

opinionway,

— POUR —



Les hommes et le *masculinisme*

Note de synthèse | Décembre 2025

Vos contacts :

Eléonore Quarré

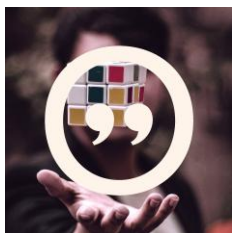
Responsable des études Société - Pôle opinion
equarre@opinion-way.com

Lisa Corbineau

Cheffe de projets - Pôle opinion
lcorbineau@opinion-way.com

15, place de la République
75003 PARIS





Note méthodologique

L'étude « Les hommes et le masculinisme » réalisée pour Sidaction, est destinée à comprendre et analyser la manière dont les hommes perçoivent leur condition dans la société et à évaluer leur connaissance ainsi que leur adhésion aux discours des influenceurs masculinistes.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de **1 528 personnes**, représentatif de la population française masculine âgée de 16 à 59 ans. Au sein de l'échantillon, un suréchantillon a été réalisé afin d'aboutir à un total de **800 jeunes hommes âgés de 16 à 34 ans**.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées par **questionnaire autoadministré en ligne** sur système CAWI (*Computer Assisted Web Interview*).

Les interviews ont été réalisées **du 12 au 19 novembre 2025**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Sondage OpinionWay pour Sidaction** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **1,1 à 2,5 points** au plus pour un échantillon de 1 500 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

Les chiffres-clefs

1. 52% des hommes trouvent que la société s'acharne sur eux (59% chez les 25-34 ans).
2. 58% jugent que le féminisme va trop loin, en fait trop aujourd'hui
3. 46% regrettent que les hommes ne soient plus assez virils, alors que 51% jugent cela important (65% parmi les sympathisants d'extrême droite)
4. 64% déclarent ne plus savoir ce qu'ils ont le droit de dire ou faire dans la sexualité
5. 58% trouvent la sexualité hétéro s'est complexifiée pour les hommes ces dernières années (vs 32% qui partagent cet avis pour les femmes)
6. 42% considèrent qu'un homme qui multiplie les partenaires est un séducteur ; 38% qu'une femme qui en fait de même ne se respecte pas, ne respecte pas son corps
7. 57% trouvent qu'on parle tellement du consentement qu'on finit par culpabiliser les hommes (72% chez les adhérents aux contenus masculinistes)
8. 38% estiment qu'un homme ne peut être tenu responsable si la femme ne dit pas explicitement « non » ; 11% comprennent qu'on retire un préservatif sans prévenir son/sa partenaire (18% chez les 25-34 ans, 34% chez les adeptes de contenus masculinistes)
9. 25% estiment que les femmes doivent respecter les hommes qui ne veulent pas porter de préservatif (32% chez les 16-34 ans, 50% chez les adeptes de contenus masculinistes)
10. 66% des 16-34 ans connaissent au moins un influenceur masculiniste, 37% consultent leurs contenus dont 19% de façon régulière
11. 43% des hommes qui connaissent des contenus masculinistes déclarent y adhérer (57% chez les 25-34 ans)
12. 37% des hommes qui connaissent des contenus masculinistes y trouvent un sentiment de réassurance sur leur identité masculine (48% chez les 25-34 ans)
13. 32% de ceux qui connaissent des contenus masculinistes ont déjà tenté de mettre en pratique certains conseils pour « devenir un homme meilleur » (41% chez les 16-34 ans)
14. 35% des hommes qui connaissent ces influenceurs affirment que leurs contenus les ont amenés à reconsidérer l'usage du préservatif dans leurs relations sexuelles (45% des 25-34 ans et 66% de ceux ayant des partenaires multiples)
15. 29% considèrent que le masculinisme « remet les pendules à l'heure » (38% parmi les 25-34 ans).

Les rapports femmes-hommes connaissent aujourd'hui de profondes recompositions. Les progrès en matière d'égalité transforment la place assignée aux hommes dans la société : implication accrue dans la sphère domestique, plus grande disponibilité émotionnelle, vigilance renforcée autour du consentement. Ces évolutions constituent pour beaucoup une avancée. Elles peuvent néanmoins être vécues par certains comme une redistribution des rôles qui bouscule les repères.

