THÈME: Médecine Interne

CA 096

Impact des réseaux sociaux en dermatologie : une étude observationnelle

- Amal HAMDI Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Mohamed Ben Rjab, AHU, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Jacem Rouatbi, AHU, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Sarra Saad, AHU, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Maha Lahouel, AHU, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Nadia Ghariani Fetoui , Pr.Ag, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Marouene Belkahla, Pr.Ag, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Sana Mokni, PHU, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Amina Aounallah, PHU, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Najet Ghariani, PHU, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie
- Mohamed Denguezli, PHU, Service de Dermatologie, Hôpital Farhat Hached, Sousse, Tunisie

Introduction

Ces dernières années, les réseaux sociaux (RS) sont devenus des canaux d'information incontournables, y compris dans le domaine de la santé. En dermatologie, ils permettent une diffusion large des contenus, tout en favorisant la propagation de données non vérifiées. Cette étude vise à étudier l'influence des RS sur la pratique en dermatologie.

Matériels et méthodes

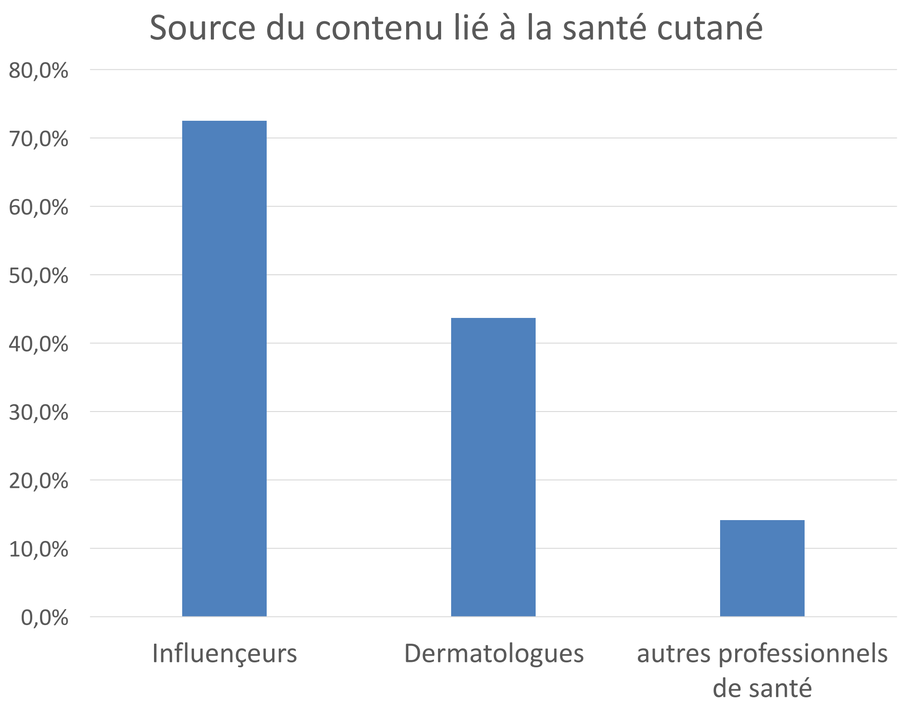
Nous avons mené une étude observationnelle auprès de patients reçus en consultation. Les données ont été collectées à l'aide d'un questionnaire standardisé composé de 15 questions, visant à explorer l'impact perçu des contenus diffusés sur les RS liés aux soins cutanés.

