

CNEP : "L'esthétique est un soin de support, et il faut le reconnaître"

Régine Ferrère, présidente de la CNEP, défend une vision ambitieuse de l'esthétique : un métier du soin et du lien humain, à la croisée du bien-être et de la santé.

Maxime MONNIOTTE, le vendredi 04 juillet 2025



© DR - Régine Ferrère est la présidente de la Confédération nationale de l'esthétique parfumerie.

Legal digital

Nos experts s'occupent de vos formalités juridiques !

[Découvrir les offres](#)



Depuis 1997, **Régine Ferrère** préside la Confédération nationale de l'esthétique parfumerie (**CNEP**). À la tête de cette organisation incontournable de la filière **Beauté-Bien-être**, elle mène un combat constant pour faire reconnaître l'[esthétique](#) comme une pratique essentielle, tournée vers le soin, la prévention et l'accompagnement. Dans cet entretien, elle revient sur les mutations du secteur, l'importance de la formation, les enjeux technologiques, et la nécessité d'un encadrement clair des pratiques.

Affiches Parisiennes : Quel est le rôle de la CNEP dans l'univers de l'esthétique ?

Régine Ferrère : La Confédération nationale de l'esthétique parfumerie a été créée en 1992 par Jean Gédouin, fondateur de la marque Phytomer. Elle est l'organisation patronale de la filière esthétique, cosmétique parfumerie en France. Notre mission est double : défendre les intérêts des entreprises que nous représentons –, les l'UME marques de cosmétiques professionnelles & l'UMM marques de matériel et la distribution avec l'UPB, instituts, spas, parfumeries, franchises et traditionnels en les accompagnant dans leur développement. Nous intervenons sur les sujets sociaux, réglementaires, fiscaux, mais aussi sur l'évolution des métiers, la formation initiale et continue. Notre syndicat représentatif UPB est très actif au sein de la branche professionnelle. Il est un des acteurs majeurs du dialogue social avec les ministères concernés, les institutions comme l'OPCO EP et les syndicats représentant les esthéticiens salariés.

Méthode Alix Saint Georges : "La séance de sport du visage qui redessine les traits"

Vous êtes présidente de la CNEP depuis 1997. Qu'est-ce qui vous a motivée à vous engager à ce niveau ?

J'ai toujours été passionnée par le métier d'esthéticienne. Très vite, j'ai compris qu'il fallait structurer la profession pour la faire reconnaître à sa juste valeur. En 1997, quand j'ai pris la présidence de la CNEP, nous étions encore peu écoutés. Aujourd'hui, nous avons une vraie voix. Mon engagement repose sur la conviction que l'esthétique est un métier de soin, de santé préventive, de bien-être, et qu'il mérite une reconnaissance institutionnelle pleine et entière.

Quel est justement le regard des Pouvoirs publics sur votre profession ?

Il évolue, mais lentement. Nous sommes encore souvent considérés comme une activité commerciale parmi les autres. Or, l'esthétique, c'est bien plus que cela. Nous accompagnons des personnes en traitement, en souffrance psychique, en convalescence. Nous jouons un rôle essentiel dans la prévention, la lutte contre l'isolement, la restauration de l'image de soi. C'est pourquoi nous plaidons pour une reconnaissance de nos métiers comme des soins de support. Cela nous permettrait d'agir en complémentarité avec les professionnels de santé, notamment en oncologie, en gériatrie ou en dermatologie.

La formation des esthéticiennes est-elle aujourd'hui adaptée à ces enjeux ?

Elle est encore trop centrée sur la technique et pas assez sur la dimension humaine et sociale du métier. Nous avons milité pour enrichir les programmes de CAP, de BP, de BAC PRO et de BTS avec des modules sur les connaissances scientifiques, de management, de communication, mais il reste encore du chemin à parcourir sur la psychologie, la relation d'aide, l'approche esthétique dans tous les secteurs de la vie sociale. Il existe aussi des formations complémentaires comme le Diplôme Universitaire d'Esthétique en milieu de soins (DUEMS), mais elles sont encore peu connues.