Dans le même temps, un contexte économique anxiogène, une instabilité politique croissante (en France comme à l'international, avec l'ascension de figures affichant un style ouvertement viriliste) et la montée de discours axés sur la sécurité contribuent à revaloriser des modèles masculins plus traditionnels.

Les réseaux sociaux amplifient fortement ces représentations : ils offrent une visibilité sans précédent aux communautés antiféministes et aux mouvances « red pill¹ », qui fournissent des récits simples et identitaires à des jeunes hommes en quête de sens. Ces discours, centrés sur la force, la performance virile, la domination ou encore la séparation stricte des rôles, ne séduisent en apparence, qu'une minorité d'hommes. Mais leur influence est réelle. Les algorithmes et la viralité accentuent cette exposition, en ciblant les jeunes hommes sensibles aux injonctions identitaires.

Dans ce contexte, l'étude réalisée par OpinionWay pour Sidaction éclaire un phénomène encore peu documenté : l'influence diffuse de ces normes virilistes sur la vie relationnelle et sexuelle des hommes. Elle montre comme la pression identitaire, visant à « prouver sa virilité » peut peser sur leur rapport à la sexualité et au consentement, et en quoi certains contenus virilistes peuvent fragiliser les comportements de prévention.

Cette approche permet de sortir des caricatures : elle ne postule ni une « crise » uniforme de la masculinité, ni une dérive généralisée. Elle observe, à partir des données, comment des évolutions sociales rapides, un contexte politique polarisé et la circulation de contenus virilistes contribuent à redessiner les repères masculins – et comment cela peut impacter des aspects très concrets de la vie quotidienne.

¹ Dans le contexte des discussions sur le masculinisme et les communautés en ligne, **"Red Pill"** fait référence à un ensemble d'idées et de discours qui se présentent comme révélateurs de la "vérité sur les relations entre hommes et femmes". Le terme vient du film Matrix, où prendre la pilule rouge permet de "voir la réalité telle qu'elle est". Voir par exemple : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-transition-de-la-semaine/masculinisme-de-la-sous-culture-numerique-a-la-violence-organisee-7926952>

A. Une masculinité sous pression : un sentiment d'hostilité sociale et de perte de repère des hommes

a) Un sentiment de stigmatisation ressenti par un homme sur deux

- ▶ Depuis quelques années, la place des hommes au sein de la société semble être questionnée de manière plus visible, et une part importante d'entre eux perçoivent un climat d'hostilité à leur encontre. **52% des hommes interrogés que l'on s'acharne sur eux dans la société française actuelle.** Le phénomène de stigmatisation s'applique notamment à la sphère publique : pour 6 hommes sur 10, les médias caricaturent les hommes depuis #Metoo (58%). Mais elle concerne aussi le domaine de l'intime, les répondants de 16 à 59 ans adoptant un discours victimaire : **plus d'un homme sur 2 considère que les hommes sont trop souvent accusés de violences sexuelles exagérées ou mensongères** (53%, 57% parmi les 16-34 ans).
- ▶ Ce ressenti s'accompagne d'une impression diffuse de perte de repères, relevant une prétendue « crise de la masculinité » : **52% des hommes ont le sentiment qu'on ne sait plus vraiment ce que signifie « être un homme ».** Enfin, 36% estiment qu'il est aujourd'hui plus difficile d'être un homme qu'une femme. Ce sentiment de perte de repères peut favoriser la recherche de modèles alternatifs dans des communautés masculinistes.
- ▶ Cette perception est **particulièrement prononcée chez les 25-34 ans** : six sur dix considèrent que dans la société actuelle on ne sait plus vraiment ce que c'est qu'être un homme, et que l'on s'acharne trop sur eux (59% dans les deux cas).
- ▶ L'adhésion à ces idées est massivement partagée à l'extrême droite de l'échiquier politique (+9 à 17 points vs la moyenne) : **68% des sympathisants d'extrême droite trouvent qu'on s'acharne sur les hommes aujourd'hui**, 71% que les médias caricaturent les hommes, 67% qu'ils sont trop souvent accusés à tort de violences sexuelles, 66% qu'on ne saurait plus ce que signifie « être un homme ».
- ▶ Dans ce climat, **les mouvements féministes sont parfois perçus comme participant à une forme d'injustice, voire d'agressivité symbolique.** Un homme sur 2 estime que les féministes cherchent surtout à affaiblir les hommes (52%) ; 31% se sentent menacés par les féministes aujourd'hui. De manière plus générale, **une majorité d'hommes juge que le féminisme va trop loin, en fait trop aujourd'hui (58%),** quand 37% estiment qu'il agit de manière juste, et seulement 4% estiment qu'il devrait en faire davantage.
- ▶ Les 16-24 ans se sentent moins menacés par les féministes que leurs aînés (25% vs 32% à 34% parmi les 25 ans et plus). Ils sont également plus nombreux à estimer que le féminisme devrait aller plus loin (7%, vs 3% parmi les 35 ans et plus).
- ▶ **69% des sympathisants d'extrême droite considèrent que les mouvements féministes cherchent à affaiblir les hommes**, 41% se sentent menacés par le mouvement que les autres (vs 31% en moyenne).

