

Les rencontres 2025 « Parlons Dermatologie »

MALADIES DE PEAU : UN ENJEU DE SANTE PUBLIQUE ENCORE SOUS-ESTIME, UN COLLECTIF POUR FAIRE BOUGER LES CHOSES.

Les maladies dermatologiques touchent plus d'un tiers de la population française. Souvent considérées à tort comme bénignes ou purement esthétiques, elles peuvent pourtant être profondément invalidantes. Au-delà des symptômes physiques, elles ont un impact majeur sur la santé mentale, l'estime de soi et les relations sociales. Dans un contexte où les inégalités de prise en charge en dermatologie demeurent préoccupantes, il est essentiel de reconnaître leur portée globale et d'agir pour une approche plus inclusive et équitable.



Les marques médias **Doctissimo**, **Psychologies** et **Science&Vie** ont mobilisé leur communauté et leur puissance d'engagement au cœur de l'été, à Paris Santé Campus, autour d'une rencontre exclusive autour des maladies de peau intitulé **Parlons Dermatologie** ».

Cet événement s'est tenu en partenariat avec la Société Française de Dermatologie (SFD), le Syndicat National des Dermatologues Vénérologues (SNDV), la Fédération Française de la Peau et Sanofi. Il a réuni experts, patients, associations et institutions autour d'un objectif commun : lever les tabous, prévenir la stigmatisation et promouvoir une prise en charge plus inclusive.

Tous les partenaires publient aujourd'hui les conclusions de cette initiative, marquant une étape importante dans la reconnaissance des enjeux liés aux maladies dermatologiques et dans la mobilisation collective pour une meilleure prise en compte de ces pathologies.

Quand la peau parle aussi de souffrance psychique

Le Pr Laurent Misery, la psychologue Céline Le Bivic, Martine Carré (présidente de l'association Vitiligo) et l'influenceuse Julie Bourges ont mis en lumière la stigmatisation persistante autour des maladies dermatologiques visibles. À titre d'exemple, **60 % des patients atteints de psoriasis** rapportent une souffrance psychologique, et **une personne sur deux** vivant avec une dermatose visible a déjà été confrontée à des moqueries ou à des discriminations.

Le témoignage poignant de **Thibaut de Valence**, atteint de prurigo nodulaire, a illustré la détresse psychique liée à l'errance diagnostique et au prurit chronique, soulignant l'impact profond de ces pathologies sur la qualité de vie.

« Il n’y a pas que l’apparence. L’inflammation cutanée agit aussi sur le cerveau. La dermatologie doit intégrer cette réalité psychique », Pr Laurent Misery, dermatologue et neurobiologiste.

Longtemps considérées comme de simples troubles esthétiques, les maladies dermatologiques visibles restent fortement stigmatisées. Les échanges ont révélé l’ampleur de la souffrance psychologique vécue par les patients : **anxiété, isolement, dépression**, mais aussi les préjugés tenaces liés à la **contagion**, à l’**hygiène** ou au **stress**.

Face à ces constats, la **psychodermatologie** s’impose comme une discipline émergente incontournable, en intégrant le lien étroit entre peau et santé mentale. Les **associations de patients** jouent un rôle clé pour briser les tabous et recréer du lien social, tandis que les **biothérapies** et **immunomodulateurs** ouvrent des perspectives thérapeutiques prometteuses.

Réinventer le parcours de soins pour une dermatologie accessible

Le Pr Saskia Oro (SFD), le Dr Marc Revert (FFCEDV), le député Cyrille Isaac-Sibille et la présidente de la Fédération Française de la Peau, Stéphanie Merhand, ont appelé à une réforme en profondeur. Ils ont pointé la pénurie de dermatologues, les inégalités territoriales et l’impact sur la qualité de vie. Les propositions : augmenter les postes d’internes, déployer des équipes de soins spécialisées, renforcer la téléexpertise et l’intégration des pharmaciens.

