



Mars 2026

Flash Marché Consumer Health

Activation des marques en Consumer Health

Dans un marché de la vente libre qui atteint près de 17 milliards d'euros, la croissance reste présente mais devient plus complexe. Certaines catégories ralentissent, la pression promotionnelle augmente et le e-commerce continue de gagner du terrain. Dans ce contexte, la performance des marques repose désormais moins sur la multiplication des actions que sur leur précision.

En pharmacie, la visibilité en linéaire s'impose comme un levier déterminant : innovation pertinente, segmentation fine des officines et optimisation des implantations permettent de renforcer la présence des marques et d'augmenter l'incrémental.

La promotion évolue également vers une logique sell-out : compétitivité des offres, qualité d'exécution et allocation intelligente deviennent essentielles pour générer de la valeur. Enfin, le e-commerce nécessite une rigueur accrue sur la disponibilité, les prix et la cohérence des contenus, désormais centraux dans l'expérience d'achat santé.

Face à ces mutations, les marques qui réussiront seront celles capables de piloter finement leurs actions et de comprendre l'impact réel de chaque levier.

Guillaume Amestoy, *Customer Success & Growth Manager*

Découvrez l'article complet [ici](#).

Marché OTC

Classes 01 à 19 + 97

VOS CHIFFRES CLES

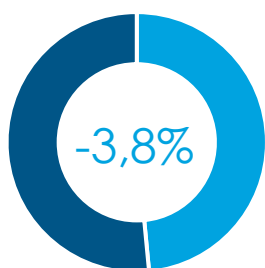
534 M€
en Févr 2026

6 795 M€
au CMA 02/26

	FÉVRIER 2026	CUMUL FIXE FÉVRIER 2026	CUMUL MOBILE ANNUEL FÉVRIER 2026
	-3,8% valeur	-4,6% valeur	-0,1% valeur
	-6,1% volume	-7,2% volume	-3,1% volume

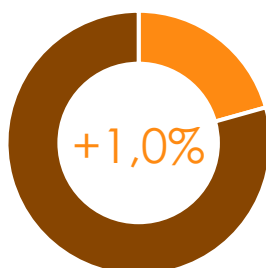
LES GRANDS MARCHÉS DE LA VENTE LIBRE

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025



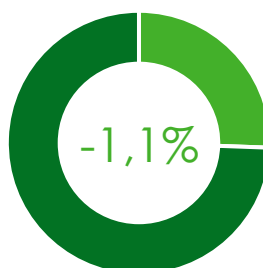
OTC

CUF -4,6%
CMA -0,1%



DERMO
COSMETO.