b) Une identité masculine fragilisée, entre valorisation de la virilité et crise de reconnaissance

- ▶ Les hommes expriment aujourd'hui un besoin marqué de réaffirmer ce qu'ils perçoivent comme leur identité et leurs valeurs. Une large majorité considère **qu'il est indispensable de défendre les droits des hommes, leur indépendance et leurs principes** (72%). Ce positionnement n'est pas propre à un segment particulier : il traverse les générations, les catégories socio-professionnelles et les situations familiales. L'enjeu n'est donc pas marginal mais structurel, révélateur d'un sentiment de repositionnement identitaire largement partagé.
- ▶ La virilité continue de jouer un rôle déterminant dans cette construction identitaire : **un homme sur deux juge important d'être viril** (51%) et **ils sont autant à déplorer que les hommes ne le sont plus suffisamment** (46%). Deux hommes sur trois souhaitent aujourd'hui assumer pleinement leur virilité (66%). Pour beaucoup, ce registre devient même un point de crispation : **62% disent ne pas comprendre les critiques adressées aux hommes qui revendiquent leur virilité** (66% parmi les moins de 35 ans). Ces résultats montrent que la virilité reste un marqueur normatif puissant, autour duquel se concentrent incompréhensions, attentes et besoins de reconnaissance.
- ▶ **La virilité fonctionne aussi comme un marqueur social et politique**, davantage mobilisé dans les groupes pour lesquels les transformations des rôles masculins sont perçues comme déstabilisantes ou comme une perte de statut. Elle est ainsi particulièrement valorisée chez les hommes **les moins diplômés** (60% parmi ceux n'ayant pas le bac) et les sympathisants **d'extrême droite** (65% vs 51% en moyenne).
- ▶ Cette représentation s'accompagne d'une association persistante entre masculinité, prise de risque et performance : **pour 6 hommes sur 10, être un homme, suppose de savoir « prendre des risques »** (60%) et pour plus de la moitié, de devoir démontrer que « l'on en est vraiment un » (52%). Ce besoin de confirmation identitaire s'alimente également du **sentiment que les hommes ne sont plus assez respectés aujourd'hui**, partagé par 1 homme sur 2 (47%).
- ▶ La question de la performance est majoritairement partagée par les hommes sans diplôme (67%), les catégories populaires (66%) et les sympathisants d'extrême droite (73% contre 60% en moyenne). Ces résultats montrent que l'injonction à « prouver » sa masculinité s'exprime plus fortement dans les groupes pour lesquels la position sociale apparaît fragilisée ou contestée.

