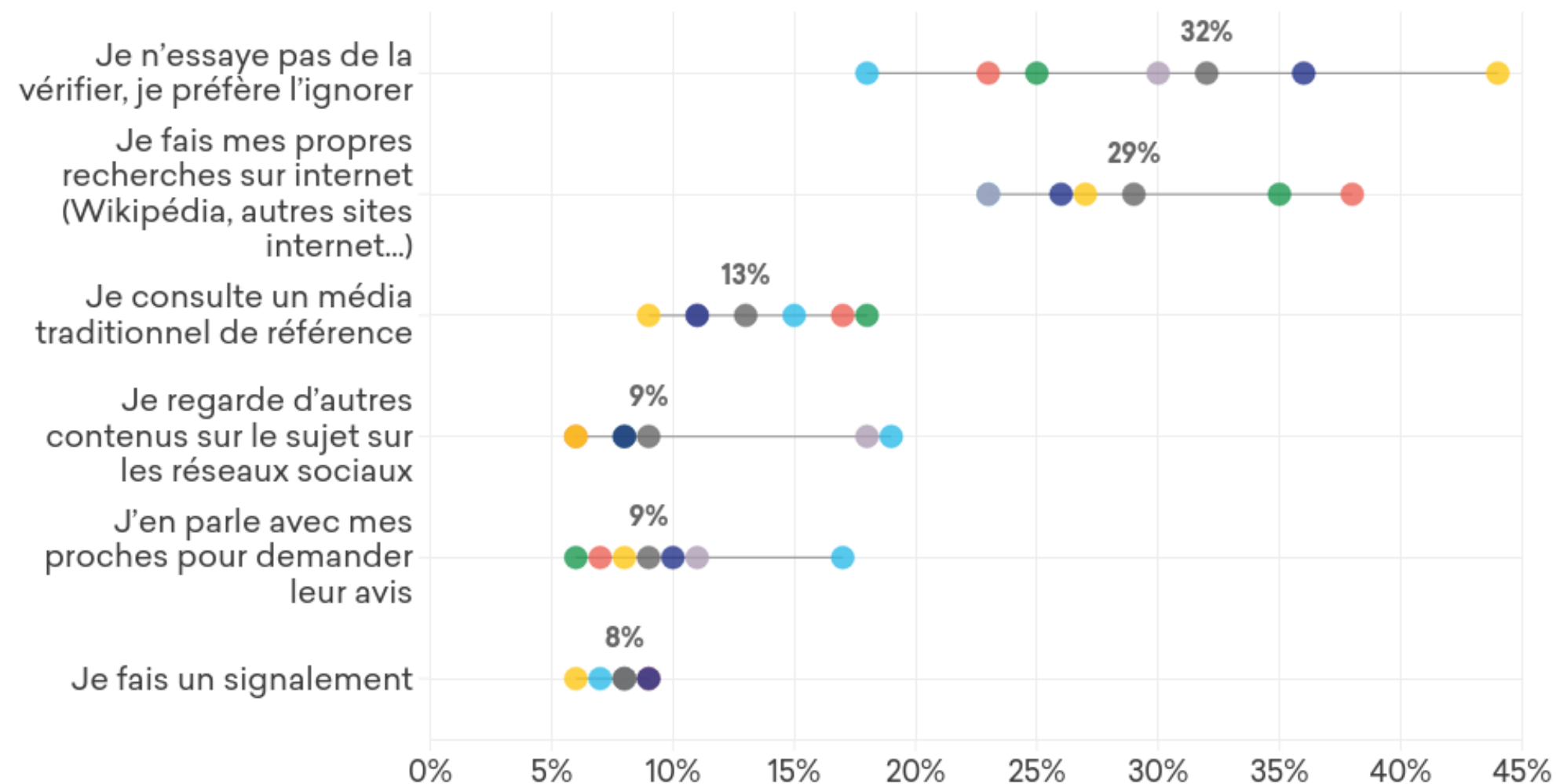
**Marion, Laissée pour compte, 23 ans, Saint-Denis**

# Face à une information qui semble fausse, le premier réflexe des Français est de l'ignorer et non de la vérifier

**Quand vous voyez une information qui vous paraît fausse ou erronée sur les réseaux sociaux, quel réflexe avez-vous spontanément ?**

Une seule réponse possible

**Familles de valeurs** ● Militants desabuses ● Stabilisateurs ● Libéraux optimistes ● Attentistes  
● Laisses pour compte ● Identitaires ● Moyenne



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

**Face à une information douteuse sur les réseaux sociaux, 32 % des Français préfèrent l'ignorer plutôt que de la vérifier.**

Seuls 13 % se tournent vers un média traditionnel (presse, TV, radio) pour vérifier l'information. Les familles de valeurs qui vérifient le moins l'information sont les Laissés pour Compte et les Identitaires.

Or la recherche académique montre qu'en ignorant une information fausse, celle-ci laisse une trace cognitive et émotionnelle et continue à influencer nos représentations selon un effet de persistance (Ramsey, 2024, Psychological Science ; Kozyreva et al., 2022, Nature Human Behaviour).

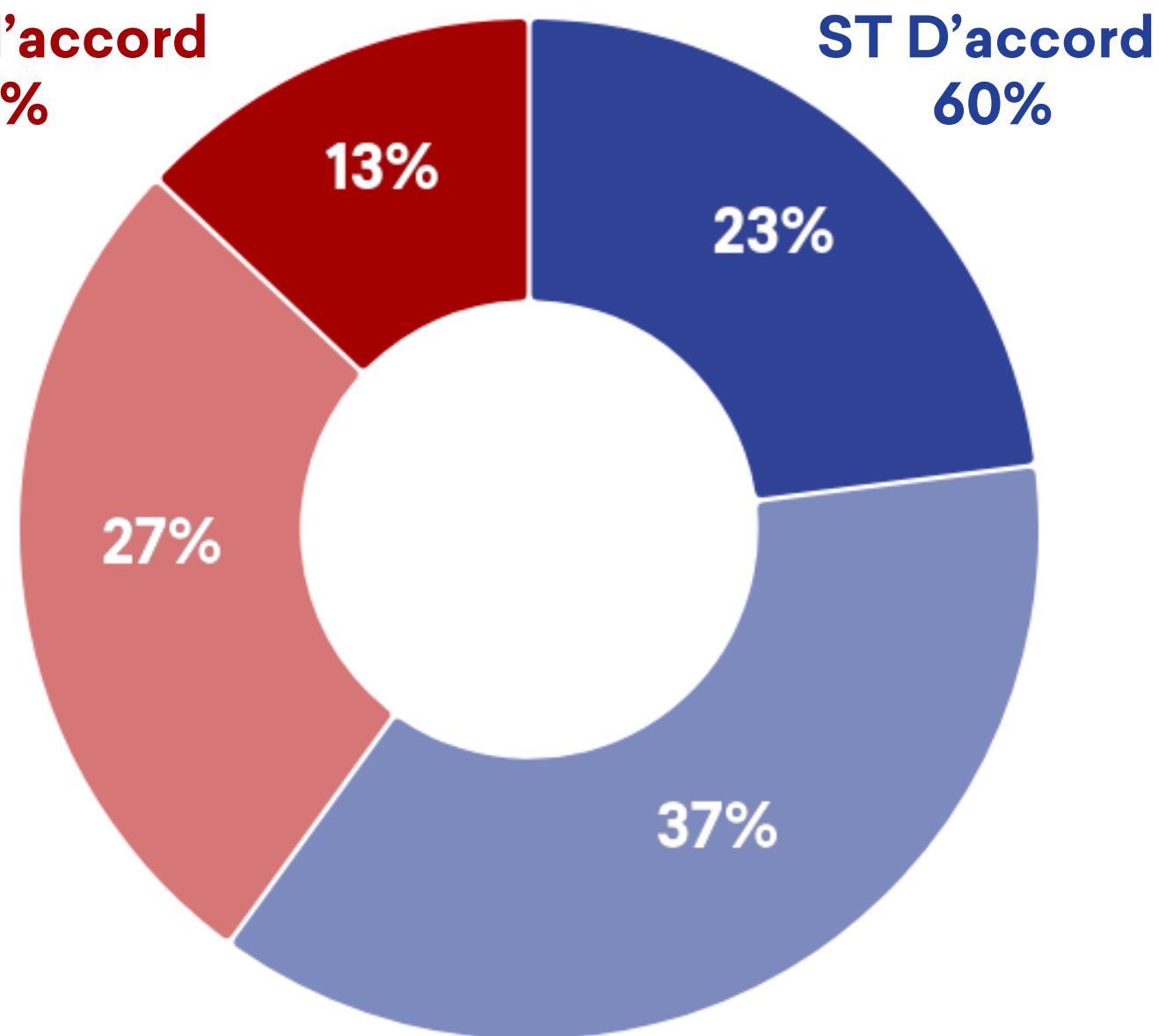
Enfin, seulement 8% des Français signalent les informations fausses. La pratique du signalement n'a donc qu'un poids très faible dans la lutte contre la désinformation.

# Des médias aux réseaux sociaux, le cercle vicieux de l'info-anxiété

J'ai tendance à moins suivre l'actualité, car cela me déprime trop

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord  
● Pas du tout d'accord

**ST Pas d'accord**  
**40%**



Alors que 60 % des Français disent se détourner de l'actualité pour préserver leur moral, 92 % utilisent chaque semaine les réseaux sociaux, dont 66 % dans un but explicite d'information.

Perçus avant tout comme des espaces de divertissement et de sociabilité, les réseaux sociaux exposent pourtant aussi leurs usagers à des contenus informationnels de qualité très variable et non moins anxiogènes.

T'as pas trop de contrôle sur ce qui se passe, et en même temps tu sais tout, à la longue c'est oppressant, limite.

