

Comment les influenceurs motivent les adolescents à être plus actifs?

Rahel Aschwanden

Rencontre du réseau hepa, jeudi le 28 septembre 2023, Macolin



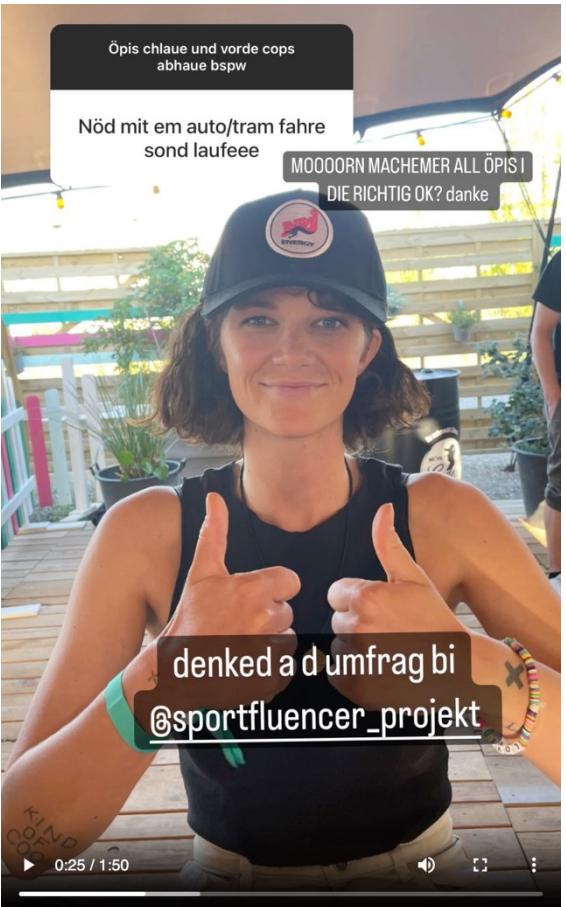
u^b

Idée de projet « Sportfluencer »

- 92% des jeunes en Suisse utilisent les médias sociaux tous les jours ou plusieurs fois par semaine (Süss et al., 2020) – en position assise
- Objectif d'inciter les jeunes de 14 à 20 ans à faire plus des activités physiques – un essai du Lab7x1 de l'OFSP
- 6 influenceurs/influenceuses différents motivent leurs abonnés pendant un mois

u^b

Contenu des médias sociaux



Organisatrice d'événements / journaliste : vie quotidienne, interactif, humour



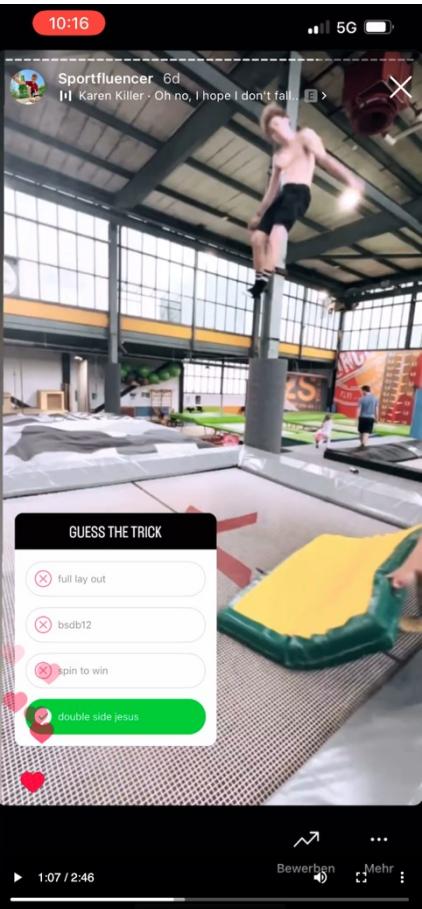
Chanteuse : routines quotidienne, interactif, références à des vidéos externes



eGamer : s'assoit beaucoup, montre son plan d'activité

u^b

Contenu des médias sociaux



Snowboarder : actif presque tous les jours, montre différentes disciplines sportives



