

Santé

BetterHelp : l'ubérisation de la santé mentale servie par les influenceurs

La plateforme venue des États-Unis, où elle a fait l'objet d'une sanction administrative pour avoir partagé les données personnelles de ses utilisateurs, se lance en France. Sa recette : des thérapeutes payés à la longueur de leurs échanges avec les patients, et des youtubeurs célèbres en agents d'influence.

Lorraine Poupon

17 février 2026 à 11h59

« *M*oi, dernièrement, j'ai fait beaucoup de crises d'angoisse. C'est pour ça que je me suis dit, il faut que je me prenne en main, il faut que je commence à faire une thérapie. » Ces confidences faites à ses plus de 2 millions d'abonné·es au milieu d'une vidéo de vacances, la youtubeuse Shera Kerienski ne les fait pas spontanément mais dans le cadre d'une collaboration rémunérée avec la plateforme de thérapie en ligne BetterHelp.



© Photomontage Mediapart

Les arguments qu'elle met en avant sont prometteurs : une thérapie *via* une « app », par messages ou par visio, le tout avec un·e professionnel·le de santé attribué·e

spécifiquement en fonction des problèmes à traiter, de la bipolarité à la gestion de l'anxiété, en passant par les troubles du comportement alimentaire.

Impossible de savoir si Shera Kerienski est elle-même passée par BetterHelp pour sa propre thérapie – l'influenceuse n'a pas répondu à nos questions –, mais elle est loin d'être une exception. Depuis un an et son lancement en France en janvier 2025, BetterHelp arrose les créateurs et créatrices de contenus français·es pour se faire connaître d'un nouveau public.

Un acteur mondial en pleine croissance

Tous·tes mettent en avant un mode de fonctionnement simple : un formulaire de 27 questions pour apprendre à connaître l'utilisateur ou l'utilisatrice et cerner ses difficultés. Âge, orientation sexuelle, religion, problèmes à traiter... Tout y passe afin de lui attribuer le ou la thérapeute idoine grâce à un système de *matching*. Cette association faite, un·e professionnel·le de santé est censé·e être joignable vingt-quatre heures sur vingt-quatre et sept jours sur sept par message, note vocale ou appel, moyennant un abonnement onéreux, entre 49 et 90 euros par semaine.

Créé en 2013 par l'entrepreneur israélien Alon Matas, BetterHelp est racheté en 2015 par l'américain Teladoc, un groupe pionnier dans le domaine de la téléconsultation. Le pari devient gagnant dans un monde post-covid où le recours aux consultations en visio s'est généralisé et où la santé mentale est devenue un enjeu de santé publique.

En 2024, BetterHelp affiche un chiffre d'affaires de plus d'un milliard de dollars, d'après le rapport annuel de Teladoc. Dans le même document, la feuille de route est fixée : « *Pour BetterHelp, nos priorités se concentrent sur l'équilibre des performances financières, la stabilisation des activités aux États-Unis et l'accélération de la croissance internationale.* »

Pour y parvenir, des *country managers* (ou directeurs nationaux) sont recrutés en Allemagne, aux Pays-Bas, en Italie, en Espagne et en France. Des postes en télétravail où ces nouveaux responsables devront recruter des thérapeutes et faire la promotion du service dans leur pays respectif.

Pour la France, une spécificité est systématiquement mise en avant dans les partenariats avec des youtubeurs et youtubeuses : les thérapeutes proposés sont tous·tes inscrits·es à l'agence régionale de santé (ARS), gage de la qualité des profils. Ceux-ci sont démarchés par des chargés de recrutement locaux et à l'aide d'arguments financiers.

Une thérapie ubérisée

« *C'est eux qui sont venus me chercher au tout début de leur installation en France en me faisant miroiter un revenu conséquent*, nous raconte anonymement Mathieu*, un thérapeute qui a depuis mis son profil BetterHelp en pause. *C'est un Uber de la santé mentale : les thérapeutes sont payés à la tâche, au nombre de mots que vous employez, que vous envoyez, aux minutes que vous passez à discuter, à la longueur des messages audio ou vidéo.* »

En effet, sur BetterHelp, les professionnel·les de santé n'ont pas la main sur le prix d'une consultation et ne sont pas payé·es directement par leur patient·e mais par la plateforme dont ils et elles sont prestataires et non salarié·es. D'après les informations accessibles depuis un profil de thérapeute que Mediapart a pu consulter, plus ils et elles consacrent d'heures par semaine à la plateforme, plus ces sessions sont rémunératrices, de 30 à 60 euros.