CUF +3,1%
CMA +5,9%



DISPOSITIFS
MEDICAUX

CUF -2,1%
CMA +7,8%



NUTRITION

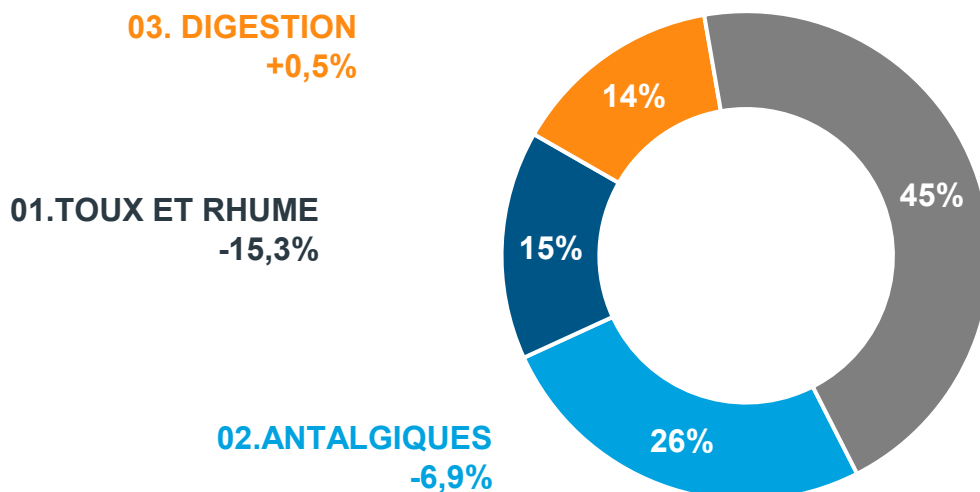
CUF +1,7%
CMA +0,6%

Marché OTC

Classes 01 à 19 + 97

LES 3 PREMIERES CLASSES

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025



TOP 5 DES CLASSES IQVIA CONSUMER HEALTH - Niveau 1

Données Valeur Février 2026 et Cumul Fixe, évolution vs Février 2025 et Cumul Fixe n-1

CLASSES OTC1	FÉVR M€	EVOL	CUF* M€	EVOL
02 - ANTALGIQUES	137,1	▼ -6,9%	293,1	▼ -8,1%
01 - TOUX RHUM AUT PR RES	80,8	▼ -15,3%	189,5	▼ -15,4%
03 - PR DIGEST&AUT PR INT	74,7	▲ +0,5%	158,5	▲ +0,8%
04 - VIT.+MINER.+SUPPL.NUTRIT.	52,5	▲ +4,9%	111,4	▲ +2,6%
07 - OPHTALMOLOGIE	34,6	▲ +1,7%	70,6	▲ +0,5%

*Cumul Fixe

Marché OTC

Classes 01 à 19 + 97

TOP 5 DES LABORATOIRES EN CA PAR CLASSE OTC1

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025

02 - ANTALGIQUES

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
OPELLA HEALTHCARE	63,4	-8,5%
UPSA	19,1	-7,1%
TEVA SANTE	5,2	-5,5%
IBSA PHARMA	4,4	-1,6%
RECKITT BENCKIS.HC	4,2	-6,8%

Podium du mois* en croissance valeur

1	BIOGARAN -1,1%
2	COOPER -1,3%
3	IBSA PHARMA -1,6%

*80% du marché en valeur

01 - TOUX RHUM AUT PR RES

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
OPELLA HEALTHCARE	9,1	-17,6%
UPSA	4,8	-4,2%
P&G HEALTH FRANCE	4,6	+0,1%
BOIRON	4,4	-28,1%
RECKITT BENCKIS.HC	4,3	-16,0%

Podium du mois* en croissance valeur

1	GILBERT +3,9%
2	P&G HEALTH FRANCE +0,1%
3	UPSA -4,2%

*80% du marché en valeur

03 - PR DIGEST&AUT PR INT

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
BIOGARAN	5,7	+14,3%
GROUPE PILEJE	5,7	-0,5%
RECKITT BENCKIS.HC	5,6	-8,3%
BIOCODEX	5,1	+1,5%
VIATRIS SANTE	4,4	-9,3%

Podium du mois* en croissance valeur

1	ZENTIVA FRANCE +101,9%
2	ARROW GENERIQUES +71,3%
3	IPSEN CONSUMER HEA +26,1%

*80% du marché en valeur

Marché de la Dermocosmétique

Classes 80 à 94

VOS CHIFFRES CLES

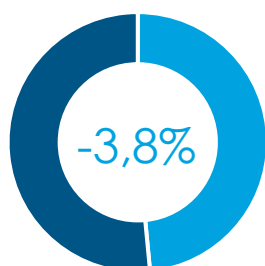
228 M€
en Févr 2026

3 134 M€
au CMA 02/26

	FÉVRIER 2026	CUMUL FIXE FÉVRIER 2026	CUMUL MOBILE ANNUEL FÉVRIER 2026
	+1,0% valeur	+3,1% valeur	+5,9% valeur
	-1,1% volume	+1,0% volume	+3,2% volume

