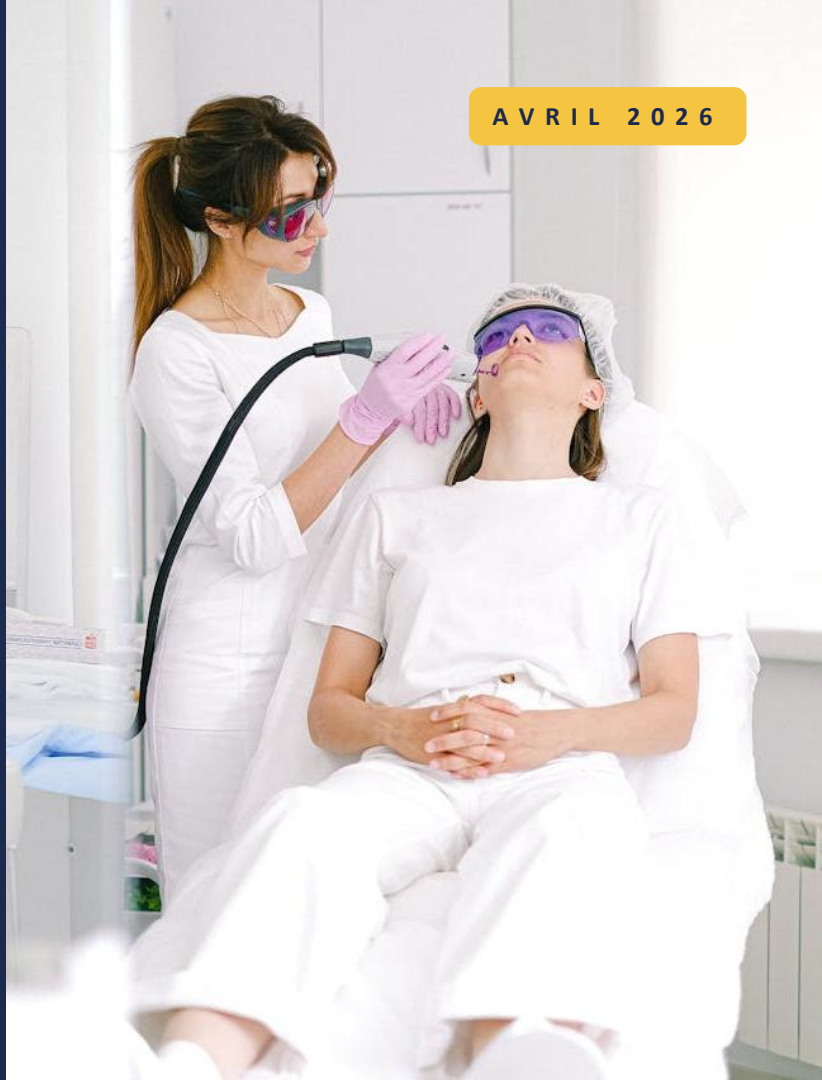


Soins esthétiques avancés en institut

*ce que les Romand·e·s pratiquent,
attendent et rejettent*

Sondage réalisé auprès de 622 Romand·e·s sur les soins non médicaux en institut (laser, IPL, radiofréquence, LED, ultrasons)



Pourquoi cette étude en 2026 ?

Un secteur en pleine expansion, des frontières qui s'estompent, des attentes à décoder.



01

M A R C H É

Un marché en expansion

Les soins avancés (laser, IPL, radiofréquence) se démocratisent. Les instituts s'équipent, les médecins aussi.



02

F R O N T I È R E

Une frontière de plus en plus floue

Entre cabinet médical et institut esthétique : quels actes, par qui, avec quelles compétences ?



03

D E M A N D E

Un secteur à éclairer

Motivations, freins, critères de choix : comprendre les attentes pour mieux structurer l'offre.

Méthodologie

Un sondage dédié aux soins esthétiques avancés NON médicaux en institut.

622

Romand·e·s interrogé·e·s

Panel Votre Opinion
18 - 75 ans
Vaud · Genève · Valais
Fribourg · Neuchâtel · Berne/Jura



Collecte

Sondage en ligne : panel Votre Opinion



Échantillon

Représentatif Suisse romande
(sexe, âge, canton)



Terrain

2025 : sondage complémentaire
2026 sur les soins avancés



Traitements visés

Laser, IPL, radiofréquence,
LED, ultrasons, photorajeunissement

Portrait des répondants

Échantillon équilibré, représentatif de la Suisse romande (n = 622)