**Ulysse, Attentiste, 17 ans, région parisienne**



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

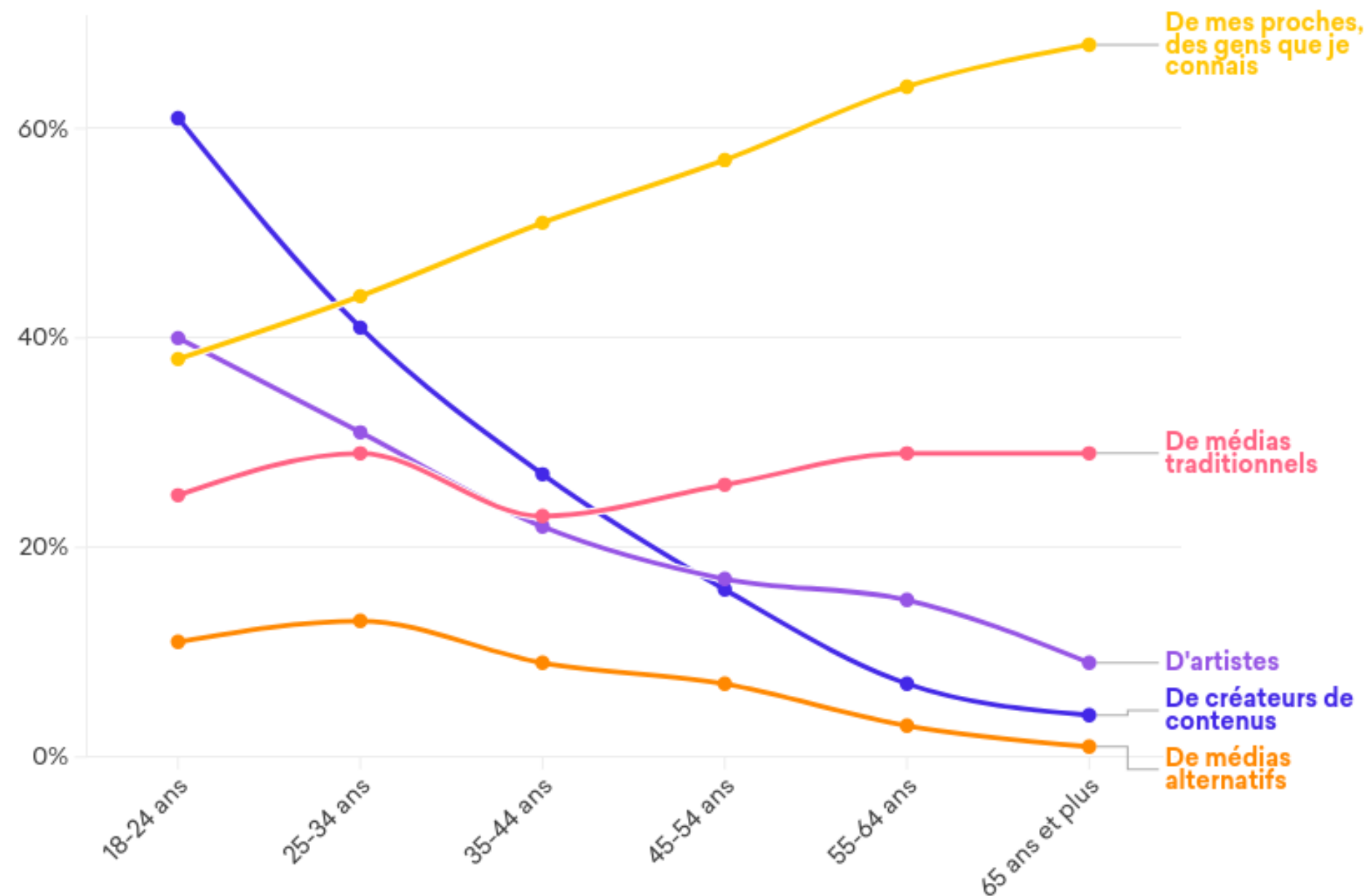
# 3.

## Désinformation : les influenceurs en première ligne

# Sur les réseaux sociaux, les jeunes suivent davantage des influenceurs que leurs proches

Lorsque vous consultez des contenus (vidéos, images, sons, texte...) sur les réseaux sociaux, est-ce principalement sur des comptes...

Base : Ceux qui utilisent au moins un réseau social – Trois réponses possibles maximum



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 2 805

**43% des Français suivent au moins un influenceur ou créateur de contenus sur les réseaux sociaux. Chez les moins de 25 ans, les créateurs supplantent les proches dans la consommation des contenus.**

Les seniors, au contraire, visionnent avant tout des contenus de leurs proches. Ce basculement s'explique en partie par l'évolution des plateformes : là où Facebook valorisait les publications des proches, TikTok, Instagram ou YouTube Shorts privilégient des contenus suggérés par l'algorithme, souvent issus de créateurs très visibles.

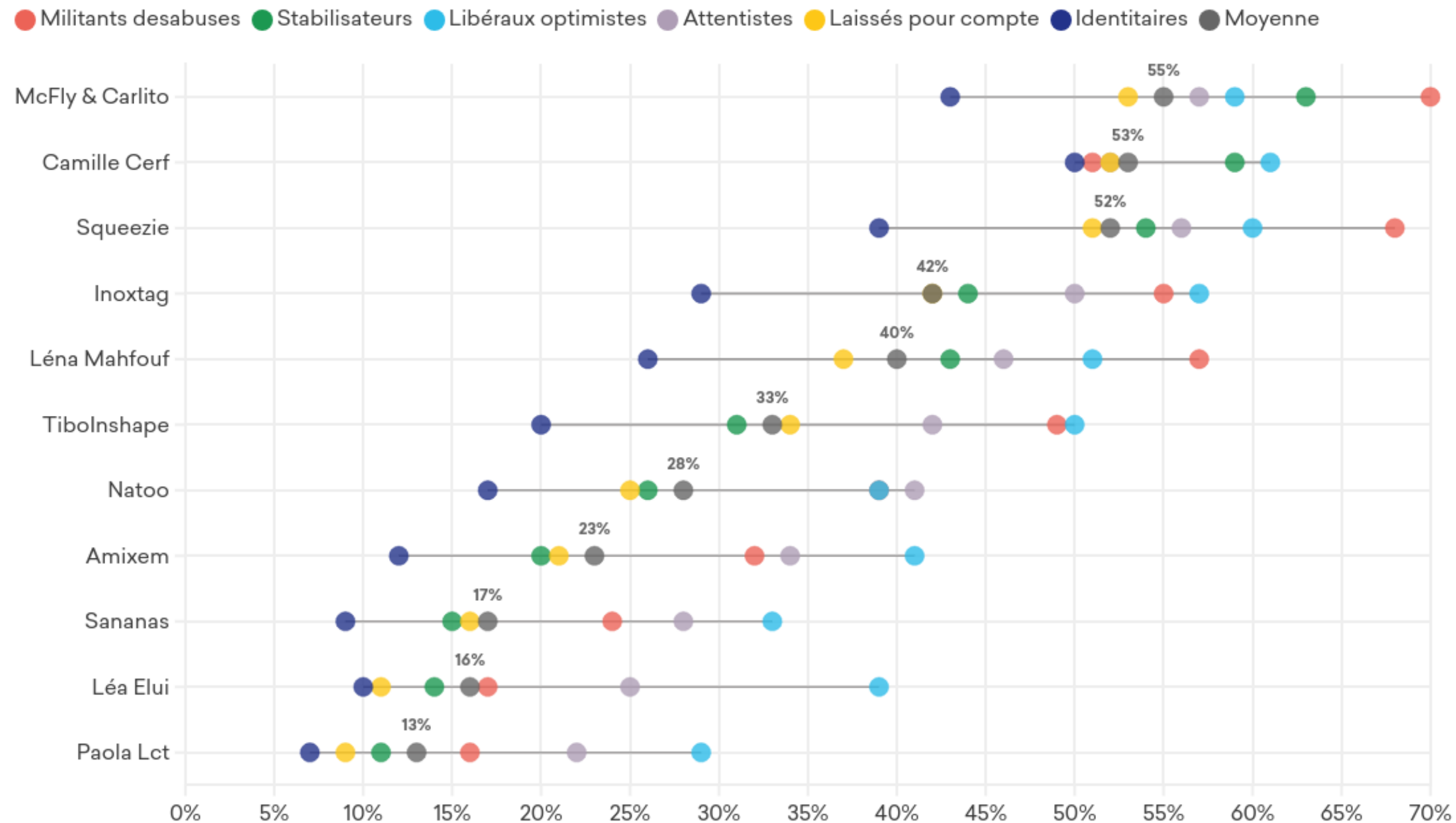
Les jeunes passent ainsi d'un usage tourné vers leur réseau personnel à une logique de consommation culturelle et informationnelle centrée sur des figures d'autorité numériques.

Les médias traditionnels ne sont consultés via leurs comptes sur les réseaux sociaux que par une minorité des Français, dans toutes les générations, tandis que les médias alternatifs, peu suivis, le sont essentiellement par les jeunes.

# Plus de 50% des Français connaissent McFly & Carlito, Camille Cerf et Squeezie

## Avez-vous déjà entendu parler des personnalités suivantes ?

Pourcentage de réponses « Oui, et il m'arrive de regarder ses contenus sur les réseaux sociaux » et « Oui, mais je ne le / la connais que de nom »



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

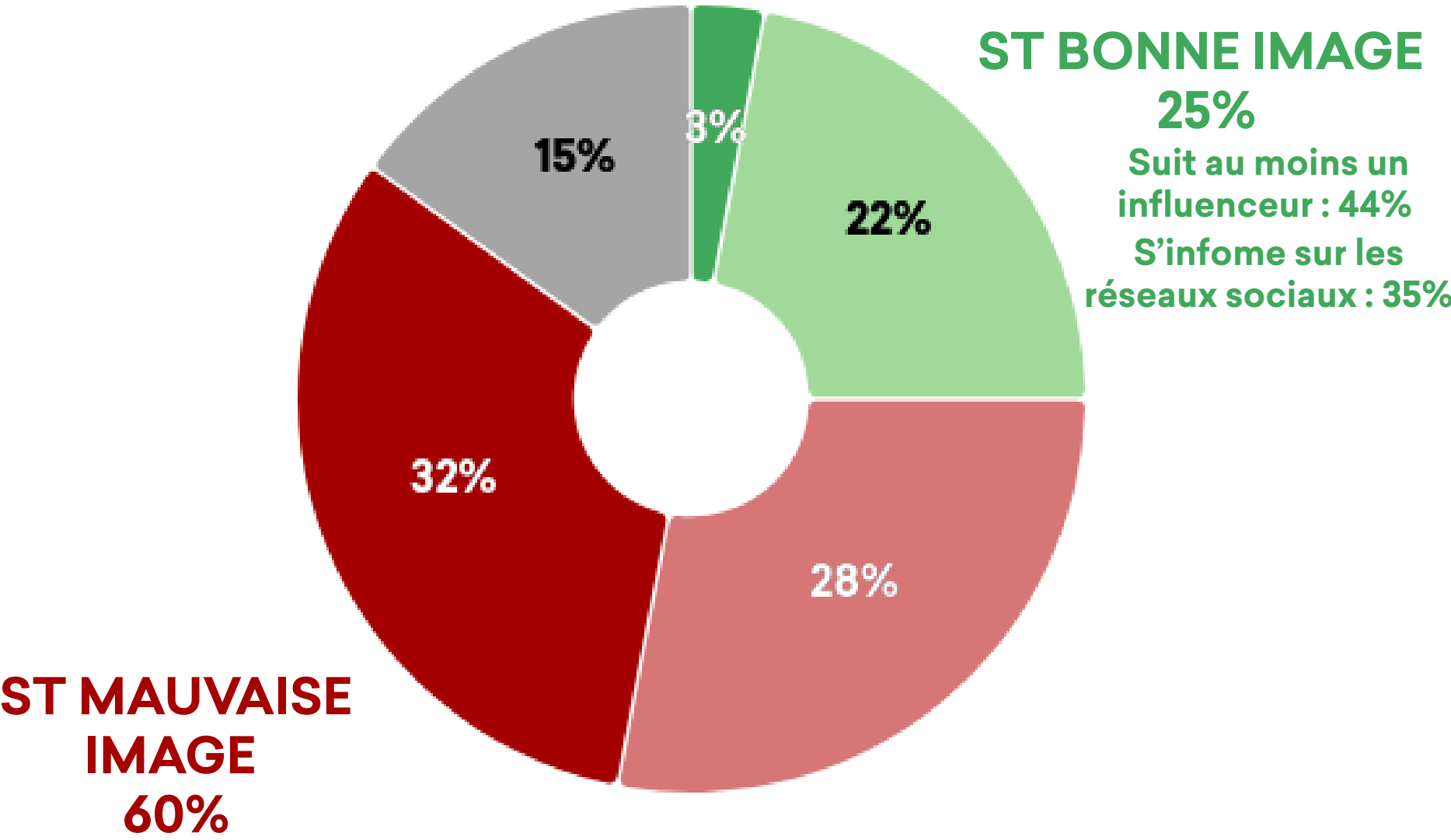
Les Libéraux optimistes, les Attentistes et les Militants désabusés sont les familles de valeurs qui connaissent le mieux les influenceurs les plus suivis.

