



Flash Marché Consumer Health

mars 2025

IQVIA a récemment publié un Livre Blanc sur le marché européen du e-commerce dans les domaines de la santé et du bien-être*. Quels sont les principaux enseignements de cette analyse ?

Ce Livre Blanc apporte trois grands enseignements. En dépit de sa progression constante, le marché européen du e-commerce n'existe pas réellement, essentiellement pour des raisons réglementaires et culturelles. La nature, la quantité et la variété des produits disponibles diffèrent sensiblement selon les nations. Les habitudes de consommation aussi. Autre tendance forte : le e-commerce affiche une croissance dynamique dans tous les pays, mais sa part de marché reste limitée par rapport aux canaux traditionnels, notamment en France, où elle est relativement faible. La pharmacie physique demeure le premier point de vente. Cette étude révèle néanmoins un changement des comportements et des attentes des patients/consommateurs qui recherchent davantage de flexibilité dans la gestion de leur bien-être. Malgré son essor, le e-commerce ne sera pas l'alpha et l'oméga du marché du consumer health, mais y ajoute un angle intéressant.

Comment expliquer la percée du groupe Amazon sur ces deux segments de marché ?

La percée n'est pas nouvelle, mais elle a probablement été sous-estimée, car sa pénétration sur le marché européen est bien plus importante que nous pouvions le penser. Le groupe capitalise sur ses forces emblématiques, que sont la puissance logistique et la qualité du service, mais aussi sur la nouveauté. Les trois-quarts des produits commercialisés par Amazon sont de nouvelles références sur le marché européen, principalement dans la dermo-cosmétique, dont les marges sont plus élevées. Sa politique de prix joue également un rôle crucial en termes de potentiel de vente. Une chose est sûre : Amazon continue de croître dans les segments de la santé et du bien-être. L'ouverture d'un magasin physique en Italie, à Milan, témoigne de son intérêt grandissant pour le secteur. Le groupe pourrait, demain, se positionner sur la livraison des médicaments de prescription en Europe. Pourquoi pas en Allemagne...

Le progrès technologique peut-il bousculer les codes du marché de la vente libre, et redynamiser le canal du e-commerce ?

Le progrès technologique va bouleverser les modes de production et de consommation des soins, en particulier dans le domaine de la vente libre. Il permettra de faciliter l'accès aux informations et aux services de santé, mais aussi de mieux communiquer auprès des cibles choisies. Grâce au déploiement de l'intelligence artificielle, il sera possible de proposer le bon produit ou le bon conseil, au bon moment, au bon acheteur, en fonction de ses préférences. Dans un monde de plus en plus connecté, le choix, la rapidité et la personnalisation plaident en faveur du e-commerce. La pharmacie traditionnelle ne disparaîtra pas pour autant. Le contact humain et la relation de confiance avec le pharmacien vont perdurer. La profession devra toutefois épouser la cause de la digitalisation et adapter son offre à la demande. Les pharmaciens doivent saisir cette opportunité pour développer le marché de la santé et du bien-être, en évoluant vers un modèle omnicanal, seuls ou en réseau.

(*) « [The Rise of E-commerce in The Health and Wellbeing Market – An important driver of healthcare digitalization](#) », IQVIA (mars 2025).