GENRE

50 / 50

Hommes / Femmes : équilibré

ÂGE : 3 TRANCHES ÉQUILIBRÉES

33 %

18–34 ans

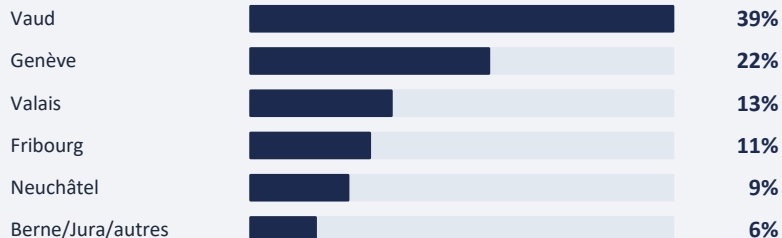
33 %

35–54 ans

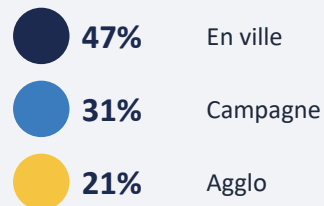
33 %

55 ans et +

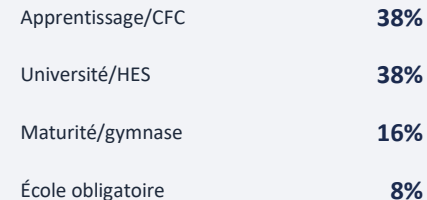
RÉPARTITION PAR CANTON



CADRE DE VIE



FORMATION



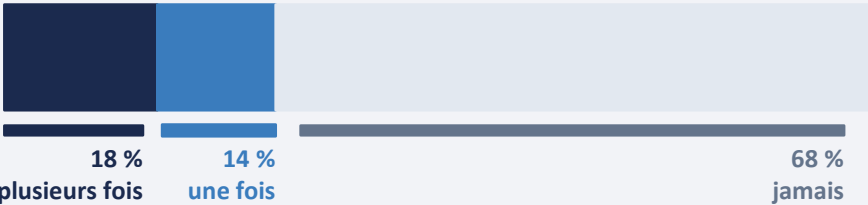
1 Romand·e sur 3 a déjà franchi le pas

Loin d'une pratique marginale : un tiers des Romand·e-s a déjà eu recours à un soin esthétique avancé.

32%

des Romand·e-s ont déjà eu recours à un soin esthétique avancé en institut

DÉCOMPOSITION DU RECOURS



Le marché a atteint sa taille de croisière : pratique installée, concurrence déjà active. La bataille se déplace de l'acquisition pure vers la **rétenion et la conversion des hésitant·e-s.**

Avez-vous déjà eu recours à des soins esthétiques avancés en institut ? c'est-à-dire des soins non médicaux réalisés avec une machine (comme l'épilation à lumière pulsée/laser, radiofréquence, LED, ultrasons, etc.) ? (n=622)