Au contraire, les familles les plus défiantes (Laissés pour compte) et/ou âgées (Identitaires) sont celles qui les connaissent le moins.

# Les influenceurs ont une mauvaise image auprès des Français, sauf chez les jeunes

D'une manière générale, avez-vous plutôt une bonne ou une mauvaise image des influenceurs et des créateurs de contenus ?

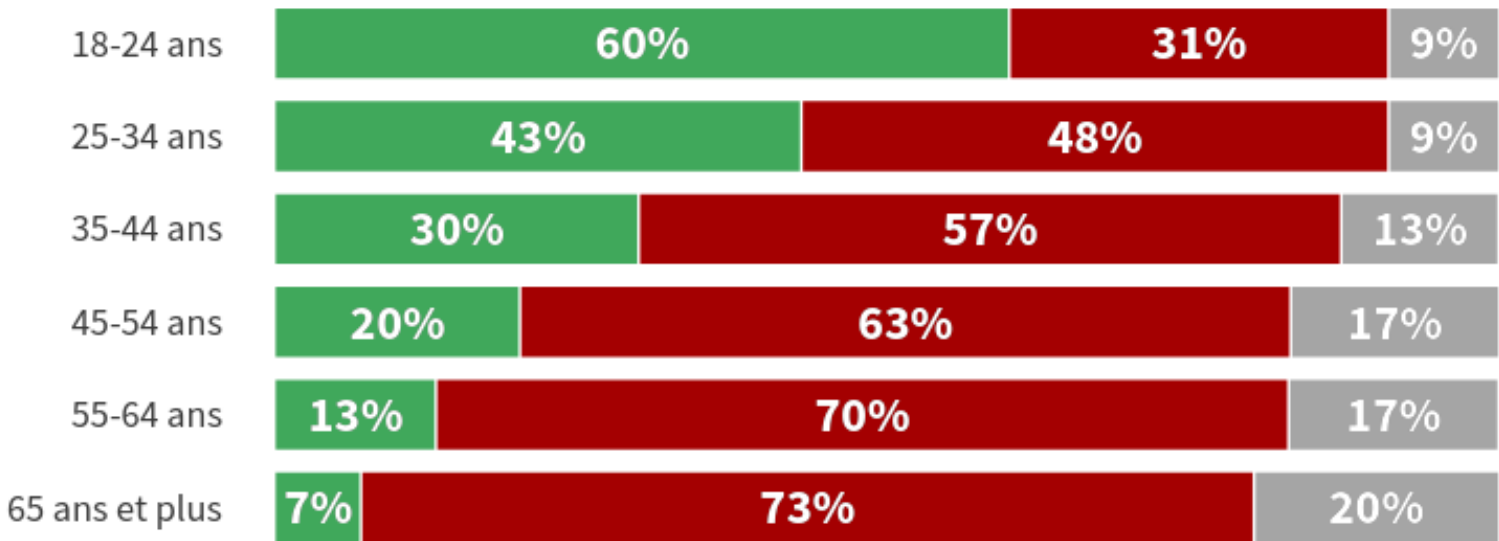
● Très bonne image ● Plutôt bonne image ● Plutôt mauvaise image  
● Très mauvaise image ● Je n'ai pas d'opinion



Pour moi, influenceur ce n'est pas un métier. J'entends des enfants qui voient ça comme de l'argent facile. "Qu'est-ce que je vais m'embêter à l'école ? L'autre, elle est juste refaite et elle vend du mascara !"  
**Coline, Laissée pour compte, 37 ans, Caen**

## Par groupes d'âge

● Bonne image ● Mauvaise image ● Pas d'opinion

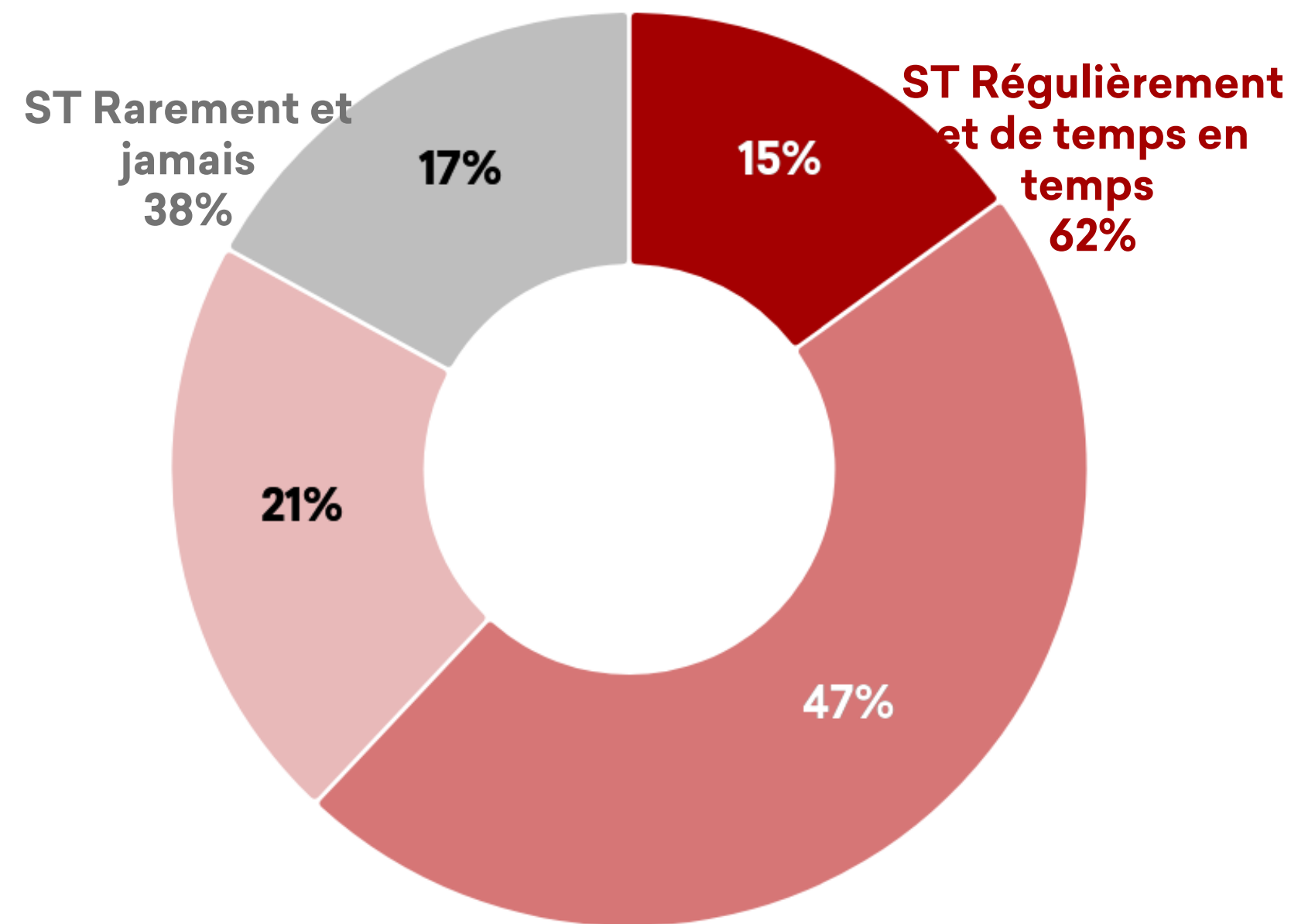


Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

# Parmi les Français qui suivent des créateurs de contenus, 6 sur 10 indiquent qu'ils traitent parfois de sujets d'actualité

Au sujet des influenceurs sur les réseaux sociaux que vous suivez, est-ce qu'il leur arrive de traiter des sujets d'actualité ?

● Régulièrement ● De temps en temps ● Rarement ● Jamais



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

Moi pour m'informer, je regarde une vidéo d'Hugo Décrypte tous les jours de 10 min où il résume certains faits d'actualité, je mange un truc devant et c'est tout.

**Léo, Attentiste, 19 ans, région parisienne**

*A propos de la vidéo "Parlons politique" du Youtuber Tibo InShape*

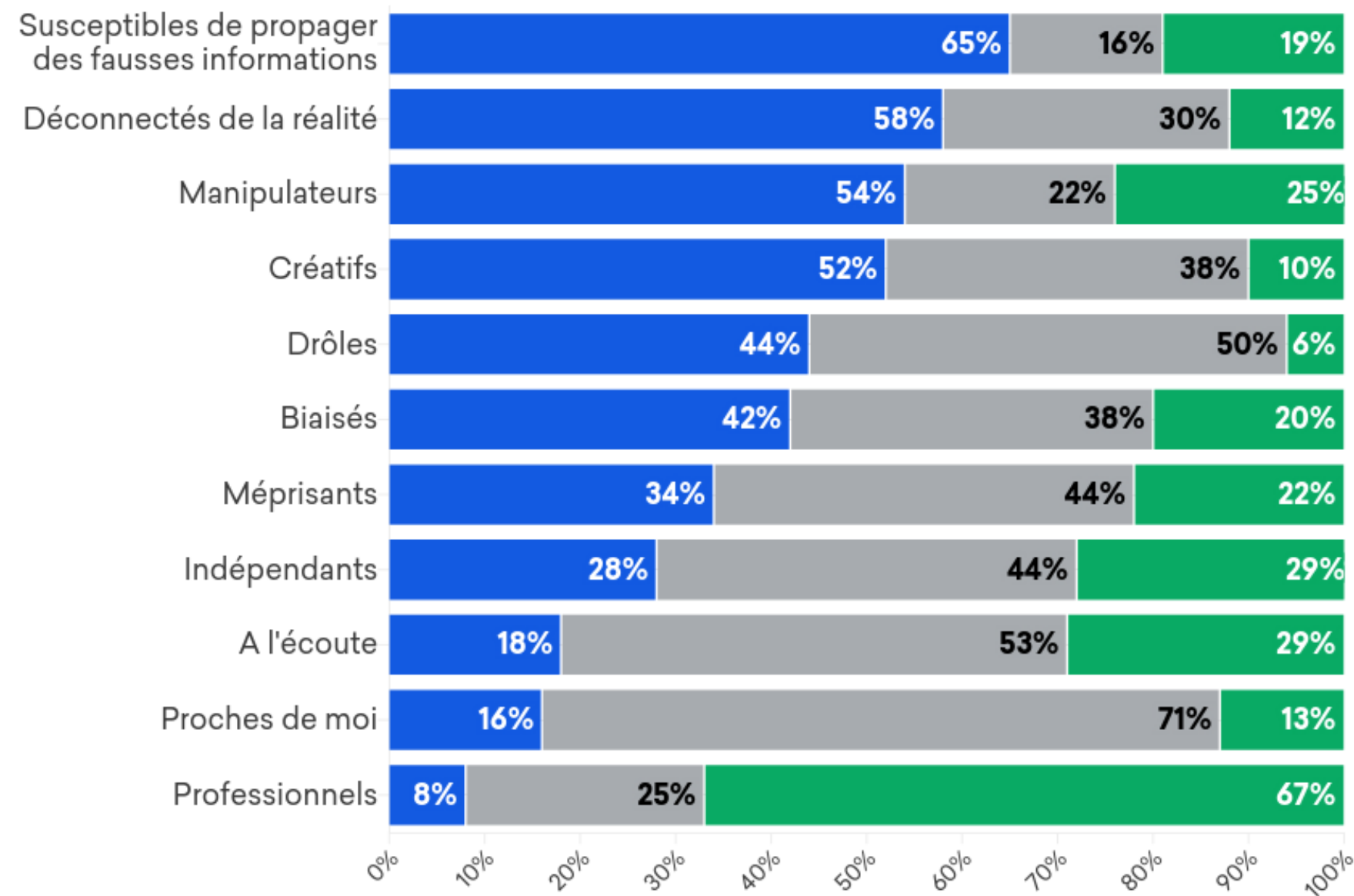
Quand je vois que plein de gens qui font des études et de la recherche et qui seraient bien plus intéressants à regarder, ça me rend triste que les gens regardent sa vie, qu'il donne son avis. Je trouve ça vraiment dommage.

