

REPLAY / Spécial Beauty Business, « Les nouvelles règles du jeu »

Événement du Journal du Luxe

Jeudi 26 mars 2026

Suivre ce lien [pour revoir](https://www.linkedin.com/events/7436664292114001920/) l'événement en ligne

RDV à 4:35 minutes pour revoir
l'intervention de Régine Ferrère :

<https://www.linkedin.com/events/7436664292114001920/>

Ou cliquer sur la vidéo



**Bien-être & Expertise
Pour ce spécial Beauté
J'ai choisi de vous envoyer le message d'un
territoire méconnu
L'institut de Beauté & de Bien-être**

Bien-être & Expertise

Le message d'un territoire méconnu -L'institut de Beauté

La CNEP- Confédération Nationale de l'Esthétique Parfumerie

1450 Adhérents dont 82% de PME/TPE pour 7100 salariés- 4,5Milliards de CA

Trois Syndicats professionnels regroupés en une filière complète toute entière dédiée **au service à la beauté et au bien-être du consommateur en Institut et en SPA**

Deux en B TO B

L'UME –Les Fabricants de cosmétiques professionnels destinés à nos esthéticiennes

L'UMM- Les Fabricants de matériels et de dispositifs médicaux destinés aux soins hi tech **minceur épilation et pro-age**

L'UPB en B to C

-Puissant maillage territorial d'entreprises de **57 000 entreprises de proximité**

Les Instituts indépendants et franchisés - Les centres de beauté spécialisés - les SPA

Les Centres de bronzage en Cabines - Les Centres d'embellissement des ongles et du regard - Les centres de maquillage et de dermo pigmentation.

Et enfin, la formation avec **120 Ecoles et Centres de formation avec des diplômes et Certifications du niveau 3 au niveau 7**

Bien-être & Expertise

Codifier les gestes de soins-Offrir une expérience personnalisée-Naissance de l'institut



Grandes dames de la beauté du XXème siècle

1920-Nadia Payot



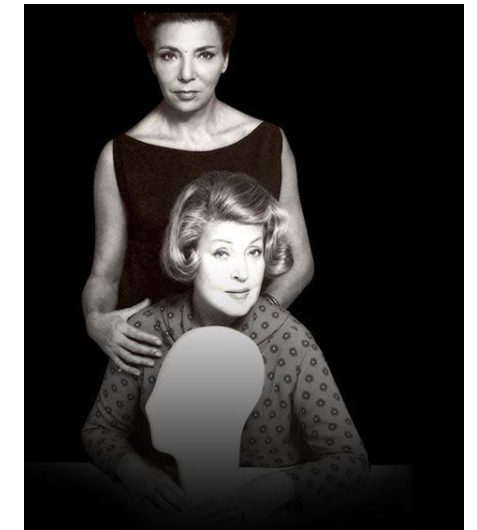
Dr Payot développe une **approche diagnostique de la peau** et propose déjà des produits et des prestations personnalisées avec une **gymnastique faciale**

1910- Helena Rubinstein

Elle met en place la **classification des différents types de peau** qui est aujourd'hui la base de nos enseignements esthétiques

Elles ont inventé « **l'art de la cosmétique à la française** » et le concept de **beauté globale**, avec les premiers cosmétiques fluides concentrés associées avec des gestes professionnels et de la beauty-tech, pour amplifier les résultats.

1945 – Les sœurs Carita



Bien-être & Expertise

Une filière Beauté-Bien-être en pleine transformation



Essentiels ou non Essentiels- Les mots de trop !

Mais deux mots qui nous ont fait passer de l'ombre des cabines à la lumière

Bien-être & Expertise - Faire face à cinq défis

1-Un défi conjoncturel lié à la crise sanitaire

La branche du service beauté bien-être est restée longtemps à l'abri, dans l'ombre des cabines.

Après la crise sanitaire, nous avons assisté à une **mutation profonde des modes de consommation**

Nous sommes aujourd'hui percutés par l'IA et devons appréhender une consommatrice « IA-informée »

Nos défis

Comment répondre à ces nouvelles attentes ?

Comment interagir avec une **cliente déjà "diagnostiquée" ou "conseillée" par l'IA ?**

Bien-être & Expertise - Faire face à cinq défis

2-Un défi économique

Nous subissons la baisse du pouvoir d'achat et les arbitrages des familles sur les postes non essentiels de leur budget. Nous sommes souvent la variable d'ajustement d'un budget,

De plus, l'essor **du DIY porté par les influenceuses** incite les consommateurs à réaliser à la maison des actes jusqu'alors réservés aux esthéticiennes

Bien-être & Expertise - Faire face à cinq défis

3-Un défi sociologique

Face à une population de boomers préoccupée par « **le bien vieillir** », nous devons adapter nos routines en institut et en SPA

Clientèle attentive à la provenance, à la qualité, à la composition des produits
Clientèle attentive aux normes d'hygiène et de sécurité

En miroir - Des problèmes de recrutement

Des jeunes esthéticiennes qui souhaitent bien vivre à la fois leur vie personnelle et leur vie professionnelle

Les enseignes cherchent des talents. Les talents cherchent du sens à leur vie professionnelle, de l'accompagnement et des perspectives d'évolution

Difficile parfois de faire se rencontrer les deux projets !