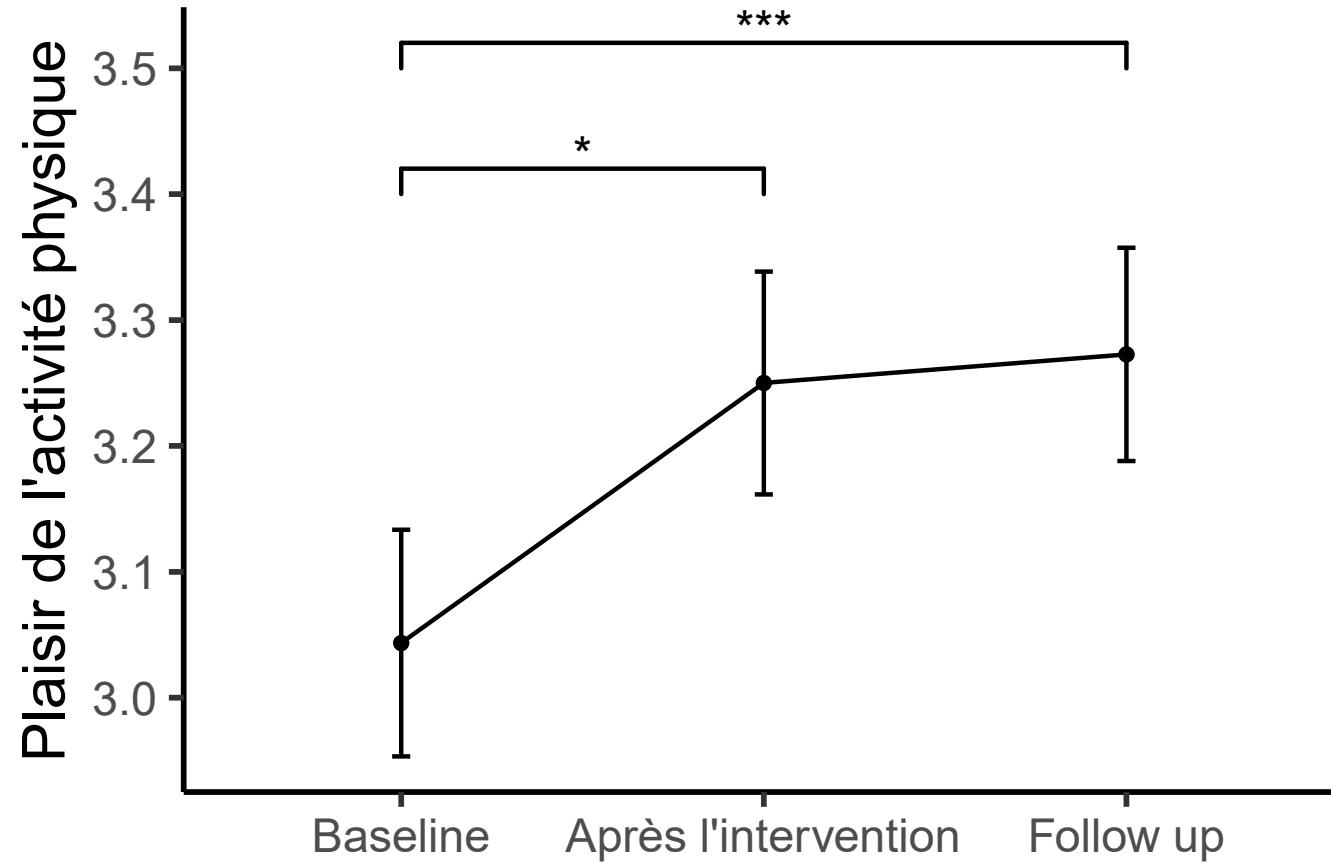
Snowboarder : conseils via le chat de groupe, les jeunes devraient trouver leur passion