Marché OTC

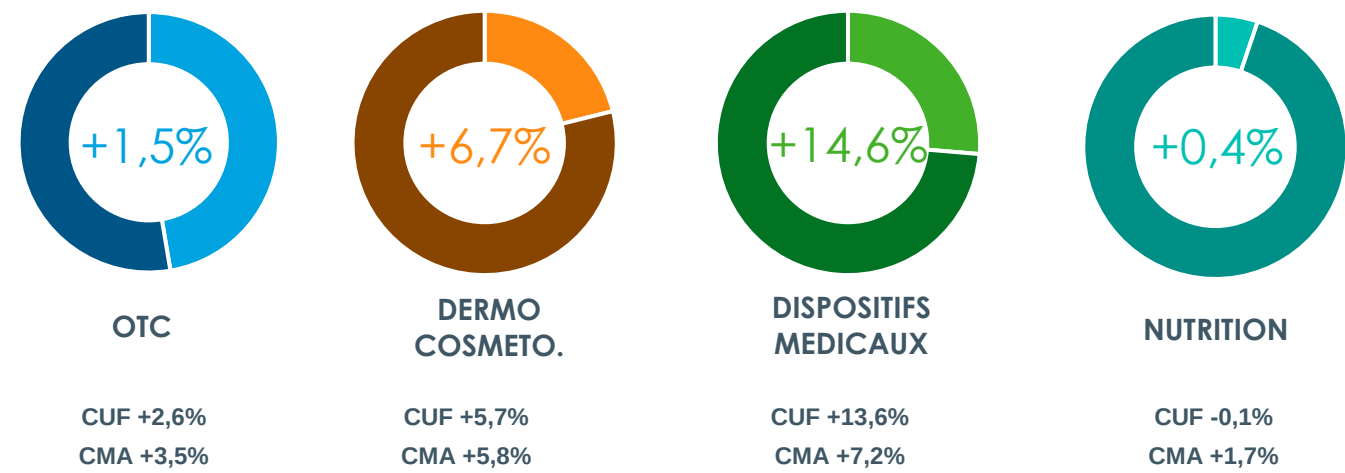
Classes 01 à 19 + 97

VOS CHIFFRES CLES

	MARS 2025	CUMUL FIXE MARS 2025	CUMUL MOBILE ANNUEL MARS 2025
561 M€ en Mars 2025	+1,5% valeur	+2,6% valeur	+3,5% valeur
6 810 M€ au CMA 03/25	-1,6% volume	-0,8% volume	-0,5% volume

LES GRANDS MARCHÉS DE LA VENTE LIBRE

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024

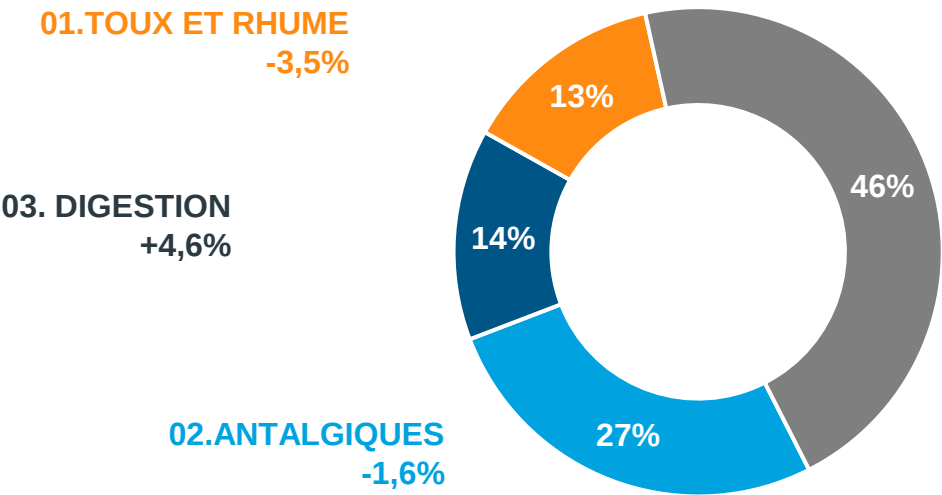


Marché OTC

Classes 01 à 19 + 97

LES 3 PREMIERES CLASSES

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024



TOP 5 DES CLASSES IQVIA CONSUMER HEALTH - Niveau 1

Données Valeur Mars 2025 et Cumul Fixe, évolution vs Mars 2024 et Cumul Fixe n-1

CLASSES OTC1	MARS M€	EVOL	CUF* M€	EVOL
02 - ANTALGIQUES	149,6	▼ -1,6%	468,5	▼ -0,8%
03 - PR DIGEST&AUT PR INT	78,3	▲ +4,6%	235,5	▲ +2,7%
01 - TOUX RHUM AUT PR RES	75,0	▼ -3,5%	298,9	▲ +6,8%
04 - VIT.+MINER.+SUPPL.NUTRIT.	51,2	▲ +9,0%	159,7	▲ +10,4%
06 - DERMATOLOGIE	39,2	▲ +3,0%	111,1	▲ +1,4%

*Cumul Fixe

Marché OTC

Classes 01 à 19 + 97

TOP 5 DES LABORATOIRES EN CA PAR CLASSE OTC1

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024

02 - ANTALGIQUES

Laboratoire	MARS M€	Evolution
OPELLA HEALTHCARE	67,5	-1,9%
UPSA	20,8	-3,7%
TEVA SANTE	5,7	-6,2%
IBSA PHARMA	5,1	+1,5%
RECKITT BENCKIS.HC	4,7	-2,7%