B. Une sexualité vécue comme plus complexe, traversée par des tensions autour du consentement, de la domination et de la prévention

a) En matière de sexualité, des normes viriles qui cohabitent avec de nouvelles attentes relationnelles

- Les transformations sociales autour du consentement, de la communication et de l'égalité dans la relation amoureuse influencent fortement la manière dont les hommes vivent leur sexualité. **Une majorité exprime une forme de malaise face aux nouvelles attentes relationnelles** : 64% déclarent ne plus savoir ce qu'ils ont le droit de dire ou de faire. Aux yeux des répondants, **la sexualité hétérosexuelle s'est complexifiée ces dernières années, davantage pour les hommes** (58%, 65% parmi les 25-34 ans) **que pour les femmes** (32%).

Ce sentiment d'incertitude se retrouve dans la manière dont le **consentement** est abordé : **pour 57% d'entre eux, la centralité du sujet finit par culpabiliser les hommes**. 41% affirment d'ailleurs que demander explicitement le consentement gâche la spontanéité d'une relation sexuelle. Cette tension montre un conflit direct entre l'injonction sociale à respecter le consentement et les normes viriles valorisant la domination et la performance.

- Ce sentiment de culpabilité atteint 72% chez ceux qui adhèrent aux contenus masculinistes (vs 54% parmi ceux qui n'y adhèrent pas ou qui ne connaissent pas).
- Pour autant, la responsabilité demeure une norme forte, **la quasi-totalité des hommes adhèrent à l'idée qu'un homme responsable protège ses partenaires, y compris contre les infections sexuellement transmissibles** (93%). Mais cette norme cohabite avec d'autres représentations bien ancrées : pour 42%, multiplier les partenaires reste associé à une forme de séduction, et **40% jugent qu'un « vrai homme » doit garder le contrôle et oser prendre des risques, y compris sexuels**. Ces contradictions exposent les hommes à des conflits internes et à des prises de risque parfois légales ou sanitaires.
- **Les 25-34 ans partagent plus fortement ces normes de domination** : 45% estiment qu'ils doivent garder le contrôle, 48% que multiplier ses partenaire est signe de séduction (contre 40% et 42% en moyenne).
- **Les hommes exposés aux discours masculinistes se distinguent encore plus** : ils adhèrent davantage à ces normes (62% un « vrai homme » doit garder le contrôle ; 62% un homme qui multiplie les conquête sait séduire), tout en étant légèrement moins nombreux à valoriser la norme de protection (86% contre 93% en moyenne).

b) Un imaginaire sexuel marqué par des rapports de domination et une défiance envers les femmes

- Les représentations des rapports sexuels avec des femmes restent fortement influencées par une culture viriliste persistante. **Un homme sur 5 considère qu'un homme viril ne doit pas se laisser dominer par une femme au lit (22%).**

Une partie significative des répondants exprime également une vision problématique du consentement : **34% des hommes affirment que de nombreuses femmes disent « non » au début pour sauver les apparences, mais en réalité, qu'elles apprécient que les hommes insistent ou prennent le dessus.** Et 38% vont jusqu'à penser qu'un homme ne peut être tenu responsable si la femme ne dit pas explicitement « non ».

- **L'imaginaire sexuel masculin reste aussi fortement imprégné de suspicion et de jugements négatifs envers les femmes.** Alors qu'ils étaient 42% à considérer qu'un homme qui multiplie partenaires sait séduire, ils sont autant à partager un constat dégradant vis-à-vis des femmes qui en font de même : **pour 38% des hommes, une femme ayant eu plusieurs partenaires est perçue non pas comme autonome dans sa sexualité, mais comme quelqu'un qui ne se respecte pas.** Un résultat positif aux IST chez une femme est par ailleurs interprété comme le signe d'une sexualité « trop » active chez cette dernière (22%).

Enfin, **1 homme sur 5 affirme que beaucoup de femmes prennent du plaisir à être injuriées ou humiliées (24%)** et que les hommes sauraient mieux qu'elles ce qu'elles veulent au lit (20%).

