

## Mes conseils dermatologiques sur Instagram



D. HAIDAR  
Dermatologue, PARIS

**RÉSUMÉ:** L'intelligence artificielle (IA) et les réseaux sociaux ont profondément transformé l'accès à la santé, contribuant à la rendre plus connectée, immédiate et accessible. Mais cette évolution s'accompagne d'un risque majeur: celui de voir la viralité l'emporter sur la véracité. La dermatologie, à la croisée de l'esthétique et du médical, est particulièrement vulnérable à cette dérive. En France, nous ne sommes encore qu'une minorité de dermatologues, conscients de cet enjeu, à investir les réseaux sociaux pour y partager des contenus fiables, pédagogiques et accessibles. Pourtant, cette question cruciale de santé publique nécessite une mobilisation coordonnée et collective, impliquant différents acteurs.



### POINTS FORTS

- L'intelligence artificielle (IA) et les réseaux sociaux ont transformé l'accès à la santé, offrant aux patients un meilleur accompagnement dans leurs interrogations tout en renforçant leur autonomie.
- Problème : en parallèle, on assiste à une prolifération des fausses informations qui entraîne des retards de diagnostic et des complications qui peuvent s'avérer graves.
- Les maladies et soins de la peau suscitent un intérêt croissant du grand public, ce qui fait de la dermatologie l'une des spécialités les plus vulnérables à la désinformation, source de méfiance, de conseils erronés, de traitements inadaptés et de complications.
- La présence des médecins sur les réseaux sociaux est essentielle pour éduquer et restaurer la confiance des patients.
- Une action collective est nécessaire pour réguler les contenus en ligne et garantir des informations fiables.

Retrouvez cette fiche en flashant  
le QR code ci-dessous



L'intelligence artificielle (IA) et les réseaux sociaux bouleversent le rapport des patients à la santé. Instagram, TikTok, YouTube, Google, ChatGPT et bien d'autres sont devenus des lieux de recherche, d'expression, de diagnostic voire de propositions thérapeutiques. La dermatologie, spécialité visuelle et grand public, est particulièrement concernée : les utilisateurs y cherchent aussi bien des réponses à leurs pathologies cutanées que des conseils esthétiques.

Si cette démocratisation de l'information peut renforcer la prévention, améliorer l'acceptation de soi et faciliter la diffusion de messages de santé, elle comporte également de nombreux risques. La propagation de discours non professionnels s'intensifie et engendre doutes et confusion, allant parfois jusqu'à mettre en danger la santé des utilisateurs [1].

Lors de mon installation en libéral, je n'avais pas mesuré l'ampleur de ce phénomène. Rapidement, j'ai été confrontée à une explosion de demandes de patients désorientés par des conseils inadaptés lus en ligne. Diagnostiqués à tort par une IA ou influencés par des recettes douteuses, certains présentaient des complications évitables. Ce constat m'a poussée, en 2022, à m'impliquer activement sur les réseaux sociaux afin de proposer une information médicale fiable, éducative et accessible.

## Les réseaux sociaux : un outil puissant pour informer et former

### 1. Des plateformes utiles pour les patients

Contrairement à l'image parfois caricaturale qu'on en donne, les réseaux sociaux peuvent être un levier d'autonomie et d'éducation pour les patients [2, 3]. Certains travaux ont montré que ces outils numériques peuvent réduire l'anxiété préopératoire [4], faciliter l'adhésion aux traitements et renforcer les messages de prévention, notamment dans le domaine du cancer cutané [5].

Les témoignages, les partages d'expérience ou les contenus de sensibilisation

peuvent aussi favoriser l'acceptation de soi et briser l'isolement, notamment chez les plus jeunes.

### 2. Un levier pour les professionnels de santé

Les réseaux sociaux ne profitent pas qu'aux patients. Ils permettent également aux professionnels de santé de se former en continu, diffuser des connaissances à travers des formats éducatifs et mieux comprendre le vécu des patients pour ajuster leur discours et leur prise en charge.