Podium du mois* en croissance valeur

1	VIATRIS SANTE +3,8%
2	BOIRON +1,9%
3	IBSA PHARMA +1,5%

*80% du marché en valeur

03 - PR DIGEST&AUT PR INT

Laboratoire	MARS M€	Evolution
GROUPE PILEJE	6,0	+6,4%
RECKITT BENCKIS.HC	5,9	-6,0%
JJSBF-SANTE	5,7	+4,7%
BIOGARAN	5,6	+68,4%
VIATRIS SANTE	5,6	+24,4%

Podium du mois* en croissance valeur

1	BIOGARAN +68,4%
2	VIATRIS SANTE +24,4%
3	ABOCA +20,7%

*80% du marché en valeur

01 - TOUX RHUM AUT PR RES

Laboratoire	MARS M€	Evolution
OPELLA HEALTHCARE	8,9	-7,4%
RECKITT BENCKIS.HC	4,1	-8,7%
URGO HEALTHCARE	4,0	-14,0%
UPSA	3,6	+1,4%
BOIRON	3,5	-5,3%

Podium du mois* en croissance valeur

1	P&G HEALTH FRANCE +44,3%
2	VIATRIS SANTE +30,9%
3	PURESENTIEL FRANCE +18,4%

*80% du marché en valeur

Marché de la Dermocosmétique

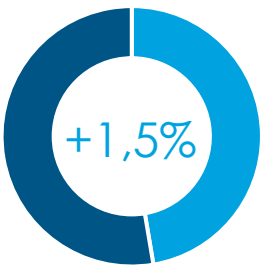
Classes 80 à 94

VOS CHIFFRES CLES

	MARS 2025	CUMUL FIXE MARS 2025	CUMUL MOBILE ANNUEL MARS 2025
250 M€ en Mars 2025	+6,7% valeur	+5,7% valeur	+5,8% valeur
2 977 M€ au CMA 03/25	+2,7% volume	+2,2% volume	+1,9% volume

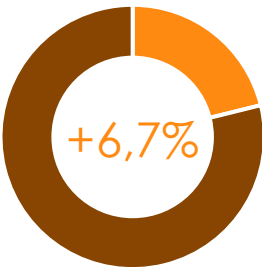
LES GRANDS MARCHÉS DE LA VENTE LIBRE

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024



OTC

CUF +2,6%
CMA +3,5%



DERMO
COSMETO.