Bien-être & Expertise - Faire face à cinq défis

4-Un défi environnemental

L'inflation des prix de l'énergie

- Coût de l'électricité et du gaz qui impacte tous nos instituts
- Coût de l'eau qui impacte tout particulièrement les SPA et pose la question du maintien d'une piscine et d'un jacuzzi par exemple

Le changement climatique impacte à termes les habitudes des consommateurs.

L'augmentation des températures conduit à

- Une modification des horaires de fréquentation dans certaines régions
- Une baisse de fréquentation d'installations couteuses et non tarifées comme le hammam et le sauna

Bien-être & Expertise - Faire face à cinq défis

5-Le défi de la valorisation des métiers du service

On parle toujours des marques, de l'industrie cosmétique et d'innovation, mais jamais du savoir-faire exceptionnel de l'esthéticienne française dont l'expertise est enviée par le monde entier

Quand on parle de SPA, c'est toujours pour mettre en avant les équipements , le décor du lieu, mais jamais ce que je qualifie de « terres rares » !!!

Les mains de la praticienne... et la qualité des produits professionnels qui sont mélangés avec expertise les fameux mélanges extemporanés pour réaliser des soins cabine sur mesure !

Bien-être & Expertise

La révolution beauté du XXIe siècle

Notre filière évolue en finesse avec des acteurs majeurs comme **Jean Michel Karam** qui, comme Nadia Payot en 1920, a compris le consommateur d'aujourd'hui et ses aspirations profondes

« La beauté ne sera plus jamais seulement qu'un produit.
Elle devient une expérience augmentée par la technologie, pilotée par la donnée et profondément personnalisée. »
Le groupe IEVA entre en bourse et construit le « Netflix de la beauté »



Régine Ferrère – Présidente de la Confédération Nationale de
l'Esthétique Parfumerie- 26 mars 2026

E|F|A|P

L'école des nouveaux métiers
de la communication

Bien-être & Expertise

Une filière de services de beauté à la personne, pionnière et investie

Le terme **anti-âge** a disparu au profit du terme **longévité**

On ne stoppe plus le vieillissement on l'accompagne par la combinaison du geste et de l'actif appliqué

Toutes les valeurs que **les marques du retail semblent redécouvrir** :

Confiance, partage, personnalisation, expérience, proximité qualité, innovation et résultats, sont des valeurs que nos marques professionnelles portent depuis le début du 20^{ème} siècle, **car dans une cabine on ne triche pas,**

Il faut avoir deux objectifs/ Donner du bien-être et des résultats

Le retail promet, l'institut prouve

Bien-être & Expertise

Une filière de services de beauté à la personne, pionnière et investie

Les marques de services de soin de beauté et de bien-être sont un relai essentiel avec l'humain

Plus le consommateur vivra avec les écrans, plus il sera exigeant lors de sa rencontre avec une esthéticienne

Notre programme pour demain

Transmettre des savoir-faire d'exception

- Investir dans la formation clé de voute de notre filière
- Révéler des talents capables de tisser ce lien avec ce consommateur augmenté
- Créer par une formation performante des ponts entre héritage et modernité

Bien-être & expertise

Une filière de services de beauté à la personne, pionnière et investie

Parce que le luxe a de nouvelles exigences

Parce que nous sommes passés
du luxe de possession au luxe d'expérience

Notre filière de services de beauté & de bien-être
à la personne
restera pionnière sur ce créneau expert





Réunion d'information

Découvrez le MBA spécialisé Digital Marketing & Business Majeure Beauty & Cosmetics

Replay



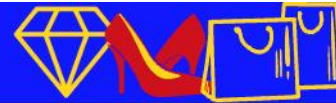
Vincent Montet
Fondateur et Directeur
MBA spécialisé
Digital Marketing & Business



Régine Ferrère
Vice-Présidente du Board pédagogique
MBADMB Beauty & Cosmetics



Marie Lenoir
Designer graphique & digital
Manucurist
Étudiante MBADMB



Réunion d'information

Découvrez le MBA spécialisé Digital Marketing & Business Majeure Luxe

9
avril
12h30

En ligne Livestorm
Durée : 1h



Vincent Montet
Fondateur et Directeur
MBA spécialisé
Digital Marketing & Business



Constance Clément
Vice-Présidente du Board pédagogique
MBADMB Luxe



Clara Spiesser
Chargée de communication
Hôtels Pullman Paris
Alumni MBADMB



INTERNATIONAL
BEAUTY & COSMETIC
BUSINESS SCHOOL
by Régine Ferrère

Merci de votre attention !