

Deux Français sur trois ont appris avec un créateur de contenu

La rentrée 2026 replace la question des écrans et de l'apprentissage au cœur des conversations. Le baromètre /influx x Odoxa apporte un éclairage complémentaire à ce débat. **Au cours des douze derniers mois, 65% des Français - soit près de 35 millions de personnes - ont regardé la vidéo d'un créateur de contenu** (YouTube, podcast, Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok...) pour apprendre ou comprendre quelque chose. Le créateur s'installe comme une source d'apprentissage à part entière, en complément des canaux traditionnels.

Une pratique déjà ancrée chez les jeunes générations.

Le réflexe est particulièrement ancré chez les plus jeunes. 78% des moins de 35 ans ont appris via un créateur, contre 53% des 65 ans et plus. Le pic se situe chez les élèves et les étudiants, dont 82% ont déjà mobilisé un créateur pour comprendre une matière ou un savoir-faire. À l'âge où l'on se forme, le créateur fait désormais partie des outils du quotidien.

Du tutoriel à la transmission.

Les usages couvrent tout le spectre du savoir. Les contenus de travaux manuels arrivent en tête, avec 52% des Français qui y ont appris à bricoler, cuisiner, jardiner ou coudre. Viennent ensuite la culture et les savoirs, histoire, sciences, santé ou aide aux devoirs, cités par 46% des répondants. Ce que l'on regardait hier pour se divertir, on le regarde aujourd'hui pour progresser.

Une nouvelle ressource pour la vie professionnelle.

L'apprentissage par les créateurs a franchi la porte de l'entreprise. 23% des Français, et 31% des salariés, ont regardé le contenu d'un créateur pour acquérir une

compétence professionnelle. Chez les cadres, la proportion est encore plus élevée. Le créateur ne capte pas seulement l'attention. Il transmet, il forme, il fait autorité.

« Les créateurs sont devenus le premier réflexe d'apprentissage en France, de l'aide aux devoirs jusqu'au développement de compétences au bureau. En accédant au statut de formateurs, ils ont bâti un niveau de confiance inédit avec leur audience. Pour un annonceur, le message est clair : le créateur n'est pas un espace d'exposition classique, c'est un relais d'autorité capable d'ancrer une marque dans la vie réelle des gens. », analyse Manuel Diaz, fondateur de /influx.



A propos du baromètre /influx x Odoxa

Chaque mois, /influx et Odoxa sondent les Français sur une question liée aux mutations de la consommation de contenu et aux nouvelles dynamiques d'influence. L'objectif : documenter avec rigueur les transformations d'un écosystème que nous accompagnons depuis sa naissance. Méthodologie : étude réalisée par Odoxa pour /influx sur un échantillon représentatif de 1 005 Français, septembre 2026.

/influx

96 Bd de Sébastopol
75003 Paris
France

hello@influxcrew.com
influxcrew.com

S.A.S. au capital de 20.760 Euros - SIRET 8387 4090 0000 33 - APE 8299Z

A propos de /influx

Avec près de 40 talents représentés en exclusivité, /influx rassemble plus de 60 millions d'abonnés sur les chaînes de ses créateurs, et plus de 15 milliards de vues par an. /influx a été créé en 2018 par Manuel Diaz, pour structurer le marché de l'influence et opère en tant qu'agent artistique, spécialisée dans la création de contenus originaux, sélectionnant ses talents tant pour leur capacité à créer des contenus authentiques, inédits et pertinents que pour l'engagement et la fidélité de leur communauté. Ces créateurs indépendants, français et internationaux, aux univers distincts, portent un regard nouveau sur l'usage d'une marque, la mettent en perspective, la racontent comme jamais.

<https://www.influxcrew.com/>

Contact presse : agathe.boggio@forwardglobal.com / +33 7 62 77 69 42

The logo for /influx, featuring a stylized slash followed by the word 'influx' in a bold, lowercase, sans-serif font.

96 Bd de Sébastopol
75003 Paris
France

hello@influxcrew.com
[influxcrew.com](https://www.influxcrew.com)

S.A.S. au capital de 20.760 Euros - SIRET 8387 4090 0000 33 - APE 8299Z