

## **[What's Insight ?] Episode #25 La médecine esthétique, une solution à mi-chemin entre le skincare et la chirurgie**

Hello à tous ! Il y a des chances que vous soyez en pause-café, en voiture ou à la maison, vous avez peut-être dix petites minutes devant vous. Ça tombe bien, c'est juste le temps qu'il nous faut pour parler d'une tendance. C'est la nouvelle pastille « What's Insight ? » du podcast Vibration by Dynvibe.

[Mathilde 2] : Hello Mathilde !

[Mathilde 1] : Salut Mathilde !

[Mathilde 2] : Alors oui aujourd'hui on se retrouve pour un épisode spécial Mathilde et Mathilde.

[Mathilde 1] : La team positivité.

[Mathilde 2] : Alors aujourd'hui j'aimerais que tu m'en dises un peu plus sur un sujet que tu connais plutôt bien : la médecine esthétique. Au premier abord, j'ai l'impression que tu vas nous parler de chirurgie esthétique, mais j'imagine que c'est un peu plus que ça. Est-ce que tu peux m'en dire un peu plus s'il te plaît ?

[Mathilde 1] : Tout à fait. Comme tu l'as dit c'est un petit peu différent de la chirurgie esthétique. Comme son nom l'indique, la médecine esthétique a pour but d'améliorer l'apparence physique, donc ici on va parler d'embellir son visage et ou de retarder les effets du vieillissement cutané.

Donc la médecine esthétique peut être utilisée sur le corps et sur le visage et elle se situe en fait entre le skin care et la chirurgie esthétique. Tout simplement parce que le skin care n'a pas les effets aussi profonds, rapides et durables que les effets apportés par la médecine esthétique. La principale différence qu'on trouve avec la chirurgie esthétique c'est qu'une intervention de médecine esthétique ne nécessite pas d'intervention chirurgicale. Donc pas d'anesthésie générale contrairement à la chirurgie.

[Mathilde 2] : D'accord est-ce que tu peux me donner quelques exemples ?

[Mathilde 1] : Les actes de médecine esthétique emploient plusieurs techniques. On a les injections, l'exfoliation, la lumière, le laser, le froid ou les ultrasons. Je ne vais peut-être pas tous les décrire mais globalement, les techniques de médecine esthétique les plus visibles sont les injections.

On a les injections d'acide hyaluronique, de botox qui sont principalement utilisées pour corriger et atténuer certaines problématiques esthétiques liées au vieillissement de la peau (les rides ou les tâches).

On a aussi les injections de « Belkyra Kybella » qui vont permettre en fait de redéfinir la mâchoire, de re-shapper le visage et d'enlever le double menton sans intervention chirurgicale. On a aussi le peeling ainsi que les ultrasons qui vont lutter contre le relâchement cutané et apporter de l'éclat au visage.

[Mathilde 2] : Qu'est-ce qui amène les consommateurs à se tourner plus vers la médecine esthétique que la chirurgie et à l'inverse du coup est-ce qu'il y a des limites à la médecine esthétique ?

[Mathilde 1] : Les points forts de la médecine esthétique sont les points que j'ai abordé tout à l'heure concernant les résultats. Ce sont des résultats beaucoup plus poussés que le skin care. Un autre point qui est aussi une force c'est le fait que la médecine esthétique est un traitement non invasif, donc ça ne nécessite pas forcément d'exclusion sociale. Typiquement, une consommatrice peut aller faire ses injections le midi à sa pause déjeuner et revenir au travail l'après-midi sans problème. C'est aussi bien moins cher que la chirurgie esthétique et ça présente peu d'effets secondaires contrairement à la chirurgie esthétique.

[Mathilde 2] : C'est quelque chose de plus accessible.

[Mathilde 1] : Tout à fait. Et concernant les points faibles, ce qu'on voit c'est que généralement les résultats apportés par les procédures de médecine esthétique ne durent pas longtemps. Ça peut varier entre six et douze mois. Ça va dépendre du type d'intervention choisie, mais généralement les consommatrices doivent revenir au bout de six mois pour soit se refaire injecter, soit pour refaire du laser, soit pour refaire des peelings parce que les résultats ne vont pas au-delà.

[Mathilde 2] : Est-ce qu'il y a des précurseurs, j'ai envie de dire des figures, peut-être qui valorisent, encensent la médecine esthétique ?

[Mathilde 1] : La médecine esthétique a gagné énormément d'ampleur, notamment grâce aux influenceurs qui s'embellissent et qui se transforment grâce à cette technique. Je pense notamment à Kylie Jenner qui est très connue pour ça. Juste pour te donner un ordre d'idée générale, Kylie Jenner c'est 311 millions d'abonnés sur Instagram. Grâce à sa plastique, elle a créé des nouveaux standards de beauté notamment ses lèvres qui ont vraiment lancé la mode des lèvres pulpeuses et plus affirmées. On voit que sur Tik Tok le hashtag #lipinjections compte plus de 300 millions de vues où les filles partagent leur « médecine esthétique journey » si je peux dire ça comme ça. Elles se font injecter et elle montre comment ça se passe, elle montre le avant/après, « avant j'avais des lèvres fines maintenant j'ai des lèvres pulpeuses ».

Il y a aussi sa sœur Kim Kardashian, c'est un peu grâce à elle aussi que s'est démocratisé le « vampire lift ». Le vampire lift c'est un soin qui consiste à injecter son propre sang dans sa peau pour booster le

renouvellement cellulaire et stimuler la production de collagène. Kim Kardashian a posté une photo sur ses réseaux sociaux avec du sang sur le visage et les consommateurs ont réagi en disant : « Quoi ? Qu'est-ce que c'est ? » et maintenant c'est devenu quelque chose d'hyper populaire auprès des jeunes.

