Zeitschrift: Générations plus : bien vivre son âge
Herausgeber: Générations
Band: - (2010)
Heft: 13

Artikel: Coup de jeune ou coup de pub?
Autor: Zurn, André
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-832087

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 17.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

❶ **ANTI-RIDES DE LIERAC** 58 francs (50 ml)
❷ **DNAGE DE NIVEA** 20 fr.90 (50 ml)
❸ **ANTI-RIDES DE CLARINSMEN** 77 francs (50 ml)
❹ **VITALIFT DE L'ORÉAL** 24 fr.90 (30 ml)
❺ **SILICON VALLEY DE NICKEL** 99 francs (50 ml)

Coup de jeune ou coup de pub?

Egalité oblige, l'homme a dorénavant le droit, lui aussi, de tout faire pour rester jeune. Depuis près de dix ans, les grandes marques ont développé des lignes anti-âge rien que pour lui...

Photo ClarinsMen

L'époque est révolue où l'homme puisait impunément dans le pot de crème de sa compagne. Son épiderme a, nous dit-on, des besoins spécifiques auxquels une crème féminine ne saurait répondre.

Bien vu, la peau de l'homme est différente: elle est surtout plus épaisse, parce qu'elle est imbibée de testostérone, et plus grasse, donc moins encline à se déshydrater que celle de la femme. Elle ne réclame donc pas des soins aussi pointus. «Les rides sont parfois moins marquées chez l'homme, car le derme masculin est plus dense», explique le Dr André Zurn, dermatologue lausannois. De plus, l'homme jouit d'un grand privilège: il a une moustache et une barbe. «Même rasées, elles semblent le protéger contre les effets nocifs du soleil, tout en contribuant au renouvellement cellulaire, du fait de la repousse des poils. Résultat: l'homme présente rarement au-dessus de la lèvre supérieure ces ridules verticales qui désolent les femmes.»

Une question d'hormones

Mais le principal facteur protecteur contre le vieillissement cutané, ce sont les hormones. «Le taux de testostérone diminue très progressivement avec l'âge, l'andropause est un processus étalé dans le temps, alors que la femme subit à la ménopause un déficit en œstrogènes brutal, qui se lit sur sa peau.»

Cependant, même s'il a le cuir plus épais, l'homme finit tout de même par être rattrapé par le vieillissement cutané et les marques cosmétiques conspirent avec le miroir pour lui rappeler cette triste réalité. Les soins anti-âge mis au point à son intention pourront s'avérer utiles, mais ils ne sont pas aussi spécifiques que promis. On y trouve les mêmes familles d'actifs que dans les produits destinés aux femmes: la vitamine A (rétinol), les acides de fruits, les anti-oxydants, les peptides, les agents hydratants *(lire pages précédentes)*.

Deux particularités toutefois. Comme la peau de l'homme est plus grasse, du fait d'une production séborrhéique accrue, on lui propose des sérums (sans huile) et des émulsions légères plutôt que des crèmes huileuses.

Perdre son double menton

Et puis, la cosmétique masculine part en guerre contre le double menton, disgrâce considérée comme typiquement masculine. Pour ce faire, elle utilise des substances censées dissoudre les graisses: la caféine chez *Clarins*, la *glaucine* chez *Lierac*, une molécule qui agit, paraît-il, «comme une liposuccion»…

Reste que la plus grande différence entre une crème masculine et une crème féminine est affaire de marketing. Il s'agit de convaincre les hommes que le soin anti-âge est au service de leur virilité. *Clarins* a trouvé le ton. Une balade sur le site internet de la marque nous apprend que, chez l'homme, «les cellules du derme s'accrochent aux fibres de collagène comme Tarzan aux lianes.» Pour conserver cette mâle vigueur cutanée, une crème riche en antioxydants et autres substances végétales s'impose. Mais pas question d'utiliser la rose et le bluet. Il fallait trouver des plantes aventureuses qui parlent à l'imaginaire masculin, comme par exemple… «l'herbe à bison». Les Polonais la mettent dans la vodka, pourquoi pas dans une crème anti-âge? **A. Z.**

> «Le derme masculin est plus dense» Dr André Zurn