CUF +5,7%
CMA +5,8%



DISPOSITIFS
MEDICAUX

CUF +13,6%
CMA +7,2%



NUTRITION

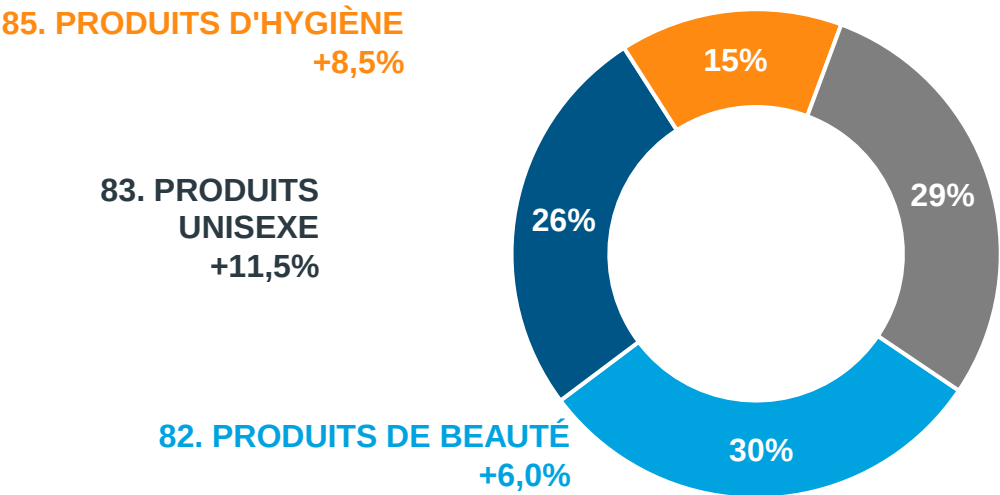
CUF -0,1%
CMA +1,7%

Marché de la Dermocosmétique

Classes 80 à 94

LES 3 PREMIERES CLASSES

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024



TOP 5 DES CLASSES IQVIA CONSUMER HEALTH - Niveau 1

Données Valeur Mars 2025 et Cumul Fixe, évolution vs Mars 2024 et Cumul Fixe n-1

CLASSES OTC1	MARS M€	EVOL	CUF* M€	EVOL
82 - PROD DE BEAUTE PR FEMMES	75,9	▲ +6,0%	209,5	▲ +4,9%
83 - PRODUITS UNISEXE	65,5	▲ +11,5%	184,4	▲ +9,0%
85 - PRODUITS D'HYGIENE	36,9	▲ +8,5%	106,9	▲ +8,7%
86 - PRODUITS CAPILLAIRES	25,5	▲ +2,6%	73,2	▲ +2,6%
87 - HYGIENE BUCCALE	16,7	▲ +4,7%	48,3	▲ +4,2%

*Cumul Fixe

Marché de la Dermocosmétique

Classes 80 à 94

TOP 5 DES LABORATOIRES EN CA PAR CLASSE OTC1

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024

82 - PROD DE BEAUTE PR FEMMES

Laboratoire	MARS M€	Evolution
AVENE	11,3	+5,2%
CAUDALIE	7,0	+10,2%
LA ROCHE POSAY	6,6	-3,2%
NUXE	4,7	-6,0%
LA ROSEE	3,4	-2,8%

Podium du mois* en croissance valeur

1	EMBRYOLISSE +91,9%
2	EA-PHARMA +68,9%
3	ERBORIAN +65,1%

*80% du marché en valeur

83 - PRODUITS UNISEXE

Laboratoire	MARS M€	Evolution
AVENE	13,4	+11,2%
LA ROCHE POSAY	11,2	+4,7%
SVR	3,9	+36,2%
A-DERMA	3,4	+0,9%
CERAVE	3,2	+11,7%

Podium du mois* en croissance valeur

1	NUXE +48,9%
2	LA ROSEE +42,9%
3	SVR +36,2%

*80% du marché en valeur

85 - PRODUITS D'HYGIENE

Laboratoire	MARS M€	Evolution
IPRAD SANTE	3,3	+3,2%
LA ROCHE POSAY	3,2	+10,2%
COOPER	3,2	+6,1%
BAYER SANTE FAMIL.	2,1	+2,1%
ROGE CAVAILLES	2,1	-13,9%

Podium du mois* en croissance valeur

1	RESPIRE SAS +233,0%
2	SVR +43,7%
3	MKL +31,6%

*80% du marché en valeur

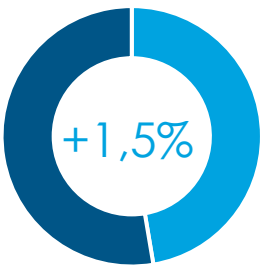
Marché des Compléments Alimentaires

VOS CHIFFRES CLES

	MARS 2025	CUMUL FIXE MARS 2025	CUMUL MOBILE ANNUEL MARS 2025
138 M€ en Mars 2025	+3,9% valeur	+5,9% valeur	+7,4% valeur
1 633 M€ au CMA 03/25	+1,3% volume	+4,4% volume	+5,8% volume

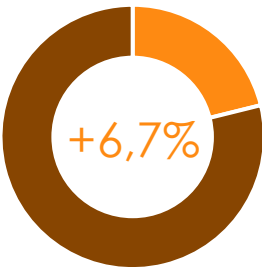
LES GRANDS MARCHÉS DE LA VENTE LIBRE

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024



OTC

CUF +2,6%
CMA +3,5%



DERMO
COSMETO.

