



Communiqué de presse
Paris, le 29.09.2022

heaven présente les résultats de la 7ème édition de son exploration Born Social.

Que font les moins de 13 ans sur les réseaux sociaux ?

L'âge minimum officiel pour utiliser la plupart des réseaux sociaux est fixé à 13 ans. Ce qui n'empêche pas les enfants en dessous de cet âge d'y être présents et actifs...

Les objectifs de l'étude Born Social, réalisée par l'agence heaven en partenariat avec l'association Génération Numérique, sont d'explorer les comportements de ces utilisateurs "invisibles", dresser le portrait d'une génération née avec les médias sociaux, et comprendre leur relation aux marques.

Cette édition 2022 de Born Social apporte de nouveaux enseignements dont vous trouverez quelques exemples ci-dessous :

- le temps passé sur le téléphone est davantage un sujet de préoccupation qu'auparavant : 45% des enfants interrogés ont connaissance des apps de suivi de temps passé (+20 points par rapport à 2020). Par ailleurs, 4 enfants équipés sur 10 considèrent par eux-mêmes passer trop de temps sur leur téléphone. (+10 points en 2 ans)
- concernant l'usage des plateformes, malgré l'interdiction aux moins de 13 ans, ils sont aujourd'hui 87% à utiliser régulièrement au moins une application sociale.
- 52% des enfants interrogés déclarent que leurs parents les géolocalisent avec leur téléphone. Ils étaient seulement 34% en 2020.
- l'usage des apps de messagerie (type Whatsapp, Messenger...) devance désormais celui des SMS.
- l'application la plus utilisée parmi les enfants interrogés reste Youtube à 59,5%.
- le trio de tête des réseaux sociaux reste également inchangé : Snapchat (54,5%), TikTok (44,2%) et Instagram (23,6%)
- 48% des enfants indiquent qu'il y a trop de publicité sur les réseaux sociaux (+14 points en 2 ans)

- concernant le metaverse, 71% des interrogés déclarent ne pas savoir ce que c'est et 16% pensent que "ça ne sert à rien".

Cette édition de Born Social comprenait également un focus Green & RSE, dans lequel on apprend notamment que 8% des enfants déclarent avoir fait des cauchemars à propos de la planète ou encore que 88% d'entre eux se sentent concernés par l'évolution de la planète.

Cette étude s'inscrit dans l'ADN de l'agence heaven, qui s'appuie sur sa connaissance des comportements digitaux émergents pour concevoir des campagnes qui s'invitent au coeur des conversations des internautes.

Découvrez plus de détails sur notre étude.

—

Contact Presse

Olivier Duval de Laguerce

E: olivier.duval@heaven.fr

T: 0764423906

À propos de heaven

Heaven est une agence de publicité next-generation.

Heaven s'appuie sur sa connaissance des nouveaux comportements digitaux et sociaux pour concevoir et déployer des stratégies et des campagnes innovantes et performantes, locales et internationales qui s'invitent au cœur des conversations des internautes.

Heaven présente également depuis 2016 "Born Social", le premier baromètre annuel de référence sur l'évolution des comportements Next Gen des moins de 13 ans.

Pour concevoir et délivrer ses campagnes, heaven s'organise autour d'expertises métiers : Influence, Social, Brand Content, Media, UX, Creative Tech et Études qui toutes viennent nourrir la création publicitaire.

Heaven, qui fait partie du groupe Hopscotch, compte parmi ses clients actifs des marques comme Dacia, Danone, Deliveroo, Disney, Engie, Glenmorangie et Nina Ricci. L'agence est dirigée par Arthur Kannas et Sophie Noël, et est composée de 70 collaborateurs aux métiers complémentaires.

www.heaven.paris | [facebook](https://www.facebook.com/heaven.paris) | [twitter](https://twitter.com/heaven.paris) | [instagram](https://www.instagram.com/heaven.paris)