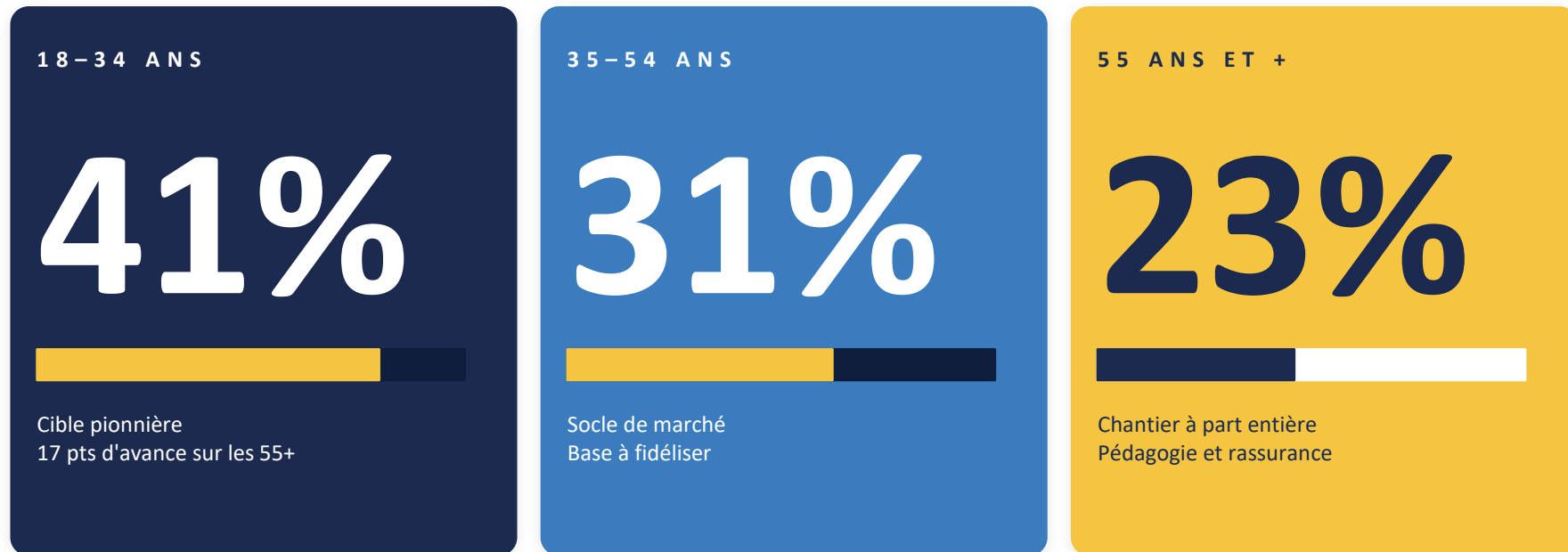
Un recours très genré

44 % des femmes vs 19 % des hommes : un écart de 25 points.



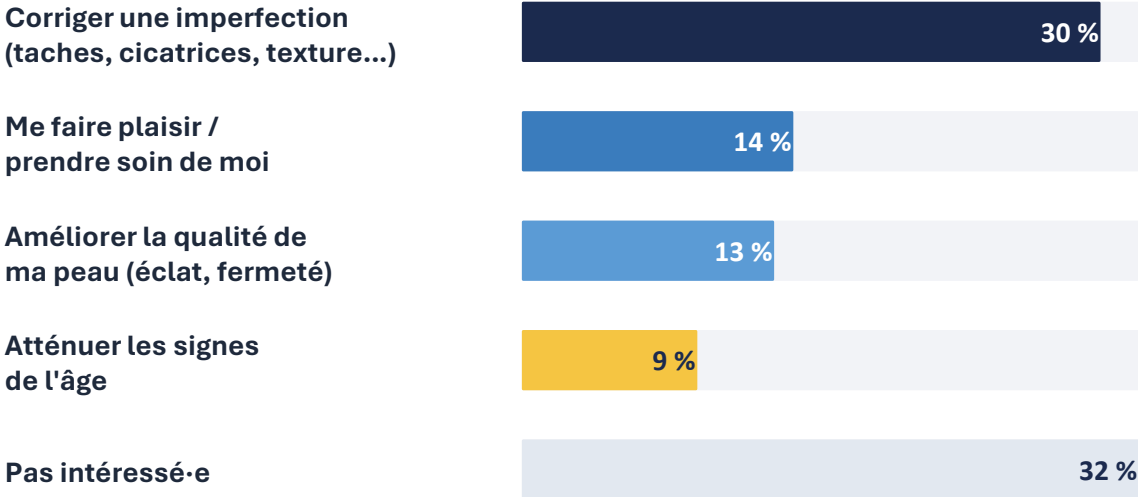
Le recours décroît avec l'âge

Contrairement aux idées reçues, les soins avancés attirent plus les 18–34 ans que les 55 ans et +.



Motivations : corriger, pas embellir

Les Romand·e·s intéressé·e·s veulent cibler des imperfections, pas « se transformer ».



VERBATIM LES PLUS FRÉQUENTS

« Épilation définitive »

« Détatouage, épilation laser »

« Corriger après chirurgie »

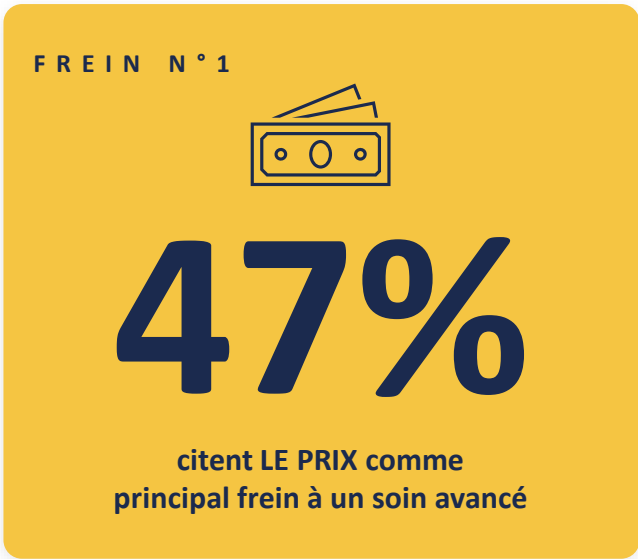
« Perte de gras du ventre »

