



Une montée en puissance alarmante des discours masculinistes et de leur impact sur la santé sexuelle des jeunes

(Lundi 1^{er} décembre 2025) - À l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre le sida, Sidaction rend public les résultats d'un sondage inédit réalisé par OpinionWay qui révèle une percée alarmante des discours masculinistes auprès des hommes en France, tous âges confondus, bien que les 16-34 ans soient les plus touchés. Ces discours délétères de domination masculine et de violences sexistes et sexuelles ont des conséquences dangereuses sur la prévention et la santé sexuelle.

L'étude révèle une exposition importante des jeunes hommes à des influenceurs identifiés comme vecteurs de discours masculinistes : **66% des 16-34 ans en connaissent au moins un** et **37% en consultent les contenus**. Parmi les 16-34 ans qui connaissent les contenus, certains affirment qu'ils **les rassurent sur leur manière "d'être un homme" (38%)**, leur donnent **"une autre vision que celle portée par les féministes" (48%)**, ou les ont inspirés à **"mettre en pratique des conseils pour devenir un homme meilleur" (34%)**.

1 jeune sur 2 (âgé de 25 à 34 ans qui connaît ces influenceurs véhiculant des propos masculinistes) trouvent que ces contenus disent enfin la vérité (51%).

Les résultats de l'enquête montrent que les hommes perçoivent un climat d'hostilité à leur encontre. **52% des hommes (16-59 ans) trouvent que la société s'acharne sur eux** et **36% pensent qu'il est plus difficile d'être un homme qu'une femme** dans la société française aujourd'hui. Pour 6 hommes sur 10, **les médias caricaturent les hommes depuis #Metoo (58%)**. Les répondants adoptent un discours victimaire : **plus d'un homme sur 2 considère que les hommes sont trop souvent accusés de violences sexuelles exagérées ou mensongères (53%)**.

La virilité reste un marqueur normatif puissant. **Un homme sur deux juge important d'être viril (51%)** et ils sont autant à déplorer que **les hommes ne le soient plus suffisamment (46%)**.

Selon Florence Thune, directrice générale de Sidaction, « *le sondage nous révèle que la virilité continue de jouer un rôle déterminant dans la construction identitaire des hommes. Et ce n'est pas sans conséquence sur leurs comportements sexuels puisqu'ils sont bien trop nombreux (40%) à penser qu'être un homme, c'est oser prendre des risques, y compris sexuels* ».

La virilité intervient directement dans la décision de porter un préservatif ou non. **31% des 16-34 ans se sentent plus puissants quand ils ne portent pas de préservatif** ou estiment que **les femmes doivent respecter les hommes qui refusent d'en porter (32%)**. **1 jeune sur 6** pense que le préservatif est **un signe de faiblesse (16%)**.

Plus préoccupant encore : **un homme sur dix (11%, et un jeune homme de 25-34 ans sur cinq, 18%) affirme comprendre le "stealththing", soit le fait qu'un homme retire son préservatif sans prévenir son/sa partenaire** s'il estime qu'on le lui a imposé. Chez ceux qui adhèrent aux théories masculinistes, ils sont **34%** à cautionner cette pratique répréhensible (+23 points par rapport à la moyenne).

« Ces croyances envers les discours masculinistes fragilisent la prévention, augmentent les prises de risque, et déstabilisent profondément la culture du consentement, pourtant centrale dans la lutte contre le VIH et les autres infections sexuellement transmissibles » indique Florence Thune. « Il est inquiétant de voir qu'un tiers des jeunes hommes pensent que demander explicitement le consentement « gâche la spontanéité » (37% pour les 16-34 ans) et ou qu'un homme ne peut être tenu responsable si la femme ne dit pas clairement "non" (35% pour les 16-34 ans) ».

Les discours masculinistes s'articulent autour d'une misogynie importante et une domination violente. Les représentations à l'égard des femmes restent imprégnées de suspicion et de jugements négatifs : **43% des 16-34 ans** pensent qu'une femme qui multiplie les partenaires « ne se respecte pas ». **1 jeune sur 4** pense qu'une femme positive au VIH ou à une autre IST est une femme qui a eu trop de partenaires sexuels (25%) ou qu'une femme qui exprime ouvertement son désir sexuel ne cherche pas vraiment à être respectée par les hommes (24%).

Pour contrer l'influence de ces discours toxiques, dans un contexte où les découvertes de séropositivité chez les 15-24 ans ont augmenté de +41 % en 10 ans (selon les dernières données de Santé Publique France), où les IST augmentent et où l'usage du préservatif recule, Sidaction souligne l'urgence de **renforcer l'éducation à la vie affective, relationnelle et sexuelle (EVARS)**. Les séances d'EVARS constituent aujourd'hui le levier le plus solide et le plus éprouvé pour lutter contre ces idées reçues, développer l'esprit critique et renforcer la prévention.

Sidaction, avec Le Planning familial et SOS homophobie ont saisi le tribunal administratif de Paris pour faire respecter la loi de 2001 qui prévoit trois séances annuelles d'éducation à la sexualité pour les élèves, de l'école au lycée. Leur déploiement complet dans les établissements scolaires, conformément aux obligations légales, n'est plus seulement un enjeu éducatif : c'est un impératif de santé publique.

Le délibéré est attendu le mardi 2 décembre.

Campagne "Alpha Safe" : quand la masculinité toxique devient virale, rétablir les faits devient vital



Depuis le 24 novembre, Sidaction, accompagné par l'agence MNSTR, diffuse discrètement sur TikTok une série de vidéos virales imitant les codes des influenceurs "alpha", pour réinjecter

prévention, respect et information fiable dans les feeds des jeunes hommes. Ce 1er décembre, à l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre le sida, l'opération est officiellement révélée au grand public.

Nous observons depuis plusieurs mois une montée spectaculaire des contenus masculinistes sur les réseaux sociaux. Ces discours ont un effet direct sur la manière dont les jeunes envisagent la sexualité. Les plateformes les amplifient mécaniquement : leurs algorithmes privilégient les formats sensationnalistes.

Pendant dix jours, nous avons fait émerger sur TikTok une armée de faux influenceurs ("grand frère", love coach, gym bro, crypto bro, survivaliste, philosophe stoïcien...) générés en IA et animés comme de véritables créateurs de contenus. Même cadrage, même ton, même assurance démesurée... mais pour porter un message à rebours de ceux, toxiques, véhiculés par les masculinistes : des messages positifs sur le consentement, la prévention, le dépistage et la lutte contre les discriminations.

Contacts presse

Noémi Naudi - Responsable communication et événementiel

n.naudi@sidaction.org - 06 73 21 63 97

Marine Charlier - Chargée de communication

m.charlier@sidaction.org - 06 77 61 41 56