

# Les Insights

DÉC. 25

N° SPÉCIAL  
PHARMACIE & SANTÉ

## ZOOM

**Prévention santé :  
la dynamique  
s'accélère**

PAGE 3

## INTERVIEW

**L'officine :  
le nouveau hub  
de santé**

PAGE 4

## DÉCRYPTAGE

**Le boom de  
la médecine  
esthétique**

PAGE 5

## INFOGRAPHIE

**Quand l'IA  
assiste  
les médecins**

PAGE 6



**Les Echos**  
ÉTUDES

”

**Accompagner les transformations du secteur et déchiffrer les nouvelles stratégies pour une santé préventive, personnalisée et accessible à tous : c'est le sujet de notre magazine Les Insights ce mois-ci.**

**Au programme : l'accélération de la prévention santé, la transformation de l'officine en véritable hub de services, l'essor fulgurant de la médecine esthétique, et l'intégration grandissante de l'intelligence artificielle dans la pratique médicale. Autant de défis à relever que d'opportunités de se différencier sur le marché passionnant de la santé !**

**Industriels, groupements pharmaceutiques, acteurs publics, offreurs de soins... : ce magazine vous aide à décrypter les mutations du secteur. Retrouvez dans ce numéro spécial des analyses et des pistes de réflexion sur l'évolution du marché de la santé.**

**Des questions ? Un besoin d'accompagnement ? Toute l'équipe des Echos Études sera ravie d'échanger avec vous.**


**Excellente lecture !**



**Hélène SAGNES**

Directrice du pôle pharmacie & santé,  
Les Echos Études

hsagnes@lesechos.fr

Retrouvez-la sur 



## NOS DERNIÈRES ACTUALITÉS

Pour plus d'informations, retrouvez toutes nos études sur notre site [lesechos-etudes.fr](https://lesechos-etudes.fr)

### Les enjeux de la prévention santé à l'ère de l'IA

Quelles sont les attentes des employeurs français pour leurs salariés ? Comment les organismes complémentaires se positionnent ? Quelles nouvelles offres se développent grâce à l'IA ?



### Les nouveaux codes de l'officine

Chiffres clés, mutations, stratégies gagnantes et perspectives de la pharmacie française à horizon 2030



### L'avenir du marché français de la médecine esthétique

Une étude à 360° pour anticiper les évolutions du marché, comprendre les attentes des patients et s'inspirer des meilleurs modèles



### La médecine assistée par l'intelligence artificielle

Quels sont les usages actuels ? Quels solutions et acteurs se démarquent ? Quelles perspectives pour l'IA médicale demain ?



Directeur général : Laurent David

Directrice adjointe : Sabrina Tiphaneaux

Direction éditoriale : Hélène Sagnes

Rédaction : Hélène Sagnes

Conception et réalisation : Les Echos Publishing

Directrice de la diffusion et du marketing : Rakia Ahmed

Crédits photographiques : Getty images et Adobe Stock

Date de parution : Décembre 2025

## Prévention santé : la dynamique s'accélère

**Dégradation de la santé mentale, explosion des maladies chroniques, augmentation des risques psychosociaux des salariés... : face à des défis croissants, la prévention en santé est devenue un enjeu stratégique.**

### Stratégie nationale : cap sur la prévention

Comparativement à d'autres pays, l'engagement de l'Hexagone dans la prévention en santé est relativement récent. Depuis 2018 seulement, le sujet revêt un caractère prioritaire et constitue désormais un pilier central de la stratégie nationale de santé. Ainsi, pour la décennie en cours, les objectifs affichés par le gouvernement (augmentation de l'espérance de vie en bonne santé à la naissance et réduction des écarts d'espérance de vie entre les classes sociales) misent largement sur la prévention. Contenir les maladies chroniques, améliorer la santé mentale des Français, répondre aux besoins spécifiques des femmes, enrayer la progression de l'obésité, accompagner le bien-vieillir, réduire les risques environnementaux prédisposant à l'apparition de maladies... sont autant de priorités structurantes pour les politiques de prévention à l'échelle nationale.