« Me sentir bien avec moi »

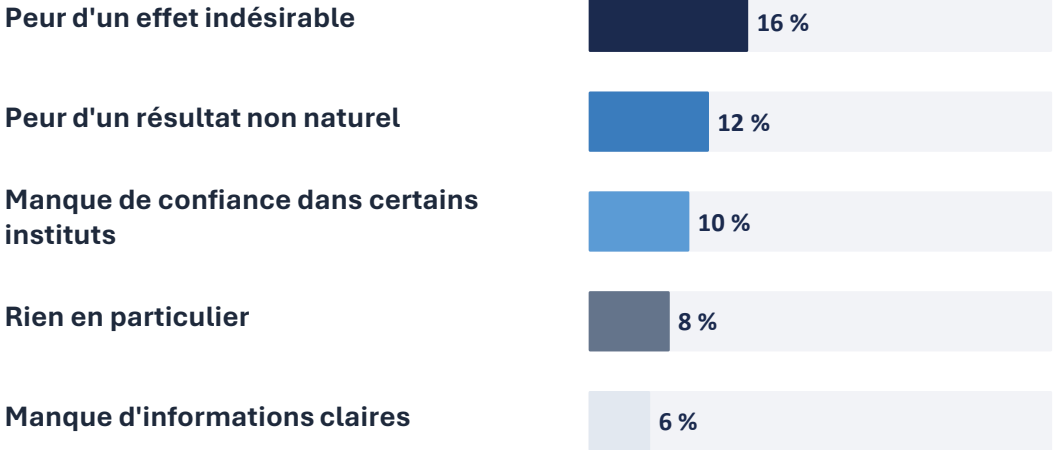
Motivations principales (n=622, 1 choix). Les motivations sont cumulatives avec « Pas intéressé·e » qui renvoie au non-recours.

Le prix : un frein qui écrase tous les autres

47 % citent le prix comme frein n°1 : près de 3x plus que la peur d'un effet indésirable.



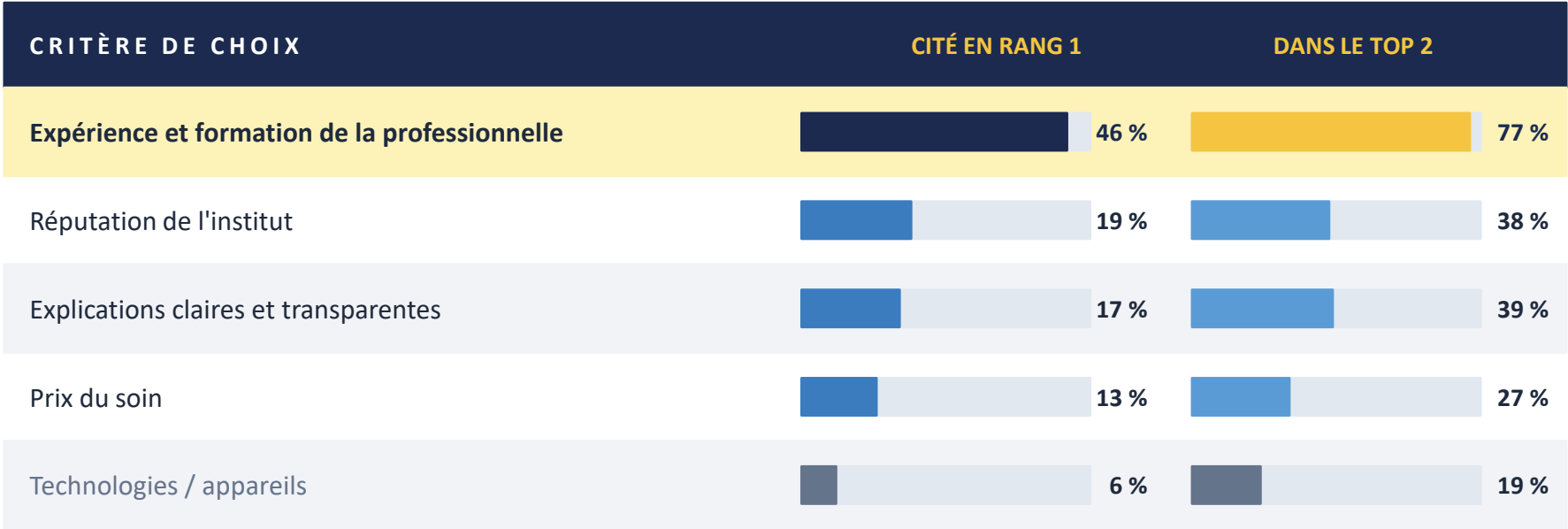
LES AUTRES FREINS : LOIN DERRIÈRE



Le prix pèse 3x plus que la sécurité. La pédagogie sur le rapport qualité/prix et les forfaits est le levier commercial décisif.