**Marion, Laissée pour compte, 23 ans, Saint-Denis**

# Journalistes et créateurs de contenus : deux figures opposées mais complémentaires ?

Pour chacun des adjectifs ou expressions suivants, lesquels correspondent le mieux aux journalistes ou aux influenceurs ou créateurs de contenu ?

● Influenceurs ou créateurs de contenu ● Aucun des deux ● Journalistes



Les influenceurs sont largement associés aux risques de diffusion de fausses informations (65 %) ou de manipulation (54%), mais sont aussi reconnus pour leur créativité (52%) et leur humour (44%), facteurs clé de leur succès auprès des jeunes.

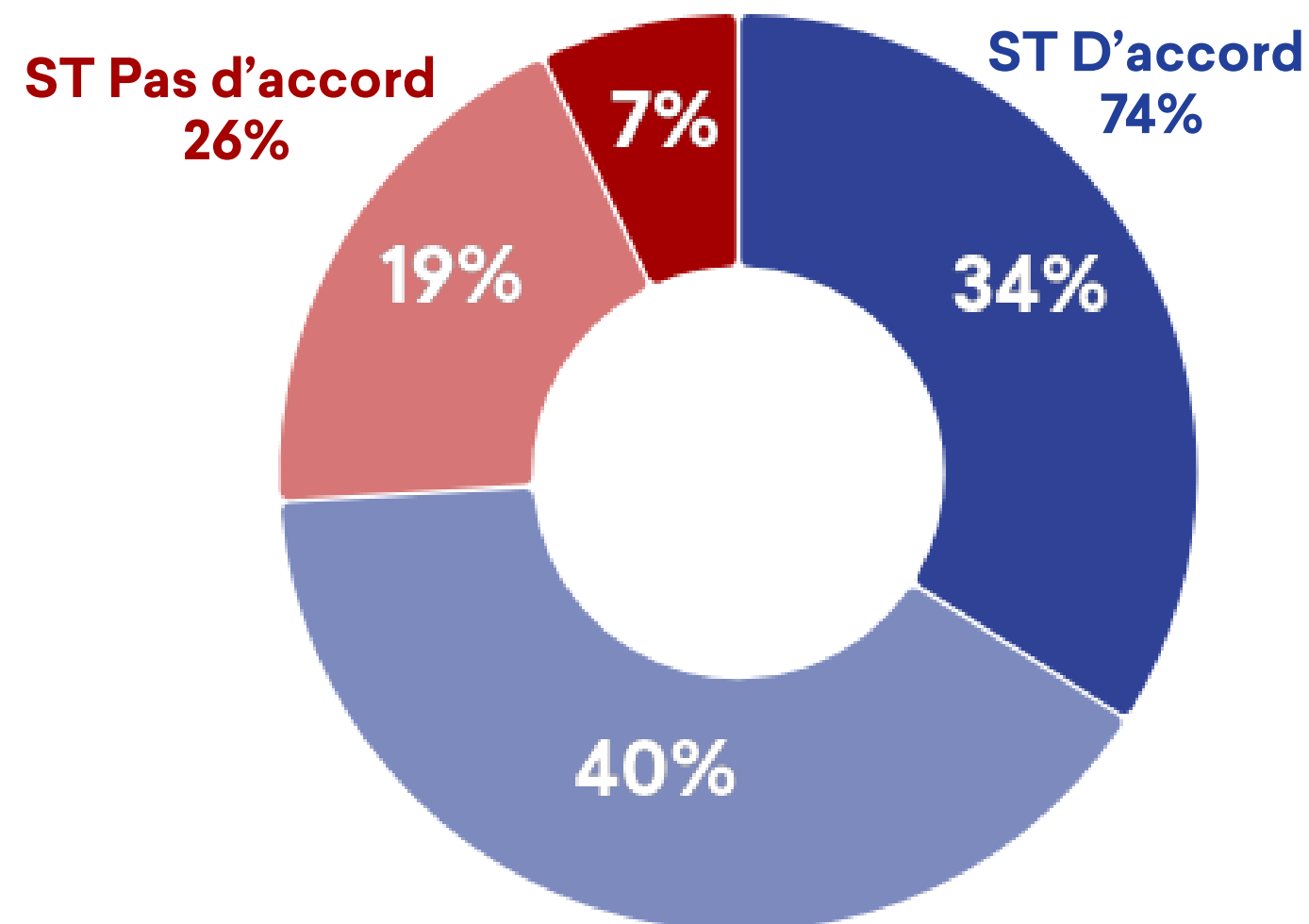
Les journalistes, eux, apparaissent comme bien plus professionnels (67 %), même si un quart des Français les jugent méprisants ou manipulateurs.

**Pour une majorité des Français, aucune des deux figures n'apparaît comme proches d'eux ou à l'écoute.**

# Les trois quarts des Français sont inquiets de la manipulation exercée par des personnes très suivies sur les réseaux sociaux

**Je suis inquiet(e) que mes proches puissent se faire manipuler par des personnes qui ont une forte visibilité sur les réseaux sociaux**

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord  
● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025



Les réseaux vont t'amener à ce que tu t'intéresses, aux influenceurs les plus suivis, et finalement à un moment de ta vie par faiblesse tu vas commencer à regarder ce qu'ils font, à les suivre et au fur et à mesure tu vas te faire avoir.

**Nicolas, Laissé pour compte, 42 ans, Caen**



On fait plus confiance à un créateur en qui on a confiance qu'à un journaliste qu'on ne connaît pas.

**Nacim, Attentiste, 19 ans, région parisienne**



Il y a certaines communautés d'influenceurs qui ont une réelle influence dangereuse. Je pense aux coachs masculinistes et tout ça qui peuvent vraiment avoir un impact sur une communauté qui va s'avérer violent.

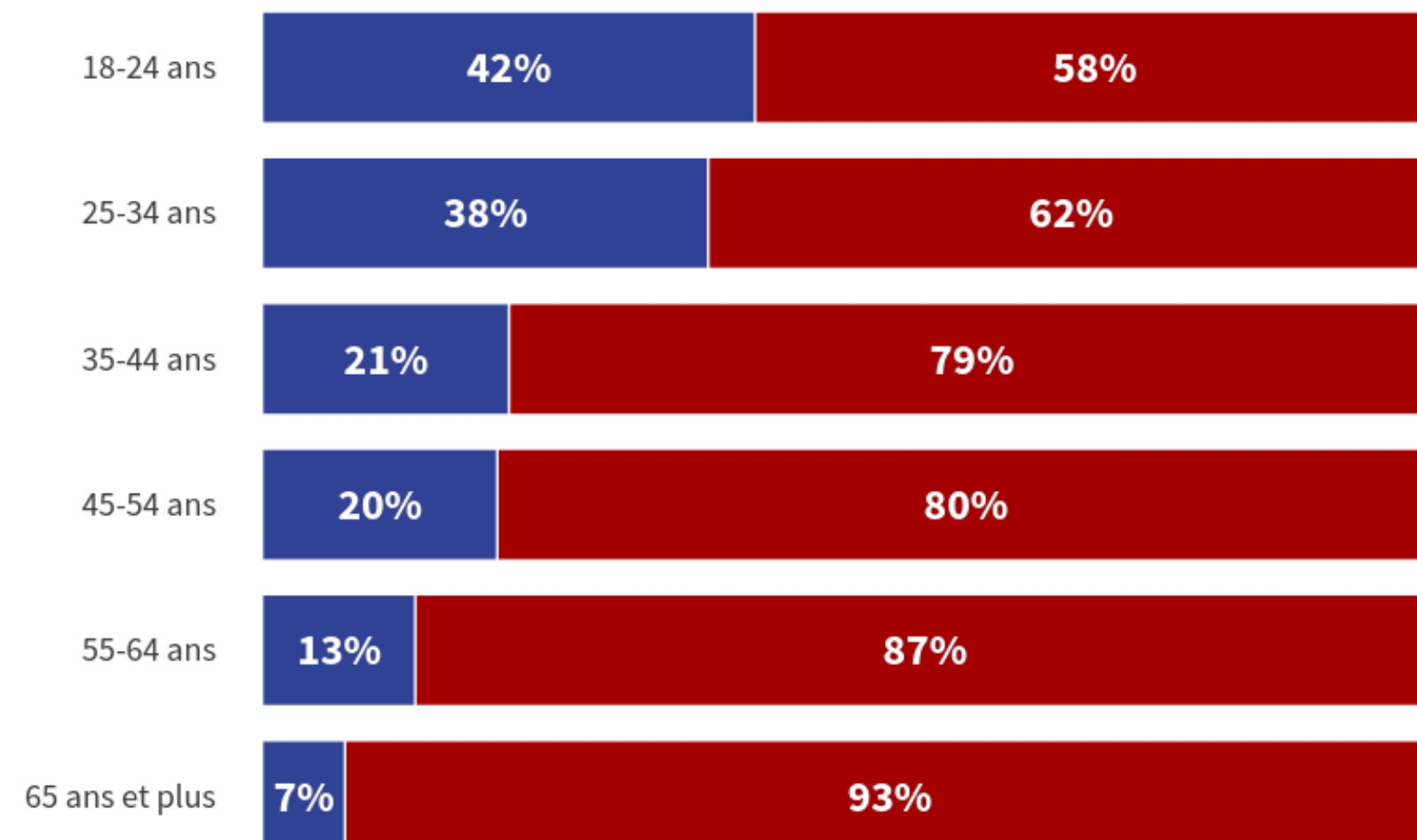
**Marion, Laissée pour compte, 23 ans, Saint-Denis**

# Relations parasociales avec les créateurs de contenus : un substitut chez les jeunes en proie à la solitude

Y a-t-il des influenceurs ou créateurs de contenu sur les réseaux sociaux avec lesquels vous avez l'impression d'avoir un lien personnel, même si vous ne les avez pas rencontrés en personne ?