Une logique du simple au double à laquelle s'ajoutent des calculs d'apothicaire en fonction de la longueur des notes vocales ou des messages échangés avec les patient·es. Sur la page « Aide » depuis un profil de thérapeute, on peut ainsi lire que « *les messages audio et vidéo sont comptabilisés en fonction de leur durée* » ou que « *chaque tranche de 100 mots que le membre [vous] écrit est considérée comme une minute* ».

Combien d'argent vais-je gagner ?

Pour les 10 premières heures de la semaine	20 € par heure
Entre 10 et 20 heures par semaine, pour ces heures	30 € par heure
Entre 20 et 30 heures dans la semaine, pour ces heures	50 € par heure
Au-delà de 30 heures dans la semaine, pour ces heures	60 € par heure

Par exemple :

- Si vous travaillez 12,5 heures par semaine, vous gagnerez 10 heures × 30 €/h + 2,5 heures × 40 €/h = 400 € pour cette semaine.
- Si vous travaillez 27 heures par semaine, vous gagnerez 10 heures × 30 €/h + 10 heures × 40 €/h + 7 heures × 50 €/h = 1 050 € pour cette semaine.
- Si vous travaillez 32 heures par semaine, vous gagnerez 1 320 € pour cette semaine.

Ces tarifs s'appliquent uniquement aux thérapeutes qui ont eu une certaine activité hebdomadaire.

Sujet : Gagnez de 100 à 1 000 € pour chaque thérapeute que vous recommandez à BetterHelp.
Date: Mon, 12 Jan 2020 10:56:48 +0100
De: BetterHelp.com <[redacted]>

Répondre à [redacted]

Bonjour [redacted]

Nous mettons à jour notre programme de recommandation de thérapeutes afin de mieux nous adapter aux besoins et aux exigences à l'échelle régionale !

Comment ça marche :

- Si le thérapeute que vous avez recommandé est approuvé le 19 janvier 2020 ou après, vous recevrez une prime de 100 à 1 000 €. Une fois son intégration terminée et après sa première consultation.
- Une fois approuvés, les personnes recommandées qualifiées dans les pays suivants sont éligibles à une prime de parrainage :

1 000 € : Allemagne, Pays-Bas

100 € : France

Pour se qualifier, veuillez demander d'utiliser ce lien pour s'inscrire : [redacted]

Il n'y a pas de limite au montant que vous pouvez gagner grâce au programme de parrainage. Recommandez autant de thérapeutes que vous connaissez.

Merci pour le travail que vous faites !
BetterHelp

© Documents Mediapart

À ce socle de rémunération de base s'ajoute un système de primes à la cooptation, si le ou la thérapeute parvient à convaincre des consœurs et des confrères de rejoindre elles et eux aussi la plateforme. D'après les mails envoyés aux thérapeutes déjà inscrit·es que Mediapart a pu consulter, le montant de cette prime varie en fonction des périodes et des pays : de 100 à 1 000 euros.

Mathieu se souvient d'une pression permanente, sous peine d'être mis de côté par le système de *matching* de BetterHelp, d'avoir moins de patient·es et donc d'être moins rémunéré. « *On a un timer pour chaque patient. Pour les réponses, on nous envoie des mails en nous disant : "Attention, si vous ne répondez pas rapidement, vous allez être moins visible sur la plateforme."* »

Interrogée sur le mode de rémunération des thérapeutes qu'elle référence, la plateforme conteste (*lire sa réponse complète dans les annexes de cet article*) : « *Pour clarifier, la rémunération ne repose pas sur le suivi du "nombre de mots prononcés". [...] Les thérapeutes sur BetterHelp sont des professionnels indépendants qui établissent leurs propres horaires et limites avec leurs patients, en exerçant leur métier sur leurs disponibilités, et qui décident de la manière et de la fréquence des échanges en fonction de leur jugement clinique.* »

« *Moi je paye ma semaine 50 euros mais n'ai pas eu de visio parce que la psychologue n'était disponible que trois semaines après.* »

Juliette, une cliente

Du côté des patient·es, la situation n'est pas meilleure. Comme beaucoup, Juliette* s'est laissée convaincre par une publicité sur les réseaux sociaux. « *C'est une influenceuse qui a fait la promotion de l'application, elle expliquait qu'elle était tombée en dépression et qu'elle n'avait jamais réussi à passer le cap d'aller chez le psy et que ça l'avait aidée de le faire en visio. Je me suis dit : pourquoi pas tenter ?* »

Mais dès l'inscription, les problèmes s'accumulent. Alors qu'elle demande à être associée à une thérapeute femme, BetterHelp lui attribue un thérapeute homme. Juliette demande une première fois à en changer et effectue une première session qui la convainc plutôt.