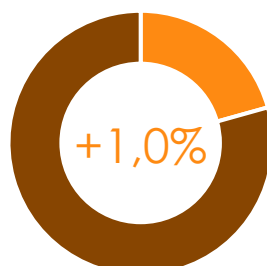
LES GRANDS MARCHÉS DE LA VENTE LIBRE

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025



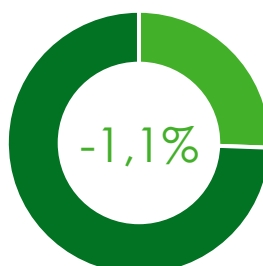
OTC

CUF -4,6%
CMA -0,1%



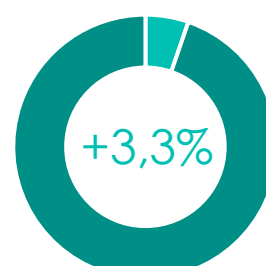
DERMO
COSMETO.

CUF +3,1%
CMA +5,9%



DISPOSITIFS
MEDICAUX

CUF -2,1%
CMA +7,8%



NUTRITION

CUF +1,7%
CMA +0,6%

Marché de la Dermocosmétique

Classes 80 à 94

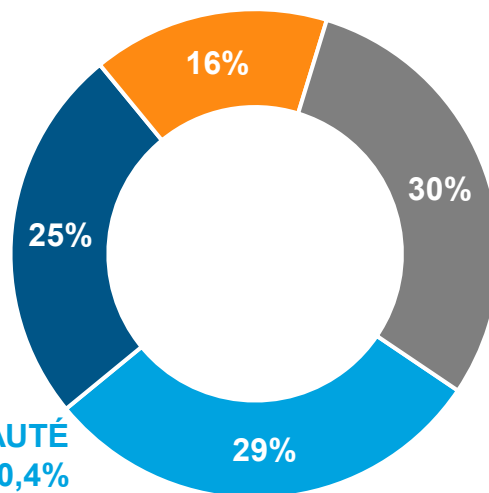
LES 3 PREMIERES CLASSES

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025

85. PRODUITS D'HYGIÈNE
+6,0%

83. PRODUITS UNISEXE
-3,6%

82. PRODUITS DE BEAUTÉ
+0,4%



TOP 5 DES CLASSES IQVIA CONSUMER HEALTH - Niveau 1

Données Valeur Février 2026 et Cumul Fixe, évolution vs Février 2025 et Cumul Fixe n-1

CLASSES OTC1	FÉVR M€	EVOL	CUF* M€	EVOL
82 - PROD DE BEAUTE PR FEMMES	67,5	▲ +0,4%	136,6	▲ +2,3%
83 - PRODUITS UNISEXE	56,9	▼ -3,6%	120,2	▲ +1,2%
85 - PRODUITS D'HYGIENE	35,7	▲ +6,0%	74,7	▲ +7,1%
86 - PRODUITS CAPILLAIRES	23,2	▲ +0,1%	48,3	▲ +1,3%
87 - HYGIENE BUCCALE	16,3	▲ +7,4%	33,7	▲ +7,0%

*Cumul Fixe

Marché de la Dermocosmétique

Classes 80 à 94

TOP 5 DES LABORATOIRES EN CA PAR CLASSE OTC1

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025

82 - PROD DE BEAUTE PR FEMMES

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
AVENE	9,2	-3,7%
CAUDALIE	6,2	-7,4%
LA ROCHE POSAY	5,9	-4,8%
NUXE	4,1	-7,7%
LA ROSEE	3,1	-1,2%

Podium du mois* en croissance valeur

1	EOLYS BEAUTE +1921,2%
2	RESPIRE SAS +700,5%
3	KREME +98,7%

*80% du marché en valeur

83 - PRODUITS UNISEXE

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
AVENE	11,6	-3,6%
LA ROCHE POSAY	10,0	-0,1%
SVR	4,1	+22,1%
CERAVE	3,1	+3,7%
A-DERMA	2,8	-5,6%