- **Ces représentations sont plus fréquentes chez les 25 à 34 ans et chez ceux qui adhèrent aux idées véhiculées par les comptes masculinistes.** Ils sont ainsi 27% chez les 25-34 ans et 51% chez les adeptes des influenceurs masculinistes à estimer qu'une femme qui a des IST a eu trop de partenaires sexuels. Ils sont aussi **respectivement 32% et 52% à affirmer que beaucoup de femmes prennent du plaisir à être injuriées ou humiliées.**

c) Une prévention fragilisée par ces représentations : le préservatif, un enjeu de virilité ?

- ▶ Le rapport au préservatif concentre les tensions entre virilité, contrôle et protection. **La perception positive du préservatif reste majoritaire (81%), principalement en tant que protection indispensable (61%)** ou marque de respect envers sa ou son partenaire (20%). Toutefois des représentations négatives persistent, certains y voyant une contrainte qui diminue le plaisir (14%) ou une atteinte à la masculinité (3%).
- ▶ **La virilité intervient directement dans la décision de porter un préservatif ou non** : plus d'un homme sur 4 affirme se sentir plus puissant lorsqu'il n'en met pas (27%) et **25% estiment que les femmes doivent respecter le choix des hommes qui le refusent**. 18% considèrent le préservatif comme un affaiblissement de la virilité, 13% qu'il est synonyme de manque d'assurance, de confiance (13%).
- ▶ **Les moins de 35 ans estiment davantage que les femmes doivent respecter les hommes qui ne souhaitent pas mettre de préservatif** (32%, 19% parmi les 35 ans et plus). Plus particulièrement, les 25-34 ans sont davantage à considérer le préservatif comme la vision d'un manque d'assurance (19%).
- ▶ Ces perceptions, directement liées à la virilité masculine, peuvent conduire à des prises de risque voire à des pratiques punies par la loi, mais qui se trouvent banalisées. Pour 1 homme sur 10, le préservatif ne « vaut pas le coup » avec un.e partenaire occasionnel.le (12%), ou ne serait utile que dans les relations entre hommes (11%). Plus préoccupant, la tolérance vis-à-vis du viol : **un homme sur dix affirme comprendre le « stealthing »², soit le fait qu'un homme retire son préservatif sans prévenir son/sa partenaire** s'il estime qu'on le lui a imposé (11%)
- ▶ Ici encore, **les 25-34 ans cautionnent des pratiques répréhensibles** (+7 à 9 points d'écart par rapport à la moyenne) : 19% considèrent que le préservatif ne « vaut pas le coup » avec un.e partenaire occasionnel.le, 17% qu'il n'est utile qu'entre hommes. **Un jeune homme de 25-34 ans sur cinq approuve le stealthing** (18%).
- ▶ Un sentiment fortement véhiculé par ceux qui adhèrent aux théories masculinistes (+23 points par rapport à la moyenne). Parmi eux, 36% estiment que porter un préservatif avec un.e partenaire qu'on ne reverra peut-être pas n'en vaut pas la peine, 33% qu'il n'est utile que dans les relations homosexuelles. **34% cautionnent qu'un homme retire son préservatif sans le consentement de son/sa partenaire**. Ils sont également 50% à dire que les femmes doivent respecter les hommes qui ne veulent pas mettre de préservatif. Ces chiffres montrent un impact concret sur les pratiques de prévention et le risque de violences sexuelles.

² « Tout retrait ou absence de port de préservatif non consenti lors d'un acte de pénétration sexuelle est un viol. ». Voir https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/amendements/0842/CION_LOIS/CL24.pdf

C. La montée des discours masculinistes : une influence installée, aux effets mesurables sur les représentations et les comportements