Il existe bien des formations en socio esthétique reconnues par l'État qui permettent de construire un véritable parcours professionnalisant post-diplôme pour les esthéticiennes souhaitant se spécialiser dans le soin de support. Ces formations sont compliquées à mettre en place. Elles ont du mal à trouver des financements et des employeurs pour les stages ou l'apprentissage.

Quels sont les grands défis actuels de votre secteur ?

Il y en a plusieurs. Le premier, c'est l'évolution du rapport au corps et à la beauté. Les attentes changent : les clientes recherchent davantage d'authenticité, de bien-être global, de résultats durables. Cela pousse les professionnels à s'adapter, à se former en continu, à intégrer des approches complémentaires comme la naturopathie, les soins énergétiques, ou la cosmétique bio-tech. Le deuxième défi, c'est la digitalisation. Elle bouleverse les habitudes de consommation, la prise de rendez-vous, la fidélisation, la communication.

Enfin, il y a la concurrence déloyale. Certains acteurs pratiquent des soins esthétiques sans qualification ou vendent des prestations à prix cassés sur Internet. Cela fragilise notre profession. Nous demandons une meilleure régulation et des contrôles renforcés.

Vous évoquez aussi une "esthétique inclusive". De quoi s'agit-il ?

L'esthétique doit être accessible à tous, quels que soient l'âge, le sexe, la condition physique, l'état de santé. Cela implique d'adapter les protocoles, les équipements, les produits. Une personne en fauteuil roulant, une femme atteinte d'un cancer, une personne âgée : chacun doit pouvoir trouver un accueil bienveillant, compétent et personnalisé dans un institut. C'est une révolution culturelle pour le métier et à la fois une aspiration pour de nombreux jeunes. Elle nécessite de la formation, de l'écoute, de l'ouverture d'esprit. Nous y travaillons activement.

A LIRE AUSSI

Substance Of Light® : la brume photoprotectrice, alliée du quotidien

Qu'en est-il de l'esthétique masculine ?

Elle est en plein essor ! Les hommes prennent de plus en plus soin d'eux, et ils le font sans tabou. Barbiers, soins du visage, épilation, massages : la demande progresse chaque année. Cela oblige les professionnels à adapter leur offre, leur communication, leur ambiance en cabine. L'enjeu est aussi de former les esthéticiennes à accueillir une clientèle masculine de manière naturelle et professionnelle. C'est un véritable marché à conquérir, et il est encore sous-exploité.

La CNEP est également très investie dans les grands événements du secteur. Pourquoi est-ce important ?

Parce que cela valorise nos métiers, crée de la cohésion, favorise les échanges. Nous participons au Congrès des Nouvelles Esthétiques & Spa, au Forum de l'Esthétique et du SPA de Beauty Forum et au Cosmetic360° organisé par la Cosmetic Valley, salons qui réunissent chaque année des milliers de professionnels. Ce sont des moments forts de rencontre entre professionnels français, européens et internationaux, de découvertes et de reconnaissance. Nous participons activement notamment avec les adhérents de l'UPB à tous les Awards qui récompensent les meilleures avancées dans le domaine. Ces événements permettent de dynamiser la profession, de la rendre plus visible, plus attractive. Ils sont essentiels pour donner envie aux jeunes de nous rejoindre.

Quel message souhaitez-vous adresser à la nouvelle génération d'esthéticiennes ?

Qu'elles soient fières de leur métier. Qu'elles osent investir, se former, innover. Le monde de l'esthétique est en pleine transformation. Il offre des perspectives magnifiques, dans le soin, le bien-être, l'accompagnement de publics fragiles, l'entrepreneuriat. Il faut sortir des clichés. Nous ne faisons pas "*juste des soins*", nous participons au mieux-être de la société. C'est une mission noble. Et ensemble, nous pouvons la faire reconnaître comme telle.