Par groupes d'âge

● Oui ● Non



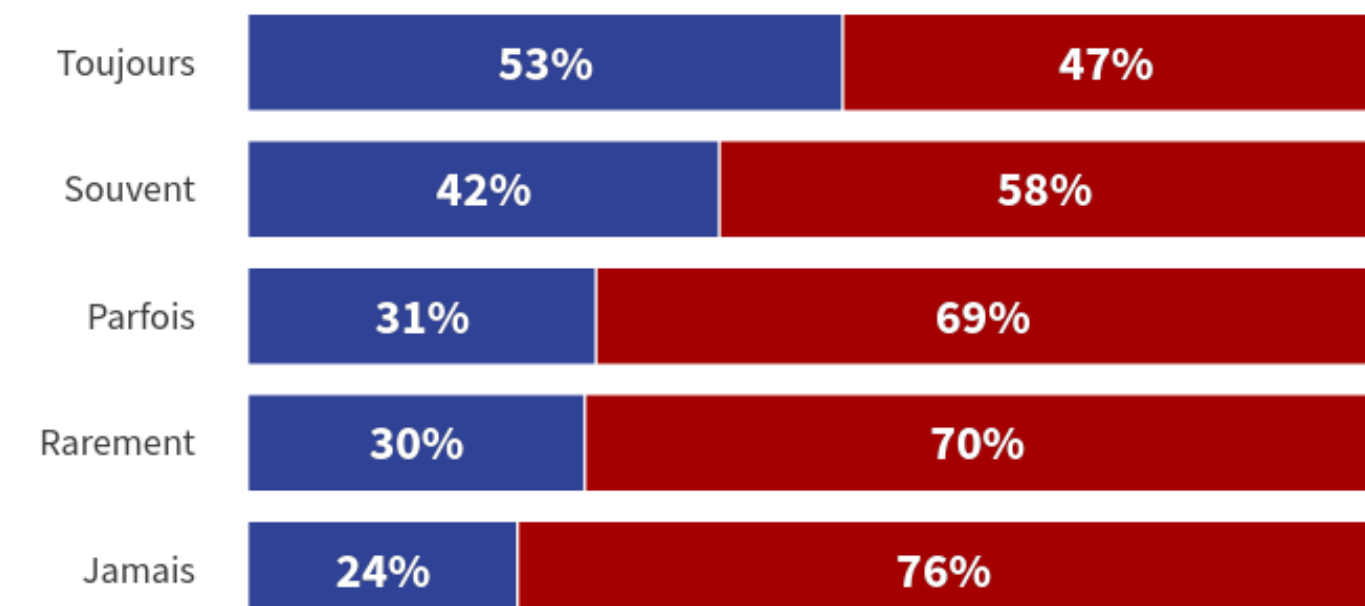
Source : Destin Commun, Février 2025, N = 1 385 personnes qui suivent des créateurs de contenus

Plus de 4 jeunes de 18-25 ans sur 10 déclarent avoir l'impression d'entretenir un lien personnel avec des influenceurs, sans jamais les avoir rencontrés.

Cette proportion est majoritaire (53%) chez les personnes de 18 à 42 ans qui déclarent se sentir toujours seuls.

Par fréquence du sentiment de solitude chez Zoomers et Millenials

● Oui ● Non

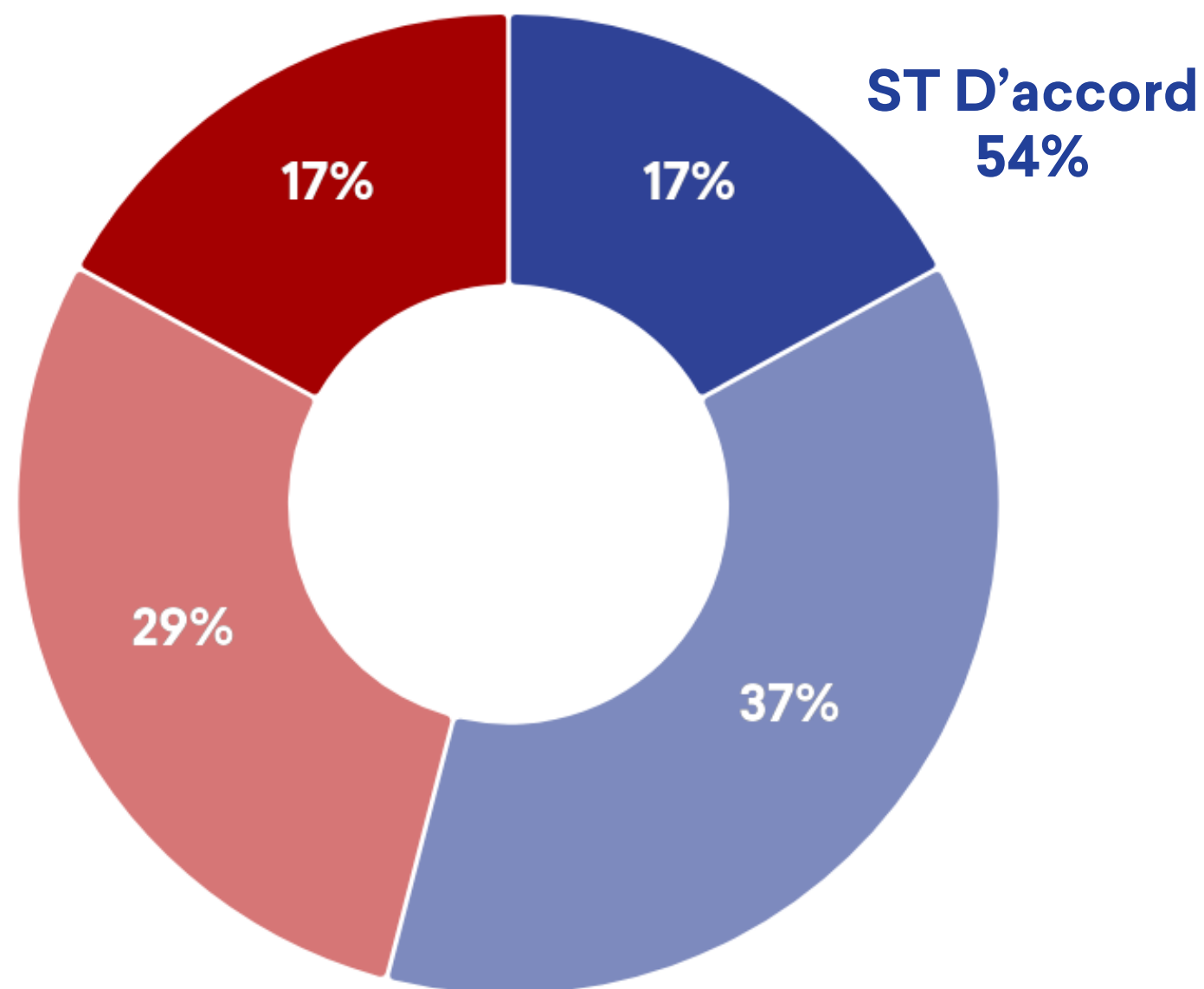


Source : Destin Commun, Février 2025, N = 905 personnes âgées de 18 à 42 ans qui suivent des créateurs de contenus

# Les Français mitigés sur les limites de la liberté d'expression pour les créateurs de contenus

Les influenceurs sont libres de publier le contenu qu'ils souhaitent, et c'est à chacun de faire la part des choses

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord

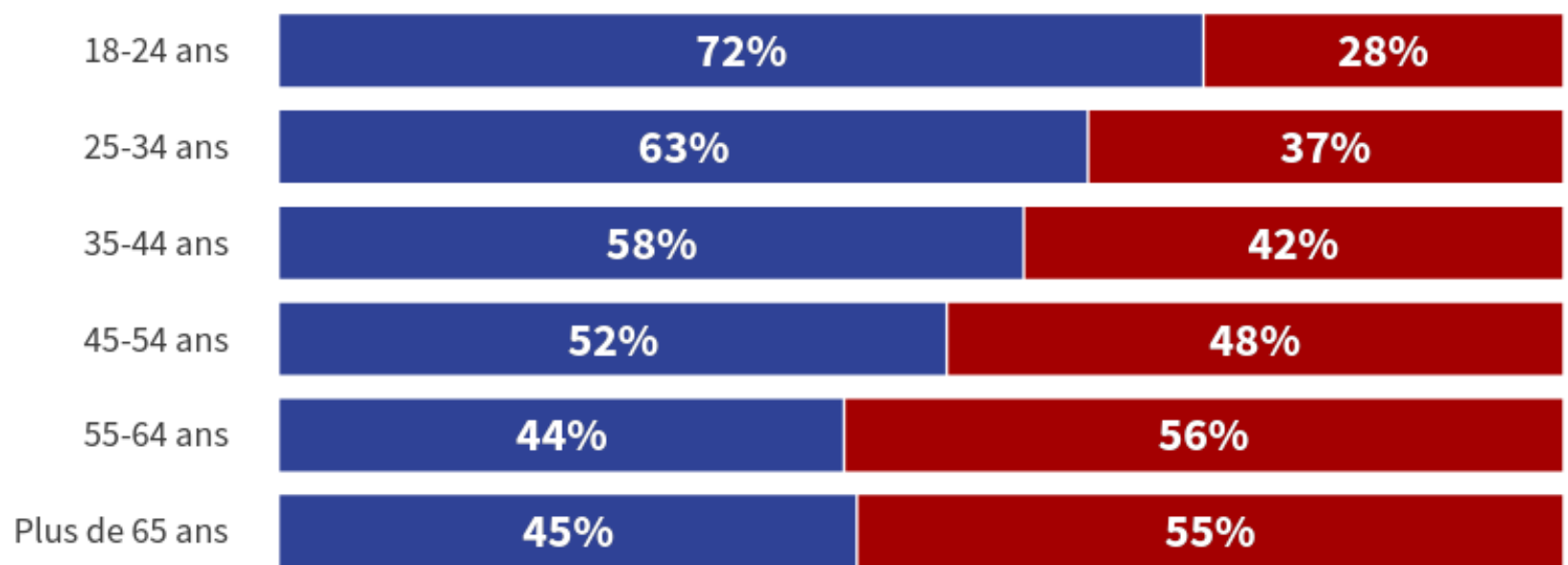


Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

Les Français sont mitigés sur la liberté d'expression des créateurs de contenus : 54 % estiment qu'ils doivent pouvoir publier ce qu'ils souhaitent et que c'est à chacun de faire la part des choses, tandis que 46 % jugent nécessaire de poser des limites.  
La demande de régulation progresse avec l'âge, confirmant la fracture générationnelle sur ce sujet.

