

REPONSE DU CONSEIL D'ETAT
à l'interpellation Muriel Thalman et consorts - Des routines beauté à 12 ans? (25_INT_34)

Rappel de l'intervention parlementaire

C'est un phénomène nouveau, une mode promue par les réseaux sociaux et qui cible nos ados, voire nos préados, les transformant en adeptes des routines beautés : nous voyons désormais de très jeunes filles acheter des lotions, des soins hydratants, des masques tonifiants, des exfoliants, voire des crèmes antirides. C'est tout d'abord un jeu, un nouvel hobby, avant de devenir une routine quotidienne. Ces pré-ados passent leur temps dans les rayons de beauté des magasins pour acheter des produits dont le packaging a été revu pour les séduire. Et pour leur anniversaire, elles demandent des produits de beauté, voire des bons pour se rendre dans les instituts de beauté qui surfent sur cette vague en offrant désormais des soins et massages pour enfants.

Ce phénomène accentue non seulement des stéréotypes de genre, mais nuit de plus à la santé de ces préados qui utilisent des produits cosmétiques qui ne sont pas adaptés à leur épiderme, car développés pour des peaux adultes. Ces produits sont en vente sans contre-indication particulière ni recommandation d'âge, alors que certains d'entre eux contiennent des perturbateurs endocriniens qui induisent à long terme des déséquilibres hormonaux (parabènes, phtalates, triclosan, etc.). D'autres contiennent des allergènes et sont potentiellement cancérigènes (acrylate, formaldéhyde, etc.). En ce qui concerne les produits antirides et anti-âge, les dermatologues indiquent que « l'usage régulier de ces cosmétiques peut en plus accentuer la sensibilité au soleil et provoquer des troubles de la pigmentation. Cela peut non seulement aggraver les cicatrices, mais aussi, de manière paradoxale, accélérer le vieillissement prématuré de la peau, notamment à cause de l'inflammation et de la photosensibilité induites par ces produits.¹»

En Suède, la principale chaîne de pharmacie du pays a décidé d'interdire la vente de cosmétiques pour peaux matures aux moins de 15 ans, sans autorisation parentale. De leur côté, les Sociétés françaises de dermatologie et de dermatologie pédiatrique, alarmées par l'essor des instituts de beauté pour enfants et adolescents, ont rappelé que ces jeunes peaux n'ont pas besoin de "routine beauté" tout en listant les risques inhérents aux pratiques et produits employés, comme celui d'avoir de possibles "conséquences néfastes sur d'autres organes²". En Suisse, la responsabilité est renvoyée aux parents.

L'usage de produits cosmétiques participe enfin à la sexualisation de plus en plus précoce des fillettes et plus largement à l'hypersexualisation des plus jeunes, ce qui devrait nous inquiéter (image de soi, santé, conduites à risques). Ainsi, les sociétés françaises de dermatologie et de dermatologie pédiatrique estiment que la multiplication des instituts de beauté pour enfants "invite aussi à s'interroger sur les conséquences psychologiques", notamment en matière de "développement de l'image de soi chez l'enfant". Et de conclure : "L'érotisation de l'image de l'enfant est ainsi banalisée de façon préoccupante."³

¹ Une routine beauté pour faire comme maman? Mauvaise idée! Yseult Théraulaz-, redaction@planetesante.ch, Publié: 25.10.2024, 10h06, Le Matin Dimanche

² <https://www.tf1info.fr/sante/soins-esthetiques-pour-enfants-face-a-une-pratique-en-plein-essor-les-dermatos-en-appellent-au-bon-sens-2348828.html>

³ ibidem

Considérant que l'utilisation, par des filles de plus en plus jeunes, de produits de beauté non adaptés à leur peau et dont l'application peut causer des allergies, perturber les hormones, provoquer de dégâts irréversibles à leur peau tout en participant à l'hypersexualisation des plus jeunes, j'ai l'honneur de poser les questions suivantes au Conseil d'Etat :

- *Le CE s'est-il penché sur ce phénomène et comment entend-il protéger ces jeunes filles ?*
- *A-t-il l'intention de sensibiliser les différents acteurs (commerces, instituts de beauté, etc.) ?*
- *La Police du commerce s'est-elle assurée que les instituts de beauté qui offrent des soins pour enfants n'utilisent que des produits adaptés aux peaux des enfants ?*
- *De quelles bases normatives dispose le Canton pour réguler la pratique des instituts de beauté et commerces de produits cosmétiques offrant des services aux enfants ?*

Sources :

<https://www.rts.ch/info/societe/2024/article/les-preados-succombent-a-la-tendance-skincare-malgre-les-risques-28535471.html>

https://www.sfdermato.org/upload/news/250205075020_sfd-sfdp-cp-alerte-instituts-beaute-enfants-vdef.pdf, 3 février 2025.