Podium du mois* en croissance valeur

1	SVR +22,1%
2	CAUDALIE +3,7%
3	CERAVE +3,7%

*80% du marché en valeur

85 - PRODUITS D'HYGIENE

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
COOPER	3,0	+4,4%
LA ROCHE POSAY	3,0	+6,2%
IPRAD SANTE	2,9	-4,0%
BAYER SANTE FAMIL.	2,1	+3,2%
SVR	2,0	+28,7%

Podium du mois* en croissance valeur

1	RESPIRE SAS +114,4%
2	SEKAYA +72,5%
3	MAJORELLE +47,1%

*80% du marché en valeur

Marché des Compléments Alimentaires

VOS CHIFFRES CLES

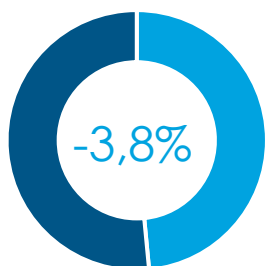
133 M€
en Févr 2026

1 654 M€
au CMA 02/26

	FÉVRIER 2026	CUMUL FIXE FÉVRIER 2026	CUMUL MOBILE ANNUEL FÉVRIER 2026
	-3,5% valeur	-3,7% valeur	+1,9% valeur
	-6,6% volume	-6,8% volume	-0,9% volume

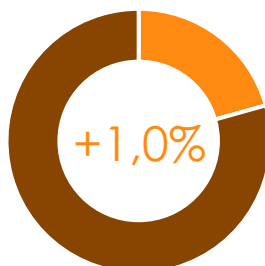
LES GRANDS MARCHÉS DE LA VENTE LIBRE

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025



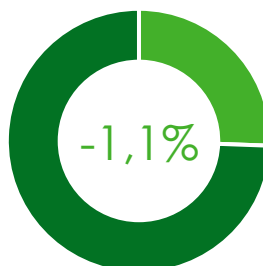
OTC

CUF -4,6%
CMA -0,1%



DERMO
COSMETO.

CUF +3,1%
CMA +5,9%



DISPOSITIFS
MEDICAUX

CUF -2,1%
CMA +7,8%



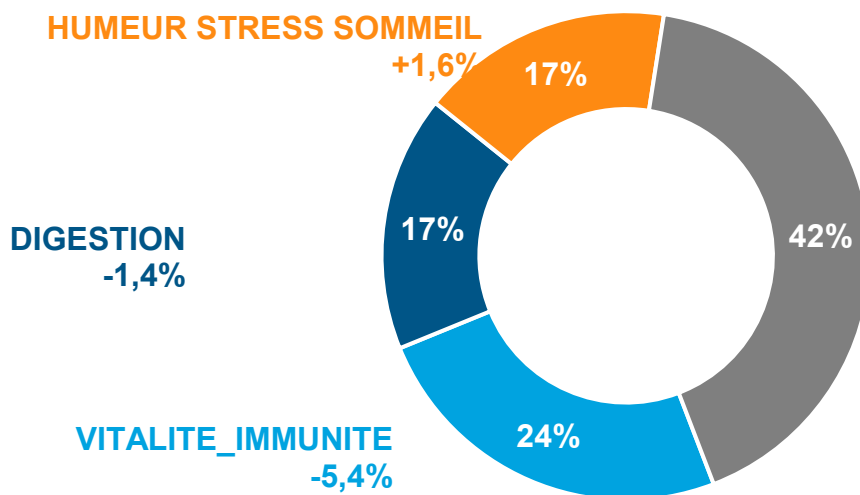
NUTRITION

CUF +1,7%
CMA +0,6%

Marché des Compléments Alimentaires

LES 3 PREMIERES CLASSES

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025



TOP 5 DES CLASSES IQVIA CONSUMER HEALTH - Niveau 1

Données Valeur Février 2026 et Cumul Fixe, évolution vs Février 2025 et Cumul Fixe n-1