### Investir dans la prévention : un défi pour les entreprises

Du côté de la prévention collective, près de 7 organisations interrogées sur 10 (68 %) expriment leur volonté de développer davantage la prévention santé. Certains programmes sont déjà en place, et les entreprises françaises semblent prêtes à accélérer. Ainsi, plus de la moitié des décideurs sondés considèrent que l'offre de services de prévention santé est un

critère déterminant dans le choix d'une complémentaire santé. Par ailleurs, 58 % des sociétés de notre échantillon déclarent être d'accord de payer pour des services préventifs additionnels. Preuve que le sujet est devenu stratégique. Pourtant, 46 % estiment que les garanties disponibles sont peu utilisées par leurs employés. Un constat qui s'explique par un manque d'adéquation entre les besoins réels et les actions proposées.

### Quand l'IA réinvente la prévention

Comment proposer des services de prévention réellement adaptés aux spécificités de chaque métier et de chaque salarié ? L'intelligence artificielle apporte une réponse prometteuse. Si seulement 17 % des entreprises sondées déclarent s'être vues offrir des solutions de prévention santé fondées sur l'IA par leur organisme complémentaire, la grande majorité d'entre elles les ont adoptées. Une opportunité de se différencier que certains assureurs ont su saisir. Prévenir l'apparition d'une maladie, détecter précocement un trouble, assurer la télésurveillance médicale d'un patient... : nombre d'acteurs misent sur la polyvalence pour répondre aux attentes croissantes des employeurs, en quête de dispositifs de suivi personnalisés pour leurs collaborateurs. Un foisonnement d'innovations qui augure une nouvelle ère pour la prévention santé !



## Prévention collective : un potentiel à convertir



**68 %**

des entreprises envisagent de développer davantage la prévention en santé auprès de leurs salariés.



**58 %**

des organisations se disent prêtes à payer pour des services de prévention additionnels.



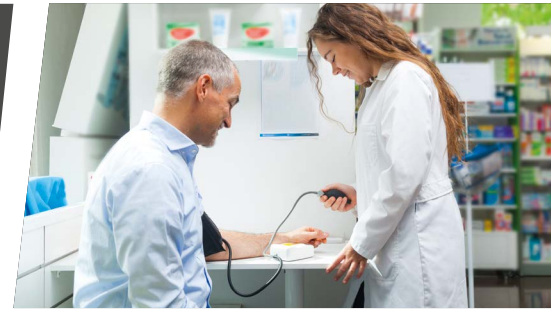
**64 %**

des entreprises sont intéressées par des solutions de prévention santé basées sur l'IA, ciblant en priorité les troubles psychologiques et musculosquelettiques, les addictions et les maladies cardiovasculaires.

Sondage en ligne réalisé par Les Echos Études en juin et juillet 2025 auprès de dirigeants et décideurs d'entreprises françaises.

# L'officine : le nouveau hub de santé

L'interview d'Hélène Sagnes, directrice du pôle pharmacie & santé des Echos Études.



## Quelles grandes mutations structurelles animent le marché des pharmacies en France ?

Depuis quelques années, le secteur officinal connaît un essor sans précédent des fusions et acquisitions entre groupements. Ces rapprochements visent à renforcer la compétitivité face à des pressions économiques croissantes. Atteindre une taille critique est devenu un enjeu stratégique pour mieux négocier avec les laboratoires et mutualiser les ressources, tout en étendant sa couverture géographique. Si la fédération Apsagir atteint 14 groupements, Hygie31 et le groupe Evecial se rapprochent de la barre des 10. Et ils ne sont les seuls à afficher une ambition importante : Univers Groupe Santé, Leadersanté, Alliance Healthcare ou encore Astera sont également dans la course.