<https://www.24heures.ch/des-routines-beaute-pour-faire-comme-maman-mauvaise-idee-997338069805>

Réponse du Conseil d'Etat

A. Préambule

Le phénomène décrit ici et nommé ci-après « routine beauté » est une tendance émergente observée depuis quelques années chez les adolescentes et adolescents, voire les pré-adolescentes et pré-adolescents et les jeunes. On constate ainsi, chez les moins de 16 ans, un intérêt croissant pour les produits de beauté : nettoyants, soins, crèmes, maquillage, etc. Les jeunes filles sont majoritairement concernées.

Cette thématique, régulièrement abordée dans les médias traditionnels et numériques (Reportage RTS, A Bon Entendeur : « *Les jeunes accros aux soins pour adultes* » diffusé le 11 juin 2024¹), suscite une certaine inquiétude dans les milieux des professionnel.les de la santé. La Société Française de Dermatologie Pédiatrique a publié d'ailleurs, en février 2025, un communiqué de presse sur la multiplication récente d'instituts de beauté pour jeunes enfants et sur le risque des pratiques esthétiques employées, ainsi que des produits cosmétiques utilisés².

Cette inquiétude est partagée également par la Fédération Romande des Consommateurs (FRC), qui a copublié, en 2019 déjà, un dossier de presse intitulé « *Maquillage pour enfants : mieux vaut être vigilants !* »³.

Cette problématique soulève de nombreux enjeux. Dès lors, pour mieux comprendre cet engouement des jeunes pour les cosmétiques, il est nécessaire d'en identifier les raisons.

L'une d'elles consiste en l'exposition intense des enfants et des jeunes aux écrans et réseaux sociaux, où influenceur.se.s de tout âge et célébrités partageant leur routine beauté. L'image de la beauté ainsi véhiculée est associée à l'utilisation de cosmétiques et de maquillage. Ces derniers peuvent alors devenir un moyen de se faire accepter par le groupe et d'augmenter sa confiance en soi à une période où le jeune est à la recherche de son identité.

De plus, une croissance du marché des produits cosmétiques pour enfants est observée au niveau européen et mondial. Les lieux de vente se multiplient et se diversifient, qu'ils soient virtuels ou physiques, et en grande partie en libre-service. Les produits sont ainsi plus accessibles, plus abordables et plus diversifiés. Le marketing cible les enfants et les jeunes en jouant notamment sur les images colorées, les personnages ludiques et les animations utilisés pour capter l'attention, mettant une pression à la consommation dès le plus jeune âge.

Du point de vue de la réglementation encadrant ces produits et afin de garantir la sécurité des consommateurs, l'Union Européenne a réglementé rigoureusement les produits cosmétiques en interdisant notamment les substances reconnues comme allergisantes et sensibilisantes. Cependant, à ce jour, il n'existe pas de réglementation définissant les cosmétiques spécifiquement destinés à l'enfant. Actuellement, certains ingrédients cosmétiques présents sur le marché sont de potentiels perturbateurs endocriniens.

Notons que l'utilisation de « cosmétiques bio » n'est pas une garantie de sécurité sanitaire. Enfin, les actes esthétiques pratiqués dans les instituts de beauté ne sont pas dénués de risques pour les enfants de moins de 16 ans (produits pour lissage capillaire ou pour pose d'ongles par exemple).

A l'échelle romande, la FRC réalise régulièrement des analyses de produits cosmétiques pour déterminer leur niveau de risque sur des bases scientifiques et en tenant compte de l'âge du consommateur. Ces données sont visibles dans l'application FRC Cosmétiques. Cette application mobile apporte des informations sur la présence d'ingrédients à risque dans un produit cosmétique, y compris pour les moins de 16 ans. Les membres du Groupement des Pédiatres Vaudois contactés attestent de la valeur scientifique des résultats communiqués par la FRC. Il existe donc bien des risques pour la santé, liés à l'application de ces produits cosmétiques.