Critère n°1 : la professionnelle, pas la machine

La technologie fascine les professionnels. Elle ne convainc pas les patientes.

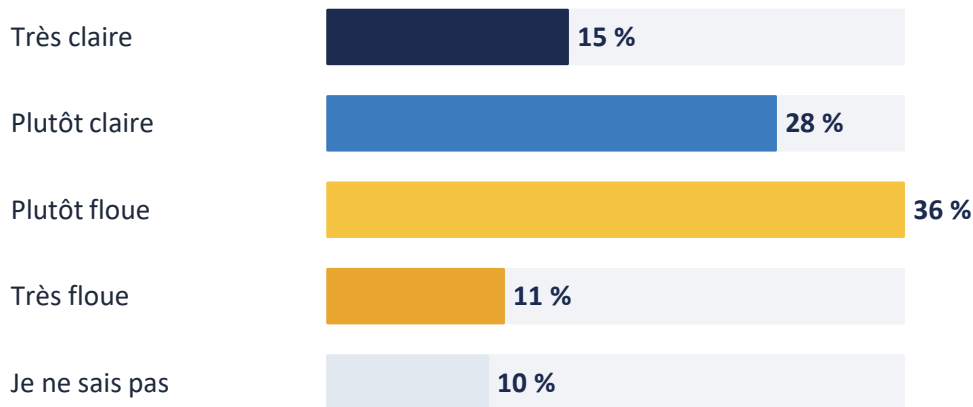


Investir dans la formation et la mettre en avant (diplômes, expérience, parcours) prime sur l'acquisition de la dernière machine.

Frontière institut / cabinet : un flou persistant

Soin avancé (esthéticienne, appareils) vs acte médical (médecin, injections, laser médical) : la limite reste trouble pour près d'1 Romand-e sur 2.

PERCEPTION DE LA FRONTIÈRE



43%

FRONTIÈRE CLAIRE

Public averti : sait quoi attendre d'un institut vs d'un cabinet médical.

47%

FRONTIÈRE FLOUE

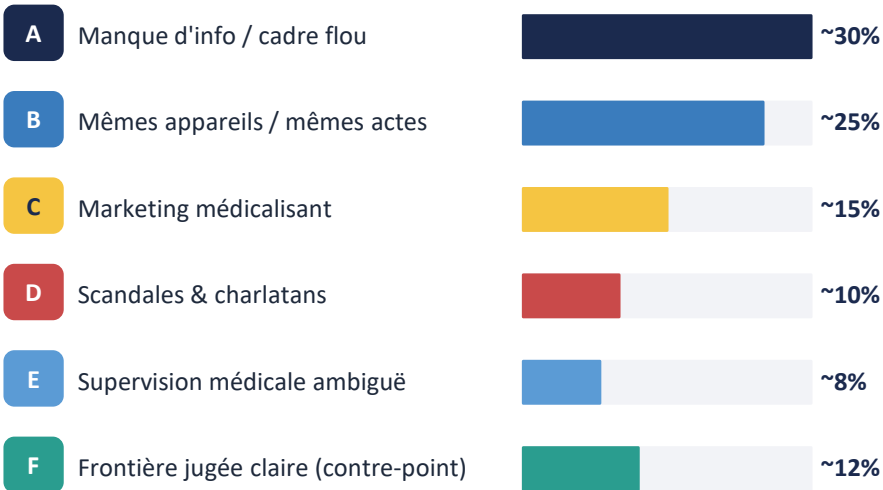
Opportunité de pédagogie + risque de confusion sur les actes autorisés.

La frontière entre institut esthétique et cabinet médical est-elle claire ? (n=622)

