

Le 'reverse aging', nouvel eldorado pour l'industrie de la beauté en France ?

Premium Beauty News (Photo : gorodenkoff / iStock ©)

31 décembre 2025



L'étude [Le renouveau des soins anti-âge](#), récemment publiée par Les Échos Études [1], propose un décryptage complet des opportunités du marché de l'anti-âge en France aujourd'hui. Elle fournit également les résultats d'une enquête exclusive, réalisée auprès de 1000 Françaises, en partenariat avec la société d'études en ligne [Bilendi](#) [2].

Un marché toujours dynamique

Porté par le vieillissement de la population mondiale et l'allongement de l'espérance de vie, le marché des soins anti-âge bénéficie de fondamentaux porteurs, ceci d'autant que la cible se renouvelle (arrivée de la Gen X parmi les plus de 60 ans) et s'élargit (intérêt de plus en plus marqué des jeunes générations pour l'anti-âge dans une optique de prévention).

Plusieurs facteurs viennent toutefois redéfinir le rapport au vieillissement. En premier lieu, **la notion de longévité s'impose désormais comme une problématique centrale et transformationnelle** pour l'industrie de la beauté, qui remet en cause le culte de la jeunesse et la notion même d'anti-âge.

L'enjeu n'est plus de corriger mais de préserver la vitalité et la qualité de la peau tout au long de la vie via trois niveaux d'intervention : **prévention** (préserver le capital jeunesse de la peau), **accompagnement** (stopper ou ralentir significativement les dysfonctionnements liés à l'âge) et **reverse aging** (inverser l'effet du temps).

L'impact de cette nouvelle approche est d'autant plus fort que **les avancées scientifiques sur les mécanismes du vieillissement cellulaire** ouvrent la voie à une redéfinition des promesses et à de nouvelles offres innovantes à forte valeur ajoutée permettant de desserrer la contrainte prix dans le cadre d'une approche plus personnalisée et holistique.

L'étude note par ailleurs que la cible concernée par les produits anti-âge s'élargit. Selon [Les Échos Études](#), les marques peuvent adresser l'ensemble des consommateurs, quel que soit leur âge, en offrant des options spécifiques et différenciées. Ceci d'autant que le vieillissement constitue une préoccupation majeure de nombreuses jeunes femmes ; en passant de la correction à la prévention, elles intègrent plus tôt les routines anti-âge. Enfin, un client conscient que ses besoins évoluent avec l'âge sera plus enclin à essayer de nouveaux produits et services.

Quels usages de soins anti-âge chez les Françaises ?

L'enquête consommateurs exclusive menée dans le cadre de l'étude a permis de décrypter les ressorts de la consommation et des attentes liés aux soins anti-âge chez les Françaises : leurs habitudes de consommation (routine skincare anti-âge, fréquence d'utilisation, motivations, niveau de satisfaction, actifs clés préférés...) ; les comportements d'achat (critères de choix, circuits fréquentés, propension à dépenser...) ; les profils de consommation par tranche d'âge, par catégorie de produit et par circuit.

Parmi les enseignements de cette enquête, **quatre chiffres** méritent particulièrement d'être retenus :

- 1. L'usage de soins anti-âge chez les jeunes femmes, 35% des 18-24 ans utilisent au moins une fois par semaine un ou plusieurs soins anti-âge ;**
- 2. L'application d'une crème de jour anti-âge, 68% des consommatrices appliquent quotidiennement une crème de jour anti-âge ;**
- 3. La fidélité aux soins anti-âge, 73% des consommatrices changent régulièrement de produits et de marques pour leur routine anti-âge ;**
- 4. L'actif star le plus recherché : 29% des consommatrices recherchent systématiquement l'acide hyaluronique dans l'achat d'un soin visage anti-âge.**

Notes

[1] "[Le renouveau des soins anti-âge](#)", Les Échos Études, Octobre 2025, 290 pages

[2] Source : enquête menée auprès d'un échantillon de 1000 consommatrices représentatives de la population française menée en juillet 2025 (Les Échos Études et [Bilendi](#))