Swiss Food Academy

Résultats

Ce que 165 jeunes nous ont appris

Réseaux sociaux | Image corporelle | Alimentation | santé mentale

On consomme, on scrolle et on compare avec les réseaux sociaux

Qui a répondu ?

165 jeunes ont répondu à notre questionnaire anonyme de 10 minutes

16–25
ans, et ils vivent en Suisse

57 %
sont des garçons et 41 % des filles

3 sur 4
ont 19 ans ou moins

Beaucoup
sont en apprentissage

Ces résultats parlent surtout de ce public, pas de tous les jeunes de Suisse

Leur vie sur les réseaux

Les réseaux occupent une grande place dans leur quotidien, TikTok en tête

58 %

passent plus de 3 heures par jour sur les réseaux

65 %

ne publient jamais ou très rarement

43 %

trouvent que les personnes qu'ils suivent ont un physique plus avantageux que le leur

Ils regardent bien plus qu'ils ne publient : ils sont surtout spectateurs de la vie et du corps des autres

Leur rapport à leur corps

La plupart se disent satisfaits, mais beaucoup aimeraient changer quelque chose

78 %

se disent satisfaits de leur apparence

52 %

changeraient pourtant des parties de leur corps

45 %

aimeraient devenir musclés en voyant des corps musclés sur les réseaux, contre 20 % pour la minceur

Satisfaits en surface, plus critiques dans le détail

Enquête Swiss Food Academy 2026

Leur rapport à la nourriture

Près d'un jeune sur deux dit que les réseaux influencent ses envies de fast-food ou de sucreries

84 %

prennent souvent du plaisir à manger

21 %

mangent souvent pour gérer leurs émotions : stress, tristesse, ennui

26 %

ont souvent l'impression que la nourriture domine leur vie

Le plaisir domine, mais la nourriture est un souci pour un jeune sur quatre

Enquête Swiss Food Academy 2026

Leur santé mentale

Quatre questions repèrent les signes d'anxiété et de déprime. C'est un repérage, pas un diagnostic

23 %

des jeunes montrent des signes marqués d'anxiété ou de déprime sur les deux dernières semaines

33 %

chez les filles

15 %

chez les garçons

Près d'un jeune sur quatre ne va pas bien, et les filles deux fois plus souvent que les garçons

Enquête Swiss Food Academy 2026

Tout est lié

Trois liens ressortent nettement des réponses

Corps et assiette

68 % des jeunes insatisfaits de leur corps mangent souvent par émotion, contre **12 %** des jeunes satisfaits

Écrans et corps

Au-delà de 3 heures par jour, **6 jeunes sur 10** ne sont pas pleinement satisfaits de leur corps, contre **3 sur 10** en dessous

Assiette et moral

Parmi ceux qui mangent régulièrement par émotion, **1 sur 2** va mal, contre **moins de 1 sur 10** chez ceux qui le font rarement

Ces choses vont ensemble, mais l'enquête ne dit pas laquelle provoque l'autre

Filles et garçons : deux réalités

Les écarts sont nets sur presque tous les sujets de l'enquête

Chez les filles

- **1 sur 3** aimerait être plus mince en voyant des corps minces sur les réseaux
- Elles sont **4 à 8 fois** plus nombreuses à ressentir la pression des réseaux
- **1 sur 3** mange souvent par émotion

Chez les garçons

- **Plus de la moitié** aimeraient devenir musclés
- Ils se trouvent plus souvent trop maigres que trop gros
- C'est chez eux que le temps d'écran est le plus lié à l'insatisfaction

Filles et garçons ne visent pas le même corps

Ce qu'ils savent vraiment

Un petit quiz vrai ou faux a testé leurs connaissances

8 sur 10
savent que les photos de corps sont retouchées

57 %
pensent que le savoir suffit à s'en protéger, ou ne savent pas

38 %
seulement savent que voir des corps variés dans son fil fait du bien

61 %
s'informent sur l'alimentation via les réseaux, 22 % auprès de pros de santé

Ils connaissent les pièges des réseaux, mais moins ce qui protège vraiment

Enquête Swiss Food Academy 2026

Conclusion

Ce que l'enquête nous apprend

1

Les réseaux occupent une grande place, et **les jeunes s'y comparent**

2

Image corporelle, alimentation et santé mentale **vont ensemble**

3

Savoir qu'une image est retouchée **ne suffit pas** à s'en protéger

Merci aux jeunes qui ont pris le temps de nous répondre !

Besoin d'en parler ? Le 147 et ciao.ch sont gratuits et confidentiels.