

Paris, le 31 août 2026

RENTREE SCOLAIRE : DERRIERE LES CONSEILS DE PERFORMANCE, L'INFLUENCE INVISIBLE DES RESEAUX SOCIAUX SUR LA SANTE DES JEUNES

À l'approche de la rentrée, réviser plus vite, rester concentré plus longtemps, être plus performant : ces injonctions sont omniprésentes sur les réseaux sociaux. Derrière les conseils de productivité, les « hacks » cognitifs et les promesses d'optimisation se dessine un phénomène plus large. À travers son quatrième Cahier Expert sur la « toxicité invisible » et une enquête Ifop menée auprès de 2 000 jeunes de 15 à 24 ans, la Fondation APRIL met en lumière l'influence des réseaux sociaux sur les comportements de santé et appelle à renforcer la prévention face à ces nouvelles formes d'influence.

LA RENTREE, UN TERRAIN PROPICE AUX INJONCTIONS DE PERFORMANCE COGNITIVE

La rentrée réactive les attentes de réussite et la recherche de solutions pour être plus efficace ou plus concentré. Dans ce contexte, les réseaux sociaux diffusent massivement des contenus promettant d'améliorer la mémoire, la concentration ou la productivité.

Quelques chiffres illustrent cette réalité :

- 39 % des 15-24 ans ont déjà été exposés à des contenus promouvant des produits ou pratiques destinés à améliorer les performances cognitives ;
- 77 % déclarent avoir déjà modifié un comportement après avoir vu un contenu sur les réseaux sociaux ;
- 69 % l'ont fait sans demander l'avis d'un professionnel de santé ou d'un proche.

Pour la Fondation APRIL, ces résultats traduisent une évolution préoccupante : la concentration tend à être perçue comme une capacité à optimiser en permanence, tandis que la fatigue ou les difficultés d'attention sont de plus en plus considérées comme des problèmes à corriger.

QUAND L'OPTIMISATION DEVIENT UN ENJEU DE SANTE

La concentration n'est qu'une des facettes d'un phénomène plus vaste. Les réseaux sociaux diffusent également des normes liées à l'apparence, à l'alimentation, au bien-être mental ou à l'activité physique.

Cette influence peut avoir des conséquences directes sur les comportements de santé :

- 18 % des jeunes déclarent avoir déjà pris un médicament sans avis médical après avoir vu un contenu en ligne ;
- 16 % ont déjà arrêté ou modifié un traitement ;
- 53 % se sont déjà autodiagnostiqués un problème de santé ;
- Seuls 41 % ont ensuite consulté un professionnel ;
- 83 % ont déjà été exposés à des contenus susceptibles de présenter un risque pour leur santé.

Pour la Fondation APRIL, ces phénomènes illustrent une forme de « toxicité invisible » : des contenus souvent légaux et valorisés dont l'impact s'accumule au fil des expositions répétées.

UN MARCHÉ INVISIBLE ALIMENTE PAR LES INCERTITUDES DES JEUNES

Pour compléter ses travaux, la Fondation APRIL s'est associée à la Fondation Jean-Jaurès autour de l'étude Corps et réseaux sociaux : la fabrique ordinaire du mal-être.

Les auteurs montrent comment les frontières entre santé, bien-être, réussite personnelle et consommation deviennent de plus en plus floues. Fatigue, manque de concentration ou stress sont régulièrement associés à des solutions, programmes ou produits présentés comme indispensables.

Cette logique nourrit ce qu'ils qualifient de « marché invisible », qui prospère sur les inquiétudes et aspirations des jeunes davantage que sur leur santé elle-même.

Cette analyse trouve un écho dans l'enquête Ifop : un jeune sur quatre déclare avoir déjà acheté un produit lié à la santé, au bien-être ou à l'apparence après avoir vu un contenu d'influence.

FAIRE DE LA RENTREE UN MOMENT DE PREVENTION

Pour la Fondation APRIL, la rentrée est aussi l'occasion de renforcer les compétences des jeunes face aux mécanismes d'influence auxquels ils sont quotidiennement exposés.

L'enjeu ne repose pas uniquement sur la remise en cause les réseaux sociaux, mais de permettre aux jeunes de mieux comprendre ce qui façonne leurs représentations de la santé, de la performance et de la réussite. Développer l'esprit critique, encourager le

recours aux professionnels de santé et proposer des outils de prévention adaptés aux usages numériques constituent aujourd'hui des priorités de santé publique.

Les jeunes eux-mêmes y sont favorables :

- 75 % souhaitent des modules scolaires consacrés aux mécanismes d'influence des réseaux sociaux ;
- 75 % souhaitent davantage de contenus réalisés par des créateurs formés à la prévention ;
- 82 % soutiennent un signalement clair des contenus présentant un risque pour la santé.

« La rentrée scolaire met naturellement la question de la concentration et de la réussite au premier plan. C'est précisément dans ces moments que la prévention est essentielle. Les jeunes doivent pouvoir distinguer les conseils utiles des injonctions qui les conduisent à considérer leur santé comme un projet d'optimisation permanent. »

Sophie Ferreira, déléguée générale de la Fondation APRIL

À PROPOS DE LA FONDATION APRIL

La Fondation d'entreprise APRIL agit pour faire progresser la prévention et la promotion de la santé grâce aux apports des sciences comportementales. Engagée en faveur de la santé des jeunes, elle produit des connaissances, développe des outils de prévention et soutient des initiatives de terrain pour mieux comprendre et agir sur les facteurs qui influencent les comportements de santé. Ses travaux portent notamment sur l'impact des environnements numériques sur la santé physique, mentale et sociale des jeunes.

www.fondation-april.org

Sources :

Enquête Ifop réalisée pour la Fondation APRIL et la Fondation Jean-Jaurès, par questionnaire auto-administré en ligne du 12 au 17 juin 2026 auprès d'un échantillon de 2 000 personnes représentatif des 15-24 ans résidant en France métropolitaine.

« Corps et réseaux sociaux, la fabrique ordinaire du mal-être », note d'analyse sociologique et politique co-écrite par la fondation PAIRL et la Fondation Jean Jaurès.

CONTACT PRESSE

Mélanie Sutter

melanie.sutter@april.com / 06 43 54 66 67