CLASSES OTC1	FÉVR M€	EVOL	CUF* M€	EVOL
VITALITE_IMMUNITE	32,9	▼ -5,4%	73,0	▼ -7,0%
DIGESTION	22,6	▼ -1,4%	48,4	▲ +0,3%
HUMEUR STRESS SOMMEIL	22,3	▲ +1,6%	46,7	▲ +1,2%
VOIES RESPIRATOIRES	18,0	▼ -15,9%	43,9	▼ -13,9%
BEAUTE	7,3	▼ -7,7%	15,1	▼ -6,2%

*Cumul Fixe

Marché des Compléments Alimentaires

TOP 5 DES LABORATOIRES EN CA PAR CLASSE CPAL1

Données Valeur Février 2026, évolution vs Février 2025

VITALITE_IMMUNITE

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
BAYER SANTE FAMIL.	3,7	-18,3%
P&G HEALTH FRANCE	3,1	-12,8%
NUTERGIA	2,6	+9,1%
NHCO NUTRITION	2,4	+19,1%
ARKOPHARMA	2,1	-17,5%

Podium du mois* en croissance valeur

1	BOIRON +1748,7%
2	EA-PHARMA +56,0%
3	NHCO NUTRITION +19,1%

*80% du marché en valeur

DIGESTION

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
GROUPE PILEJE	5,8	-0,6%
NUTERGIA	2,1	-5,0%
ABOCA	2,0	+17,8%
BIOCODEX	1,2	-13,2%
ARAGAN	1,0	+9,1%

Podium du mois* en croissance valeur

1	ABOCA +17,8%
2	ALFASIGMA +14,2%
3	NHCO NUTRITION +13,9%

*80% du marché en valeur

HUMEUR STRESS SOMMEIL

Laboratoire	FÉVR M€	Evolution
GROUPE PILEJE	3,6	-1,0%
P&G HEALTH FRANCE	2,7	+13,9%
COOPER	2,1	-8,4%
BAYER SANTE FAMIL.	1,7	-11,3%
ARKOPHARMA	1,4	-3,5%

Podium du mois* en croissance valeur

1	BIOGARAN +152,7%
2	EA-PHARMA +123,3%
3	NUTERGIA +44,2%

*80% du marché en valeur

Marché Officiel

PANIER MOYEN EN PHARMACIE

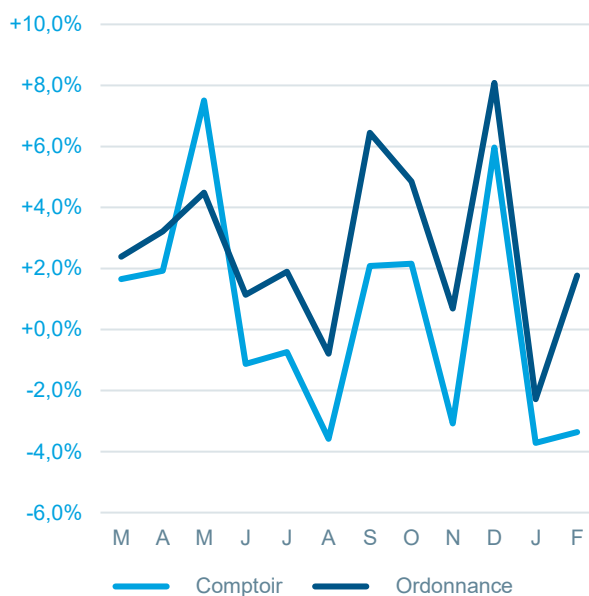
PANIER MOYEN	FÉVRIER 2026	CUMUL FIXE FÉVRIER 2026	CUMUL MOBILE ANNUEL FÉVRIER 2026
TOTAL	41,25 € +5,0% ▲	41,17 € +5,7% ▲	40,91 € +4,9% ▲
ETHIQUE	57,15 € +4,1% ▲	57,35 € +5,3% ▲	56,91 € +4,7% ▲
COMPTOIR	17,17 € +2,3% ▲	17,09 € +2,8% ▲	17,35 € +3,0% ▲