Ces nouvelles pratiques encouragent une médecine plus humaine et connectée, mieux ancrée dans la réalité numérique des patients [6].

## Une dermatologie fragilisée par la désinformation

Si ces nouvelles formes d'accès à l'information présentent de nombreux avantages, elles s'accompagnent aussi d'inconvénients non négligeables : l'exposition à un volume considérable de contenus non certifiés [1, 7]. La dermatologie en particulier devient l'un des terrains les plus fertiles pour la propagation d'idées reçues et de fausses informations.

### 1. Pourquoi la dermatologie est-elle si exposée ?

Plusieurs facteurs expliquent la vulnérabilité de la dermatologie face à la désinformation :

- une pénurie de dermatologues, qui allonge les délais de consultation ;
- une forte pression sociale sur l'apparence ;
- l'essor des soins cosmétiques en tous genres ;
- les pathologies/troubles cutanés sont souvent à l'origine de contenus visuels "impressionnants" qui suscitent le débat.

### 2. Des formes multiples de désinformation

#### >>> Applications d'IA et diagnostics erronés

Certaines applications proposent de diagnostiquer une maladie de peau à partir d'une simple photo. Problème : les erreurs sont nombreuses. Une IA

peut confondre un mélanome avec une croûte de sang ou une kératose bénigne et inversement, ce qui peut générer de l'anxiété dans certains cas et retarder une prise en charge dans d'autres.

#### >>> Médecines alternatives et recettes maison

Les réseaux sociaux encouragent la diffusion de pratiques alternatives de "médecine naturelle" et de remèdes maison, souvent promus par des non-professionnels sans fondement scientifique.

Exemples :

- discours anti-crèmes solaires qui seraient à l'origine des cancers de peau [8] ;
- bronzer n'est pas dangereux, ne donne pas le cancer [8] ;
- remèdes maison : par exemple l'application du citron sur le visage pour le traitement des taches ;
- des "anticancéreux naturels" en alternative aux chimiothérapies ;
- le véganisme proposé comme solution à une acné sévère et des traitements médicamenteux présentés comme dangereux, ce qui nuit à l'adhésion thérapeutique [9].

#### >>> Influenceurs non qualifiés

Parallèlement, les réseaux sociaux ont vu émerger les "skinfluencers", des influenceurs qui se présentent comme experts en soins de la peau. Bien que certains soient fiables et aient des connaissances solides, beaucoup se contentent de promouvoir des produits pour lesquels ils sont rémunérés – ou qu'ils cherchent à commercialiser eux-mêmes. Certains vont même jusqu'à proposer des diagnostics de maladies de peau qui créent la confusion et entraînent une dilution du rôle essentiel des dermatologues, dont l'expertise est de plus en plus mise en doute.

D'autres influenceurs "lifestyle" ("mode de vie") profitent de leur notoriété pour vanter les mérites de routines sponsorisées ou de gadgets hors de prix.

Enfin, il y a certains patients influents, dont le partage d'expérience peut renforcer le soutien et l'acceptation, mais qui, en rejetant les traitements médicaux au

profit d'un discours de valorisation de leur pathologie (comme dans le mouvement "*bodypositive*"), peuvent inciter leur audience à refuser des soins efficaces.

## >>> Centres esthétiques douteux et injecteurs illégaux

La promotion de centres esthétiques douteux ou d'injecteurs exerçant illégalement représente également un problème majeur. Attirés par des prix bas et des résultats impressionnantes, certains patients s'exposent à des complications sévères, comme en témoignent les cas de botulisme liés à des injections illégales de toxine botulique [10] ou la recrudescence des cas de nécroses consécutives à des injections illégales d'acide hyaluronique.

## 3. Conséquences préoccupantes

Les conséquences de la désinformation sont multiples et constituent un enjeu majeur de santé publique. Les algorithmes des réseaux sociaux, en privilégiant les contenus viraux qui suscitent émotions et débats, contribuent à amplifier la propagation de messages erronés, parfois au détriment de la santé des utilisateurs.