## Par groupes d'âge

● D'accord (tout à fait + plutôt) ● Pas d'accord (plutôt pas + pas du tout)

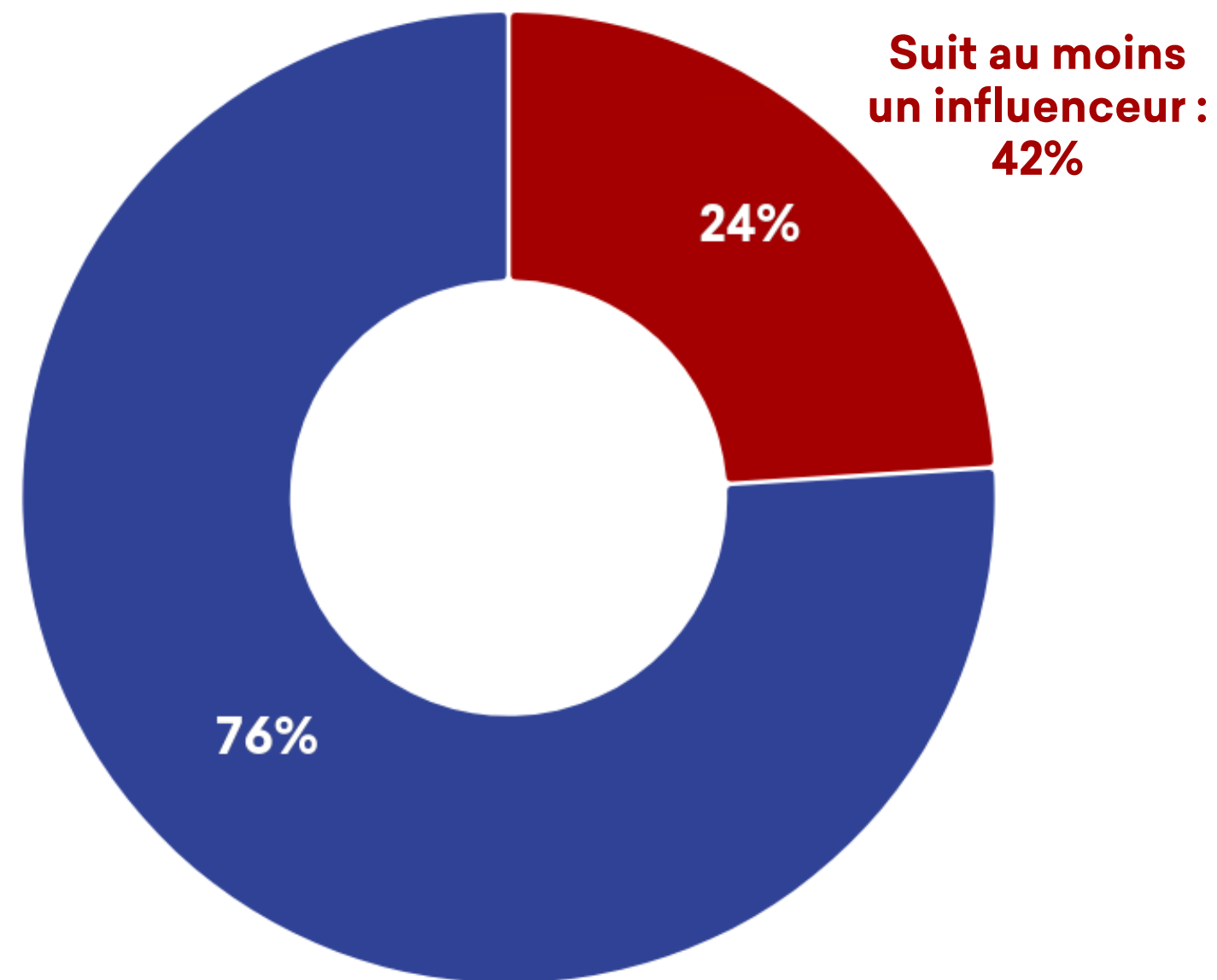


Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

# Les trois quarts des Français s'opposent à l'injonction faite aux créateurs de contenus de prendre position sur des sujets sensibles

Inciter un influenceur ou créateur de contenu à prendre position sur un sujet d'actualité sensible ou polémique ...

- C'est légitime, son opinion doit être connue de sa communauté
- Ça n'est pas souhaitable, il doit être libre de s'exprimer ou pas quel que soit le sujet



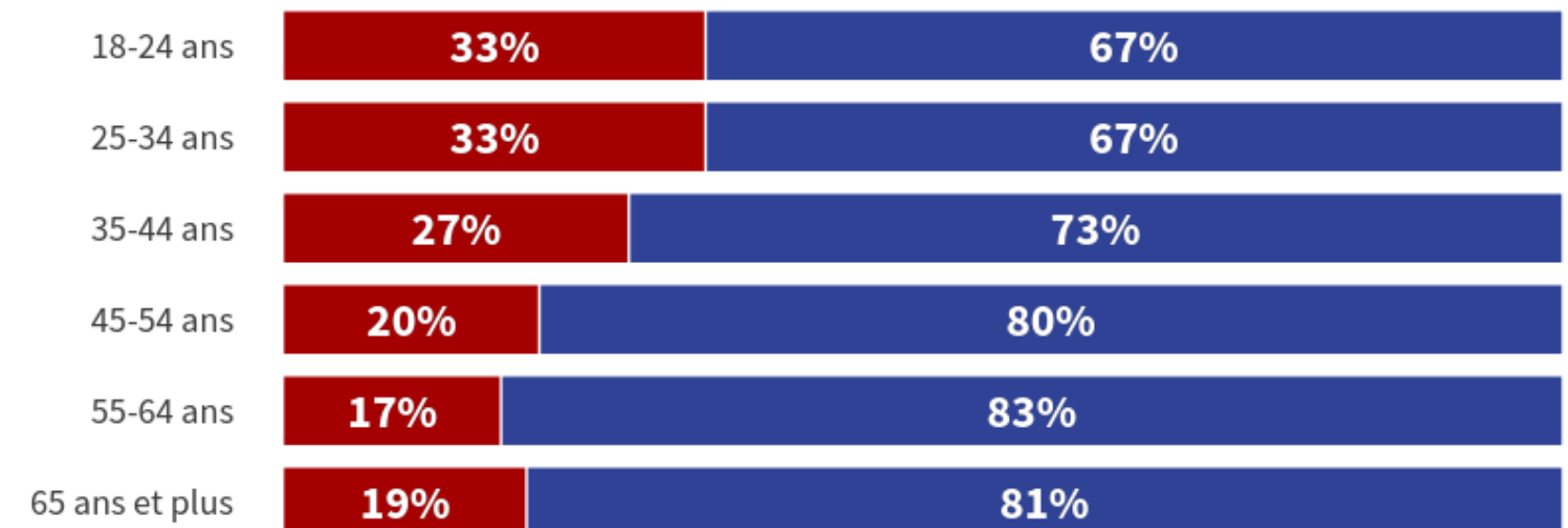
Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

Alors que de nombreux créateurs de contenus témoignent d'importantes pressions les incitant à prendre position sur des sujets d'actualité sensibles, 76% des Français et 67% des jeunes estiment que les créateurs doivent rester libres de s'exprimer ou non.

**La majorité silencieuse des Français se démarque ainsi de la France polémique, sur-représentée sur les réseaux sociaux.**

Par groupes d'âge

- C'est légitime, son opinion doit être connue de sa communauté
- Ça n'est pas souhaitable, il doit être libre de s'exprimer ou pas quel que soit le sujet



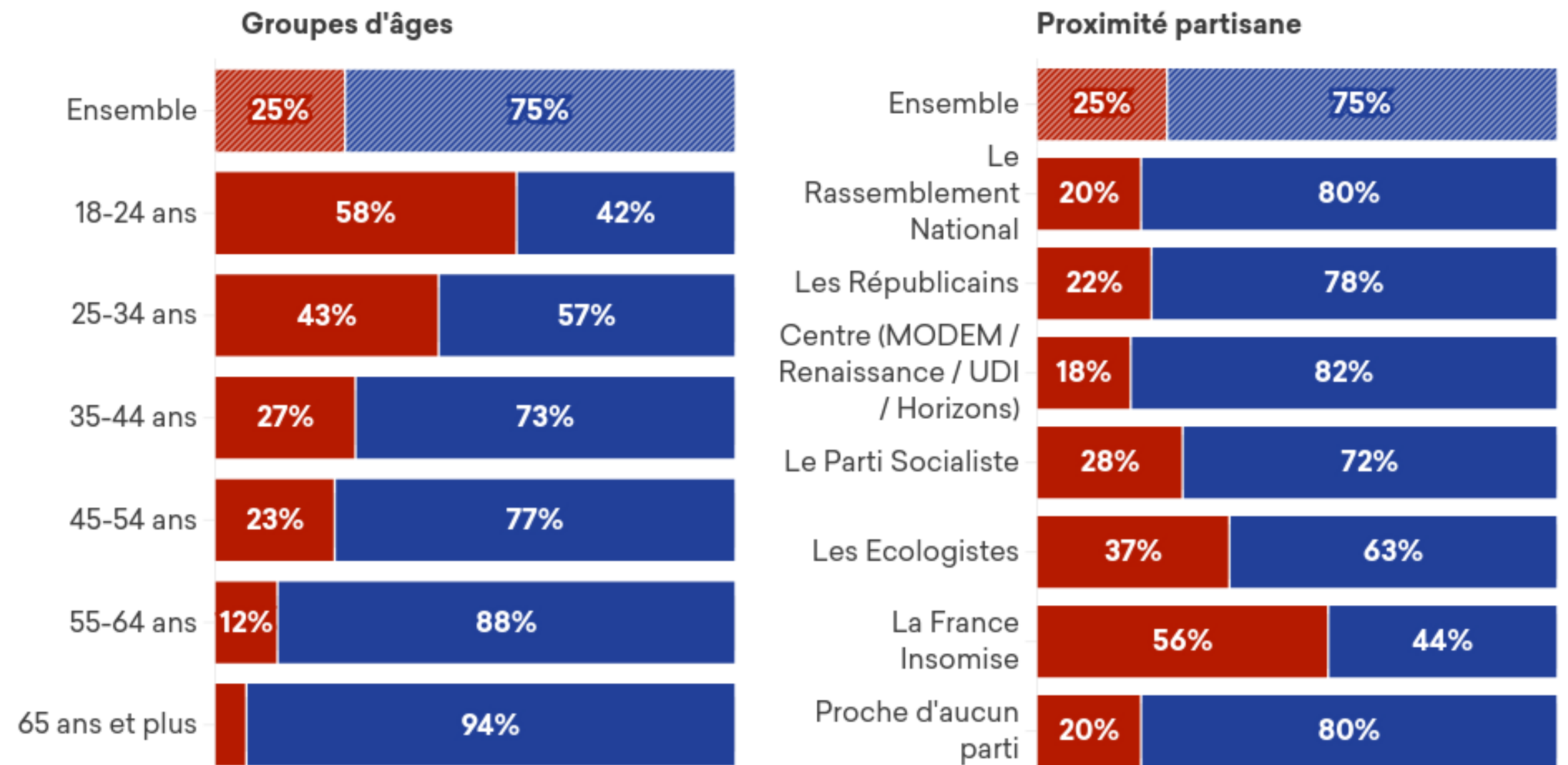
Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

# Recommandations de vote : les jeunes accordent un rôle aux influenceurs, à l'inverse des autres générations

Lors des élections législatives de l'été 2024, des influenceurs ont exprimé des recommandations de vote.

■ Oui, c'est plutôt légitime ■ Non, ce n'est pas vraiment leur rôle

Une large majorité de Français (76%) expriment leur réticence à ce que les influenceurs donnent des conseils de vote. Mais les plus jeunes et les partisans de La France insoumise se distinguent en jugeant légitime que les créateurs de contenus s'engagent directement dans le débat électoral (58 et 56% respectivement).



# Influenceurs et politique : une question qui fait débat auprès des jeunes

*A propos du post du Youtubeur Squeezie invitant à ne pas voter pour l'extrême-droite aux élections législatives de 2024 :*

En CM1, CM2 ils suivent déjà Squeezie. Ils en savent rien sur la politique. Nous, à notre âge, on voit si on est d'accord, mais beaucoup de collégiens suivent ce que fait Squeezie, ce qui n'est pas le meilleur... Chacun son rôle, c'est délicat...

**Naomie, Attentiste, 19 ans, Villepinte**

Quand je vois Jordan Bardella qui joue à l'apprenti tik-tokeur, je ne vois pas pourquoi il y aurait pas des influenceurs qui se mêlent à la politique, ça va dans les deux sens.