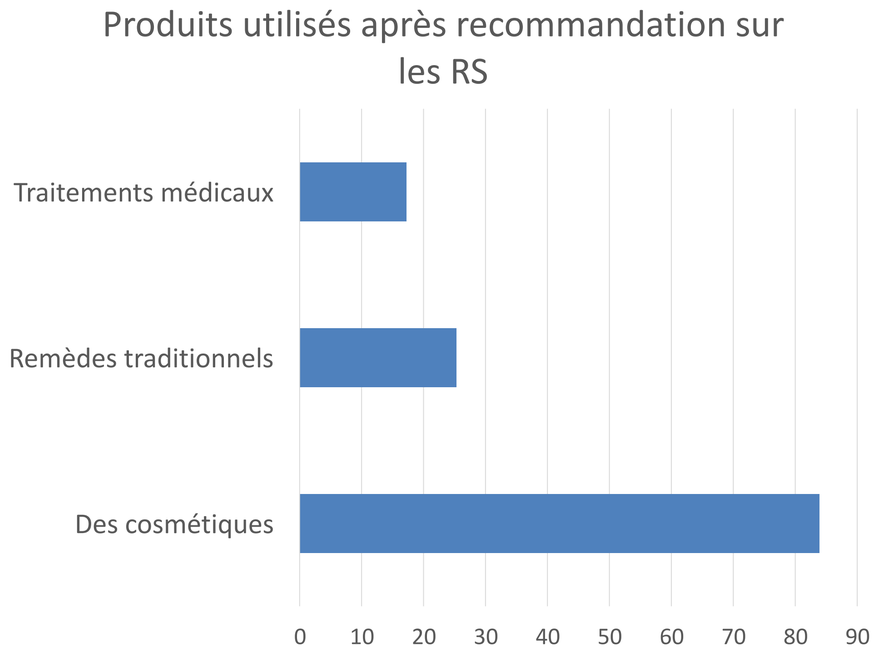
Résultats

Au total, 142 patients ont répondu au questionnaire. Les plateformes les plus utilisées étaient Facebook® (88%), Instagram® (72,5%), TikTok® (42,3%) et YouTube® (40,1%). Cent-deux participants (71,8%) ont recherché des solutions à leurs problèmes dermatologiques en ligne, et 56,3% étaient régulièrement exposés à des publications sur les soins de la peau. Ces contenus étaient principalement diffusés par des influenceurs (72,5%), suivis de dermatologues(43,7%) et d'autres professionnels de santé (14,1%).

Par ailleurs, 55,6% ont acheté au moins un produit dermatologique suite à une recommandation sur les RS, surtout des cosmétiques (83,9%), mais aussi des remèdes traditionnels (25,3%) et des traitements médicaux (17,2%). L'efficacité perçue était jugée partielle dans 61,2% des cas, satisfaisante dans 21,2%, tandis que 17,6% rapportaient des effets indésirables.

L'influence des RS était significativement associée au sexe féminin (68,5% vs 14,7% ; p<0,001) et à un âge plus jeune (27,5 vs 39,7 ans ; p<0,001), sans lien significatif avec le niveau d'instruction (p=0,715). Enfin, seulement 11,8% des participants déclaraient faire confiance aux influenceurs beauté, avec une confiance significativement plus marquée chez les femmes (25,9% vs 8,8% ; p=0,035) et chez les participants plus jeunes (âge moyen : 26,1 ans vs 34,9 ans ; p<0,001).





Discussion

Les RS ont profondément modifié la manière dont les patients s'informent sur les affections cutanées et leurs traitements. La forte proportion de participants recherchant activement des solutions en ligne souligne leur rôle croissant dans l'autogestion des problèmes cutanés. Toutefois, la prédominance des influenceurs comme principales sources de contenu interroge sur la crédibilité des informations diffusées et justifie une présence plus active des dermatologues sur ces plateformes, afin de contrer les messages erronés ou à visée commerciale. Les femmes jeunes apparaissent comme le profil le plus exposé à ce type de marketing. Enfin, la méfiance exprimée par une majorité relative des participants à l'égard des influenceurs met en lumière un paradoxe : des contenus perçus comme peu crédibles, mais dont l'influence comportementale demeure importante.

Conclusion

Ces résultats appellent à une vigilance accrue des dermatologues face à des patients mieux informés mais aussi plus influençables et soulignant la nécessité de renforcer l'éducation sanitaire en rapport avec les RS.