CUF +5,7%
CMA +5,8%



DISPOSITIFS
MEDICAUX

CUF +13,6%
CMA +7,2%



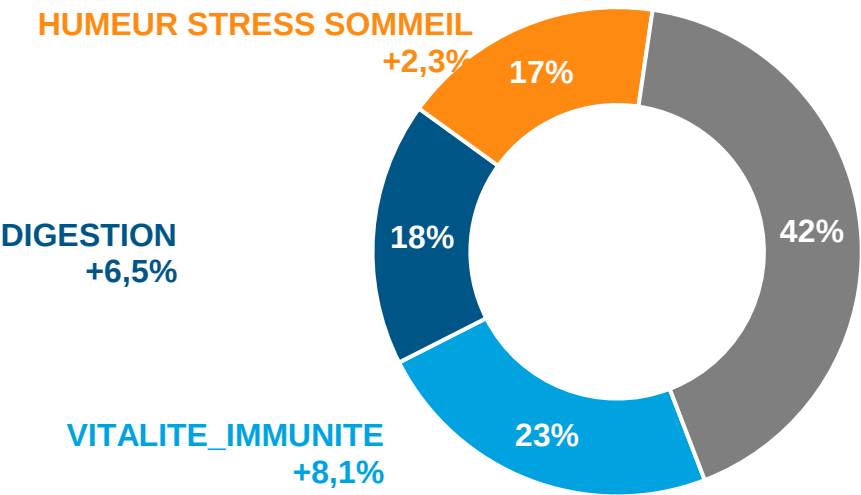
NUTRITION

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

Marché des Compléments Alimentaires

LES 3 PREMIERES CLASSES

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024



TOP 5 DES CLASSES IQVIA CONSUMER HEALTH - Niveau 1

Données Valeur Mars 2025 et Cumul Fixe, évolution vs Mars 2024 et Cumul Fixe n-1

CLASSES OTC1	MARS M€	EVOL	CUF* M€	EVOL
VITALITE_IMMUNITE	32,3	▲ +8,1%	113,0	▲ +13,2%
DIGESTION	24,1	▲ +6,5%	72,4	▲ +3,4%
HUMEUR STRESS SOMMEIL	24,0	▲ +2,3%	69,5	▲ +0,3%
VOIES RESPIRATOIRES	16,2	▼ -2,3%	67,4	▲ +9,9%
BEAUTE	9,5	▲ +2,3%	25,6	▲ +1,9%

*Cumul Fixe

Marché des Compléments Alimentaires

TOP 5 DES LABORATOIRES EN CA PAR CLASSE CPAL1

Données Valeur Mars 2025, évolution vs Mars 2024

VITALITE_IMMUNITE

Laboratoire	MARS M€	Evolution
BAYER SANTE FAMIL.	4,0	-4,0%
P&G HEALTH FRANCE	3,3	-9,7%
COOPER	2,5	+64,6%
NUTERGIA	2,3	+4,5%
ARKOPHARMA	2,1	-7,6%

Podium du mois* en croissance valeur

1	ALTERRA +93,6%
2	COOPER +64,6%
3	EA-PHARMA +38,2%

*80% du marché en valeur

DIGESTION

Laboratoire	MARS M€	Evolution
GROUPE PILEJE	6,0	+6,4%
NUTERGIA	2,4	+2,3%
ABOCA	1,9	+21,9%
BIOCODEX	1,5	+17,4%
MAYOLY SPINDLER	1,0	-8,6%

Podium du mois* en croissance valeur

1	UPSA +100,9%
2	RECKITT BENCKIS.HC +75,4%
3	SUPER DIET +38,5%

*80% du marché en valeur

HUMEUR STRESS SOMMEIL

Laboratoire	MARS M€	Evolution
GROUPE PILEJE	4,5	+9,6%
P&G HEALTH FRANCE	2,8	+21,8%
BAYER SANTE FAMIL.	2,0	+4,5%
ARKOPHARMA	1,6	-6,6%
COOPER	1,5	-34,3%

Podium du mois* en croissance valeur

1	NHCO NUTRITION +63,5%
2	BOIRON +60,2%
3	P&G HEALTH FRANCE +21,8%

*80% du marché en valeur

Marché Officiel

PANIER MOYEN EN PHARMACIE

PANIER MOYEN	MARS 2025	CUMUL FIXE MARS 2025	CUMUL MOBILE ANNUEL MARS 2025
TOTAL	40,49 € +4,0% ▲	39,46 € +3,4% ▲	39,14 € +3,4% ▲
ETHIQUE	55,98 € +3,9% ▲	54,97 € +4,0% ▲	54,56 € +3,8% ▲
COMPTOIR	17,20 € +3,3% ▲	16,81 € +3,2% ▲	16,90 € +3,3% ▲

FREQUENTATION EN PHARMACIE

Passages Moyens en caisse - CMA MARS 2025

TOTAL	1 177 par semaine +2,0% ▲
ETHIQUE	695 par semaine +1,4% ▲
COMPTOIR	482 par semaine +2,9% ▲

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.TROPICALES			58 PROD.ORTHOP/ANTI RHUMAT.	
97 PRODUITS DIVERS			64 PROD.ENTRETIEN LENTILLES	
			65 ACCESS.BB+ALLAITEMENT	
			66 CONTRACEPTION	