Pourquoi la frontière est-elle floue ? Voix du terrain

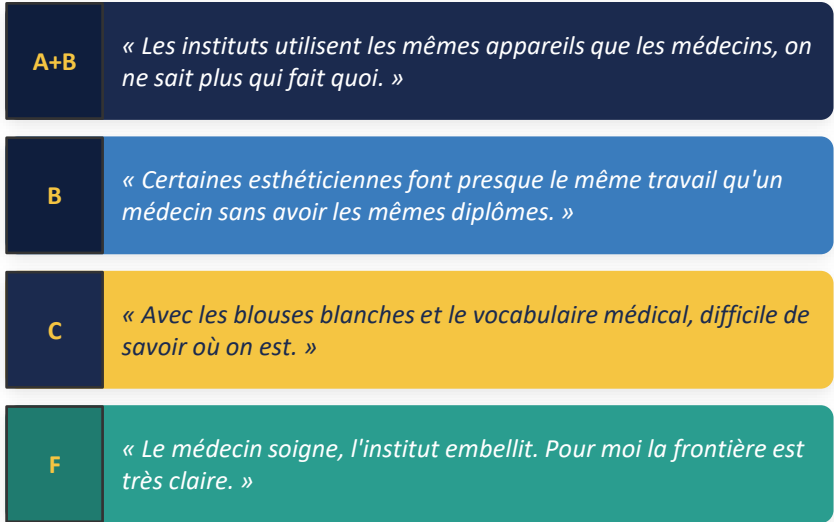
Codification thématique des verbatims (« Pourquoi cette perception ? », n=622).

REGISTRES EXPRIMÉS



Part indicative des verbatims évoquant ce registre (lecture qualitative, sous-ensemble non exclusif).

VERBATIMS MARQUANTS



La confusion vient autant des **outils partagés** que de la **communication médicalisante**.

FLASHBACK 2025 | MÉDECINE ESTHÉTIQUE | n = 691

Zoom sur l'étude 2025 : la médecine esthétique en Suisse romande

Invitée à cette conférence pour partager les résultats 2025 sur la médecine esthétique, nous avons mené un volet complémentaire sur les soins avancés et vous partageons à présent les principaux résultats de l'étude 2025 sur la médecine esthétique.

Deux photographies complémentaires : un même public, deux points d'entrée.

52 %

d'intérêt pour la médecine esthétique

*(dont 15% qui ont déjà eu recours 1 fois et 9% plusieurs fois,
principalement des femmes)*

(Romand-e-s, 2025 : n=691)

2025 : Ce qui motive et ce qui freine en médecine esthétique

Deux moteurs dominants : l'envie de corriger ce qui dérange face au refus du non-naturel.

MOTIVATION N°1 : 2025



51 %

Corriger une imperfection

Rester dans l'impeccable plus que chercher à plaire.
Un ressort fonctionnel : le soin comme réparation d'une imperfection subie

n=515 personnes neutres ou favorables à la médecine esthétique · 2025

FREIN N°1 : 2025



67 %

Préférence pour le naturel

Le frein n°1 n'est pas le prix ni la peur : c'est une posture. L'injection incarne le « faux » pour beaucoup : et c'est très spécifique à la médecine esthétique.

n=233 personnes réfractaires à la médecine esthétique · 2025

2025 : La confiance se construit sur l'humain, pas la machine

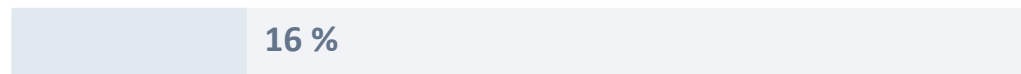
La constante entre 2025 et 2026 : l'expérience et les qualifications dominent largement le critère technologique.

CRITÈRE N°1 DE CHOIX (2025)

Expérience & qualifications



Technologie utilisée



PASSERELLE 2025 → 2026

La personne avant la machine

Un invariant : l'acheteur cherche d'abord la personne qui pratique, pas la technologie qu'elle utilise.

Écart de 42 points entre la personne et la machine.

Base : Romand-e-s intéressé-e-s ou ayant pratiqué la médecine esthétique (2025, n=356 personnes ayant un intérêt ou déjà eu recours à la médecine esthétique).

2025 : Laser : la locomotive.

Injections : la peur du non-naturel

SOINS ENVISAGÉS EN MÉDECINE ESTHÉTIQUE (2025)

LASER (épilation, taches, rajeunissement)

PRÈS D'1 ROMAND·E SUR 2

47 %

SOINS DU VISAGE MÉDICALISÉS

1 ROMAND·E SUR 3

38 %

INJECTIONS (botox, acide hyaluronique)

1 ROMAND·E SUR 4

26 %

LASER Marché de volume, parcours non invasif perçu : la locomotive.

INJECTIONS Le frein « naturel » (67 %) pèse fort, car ciblé sur le visage.

Base : Romand·e·s intéressé·e·s ou ayant pratiqué la médecine esthétique (2025, n=356 personnes ayant un intérêt ou déjà eu recours à la médecine esthétique).

Recommandations stratégiques : 2025 et 2026 se rejoignent

Quatre chantiers prioritaires pour instituts, médecins et fournisseurs, fondés sur les deux études.

01

PRICING

Structurer l'offre par palier de prix

Prix = frein n°1 en 2026 (47 %). Packs « découverte », forfaits mensualisés, paliers par zone traitée : déverrouiller la conversion.