a) Une exposition massive et une adhésion loin d'être marginale

- ▶ **Les réseaux sociaux constituent désormais la principale porte d'entrée des hommes pour s'informer sur la sexualité, la séduction, les relations femmes-hommes et la masculinité (23%),** devant les médias traditionnels (19%). Les hommes privilégient des canaux d'information indirects pour se renseigner sur ces sujets : le recours à des professionnels de santé ou à des proches s'avère très minoritaire (6% chacun). Un quart des hommes ne recherchent par ailleurs aucune information sur ces questions.
- ▶ Bénéficiant d'une diffusion massive et échappant largement à la modération des plateformes, les discours masculinistes se développent et cumulent des millions de vues sur TikTok, YouTube ou encore Instagram. **Les réseaux sociaux offrent une caisse de résonance aux influenceurs véhiculant ces discours : 43% des hommes déclarent connaître au moins un influenceur parmi les neuf personnalités proposées³.** 22% d'entre eux consultent leurs contenus, dont 10% de manière *régulière*. **Alex Hitchens, Papacito et Thaïs d'Escufon** figurent parmi les plus connus (de 28% à 23%) et également les plus suivis (de 13% à 9%).
- ▶ Chez les moins de 35 ans, 37% privilégient les réseaux sociaux pour s'informer sur les enjeux sexuels et relationnels (vs 23% en moyenne). **Ces pratiques informationnelles favorisent une forte exposition : 66% des 16-34 ans connaissent au moins un influenceur masculiniste** (soit un écart de 23 points supérieur à la moyenne générale) **et 37% consultent leurs contenus dont 19% de façon régulière** (soit 15 points et 9 points de plus que l'ensemble des hommes).
- ▶ **L'impact de cette exposition est mesurable :** parmi l'ensemble des hommes interrogés, 18% déclarent adhérer aux discours masculinistes contre 25% qui s'y opposent. Si une majorité ne se prononce pas, faute de connaître ces influenceurs, le constat est autrement plus préoccupant parmi ceux qui y sont exposés. **L'adhésion bondit à 43% parmi ceux qui connaissent effectivement ces contenus masculinistes.**
- ▶ Ces discours masculinistes trouvent un écho important chez les jeunes hommes : **chez les 25 à 34 ans, plus d'un tiers adhère à cette vision conflictuelle entre les genres (34%) et la proportion atteint près de 60% chez les connaisseurs (57%).**
- ▶ **Les sympathisants d'extrême droite y adhèrent également sensiblement plus :** 24% pour l'ensemble d'entre eux, 53% parmi les connaisseurs.

³ La liste proposée comportait les personnes ou influenceurs suivants : Alex Hitchens, Andrew Tate, Sneako, Hamza Ahmed, Julien Rochedy, Papacito, Thaïs d'Escufon, Kilian Sensei et Hugo RF.

La compréhension du masculinisme

- ▶ **La perception du mouvement masculiniste révèle un profond malentendu. Un homme sur 2 le considère comme un « pendant masculin du féminisme » (48%),** c'est-à-dire comme un mouvement symétrique défendant simplement les droits des hommes. Cette mise en équivalence entretient une confusion majeure : elle **empêche de percevoir que le masculinisme ne vise pas l'égalité mais constitue, dans ses formes dominantes, un discours de réaction à l'égalité.**
- ▶ **Un homme sur 2 estime en parallèle que le mouvement est caricaturé dans les médias (49%).** Mais les jugements restent très contrastés : 38% le qualifient de misogyne, tandis que 35% le jugent nécessaire et 29% considèrent qu'il « remet les pendules à l'heure » (38% parmi les 25-34 ans). **La coexistence de ces perceptions montre que beaucoup d'hommes ne distinguent pas les registres et assignent aux discours masculinistes une fonction de rééquilibrage,** sans percevoir qu'ils s'inscrivent dans une logique opposée à celle du féminisme. **Cette confusion contribue à leur normalisation** et nourrit l'idée d'un « rapport de forces » entre les genres, plutôt que celle d'un progrès partagé.