¹ [Les jeunes accros aux soins pour adultes - rts.ch - A bon entendeur](https://www.rts.ch/fr/actualites/societe/les-jeunes-accros-aux-soins-pour-adultes)

² [9742-COMMUNIQUE-DE-PRESSE-SFDP-.pdf](#)

³ [Dossier de presse Maquillage enfants maquillage.pdf](#)

Sur le plan dermatologique, l'utilisation de cosmétiques chez les enfants peut entraîner divers problèmes : allergies, irritations, photosensibilisation. De plus, les enfants sont particulièrement vulnérables aux interférences hormonales des perturbateurs endocriniens. Les risques ne se limitent pas à la santé physique : ce phénomène impacte le développement psychologique de l'enfant en altérant la construction de son image et en impactant possiblement sa confiance en lui et de l'adulte en devenir. Le maquillage également fréquemment lié à une image adulte et sexualisée. La promotion de ce type de produits peut renforcer chez les filles les injonctions sociétales à se percevoir principalement comme objet de séduction. Ce phénomène contribue à normaliser la sexualisation précoce au détriment de valeurs d'égalité plus larges et de l'acceptation de soi.

Face à ces risques, le rôle des adultes qui accompagnent l'enfant est fondamental. Les parents et les proches jouent un rôle crucial d'accompagnement pour inciter les enfants à avoir des comportements favorables à la santé¹. Du côté de l'école, des activités de sensibilisation présentant des sujets essentiels tels que la connaissance du corps, l'image de soi, la pression sociale, ainsi que les stratégies marketing ciblées, sont abordées lors de différents cours. Par ailleurs, l'éducation numérique constitue l'un des domaines du Plan d'Etudes Romand, il vise à ce que les enfants puissent analyser et évaluer les contenus médiatiques de manière critique.

Le Conseil d'Etat relève enfin que du point de vue légal, il n'existe ni au niveau fédéral, ni dans le canton de Vaud de base légale pour réguler la pratique des instituts de beauté et commerce de produits cosmétiques offrant des services à un jeune public. Il existe toutefois au niveau fédéral un groupe de coordination interdépartemental sur les perturbateurs endocriniens².

B. Réponse aux questions

1. Le CE s'est-il penché sur ce phénomène et comment entend-il protéger ces jeunes filles ?

Le Conseil d'Etat est sensibilisé à ce phénomène ; il est conscient de la complexité des enjeux qu'il soulève. Cette thématique met en exergue tous les enjeux liés au numérique..

Le Département de la santé et de l'action sociale (DSAS), le Département de l'enseignement et de la formation professionnelle (DEF) et le Département de la jeunesse, de l'environnement et de la sécurité (DJES) finalisent actuellement la Stratégie pour la promotion de la santé et la prévention auprès des enfants et des jeunes. L'Axe prioritaire 2 intitulé « *Ecrans et Réseaux Sociaux* »³ a pour ambition de Développer les compétences médiatiques des jeunes en travaillant sur une culture numérique citoyenne et de favoriser un usage équilibré et responsable des écrans et des réseaux sociaux afin de préserver la santé mentale, le bien-être et les relations sociales des enfants et des jeunes. Il concerne les enfants et les jeunes, leurs familles mais aussi les professionnel.les qui les entourent. Il intègre également le soutien aux parents dans leur rôle éducatif sur la question spécifique des écrans et réseaux sociaux.

De plus, l'Unité de promotion de la santé et de prévention en milieu scolaire (UPSPS) accompagne la mise en place des projets et des programmes sur de nombreuses thématiques dans les établissements scolaires. La ligne de Conseils au Parents de Pro Juventus peut venir en soutien aux parents confrontés à cette thématique et se sentant dépassés. Les jeunes peuvent également poser des questions à des professionnel-le-s à ce sujet sur la plateforme CIAO.

Enfin, différentes séquences didactiques sont proposées au sein de certains enseignements scolaires pour aborder la problématique. Ces derniers concernent notamment l'éducation numérique qui vise à renforcer les compétences numériques des élèves en développant leur esprit critique face à leur utilisation, l'image de soi et le rapport au corps.