02

COMPÉTENCE

Rendre la compétence visible : pas la machine

Critère n°1 en 2025 (58 %) et 2026 (46 %) : l'humain. Diplômes, heures de pratique, cas traités. La techno arrive en dernier.

03

ALLIANCES

Partenariats institut ↔ cabinet médical

Réorientation croisée, co-protocoles, ateliers communs. Lève le frein « charlatanisme » et crée des flux : 47 % du public ne distingue pas.

04

FRONTIÈRE

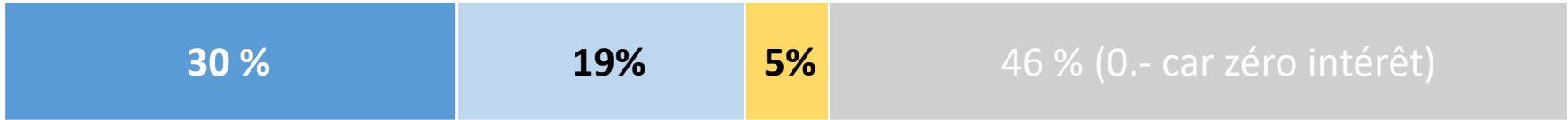
Clarifier publiquement la frontière

Langage commun (« soin avancé » / « acte médical »), pictogrammes partagés, charte de réassurance. Protège médecins ET instituts sérieux.

Budget annuel 2025 : trois paliers pour trois marchés

La masse dépense peu, 1 sur 4 investit au-delà de 500.- CHF/an : dont une minorité premium au-delà de 2'000.- CHF

BUDGET ANNUEL MÉDECINE ESTHÉTIQUE
(2025, n = 691)