**Ulysse, Attentiste, 17 ans, région parisienne**

Que les syndicats viennent au travail dire qu'il faut voter ça, ça m'a plus choqué que l'influenceur qui donne son avis.

**Dorine, Laissée pour compte, 26 ans, Caen**

# Influenceurs vs. créateurs de contenu : une distinction émergente

Dans les groupes de discussion, les participants emploient parfois les termes "influenceur" et "créateur de contenu" comme synonymes, mais une distinction émerge au fil des échanges, fondée sur :

- la valeur perçue du contenu (vide vs. utile),
- la motivation supposée (argent facile vs. démarche éthique),
- et la relation à l'audience (manipulation vs. transmission).

Les créateurs de contenu sont mieux perçus lorsqu'ils maîtrisent un sujet précis (ex : échecs, cuisine, parentalité), partagent des contenus pédagogiques, informatifs ou culturels, et conservent une certaine éthique dans leur démarche (ex. : ne pas faire de publicité pour des produits qu'ils n'utilisent pas eux-mêmes).

Les influenceurs sont critiqués pour l'usage excessif de leur visibilité à des fins commerciales, leur influence perçue comme négative sur les jeunes (culte de l'apparence, surconsommation), et leurs prises de parole politiques ou sociétales jugées peu légitimes, car déconnectées de toute expertise.



Pour moi les créateurs de contenus, c'est quand y'a un travail derrière. Ils font un vrai travail, ils se détachent, ils ont un truc en plus.

**Ulysse, Attentiste, 17 ans, région parisienne**



Pour moi, influenceur et créateur de contenu c'est la même chose, mais ce n'est pas forcément négatif. Il y a des créateurs de contenu qui sont intéressants. Je regarde beaucoup de contenus sur YouTube. Pour le coup, c'est des créateurs de contenu qui créent du divertissement, de l'information qui m'intéresse. Je trouve ça vraiment bien fait et intelligent, et je trouve ça totalement justifié qu'ils gagnent de l'argent avec ça. Et pour d'autres c'est totalement déplorable, et je les suis pas, c'est tout.

**Bastien, Laissé pour compte, 33 ans, Caen**



Je fais vraiment une différence entre ceux qui profitent de l'influence qu'ils ont sur les jeunes, qui vont trouver la fame dans tel produit, alors que les créateurs de contenus ont vraiment une éthique, et sont moralement ok.

**Marion, Laissée pour compte, 23 ans, Saint-Denis**

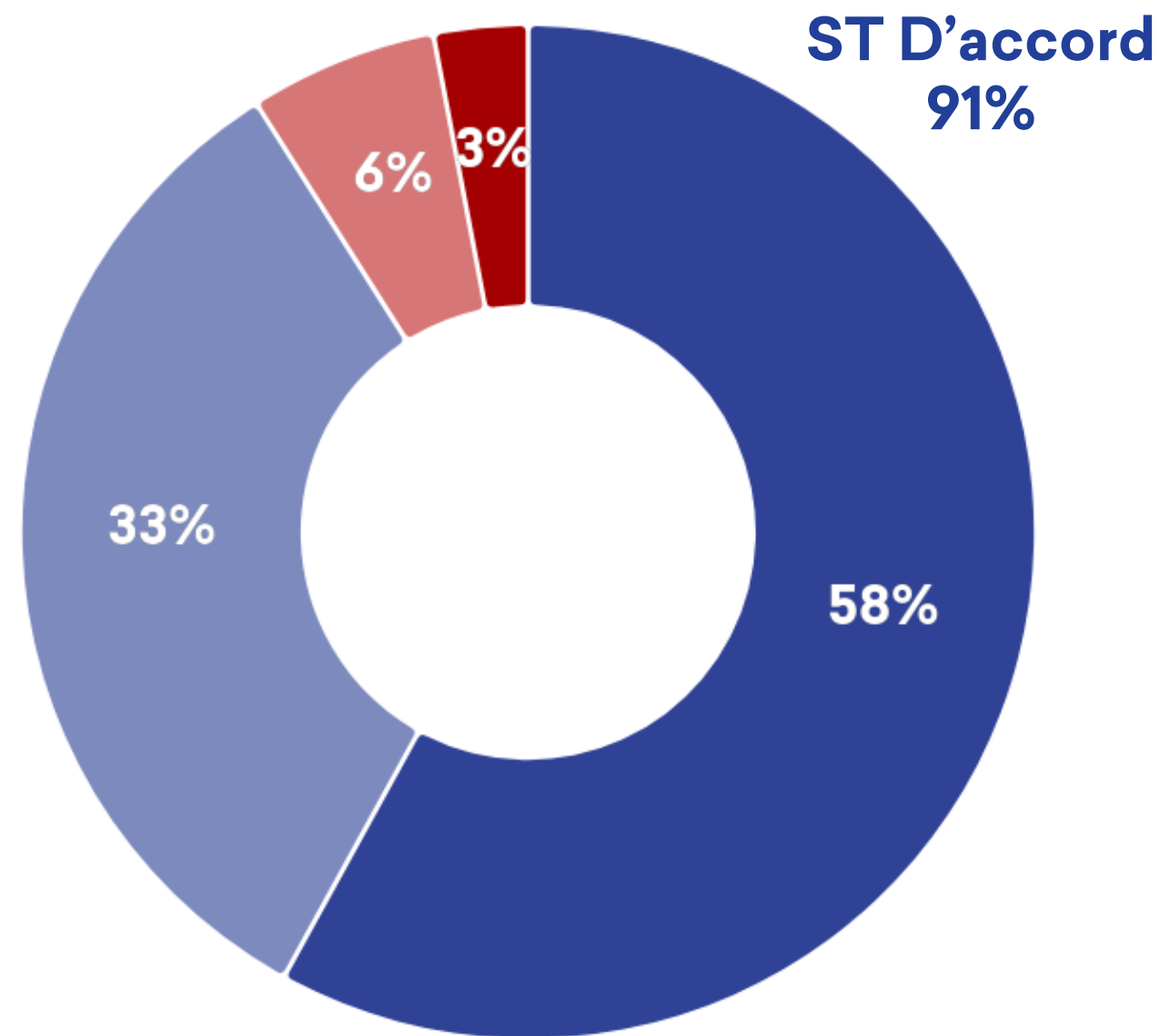
# 4.

## **Modération et interdiction aux jeunes des réseaux sociaux : les Français en demande de contrôle**

# Une volonté unanime de responsabilisation des influenceurs concernant la vérification des sources

Les influenceurs et créateurs de contenus ont une responsabilité vis à vis de leur communauté, ils doivent vérifier la véracité des contenus qu'ils publient

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord  
● Pas du tout d'accord



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

**91 % estiment que les créateurs de contenus doivent vérifier la véracité des contenus qu'ils publient.**

Cette demande de responsabilisation se traduit par des témoignages appelant à une formation, similaire à celle des journalistes, pour ceux qui diffusent massivement de l'information.

Un journaliste au départ c'est quelqu'un qui a reçu une formation et qui va avoir quand même une réflexion. Un influenceur, lui, il va publier ce qu'il a envie de publier sans aucune vérification, et effectivement, il peut avoir un intérêt financier derrière.

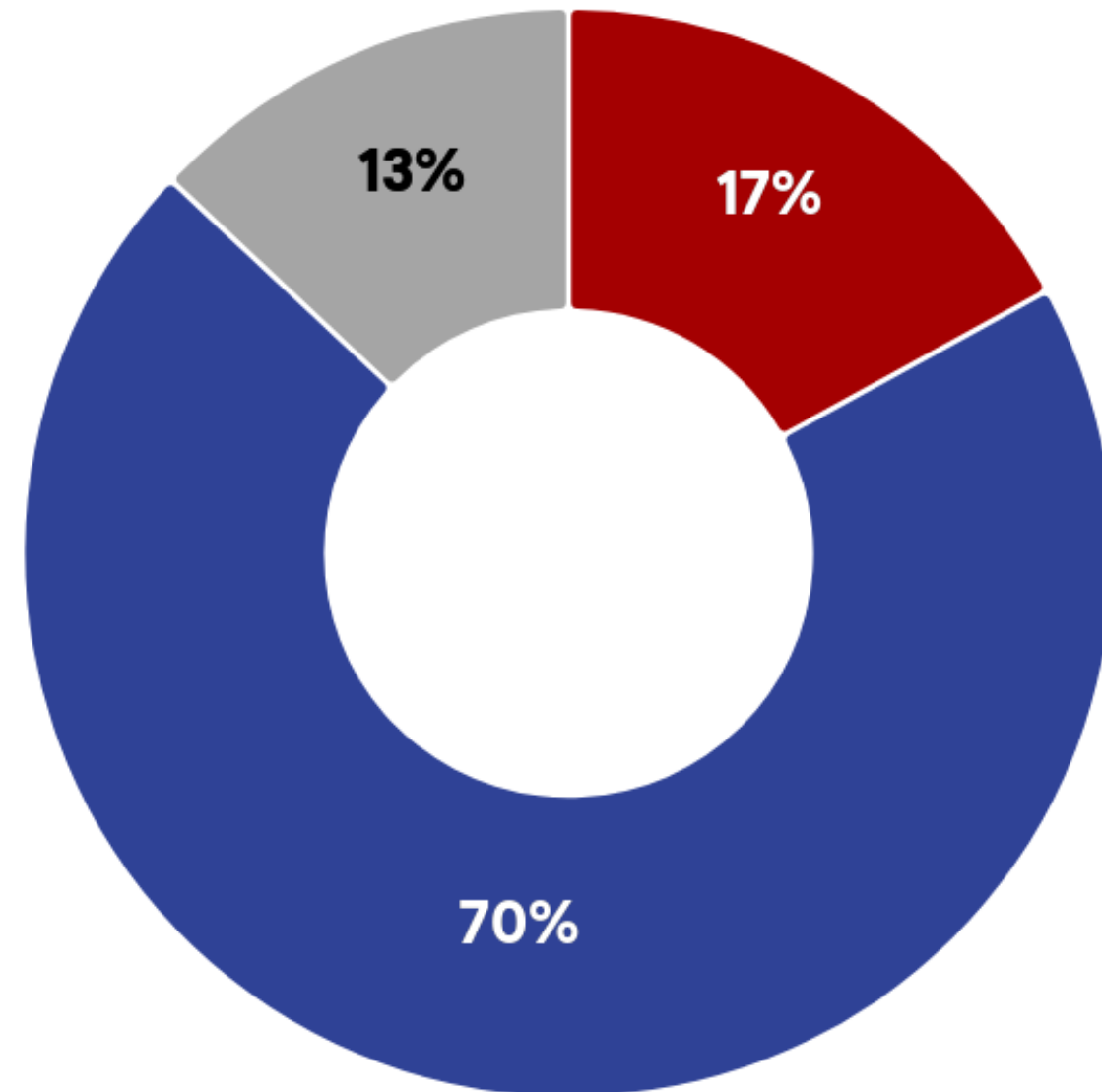
**Marion, Laissée pour compte, 23 ans, Saint-Denis**



# La diminution de modération de contenus sur les réseaux sociaux : un nouveau risque pour les Français

De manière générale, sur les réseaux sociaux, est-ce que vous considérez qu'aujourd'hui ?