[Mathilde 2] : Ok tu m'apprends quelque chose.

[Mathilde 1] : Je suis là pour ça.

[Mathilde 2] : Est-ce qu'il y a eu des évolutions significatives, des changements de comportements récents ?

[Mathilde 1] : Oui tout à fait, surtout en Chine et en Corée. On observe que la médecine esthétique est utilisée très tôt, dès la vingtaine. Les consommatrices adoptent une routine qui va être préventive donc elles vont combiner le skin care et les procédures de médecine esthétique. On voit qu'elles font du laser et des injections, notamment en Chine, pour booster les effets sur la peau et retarder le vieillissement. On ne parle pas de rajeunissement ici, on parle vraiment de retarder le vieillissement. Les consommatrices sont au courant, elles sont conscientes que le vieillissement c'est un processus naturel contre lequel elles ne peuvent pas lutter, mais elles veulent vraiment le retarder. Elles vont commencer très tôt à adopter une « maintenance routine » comme elles l'appellent, pour justement avoir l'air jeune le plus longtemps possible et avoir l'air plus belle que leurs copines qui ont le même âge.

[Mathilde 2] : Est-ce que c'est connu et diversifié partout dans le monde ou est-ce qu'il y a des pays en particulier où c'est plus développé ?

[Mathilde 1] : Il y a des pays où c'est plus développé, typiquement aux Etats-Unis. On voit beaucoup de consommatrices qui pratiquent de la médecine esthétique, elles font beaucoup d'injections. Également en Chine et en Corée où ça se démocratise de plus en plus.

Et pourquoi ça se démocratise dans ces pays-là ? Parce qu'en fait c'est beaucoup plus accessible en termes de tarifs. Il y a souvent des promotions et c'est moins compliqué d'avoir un rendez-vous que dans les pays occidentaux.

On voit également en France aussi que ces pratiques se démocratisent de plus en plus. Bien-sûr un peu moins qu'aux Etats-Unis et que dans les pays asiatiques, mais on voit certaines consommatrices qui, à partir de 27/28 ans se disent « faudrait peut-être que je commence à envisager de faire du botox ou de l'acide hyaluronique parce que je vois un relâchement sur mon visage ».

[Mathilde 2] : Comment les marques de beauté s'insèrent un peu dans l'écosystème de la médecine esthétique ?

[Mathilde 1] : Pour les marques, si on se place d'un point de vue de la médecine esthétique, ce qu'on voit c'est qu'elles ont un gros potentiel d'innovation. Elles peuvent penser à des produits qui auraient des effets « surgery like », donc ça serait du skin care qui apporte des résultats rapides et plus poussés. Donc des résultats qui n'agissent pas seulement sur l'épiderme, mais qui viennent vraiment cibler le derme pour une action qui sera plus puissante et plus durable.

Pourquoi ce type de produit est une opportunité pour les marques ? Tout d'abord parce que chez Dynvibe et dans toutes les études beauté qu'on peut faire, on voit qu'il y a un vrai intérêt sur la prévention. Au même titre que la médecine esthétique qui intervient avant l'apparition des rides, pourquoi une marque ne pourrait-elle pas penser à développer des produits « skincare surgery like » qui aurait les mêmes bénéfices que la médecine esthétique et qui agirait en prévention ?

Une autre opportunité qu'on a identifié, c'est que de plus en plus de consommatrices se tournent vers ces procédures de médecine esthétique. Mais le skin care a quand même une place prépondérante, il est omniprésent dans tout cet écosystème de la médecine esthétique. Donc les marques pourraient développer du skin care qui interviendrait avant, pendant et après ces interventions de médecine esthétique. Soit pour préparer la peau avant l'intervention (donc pour l'anesthésier, éviter la douleur au moment de l'intervention de médecine esthétique) soit pendant (pour, par exemple faciliter la pénétration des actifs en ayant un produit skin care qui permet d'ouvrir les pores), soit après (pour apaiser la peau, l'aider à mieux cicatriser).

Je pense au laser qui a une procédure de médecine esthétique qui peut un petit peu irriter la peau et créer des rougeurs. Du coup un produit skincare qui apaise la peau après ce type d'intervention ça pourrait être une idée. Ou alors un produit qui **éteindrait** les bénéfices de ces interventions et qui les ferait durer plus longtemps.

Commentaire

[Mathilde 2] : C'est super ! Et de quelle manière on suit ça chez Dynvibe ?

[Mathilde 1] : Nous avons un outil, Dynvibe DETECT, qui fonctionne grâce à l'Intelligence Artificielle et qui nous permet de monitorer les tendances à venir pour aider les marques à comprendre ce qui se passe sur leur marché, à mieux réagir et à mieux s'adapter au changement. Entre autres, on monitore tout ce qui se dit autour de la médecine esthétique.

[Mathilde 2] : C'était très intéressant, merci Mathilde pour cet échange.

[Mathilde 1] : Merci à toi, c'était un plaisir.

Chez Dynvibe, nous n'avons pas de boule de cristal, mais nous avons développé une plateforme basée sur l'IA, Dynvibe DETECT, qui identifie et évalue les signaux qui façonneront le marché de demain.

Pour en savoir plus sur Dynvibe, retrouvez-nous sur [www.dynvibe.com](http://www.dynvibe.com) ou sur notre page LinkedIn.

Et si vous avez aimé cet épisode, partagez-le avec vos amis et votre réseau !

Vous pouvez aussi soutenir ce podcast en vous abonnant sur la plateforme de votre choix et en laissant un commentaire et des étoiles sur Apple Podcasts.

Cet épisode a été produit par le studio Encore Encore, réalisé par Chloé Wibaux et Capucine Lebot.