GRAND PUBLIC

Moins de 500.- CHF / an

Occasionnel · levier = prix

PREMIUM RÉGULIER

500 à 2'000.- CHF / an

Rituel · levier = fidélisation

ÉLITE ESTHÉTIQUE

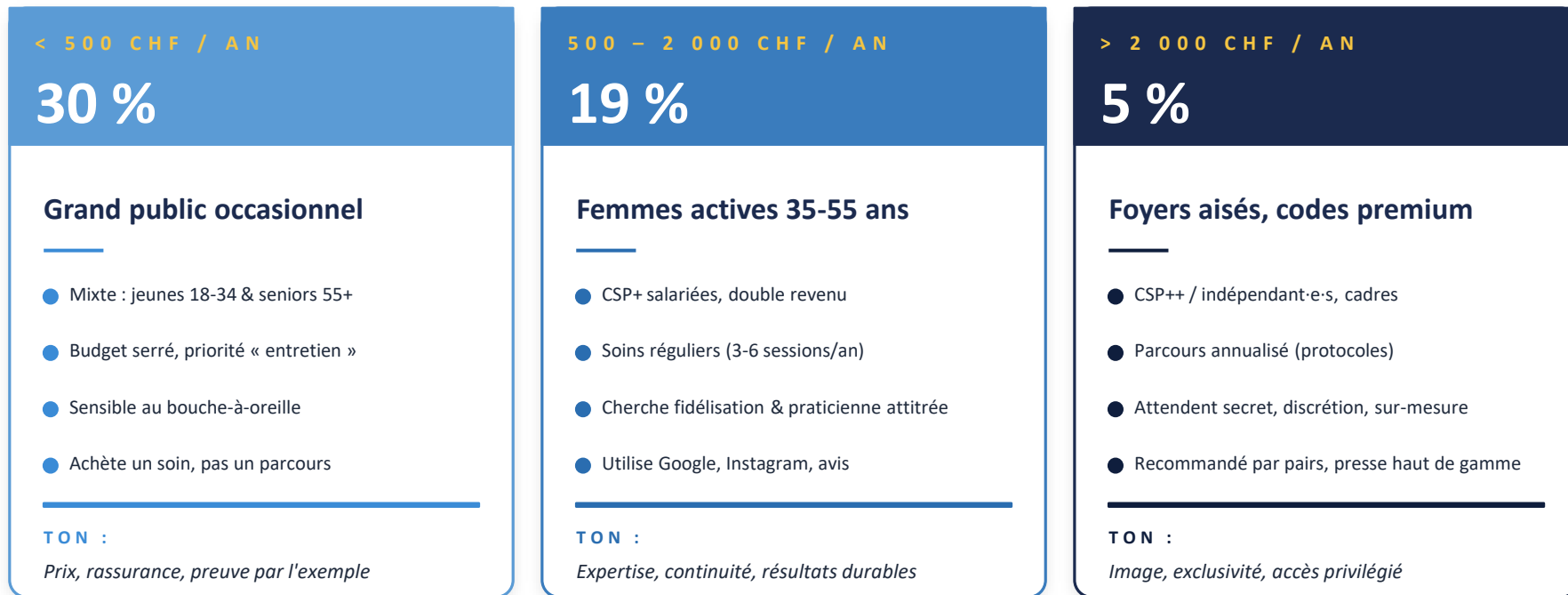
Plus de 2'000.- CHF / an

Haut de gamme · levier = image

24 % au-delà de 500.- CHF/an = une minorité solvable qui tire 80 % de la valeur du marché. **Un palier = une offre.**

Profils socio-démo : qui se cache derrière chaque palier ?

Lecture qualitative appuyée sur les 2025 et 2026 : à chaque budget, un profil type, une tonalité, un canal.



Inspirer confiance : deux cadres d'exercice, deux architectures de réassurance

Institut indépendant vs cabinet médical : les garde-fous, les preuves et le langage ne sont pas les mêmes.

LES 6 GAGES UNIVERSELS DE CONFIANCE ATTENDUS

Diplômes & formation visibles · Années d'expérience · Avis & témoignages vérifiés · Traçabilité du matériel · Consentement clair · Parcours de suivi

ESTHÉTICIENNE INDÉPENDANTE

Institut seul, laser & soins avancés

GARDE-FOUS À METTRE EN PLACE

- Certification appareil (constructeur + heures de pratique)
- Questionnaire médical signé, contre-indications explicites
- Test patch systématique, photos avant/après datées
- Diplôme de praticienne, assurance RC
- Médecin référent joignable pour complications

CABINET MÉDICAL (DERMATO / CHIR. ESTHÉTIQUE)

Praticien-ne esthétique sous tutelle médicale

ARCHITECTURE DE RÉASSURANCE

- Médecin diplômé identifié (dermato / chir. esthétique)
- Injections réservées au médecin
- Délégation d'actes encadrée par des personnes formées
- Suivi post-soin proposé
- Responsabilité du cabinet médical engagée

5 insights marché à retenir

Les chiffres qui doivent guider la décision en 2026.

01

01

Marché féminin à sa taille de croisière

44% des femmes et 31 % de la population ont déjà pratiqué des soins avancés en institut.
La bataille se joue sur la conversion des 56 % de non-pratiquantes.

02

02

Le masculin reste un angle mort

Seulement 19 % des hommes. Un positionnement soins masculins dédié est peu exploité en Suisse romande.

03

03

Le prix est le premier levier commercial

47 % en frein n°1, loin devant la peur (16 %).
Forfaits, abonnements, packs saisonniers : plus d'impact qu'un argument techno.

04

04

La personne, pas la machine

Expérience/formation = critère n°1 pour la majorité.
La machine arrive en dernier.

05

05

Une frontière floue pour 47 %

Risque de méfiance ET opportunité : clarifier le positionnement (institut ≠ cabinet médical) devient un facteur de crédibilité.

3 focus business : ce que cela implique pour votre secteur

Chaque focus reprend les données sous l'angle des enjeux propres au secteur.



Instituts esthétiques
ESTHÉTICIENNES,
CHAÎNES

**« Mettez-vous en avant,
pas vos machines »**

- Afficher parcours, diplômes, années d'expérience (site, vitrine, réseaux)
- Structurer forfaits, abonnements, paiement échelonné pour neutraliser le frein prix
- Ouvrir une offre masculine dédiée



Médecins esthétiques
CABINETS MÉDICAUX

**« Votre valeur, c'est ce que
l'institut NE peut pas faire »**

- Valoriser ce qui est médical : injections, laser médical, suivi
- Clarifier la frontière esthétique / médical
- Former un protocole de réorientation avec instituts partenaires : crédibilité et flux mutualisés



Fournisseurs matériel
LASER, IPL, RF, LED

**« Les clientes achètent une pro,
pas un appareil »**

- Repositionner le discours B2B : formation et accompagnement avant specs techniques
- La technologie arrive en dernier critère : argumenter en ROI formation
- Packager matériel + parcours de certification pour différencier l'offre



MERCI !

Qualinsight, votre partenaire études & insights marché en Suisse

- Études qualitatives et quantitatives
- Méthodologies hybrides (panel, face à face, journal vidéo)
- Accompagnement stratégique local
- Podcast Romand'Insight sur les tendances business

CONTACT

Esther Sève

Fondatrice, Qualinsight



esther.seve@qualinsight.ch



Restons en contact !