Il est rapporté que les fausses informations ont tendance à se propager six fois plus vite sur les réseaux sociaux que les informations factuelles [11]. Ce constat souligne à quel point la popularité l'emporte sur la fiabilité des informations diffusées. Sur Instagram par exemple, une étude a montré que seulement 4 à 5 % des contenus dermatologiques proviennent de dermatologues certifiés et que la majorité des contenus populaires en dermatologie sont produits à but promotionnel et non à visée éducative [12]. De la même manière, une étude sur les vidéos YouTube liées au psoriasis indiquait que seulement 20 % des vidéos étaient fondées sur des preuves scientifiques, 52 % trompeuses, et 11 % potentiellement dangereuses [13].

Les conséquences de cette désinformation sont multiples :

- retards de diagnostic ;
- arrêts de traitement ;
- complications à l'origine d'un surcoût en matière de santé : allergies, brûlures, apparition de maladie inflammatoire

(acné), nécrose, botulisme, blessures liées à des défis viraux ou à des soins mal encadrés, etc. [14] ;

- confusion des rôles : un patient atteint de psoriasis, parce qu'il est populaire sur un réseau social, peut être perçu comme plus crédible qu'un dermatologue.

tenus par des professionnels de santé. À titre d'exemple, YouTube a déjà mis en place un label destiné aux professionnels de santé : YouTube Health.

- Il serait également pertinent de déployer des outils dédiés aux professionnels de santé qui permettraient de signaler les contenus dangereux ou trompeurs.

● Les algorithmes propres à chaque plate-forme devraient être mieux encadrés. En l'état, ils favorisent les contenus viraux générateurs de vues et de polémiques, souvent au détriment de la qualité et de la véracité des informations. Certains sujets jugés anxiogènes – comme le cancer de la peau – voient leur visibilité drastiquement réduite.

● L'Ordre des médecins peut aussi jouer un rôle clé. Il a récemment publié une charte encadrant la présence des professionnels de santé sur les réseaux sociaux [16]. Si cette initiative vise à prévenir certaines dérives, comme l'autopromotion, elle pourrait également servir de base pour encourager et accompagner ceux qui souhaitent diffuser des contenus éducatifs de qualité.

- Il faudrait également veiller à intégrer de la communication digitale dans la formation médicale, afin que les futurs médecins soient armés face aux enjeux numériques.

## ■ Conclusion

Face à cet enjeu majeur de santé publique, la présence active des médecins sur les réseaux sociaux n'est plus une option, mais une responsabilité. Il ne s'agit pas pour eux de se promouvoir, mais d'assumer un rôle crucial : éduquer, alerter et transmettre une information médicale rigoureuse, fondée sur des données scientifiques.

Pour accompagner cette évolution, il est indispensable que les autorités sanitaires, les instances professionnelles et les plateformes collaborent afin de réguler les contenus et valoriser les informations fiables. Construire un environnement numérique responsable

## ■ Agir : la présence médicale sur les réseaux n'est plus une option

### 1. Mon engagement en tant que dermatologue

Face à ces défis, ma présence sur les réseaux sociaux s'est imposée comme une nécessité. Mon objectif : produire des contenus éducatifs et scientifiquement validés accessibles à tous. Je partage des conseils sur les pathologies cutanées courantes (maladies inflammatoires, infectieuses, cancers de la peau), sur les soins de peau (prévention, photoprotection, routines de soins), parle d'actualité, des dernières tendances, et mets en garde contre les fausses informations.

Dans un climat de méfiance croissante envers les médecins, cette vulgarisation engagée permet de restaurer un lien de confiance, d'éduquer et d'alerter sans culpabiliser. En France, aujourd'hui, très peu de dermatologues sont engagés dans cette voie.

Une étude récente montre que, bien que la majorité des patients atteints d'acné se renseignent sur les réseaux, ils font davantage confiance aux dermatologues pour prendre des décisions [15]. Ce constat souligne l'importance d'assurer une présence visible, fiable et proactive sur ces plateformes.