2. A-t-il l'intention de sensibiliser les différents acteurs (commerces, instituts de beauté, etc.) ?

Les produits cosmétiques utilisés par ces jeunes filles sont vendus dans divers points de vente (pharmacies, droguerie, magasins spécialisés, grandes surfaces, etc.) avec des vendeur.se.s la plupart du temps formé.e.s. Dans le reportage de la RTS « *Les jeunes accros aux soins pour adultes* »

¹ [radix](https://www.bag.admin.ch/fr/activites-de-la-confederation-de-radix)

² <https://www.bag.admin.ch/fr/activites-de-la-confederation-de-radix>

³ Dans cet axe, les termes *écrans et réseaux sociaux* désignent principalement les supports numériques visuels (smartphones, tablettes, ordinateurs, téléviseurs) et leur usage, ainsi que les réseaux sociaux en ligne, à l'exclusion des supports purement audio comme les boîtes à histoires par exemple

mentionné plus haut, une expérience a été menée afin d'évaluer si les vendeurs et vendeuses conseillaient bien les jeunes. Les résultats sont encourageants car les enfants ne semblent avoir que rarement accès à ces produits destinés à un autre public-cible. Ces produits sont toutefois aisément accessibles en libre-service ou sur internet. Le Conseil d'Etat estime donc que, en l'état, une action de sensibilisation n'est pas nécessaire.

3. La Police du commerce s'est-elle assurée que les instituts de beauté qui offrent des soins pour enfants n'utilisent que des produits adaptés aux peaux des enfants ?

Ni la Police cantonale du commerce (PCC) ni l'Office de la consommation (OFCO) ne sont nantis de compétences, c'est-à-dire de bases légales, en matière de régulation de la pratique de vente des produits cosmétiques. L'OFCO analyse occasionnellement et uniquement la composition des produits cosmétiques par sondage. Toutefois, il ne dispose d'aucune base légale pour restreindre l'usage ou réguler la remise ou vente de cosmétiques à certaines catégories de consommateurs ou clients. D'éventuelles instructions d'utilisation ou avertissements d'emploi peuvent parfois être affichés sur l'emballage. Ces derniers doivent toutefois correspondre à ceux prévus expressément par la législation fédérale (Ordonnance du Département Fédéral de l'Intérieur sur les Cosmétiques (OCos), RS 817.023.31). Ainsi, à la connaissance du Département de l'économie, de l'innovation, de l'emploi et du patrimoine (DEIEP), il n'y a généralement pas, lors de la vente de cosmétiques, de contre-indications particulières en fonction de l'âge. S'agissant de l'évaluation de la nature adaptée aux peaux des enfants ou des jeunes personnes qui feraient usage de cosmétiques, l'OFCO est uniquement habilité à s'assurer que ces produits soient conformes au droit. Au-delà, l'OFCO ne dispose d'aucune compétence spécifique dans le domaine de la dermatologie permettant de présager de l'adéquation d'un produit à la peau des enfants.

4. De quelles bases normatives dispose le Canton pour réguler la pratique des instituts de beauté et commerces de produits cosmétiques offrant des services aux enfants ?

Comme indiqué dans le préambule, le Canton ne dispose d'aucune base légale pour réguler la pratique des instituts de beauté et commerce de produits cosmétiques offrant des services à un jeune public (cf. réponse à la question 3). Selon les informations du Conseil d'Etat, les cantons romands n'ont pas non plus de base légale spécifique à cette thématique.

C. Conclusion

Le Conseil d'Etat est bien conscient que le phénomène de l'engouement croissant des enfants, notamment des jeunes filles, pour les produits cosmétiques soulève de nombreux enjeux sanitaires, psychologiques et sociaux. Malgré une réglementation européenne stricte sur la sécurité des cosmétiques, il n'existe actuellement ni en Suisse, ni dans le canton de Vaud, aucune norme spécifique encadrant les produits destinés aux enfants ou la pratique des soins esthétiques à leur égard. Cette lacune, associée à l'exposition accrue des enfants aux influences des réseaux sociaux et aux stratégies marketing ciblées, expose cette population vulnérable à des risques multiples, allant des effets dermatologiques aux impacts sur le développement psychologique et l'image de soi.

Le Conseil d'Etat est préoccupé par ce phénomène et reste attentif à son évolution. Disposant de compétences limitées en matière de régulation et de contrôle des produits et services cosmétiques destinés aux enfants, le Conseil d'Etat souhaite néanmoins mettre en place des mesures de promotion de la santé et de prévention, notamment en développant l'axe stratégique « Ecrans et Réseaux Sociaux » de la future Stratégie pour la promotion de la santé et la prévention auprès des enfants et des jeunes. Il vise à soutenir les enfants et les jeunes ainsi que les parents et les professionnels qui les entourent. Par ailleurs, le DSAS travaille en étroite collaboration avec l'UPSPS qui proposent déjà des enseignements sur des sujets en lien avec la thématique.

Ainsi adopté, en séance du Conseil d'Etat, à Lausanne, le 10 septembre 2025.

La présidente :

Le chancelier :

C. Luisier Brodard

M. Staffoni