« La dermatologie n’est pas un luxe. C’est un enjeu de santé publique majeur, qui exige une organisation à la hauteur », Pr Saskia Oro, Dermatologue et Présidente de la SFD.

La dermatologie fait face à une crise d’accès sans précédent : une perte de 1 000 dermatologues en dix ans, des délais d’attente de 3 à 6 mois et une désertification médicale touchant désormais les zones urbaines comme rurales. Cette pénurie fragilise les patients et accentue les inégalités territoriales. Les discussions ont mis en avant une mobilisation croissante des acteurs : équipes de soins spécialisés (ESS) pour améliorer la coordination entre praticiens, téléexpertise et bus dermatologiques itinérants pour rapprocher les soins, valorisation des infirmiers en pratique avancée (IPA), et concertation politique ouverte avec les instances nationales pour repenser la formation.

Innover pour mieux soigner

Les dermatologues **Pr Tu Anh Duon, Dr Jilliana Monnier et Dermato Drey** (& créatrice de contenu) ainsi que **Marie-Claude Boiteux**, Pdte de l’Association Cutis Laxa Internationale ont présenté des innovations concrètes : imagerie 3D, bus dermatologiques itinérants, consultations en entreprise, plateformes de téléexpertise. L’intelligence artificielle a été discutée comme outil d’aide au diagnostic. Les intervenants ont souligné les freins actuels : coordination insuffisante, contraintes administratives et éthique de l’IA.

« La technologie seule ne suffit pas. Il faut des équipes formées, des parcours coordonnés, et du lien humain » Pr Tu Anh Duong, spécialiste en dermatologie numérique.

Les innovations technologiques et organisationnelles bouleversent la dermatologie française. La téléexpertise, en forte croissance. Les outils d’aide au diagnostic, les nouvelles pratiques (hors murs, consultations en entreprise, réseaux de soins) redéfinissent la relation soignant-patient.

Vers une feuille de route commune pour la dermatologie

« Parlons Dermatologie » a fait émerger une conviction partagée : la peau est un indicateur global de santé physique, mentale et sociale. Les échanges ont posé les fondations d'une feuille de route collective articulée autour de quatre grands axes stratégiques :

1. Reconnaître la dimension globale des maladies dermatologiques en intégrant systématiquement le retentissement psychique et social dans les parcours de soins.
2. Garantir un accès équitable à l'expertise dermatologique en renforçant la coordination des acteurs de terrain, la montée en compétence des équipes et en mobilisant les outils numériques de manière raisonnée.
3. Soutenir la recherche et l'innovation thérapeutique et des applications de l'intelligence artificielle en dermatologie.
4. Faire évoluer les représentations collectives, en s'appuyant sur les médias, les associations et les influenceurs santé pour diffuser une information fiable, positive et inclusive.

Ces recommandations constituent une base de travail pour les institutions, les sociétés savantes, les associations et les acteurs publics engagés dans la lutte contre les inégalités dermatologiques.

Pour le Docteur Gérald Kierzek, directeur médical de Doctissimo : « *La peau, ce n'est pas qu'une affaire d'esthétique. C'est une affaire de santé publique, de dignité et d'écoute. Ces rencontres « Parlons Dermatologie » nous montrent une communauté engagée qui réclame une prise en charge plus adaptée aux patients, plus rapide et plus coordonnée* ».

*Source : Médiamétrie décembre 2024

Pour en savoir plus : <https://www.doctissimo.fr/parlons-dermatologie>



A propos de Reworld MediaConnect

Reworld Media est un groupe média international en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB.

Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation. Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication. Le groupe a à son actif 81 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 549 M€ en 2023, est présent dans 14 pays et compte 1 388 collaborateurs.

Euronext Growth Paris – ALREW - Code ISIN : FR0010820274 - www.reworldmedia.com

www.reworldmedia.com

Contacts

Ségolène de Saint Martin, Founder | PCE
sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld MediaConnect
stemplet@reworldmedia.com | 33 (0)6 50 46 37 31