

Santé mentale

Le Blue Monday n'existe pas et on vous explique pourquoi

Notre moral est censé être au plus bas le troisième lundi de janvier. Mais il s'agit en réalité d'une pure invention marketing.

Sonia Imseng

Blue Monday. Vous risquez de voir passer cette formulation un peu partout ce 20 janvier 2025. Le troisième lundi du premier mois de l'année est en effet désigné comme le jour le plus triste de l'année. Pas de quoi se réjouir, mais ne vous inquiétez pas trop vite, car il s'agit en fait d'une pure invention marketing.

Ce fameux «lundi bleu» a été mis en place par un psychologue britannique en 2005. Cliff Arnall affirme alors avoir inventé une formule mathématique qui permet de calculer ce fameux jour qui nous déprimerait. Et cette dernière ressemble à ça: $[W = (D - d)] \times TQ : M \times N$.

A priori, elle a tout l'air d'un calcul scientifique, mais sur quoi se base-t-elle exactement? Rien de sérieusement quantifiable: la météo (W), nos dettes (D) moins notre salaire de janvier (d), le temps qui s'est écoulé depuis Noël (T), nos résolutions que nous avons déjà abandonnées (Q), ainsi que notre manque de motivation (M) multiplié par notre besoin d'agir (N). Le spécialiste britannique a par la suite avoué que tout cela n'avait rien d'empirique et qu'il avait été payé pour trouver ce concept.

Campagne publicitaire

En effet, l'étude de Cliff Arnall était en réalité une commande financée dans le cadre d'une campagne publicitaire de l'agence de voyages Sky Travel, orchestrée par l'agence de communication Porter Novelli. Dans un communiqué de presse, ils affirmaient avoir déterminé la journée la plus déprimante de l'année grâce à l'aide d'un psychologue.

Le but est simple: provoquer le besoin de partir en vacances, le plus loin possible de la grisaille. Cette notion de Blue Monday a ensuite été reprise et largement diffusée au sein de la population et utilisée par d'autres marques à des fins commerciales.

Dans un clip de l'Office du tourisme des îles Canaries, en 2016, Cliff Arnall avait déclaré n'avoir jamais voulu donner une signification aussi négative au Blue Monday, mais plutôt vouloir pousser les personnes à agir. Et il a souhaité à cette occasion mettre fin à tant de négativité en lançant le hashtag #stopbluemonday pour abolir cette journée.

Dépression saisonnière

Bien que le Blue Monday ne repose pas sur des bases scientifiques, il est vrai que de nombreuses personnes ressentent une baisse de moral durant l'hiver, due au manque de soleil. Et le mois de janvier peut également être un moment difficile à affron-



Pas toujours facile de garder le moral durant l'hiver (photo prétexte). GETTY IMAGES-MONTAGE TAMEDIA F.G

ter à la suite de l'engouement des Fêtes.

«La cause numéro un de la déprime hivernale, c'est la différence entre notre rythme naturel et le rythme imposé dans notre culture contemporaine ainsi que l'accélération de ce dernier à cause de l'avènement de la technologie», explique Thomas Noyer, psychologue FSP et psychothérapeute à Neuchâtel.

Ce dernier fait écho notamment à la téléphonie mobile et à internet, qui ont eu un effet considérable sur nos habitudes. Que ce soit au travail ou dans notre vie privée, tout va plus vite: «Avant ces inventions technologiques, en hiver, on n'avait pas le choix de ralentir. Quand il faisait nuit à 18 heures, on allait se coucher. Point.»

Ralentir le rythme

Durant cette saison, environ 20% de la population éprouve un blues hivernal. Il peut également s'aggraver avec des symptômes plus lourds, ce qui est le cas pour 4 à 6% des individus, qui souffrent de dépression saisonnière.

En été, il est plus facile de suivre la cadence imposée par la technologie, car nous avons davantage d'énergie. Mais en hiver, «nous manquons de ressources, il y a moins de soleil, la nature s'endort, mais nous, nous essayons de toujours être à la hauteur du rythme qu'on nous impose et on se donne à fond. Mais en agissant de la sorte, on risque de se griller et cela donne lieu à de l'épuisement, voire à une dépression hivernale», précise la psychologue.

Identifier ses besoins

Bien évidemment, nous n'avons pas toujours le choix. Que ce soit au travail ou avec ses proches, il faut assurer. Plusieurs conseils existent cependant pour affronter sereinement cette période: «Il faut identifier, puis être attentif à nos besoins, à ce qui va nous faire du bien et nous ressourcer durant nos moments libres», détaille Thomas Noyer.

Les actions possibles diffèrent selon les personnes: «Certains vont dormir davantage, se coucher plus tôt, manger plus sainement, sortir davantage et profiter des rayons du soleil qui se font rares, écouter de la musique, etc., tout ce qui nous permet de prendre soin de nous.»

Le spécialiste met encore en garde contre l'envie de «consommer pour rester éveillé et répondre à l'accélération de notre société. Par exemple, au lieu de faire une sieste, on regarde des vidéos sur les réseaux sociaux. Mais plus on vieillit, plus notre corps nous fera comprendre que c'en est trop pour lui.»

Quelles chansons écoutez-vous pour doper votre moral ou cultiver votre spleen? Le choix des lecteurs



Scannez ce code QR pour découvrir notre playlist Spotify complète, avec les 50 chansons sélectionnées par les lecteurs pour se doper le moral.



Scannez ce code QR pour découvrir notre 2^e playlist Spotify qui réunit, cette fois-ci, 50 morceaux sélectionnés par les lecteurs pour cultiver son spleen.



Top 10 pour doper son moral

- France Gall**
«Résiste»
- ABBA**
«Mamma Mia»
- Pharrell Williams**
«Happy»
- Bruno Mars et ROSÉ**
«APT.»
- Modjo**
«Lady (Hear Me Tonight)»
- Eurythmics**
«Sweet Dreams»
- Queen**
«Bohemian Rhapsody»
- Little Simz**
«Gorilla»
- Dave Brubeck**
«Take Five»
- Rosalía**
«Despechá»



Top 10 pour cultiver son spleen

- Johnny Hallyday -**
«Je te promets»
- Bill Withers**
«Ain't No Sunshine»
- Adèle**
«Hello»
- Amy Winehouse**
«Back To Black»
- Bee Gees**
«How Deep Is Your Love»
- Muse -**
«Starlight»
- Moby -**
«Porcelain»
- Jorja Smith**
«Blue Lights»
- Fugees, ft. Lauryn Hill**
«Killing Me Softly With His Song»
- Beethoven**
«Sonate au Clair de Lune»