- Il y a trop de censure et on ne peut pas dire ce que l'on veut
- Il y a trop de contenus problématiques et pas assez de modération
- La gestion actuelle des réseaux sociaux est équilibrée



Source : Destin Commun, Février 2025, N = 3 025

**7 Français sur 10 estiment qu'il n'y a pas assez de modération de contenus problématiques sur les réseaux sociaux.**

Dans les groupes de discussion, la décision de Méta de supprimer son programme de fact-checking et les sanctions associées est largement critiquée, aussi bien car cela risque de favoriser la prolifération de contenus violents et dangereux, que parce que cela introduit un nouveau risque de propagation de fausses informations.

Pour moi c'est de la connerie, c'est de la rentabilité, et ça n'a aucun sens. Il devrait y avoir un minimum de contrôle de ce qui est visible, et ce à quoi les gens peuvent être confrontés en ouvrant leur téléphone, en fait.

**Marion, Laissée pour compte, 23 ans, Saint-Denis**

Sur Méta ils ont enlevé la modération, du coup il y a eu une hausse de 80% de harcèlement je crois et de contenus fake repris par Trump et Musk.

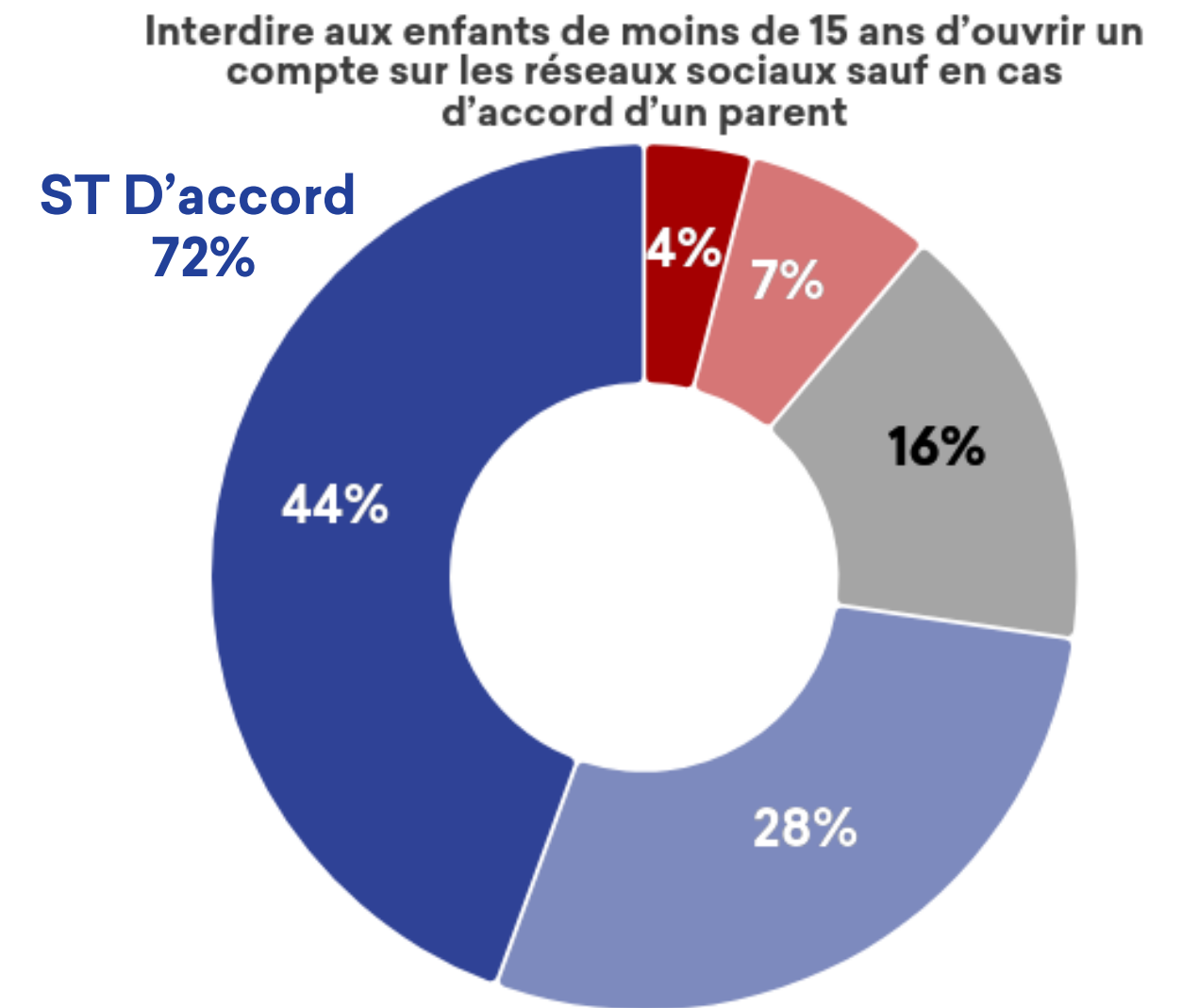
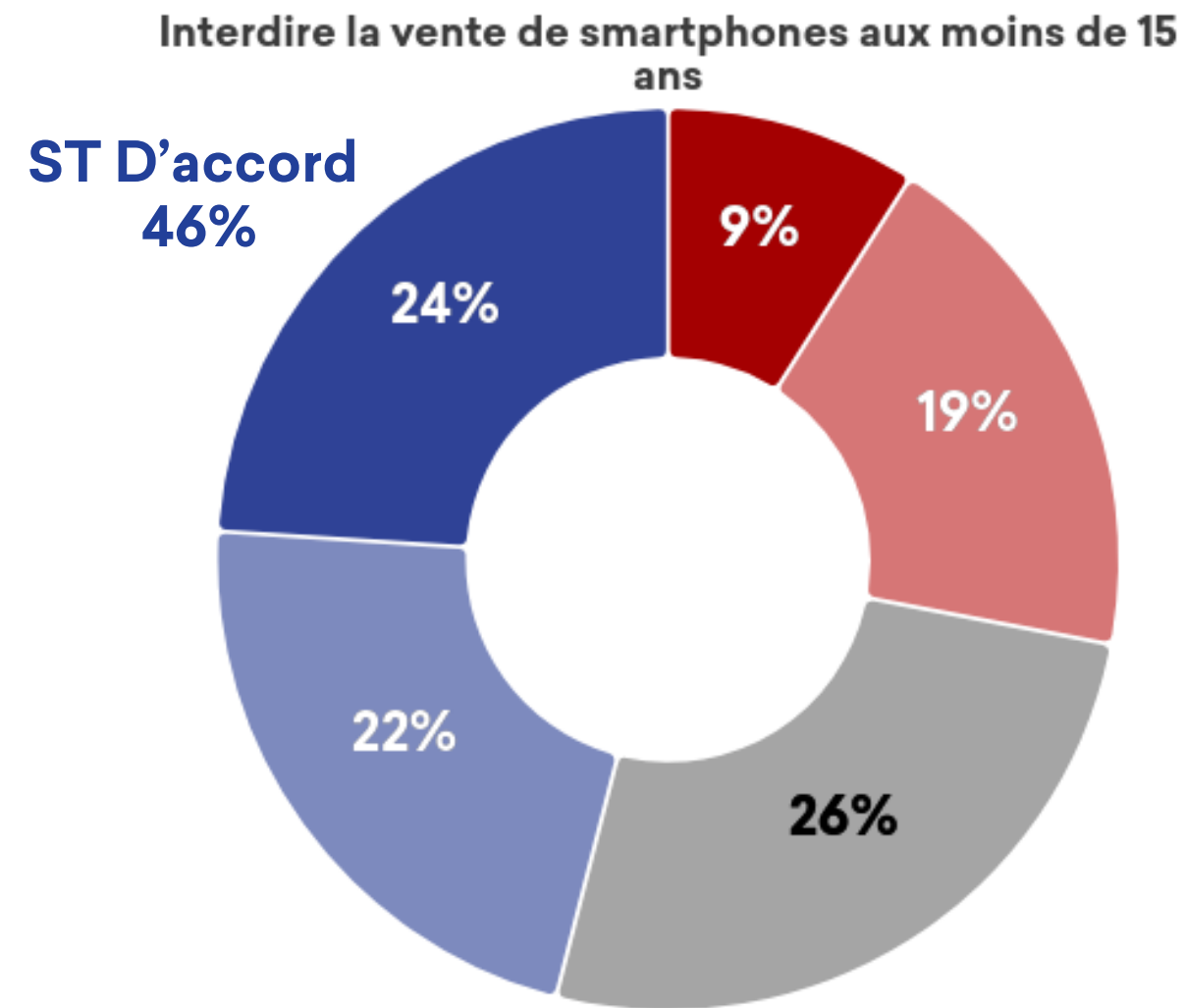
**Léo, Attentiste, 19 ans, Paris**

# 72% des parents favorables à l'interdiction de la création de comptes sur les réseaux sociaux avant 15 ans sans accord des parents

Plus de 7 Français sur 10 sont favorables à l'interdiction de la création de comptes sur les réseaux sociaux aux moins de 15 ans. Si une telle loi sur la majorité numérique à 15 ans a été adoptée par le Parlement français dès 2023, sa mise en application doit s'inscrire dans l'ambition de régulation européenne, encadrée par le Digital Services Act.

Êtes-vous favorable ou opposé à ces mesures visant à protéger les enfants des dangers d'internet et des réseaux sociaux ?

● J'y suis tout à fait opposé ● J'y suis plutôt opposé ● Je n'y suis ni opposé ni favorable ● J'y suis plutôt favorable ● J'y suis tout à fait favorable



Source : Destin Commun, avril 2025, N = 2 005 parents

# Interdiction des réseaux sociaux aux plus jeunes :

## Derrière le consensus, des questions sur la mise en oeuvre concrète

Dans de précédentes enquêtes, nous avons montré que 75 % des Français étaient favorables à l'interdiction pour les plateformes d'ouvrir des comptes aux moins de 15 ans, et 57 % aux moins de 18 ans.

**Ces mesures bénéficiaient d'un solide consensus partisan, avec plus de 70 % d'approbation dans l'ensemble des électors.**

Les opinions recueillies lors de nos groupes de discussion confirment cette tendance, aussi bien chez les jeunes Attentistes que chez les Laissés pour compte utilisateurs fréquents des réseaux sociaux.

Derrière ce consensus émergent toutefois plusieurs questions quant à l'application concrète d'une telle interdiction :

- l'âge seuil qui serait effectivement retenu,
- la crainte de la levée de l'anonymat lors de la vérification de l'identité - les solutions techniques protégeant la vie privée n'étant pas connues,
- la responsabilité des parents, et la nécessité de mettre en place, dans tous les cas, des contrôles parentaux renforcés sur internet.



Je pense que les enfants n'ont pas besoin de réseaux sociaux au quotidien, qu'ils restent dans leur petit nuage, leur petit monde... Ils apprennent à l'école, ils ont leurs copains, les parents, la famille, tout ça. Jusqu'à peu près, 16-17 ans après, bien sûr...

**Sybille, Laissé pour compte, 40 ans, Caen**



Mon petit frère, récemment ma mère lui a autorisé les réseaux sociaux alors qu'il est qu'en 6e, du coup il a TikTok, et il parle beaucoup comme un ado, il dit toutes sortes d'injures, plein de choses qu'il devrait pas dire à son âge. C'est super décevant de voir qu'à cet âge-là c'est ce qui arrive.

**Naomie, Attentiste, 19 ans, Paris**

**Contact presse :**

Marion Cosperec

[marion@destincommun.fr](mailto:marion@destincommun.fr)

06 62 23 22 52



**Destin  
Commun**

More in Common France