FREQUENTATION EN PHARMACIE

Passages Moyens en caisse - CMA FÉVRIER 2026

TOTAL	1 195 par semaine +1,7% ▲
ETHIQUE	711 par semaine +2,6% ▲
COMPTOIR	483 par semaine +0,4% ▬

Evolution de la Fréquentation en pharmacie sur les 12 derniers mois



Lexique

OTC	PEC	CPAL	DM	NUT
MEDICATION FAMILIALE	HYGIENE / DERMOCOSMETIQUE	COMPLEMENTS ALIMENTAIRES	DISPOSITIFS MEDICAUX	NUTRITION
01 TOUX RHUM AUT PR RES	80 PARFUMS	ARTICULATION	40 PANS TRAD CICATRIS PLAIE	30 ALIMENTATION ENTERALE
02 ANTALGIQUES	81 PROD DE BEAUTE PR HOMMES	AUTRES	41 PROD.ABSORBANTS	31 ALIM.DIABETIQUE
03 PR DIGEST&AUT PR INT	82 PROD DE BEAUTE PR FEMMES	BEAUTE	42 BANDES DE FIXATION	32 PR.SS GLUTEN & HYPOPROTIQ
04 VIT.+MINER.+SUPPL. NUTRIT.	83 PRODUITS UNISEXE	CIRCULATION	43 BANDAGES	33 ALIM.ENRICHIS EN FIBRES
05 TONIQUES+AUT.STIM ULANTS	85 PRODUITS D'HYGIENE	DIGESTION	44 ACCESS.ANTI-ESCARRES	34 PREPARATIONS ANTI OBESITE
06 DERMATOLOGIE	86 PRODUITS CAPILLAIRES	EQUILIBRE	45 TROUSSES DE SECOURS	35 ALIMENT.INFANTILE
07 OPHTALMOLOGIE	87 HYGIENE BUCCALE	GENITOURINAIRES	46 SOIN DES PLAIES	36 ALIMENT.ADULTE
08 OTOLOGIE	88 SOINS ET HYGIENE BEBES	HUMEUR STRESS SOMMEIL	47 PANS CICAT PLAIE.NV TECH	37 CONFISERIE
09 PROD.TRAITANTS BUCCAUX	89 PR.HYG.BEAUTE. DIVERS	MEMOIRE CONCENTRATION	49 PANSEMENTS	38 EDULCORANTS
10 CIRCULATION	90 ACCESSOIRES DE BEAUTE	MINCEUR	50 PRODUITS STOMIES	
11 ANTINAUSEEUX	91 ACCESSOIRES D'HYGIENE	OPHTALMOLOGIE	52 PRODUITS PR INCONTINENCE	
12 PR. APPAREIL URO-GENITAL	93 ACCESS HYG SOIN BUCCAUX	SANTE DE LA FEMME	53 PROD PR PROBL VESICAUX	
13 SEDATIFS. MODIFIC.HUMEUR	94 ACCESSOIRES POUR BEBES	VITALITE_IMMUNITE	54 COUCH+CUL+CHG BB.PR.ENUR	
14 AIDES MINCEUR		VOIES RESPIRATOIRES	55 MATERIEL INJECTION	
17 TRAITEMENTS DIVERS			56 TESTS+INSTRUMENTS MESURE	
18 PRODUITS DIVERS			57 MAT.MEDICAL/CHIRURGICAL	
19 PROPHYL.MALAD.TR OPICALES			58 PROD.ORTHOP/ANTI RHUMAT.	
97 PRODUITS DIVERS			64 PROD.ENTRETIEN LENTILLES	
			65 ACCESS.BB+ALLAITEMENT	
			66 CONTRACEPTION	