Mais impossible d'en réserver une autre malgré le fait qu'elle continue à être prélevée de son abonnement. « *Les praticiens sont overbookés. Moi je paye ma semaine 50 euros mais n'ai pas eu de visio parce que la psychologue n'était disponible que trois semaines après. Donc j'ai demandé à changer de thérapeute une nouvelle fois. Trois jours après, j'ai eu une nouvelle thérapeute, j'ai essayé à nouveau de prendre rendez-vous. Elle n'était pas non plus disponible cette semaine-là. Donc j'ai résilié mon abonnement, c'est une pompe à fric.* »

Sur ces cas de figure, BetterHelp se justifie : « *Associer les bonnes personnes au bon thérapeute est un processus intrinsèquement complexe, et nous travaillons continuellement à affiner notre approche. [...] Lorsque quelqu'un souffre de problèmes de santé mentale, le timing est crucial, des délais peuvent aggraver les symptômes ou décourager les personnes de continuer leur parcours de soins. Ceci étant dit, il est facile de changer de thérapeute sans frais si la compatibilité n'est pas optimale.* »

Youtubeurs et podcasteurs en VRP

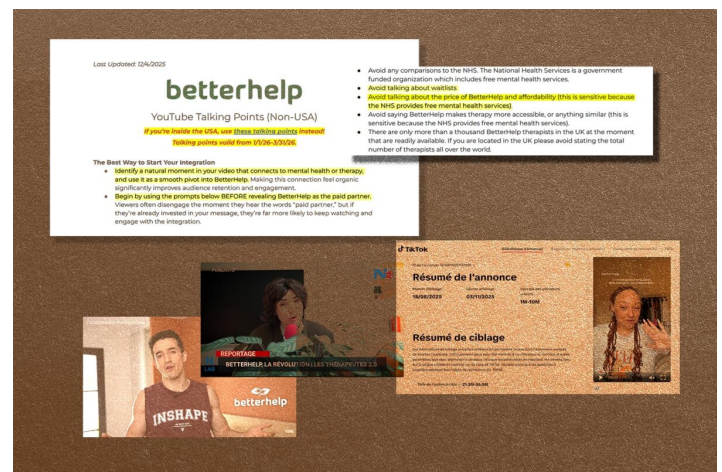
Pour se faire connaître en France, la plateforme applique la recette qui a fait son succès aux États-Unis en s'appuyant massivement sur le marketing d'influence et sur des publicités dans des podcasts. Une stratégie qui a un coût : 558 millions de dollars en 2024, d'après le rapport annuel de Teladoc.

Pour se rendre compte de l'ampleur de ces opérations de

communication, il suffit de voir la longueur de la liste de noms de créateurs et de créatrices de contenus proposés pour répondre, lors du questionnaire d'inscription, à la question « *Comment avez-vous entendu parler de BetterHelp ?* ». D'après le code source de la page que nous avons consultée, plus de 4 300 youtubeurs et youtubeuses et plus de 5 500 podcasts sont partenaires de la plateforme.

Pour l'Hexagone, elle s'est offert les services de grands noms comme Tibo InShape, Juju Fitcats, Natoo ou encore Studio Danielle, mais s'adresse aussi à de plus petits influenceurs et influenceuses avec une dizaine de milliers d'abonné·es. Dans son décompte, Mediapart a identifié une centaine de youtubeurs et youtubeuses français·es partenaires de BetterHelp depuis 2025.

En plus des collaborations commerciales rémunérées intégrées à des vidéos YouTube, l'entreprise diffuse ses propres publicités sur les réseaux sociaux. Une opération d'ampleur, avec des centaines de vidéos comme l'attestent les bibliothèques publicitaires de Meta (Facebook et Instagram) et TikTok.



© Photomontage Mediapart

Avec ces publicités, des créateurs de contenus vont encore plus loin et prêtent à BetterHelp leurs traits. C'est le cas de la créatrice de contenu Manon Delcourt (300 000 abonné·es sur YouTube) qui devient, le temps de deux spots publicitaires vus près de 5 millions de fois, l'égérie de la plateforme qu'elle dit utiliser elle-même.

