

# LE MARCHÉ DE L'ANTI-ÂGE FAIT SA RÉVOLUTION

L'étude « le renouveau des soins anti-âge » récemment publiée par Les Echos Études propose un décryptage complet du marché et des opportunités offertes par les différents positionnements et promesses spécifiques. Elle fournit également les résultats d'une enquête exclusive pour comprendre les ressorts de la consommation et des attentes de 1 000 Françaises.

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).

## La notion de longévité redéfinit le rapport au vieillissement

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'anti-âge entre ainsi dans une nouvelle ère. 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), ac-



compagnement (stopper ou ralentir significativement les dysfonctionnements liés à l'âge) et reverse aging (inverser l'effet du temps).

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. Par ailleurs, la cible s'élargit. Les marques peuvent adresser l'ensemble des consommatrices, 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 ?

Notre 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.

### 4 chiffres à retenir

L'usage de soins anti-âge chez les jeunes femmes



35%

des consommatrices de 18-24 ans utilisent au moins une fois par semaine un ou plusieurs soins anti-âge

L'application d'une crème de jour anti-âge



68%

des consommatrices appliquent quotidiennement une crème de jour anti-âge

La fidélité aux soins anti-âge



73%

des consommatrices changent régulièrement de produits et de marques pour leur routine anti-âge

L'actif star le plus recherché



29%

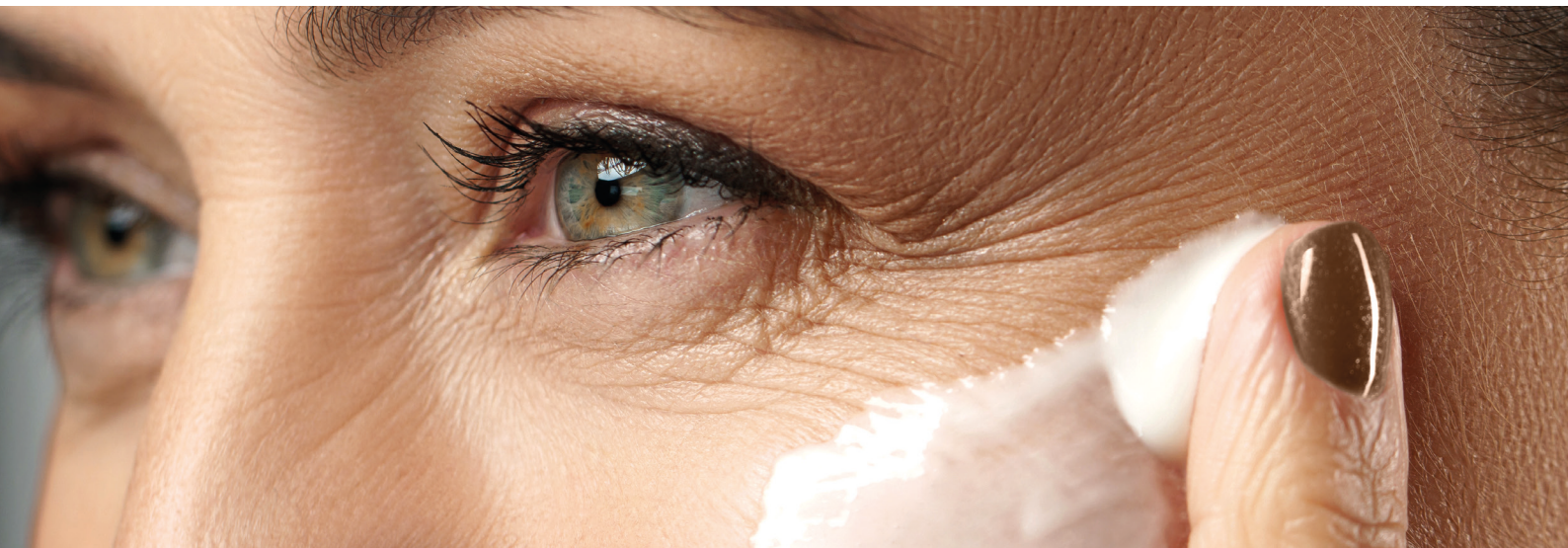
des consommatrices recherchent systématiquement l'acide hyaluronique dans l'achat d'un soin visage anti-âge

Une étude réalisée en partenariat avec Bilendi & respondi

Source : Les Echos Études d'après une enquête menée auprès d'un échantillon de 1 000 consommatrices représentatives de la population française menée en juillet 2025 en partenariat avec Bilendi

Les Echos

ÉTUDES



## Sommaire de l'étude

### Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude et enseignements clés

#### Dynamique et perspectives du marché mondial des soins anti-âge

##### Un marché en phase de transformation

La problématique centrale de la longévité transforme le marché de l'anti-âge

Un intérêt pour l'anti-âge de plus en plus précoce

L'enjeu clé de l'efficacité

Diagnostic Les Echos Études

#### Les Françaises et le soin anti-âge : usages et attitudes

Profil, usages et attitudes des consommatrices de soins anti-âge

Détails des comportements de consommation par produit

Détails des comportements de consommation par tranche d'âge

Détails des comportements de consommation par circuit de distribution

#### Forces en présence et performances des acteurs du skincare

#### La R&D plus que jamais au cœur du réacteur

#### De l'anti-âge au reverse aging : redéfinition des promesses

À la recherche de l'actif star

La multiplication des produits multifonctionnels

La révolution du microbiome cutané

Reverse aging : au-delà de la correction

Pro-aging, well-aging pour surfer sur la vague de la longévité

Se positionner sur le pré-âge

Cibler les problématiques spécifiques ayant une incidence sur la peau

#### Se positionner sur les nouveaux territoires et services

Inscrire l'offre dans une démarche holistique/bien-être

Diagnostic, personnalisation, tendances majeures du soin de demain

Au-delà du topique, focus sur les stratégies d'élargissement de l'offre

Monter en puissance sur la cible masculine

### À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Echos-Le Parisien, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 35 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

### VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

**Service Client** : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr)

**Service Presse** : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : [csaiman@lesechos.fr](mailto:csaiman@lesechos.fr)

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Études ».