### 2. Vers une action collective : bâtir un écosystème numérique fiable et responsable

Cet enjeu majeur de santé publique requiert une mobilisation coordonnée et collective, impliquant différents acteurs :

- Les autorités sanitaires pourraient lancer des campagnes de sensibilisation sur les différentes plateformes et, surtout, imposer un système de labellisation pour certifier les comptes à visée éducative

devient essentiel pour protéger la santé de la population et renforcer sa confiance envers le corps médical.

## Bibliographie

1. World Health Organization. "Immunizing the public against misinformation". Sur le site who.int [consulté le 31 mai 2022]. <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/immunizing-the-public-against-misinformation>
2. KONG W, SONG S, ZHAO YC et al. TikTok as a Health Information Source: Assessment of the Quality of Information in Diabetes-Related Videos. *J Med Internet Res*, 2021; 23:e30409.
3. SMAILHODZIC E, HOOIJSMAN W, BOONSTRA A et al. Social media use in healthcare: A systematic review of effects on patients and on their relationship with healthcare professionals. *BMC Health Serv Res*, 2016;16:442.
4. AHMED F, LIPOFF JB. The role of dermatologists in social media: exploring the benefits and risks. *Hautarzt*, 2022;73:401-404.
5. GU S, PING J, XU M et al. TikTok browsing for anxiety relief in the preoperative period: A randomized clinical trial. *Complement Ther Med*, 2021;60:102749.
6. WOJTARA MS. Use of Social Media for Patient Education in Dermatology: Narrative Review. *JMIR Dermatol*, 2023;6:e42609.
7. SUAREZ-LLEDO V, ALVAREZ-GALVEZ J. Prevalence of Health Misinformation on Social Media: Systematic Review. *J Med Internet Res*, 2021;23:e17187.
8. O'CONNOR C, RAFFERTY S, MURPHY M. A qualitative review of misinformation and conspiracy theories in skin cancer. *Clin Exp Dermatol*, 2022;47:1848-1852.
9. O'CONNOR C, O'GRADY C, MURPHY M. Spotting fake news: a qualitative review of misinformation and conspiracy theories in acne vulgaris. *Clin Exp Dermatol*, 2022;47: 1707-1711.
10. ANSM. "Des pratiques illégales d'injection de toxine botulinique mettent en danger les utilisateurs". Sur le site ansm-sante.fr. <https://ansm.sante.fr/actualites/des-pratiques-illegales-dinjection-de-toxine-botulinique-mettent-en-danger-les-utilisateurs>
11. VOSOUGHI S, ROY D, ARAL S. The spread of true and false news online. *Science*, 2018;359: 1146-1151.
12. RANPARIYA V, CHU B, FATHY R et al. Dermatology without dermatologists? Analyzing Instagram influencers with dermatolo-
- gy-related hashtags. *J Am Acad Dermatol*, 2020;83:1840-1842.
13. MUELLER SM, JUNGO P, CAJACOB L et al. The Absence of Evidence is Evidence of Non-Sense: Cross-Sectional Study on the Quality of Psoriasis-Related Videos on YouTube and Their Reception by Health Seekers. *J Med Internet Res*, 2019;21:e11935.
14. LAGHMICHE L, DUPIRE G, FRANCK D. A New Spectrum of Self-Injuries: TikTok-linked Lesions. *Cureus*, 2024; 16:e58226.
15. BAL ZI, KARAOSMANOGLU N, TEMEL B et al. Trust in Dermatologists Versus Social Media Influencers Among Acne Patients. *Cureus*, 2025;17:e83930.
16. Conseil national de l'Ordre des médecins. "Une charte du médecin créateur de contenu responsable". Sur le site conseil-national.medecin.fr. <https://www.conseil-national.medecin.fr/publications/actualites/charte-medecin-creator-contenu-responsable>

L'auteure a déclaré ne pas avoir de liens d'intérêts concernant les données publiées dans cet article.