Interrogée par Mediapart sur ce choix de partenaires,

l'agence de la youtubeuse répond que « *Manon [Delcourt] est consciente de la responsabilité inhérente à son rôle public, en particulier sur des sujets sensibles. Elle agit toujours de bonne foi, avec la volonté d'informer son audience sur des options existantes, tout en restant attentive aux évolutions et aux débats qui peuvent entourer certaines entreprises* ».

Motus sur les sujets qui fâchent

Une créatrice de contenus, qui a été contactée par une agence pour le compte de BetterHelp, raconte, messages à l'appui, avoir été démarchée à quatre reprises. Si cette youtubeuse n'a pas souhaité donner suite et n'a donc pas reçu de directive précise, Mediapart s'est procuré certains des briefs envoyés à des créateurs et créatrices de contenus anglophones. La stratégie de la plateforme s'y révèle encore plus crûment.

Des sujets sont ainsi à éviter, notamment celui du prix du service, qui plus est dans des pays où l'accès aux soins est pris en charge. Il ne faut pas évoquer ou comparer BetterHelp au NHS, le système de santé britannique, gratuit : « *Évitez d'aborder la question du prix de BetterHelp et de son accessibilité financière (c'est un sujet délicat car le NHS propose des services de santé mentale gratuits). Évitez également d'affirmer que BetterHelp facilite l'accès à la thérapie, ou toute autre remarque similaire.* »

Pour les youtubeurs et youtubeuses, un autre sujet est à proscrire : celui de la confidentialité et de la protection des données personnelles. Le brief précise même : « *Affirmer que les informations qu'un membre partage avec son thérapeute sont privées ne tient pas compte du fait que, dans de rares cas, les messages sont examinés par nos équipes juridiques ou de contrôle qualité clinique afin de répondre à des préoccupations en matière de sécurité ou de légalité.* »

Un aveu clair de non-conformité à la loi française et au RGPD selon lesquels seul·es les professionnel·les de santé doivent avoir accès à ces données de santé, sauf anonymisation complète en amont, ce qui n'est pas le cas ici.

Interrogé par Mediapart, Arnaud Robert, consultant en protection des données, complète le diagnostic en analysant la politique de confidentialité de la plateforme. Plusieurs points posent problème à ses yeux. En tête, le transfert des données personnelles de santé d'utilisateurs et utilisatrices français·es vers les États-Unis alors qu'elles devraient l'être chez un hébergeur de données de santé (HDS) agréé au sein de l'Union européenne (UE), une autre infraction au Code de la santé publique et au RGPD. Quant à la durée de préservation de ces données personnelles, jusqu'à dix ans, elle n'est, d'après lui, pas justifiée.

Ce risque, Teladoc, la maison-mère de BetterHelp, en est bien consciente et l'écrivait noir sur blanc dans son rapport annuel de 2024, où elle avouait, à propos du lancement de ses activités à l'étranger : « *Nous ne pouvons garantir que nos activités et nos dispositifs, s'ils sont contestés, seront jugés conformes à la loi.* »

Interrogé sur ce point, BetterHelp répond pourtant à Mediapart : « *La protection de la confidentialité des membres et des données de santé sensibles est fondamentale dans le fonctionnement de BetterHelp. En France et dans l'Union européenne, BetterHelp traite les données conformément au RGPD et aux lois françaises sur la protection des données* », tout en nous dirigeant vers sa page de politique de confidentialité.

Aux États-Unis, la société a déjà fait l'objet d'un premier rappel à l'ordre : elle a écopé en 2023 d'une sanction administrative par la commission fédérale du commerce pour avoir partagé des données personnelles de ses client·es à des fins publicitaires.

Lorraine Poupon

Boîte noire

* Le prénom a été modifié.

Sollicité·es, ni Shera Kerienski ni aucun influenceur ou influenceuse partenaire de BetterHelp n'ont répondu à nos questions, à l'exception de Manon Delcourt.

Interrogé pour commenter l'arrivée de ce nouvel acteur sur le marché français, le ministère de la santé ne nous a pas

répondu.

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart - 127 avenue Ledru-Rollin, 75011 Paris.
RCS Paris 500 631 932. Numéro de CPPAP : 1224Y90071 - Directeur de la publication : Carine Fouteau