b) Une influence sur la virilité et sur la santé sexuelle

- ▶ **Les contenus masculinistes ne se limitent pas à diffuser une idéologie : ils modèlent des repères identitaires pour une partie des hommes.** Pour 50% de ceux qui les connaissent, ces comptes offrent une alternative bienvenue à celle portée par les féministes (soit 22% de l'ensemble des hommes). **Pour 4 hommes sur 10 qui connaissent ces comptes, ces discours génèrent un sentiment de réassurance** dans un contexte marqué par une perte de repères : **40% estiment avoir trouvé des contenus qui « disent enfin la vérité »** (17% parmi l'ensemble des hommes), 37% sont rassurés sur leur manière d'être un homme (16% de l'ensemble des hommes) et 36% affirment avoir trouvé des contenus auxquels ils s'identifient pleinement (15% de l'ensemble des hommes).
- ▶ **Chez les 25-34 ans qui les connaissent, les influenceurs masculinistes constituent une référence alternative qui séduit : 51% d'entre eux considèrent que leurs contenus « disent enfin la vérité »,** 48% que ces contenus les rassurent sur leur identité masculine, 45% qu'ils ont enfin trouvé des propos qui leur ressemblent (respectivement 30%, 28% et 27% parmi l'ensemble d'entre eux).
- ▶ **Au-delà de l'adhésion idéologique, ces contenus se traduisent par une modification concrète des comportements** : 32% des hommes qui connaissent ces influenceurs déclarent avoir déjà tenté de mettre en pratique certains conseils issus de ces comptes pour « devenir un homme meilleur » (14% parmi l'ensemble des hommes ; 41% et 25% parmi les hommes de 16 à 34 ans).

- ▶ **L'impact est particulièrement préoccupant en matière de santé sexuelle.** Confrontés à des discours dévalorisant le préservatif, 35% des hommes qui connaissent ces influenceurs affirment que leurs contenus les ont amenés à reconsidérer l'usage du préservatif dans leurs relations sexuelles (15% de l'ensemble des hommes).
- ▶ **Les jeunes hommes âgés de 25 à 34 ans sont nettement plus concernés :** 45% de ceux qui connaissent ces influenceurs reconsidèrent l'usage du préservatif (soit 26% parmi l'ensemble des 25-34 ans).
- ▶ **De même, les hommes ayant des partenaires sexuels à la fois réguliers et irréguliers sont davantage réceptifs à ces discours :** 66% parmi ceux qui connaissent ces influenceurs reconsidèrent l'usage du préservatif. Un chiffre qui, à l'échelle de l'ensemble de ces hommes s'avère conséquent : 43% sont concernés.

En conclusion, cette étude révèle plusieurs grands enseignements :

- ▶ **Certains hommes peuvent ressentir aujourd’hui un sentiment de pression sociale et d’hostilité, ce qui les conduit à s’interroger sur ce que signifie « être un homme »** dans la société contemporaine. Cette perception traverse les générations et reflète des questions sur les rôles et les attentes associées à la masculinité.
- ▶ **La virilité et la défense des valeurs masculines restent des repères centraux pour de nombreux hommes, structurant leur positionnement dans la vie quotidienne,** leurs interactions sociales et leurs relations intimes. L’indépendance, la reconnaissance sociale et la préservation du statut demeurent des valeurs fortes, mais elles entrent souvent en tension avec les normes contemporaines autour du consentement et de l’égalité.
- ▶ La sexualité est vécue comme plus complexe, avec des **tensions autour du consentement, de la prise de risque et de l’usage du préservatif.** Les hommes naviguent entre liberté d’expression, injonctions sociales et normes de performance sexuelle héritées de modèles traditionnels. Ces tensions sont amplifiées chez les 25-34 ans et ceux exposés aux contenus masculinistes.
- ▶ **Une partie des hommes est exposée aux discours masculinistes, où certains influenceurs proposent des repères codifiés et des modèles masculins alternatifs.** Ces contenus trouvent un écho particulier chez ceux qui se sentent incertains ou en quête de repères identitaires, renforçant à la fois la **réassurance sur l’identité masculine** et parfois la **reconsidération de comportements à risque**, notamment concernant la protection sexuelle.
- ▶ Les contenus masculinistes **modifient concrètement des comportements**, en particulier chez les jeunes hommes et ceux ayant des partenaires multiples. L’adhésion à ces discours peut conduire à des pratiques sexuelles **moins protégées**, au mépris du consentement et à la banalisation de comportements à risque.
- ▶ **En synthèse,** la masculinité contemporaine se situe à la croisée de tensions entre des **normes traditionnelles**, des **attentes sociales en mutation**, et des **influences numériques qui proposent des modèles alternatifs**, avec des effets visibles sur les représentations, l’identité et les comportements sexuels.