## Les services de santé constituent-ils un nouveau levier de croissance pour les pharmacies ?

De la vente pure de produits vers un mix avec celle de services de santé, un changement de paradigme s'opère. Remis notamment en question par la potentielle baisse des remises sur les génériques et la diminution des prix des médicaments

onéreux, le modèle basé sur la marge médicamenteuse doit évoluer. Pour survivre, nombre de pharmacies n'ont d'autre choix que de se diversifier. Certains groupements voient donc les missions comme une source de revenus. En effet, lorsqu'elles sont correctement communiquées et déployées auprès de la patientèle, elles peuvent apporter un complément de chiffre d'affaires. C'est notamment le cas de la vaccination, dont la dynamique est particulièrement favorable en ce début de saison hivernale.

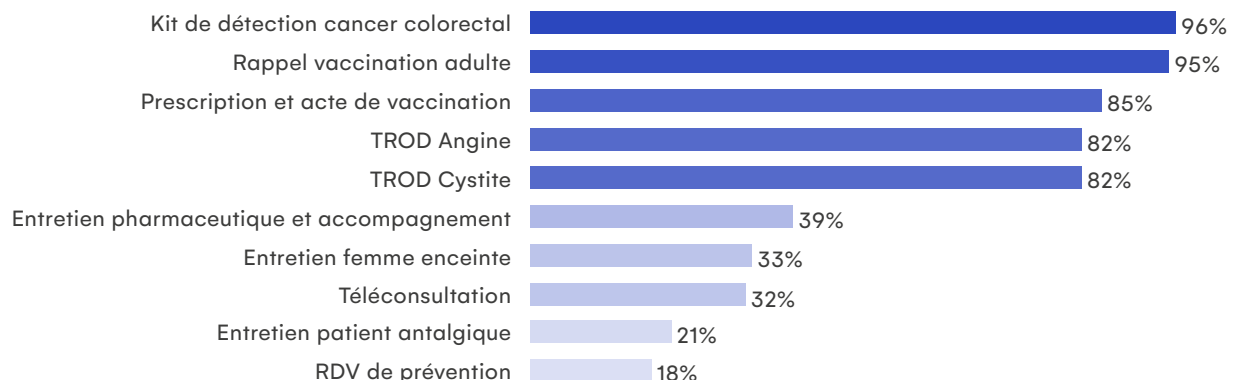
## Comment l'expérience du patient en officine est-elle en train d'être profondément repensée ?

La transformation de l'expérience client se matérialise par plusieurs changements majeurs : l'abandon progressif du modèle de file d'attente unique au profit de parcours patients différenciés, la multiplication des espaces de confidentialité, et la création de véritables « hubs de santé » au sein des pharmacies. Le patient n'est plus seulement un acheteur de produits, mais devient un usager de services de santé, dont le circuit en officine doit être pensé, théâtralisé et optimisé. Le parcours officinal de demain sera multicanal : le patient pourra choisir entre drive et visite en pharmacie, entre téléconsultation et consultation physique, entre prise de rendez-vous en ligne et passage spontané. L'IA aidera à fluidifier la prise en charge avec reconnaissance du patient à l'entrée, à l'orienter automatiquement et à retracer les échanges. Cependant, les acteurs s'accordent unanimement à dire que le lien humain restera la force de l'officine.

De la vente pure de produits vers un mix avec celle de services de santé, un changement de paradigme s'opère.