Vététiste / photographe : Défis VTT

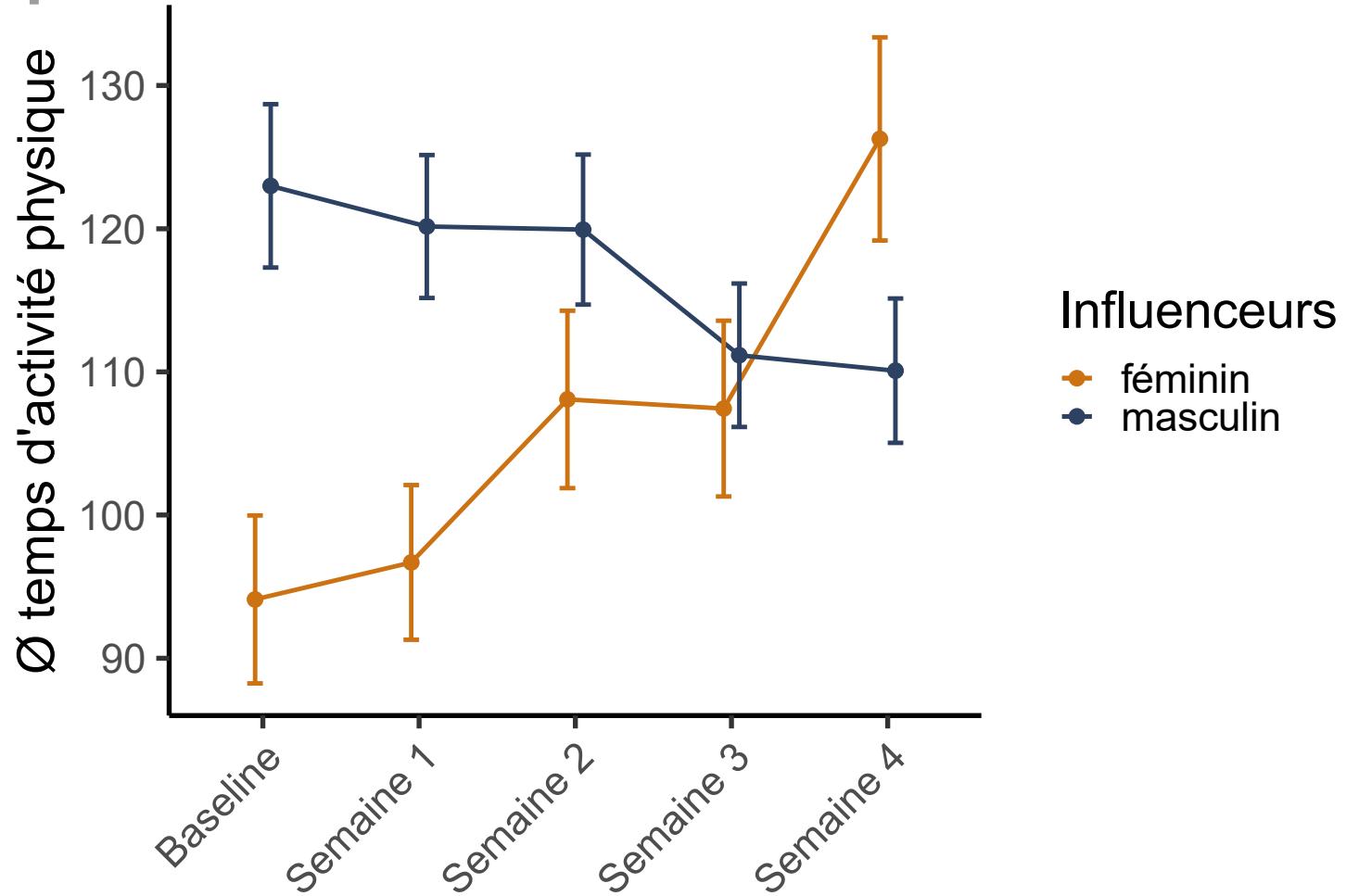
Résultats

Le plaisir de l'activité physique a augmenté



Résultats

Les influenceuses ont incité leurs abonnés à être plus actifs

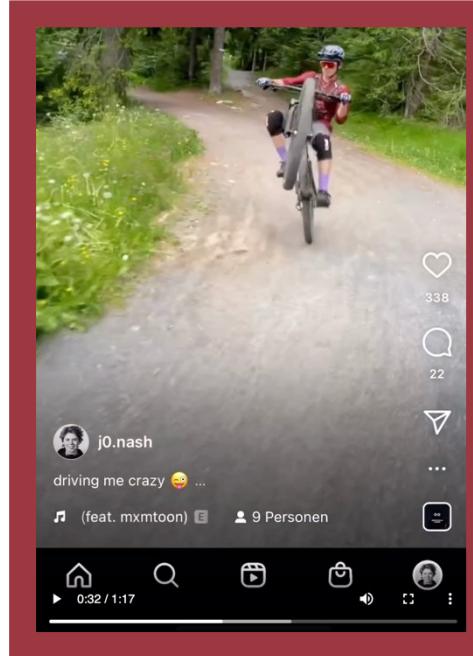


u^b

Facteurs de réussite du point de vue des influenceurs

- ✓ Activités quotidiennes simples qui demandent peu de temps supplémentaire

« Et ce n'était pas de si grands défis où j'avais l'impression d'être à bout de souffle. Elle a encouragé les petites choses qui durent plus longtemps, je pense. » *Jeune abonné*



- ✓ Des contenus authentiques, réalistes, amusants et interactif

« Il s'assoit devant cette caméra et ne fait cela que pour l'argent et pour le produit. Alors j'ai l'impression que ça ne marche pas du tout. » *Jeune abonné*

« J'aime les regarder faire du VTT, mais si je devais y descendre moi-même, je crois que j'aurais peur. » *Jeune abonné*

u^b

Facteurs de réussite du point de vue des abonnés

- ✓ Motivation intrinsèque et intention de changer le comportement



« Il faut aussi avoir la motivation et l'envie de le faire, parce que si tu penses simplement : Oh, je n'ai pas envie de le faire, alors ce n'est pas un plaisir. Et pour faire de l'exercice, il faut du plaisir. » *Jeune abonné*

- ✓ Le contenu est perçu comme authentique et tangible – les abonnés peuvent s'identifier



« Elle interagissait avec nous comme si nous étions à la même hauteur qu'elle. On peut aussi s'identifier à elle. » *Jeune abonné*

Enseignements tirés du projet

- L'idée a certainement du potentiel, car les jeunes passent beaucoup de temps sur les médias sociaux et s'y laissent informer et influencer.
- La qualité et la quantité des contenus des influenceurs devront être définies.
- Le travail dans les médias sociaux prend du temps et nécessite constamment des idées.
- Choisir un âge similaire pour les influenceurs et les abonnés.

u^b Merci de votre attention !

Rahel Aschwanden

Doctorante, section Consumer Behavior
rahel.aschwanden@unibe.ch