## L'appropriation des missions pharmaceutiques par le réseau officinal

Part des pharmacies du réseau officinal ayant réalisé au moins une fois chaque mission au cours des 9 premiers mois de l'année 2025



Source : SOG Now by GERS Data, données en cumul fixe au 30/09/2025

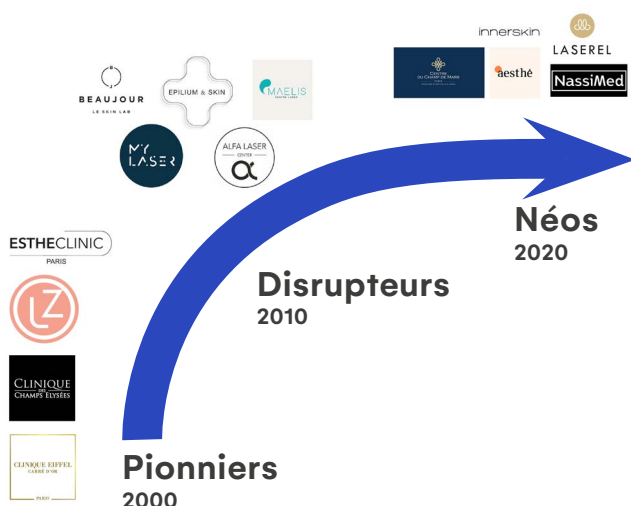


# Le boom de la médecine esthétique

Porté par la quête de jeunesse et l'obsession de l'image sur les réseaux, le marché de l'esthétique médicale s'envole.



## Historique de création des principaux réseaux et cliniques de médecine esthétique en France



Source : Les Echos Études

”

En France, le marché des soins esthétiques a évolué de la chirurgie plastique vers la médecine esthétique, moins invasive et plus abordable. Des pionniers ont structuré ce marché, suivis par des centres qui ont démocratisé les soins. Plus récemment, de nouveaux acteurs ont développé une offre nouvelle génération pour répondre à une clientèle en quête de personnalisation et d'accessibilité. Si quelques médecins exercent au sein de ces établissements, la majorité d'entre eux restent indépendants de toute structure « commerciale » et proposent des soins de médecine esthétique dans leurs cabinets, en complément de leur activité.

## En bref

### Les patients et la médecine esthétique

**72 %**

des patients sondés ont eu recours à un seul soin de médecine esthétique, ce qui montre une faible diversification des actes.

**30 %**

des patients interrogés ont déjà fait appel au laser ou à la lumière pulsée (IPL). Suivent les injections d'acide hyaluronique (24%) et la pressothérapie (17%).

**+20 points**

L'écart entre l'intention moyenne de recours à chaque soin esthétique (30 %) et le recours effectif jusqu'à présent (10 %) révèle un important potentiel inexploité.

Sondage en ligne réalisé par Les Echos Études en octobre et novembre 2025 auprès de 852 patients ayant déjà fait appel à la médecine esthétique

# Quand l'IA assiste les médecins

Le potentiel de l'intelligence artificielle dans la santé est loin de passer inaperçu. Ses applications se développent à un rythme effréné, transformant notamment la pratique médicale.



## Le recours à l'IA dans la pratique médicale en France

**Pénétration de l'IA :** Plus de **4 médecins sur 10** recourent régulièrement\* à l'IA, tandis que 3 sur 10 ne s'en sont encore jamais servi.

**Attentes :** Plus d'un requérant régulier sur deux attend des outils IA plus sûrs pour les données et des résultats plus fiables et précis.

**Perspectives :** La moitié des médecins pensent que l'IA les épaulera à l'avenir dans la facilitation des tâches, et environ ¼ dans le suivi du patient, le diagnostic et l'adaptation de la prise en charge.

**Cas d'usage :** 40% des utilisateurs réguliers de l'IA perçoivent la facilitation des tâches administratives comme sa principale valeur ajoutée, devant le diagnostic et l'adaptation de la prise en charge.

**Confiance :** 74 % des utilisateurs de l'IA ont un niveau de confiance élevé dans ces solutions, avec une moyenne de 7,1 sur 10.

\*plusieurs fois par jour

Sondage en ligne réalisé par Les Echos Études en avril 2025 auprès de 2 échantillons (un panel de 200 médecins français représentatif de la population médicale française et un échantillon de 50 médecins utilisateurs régulièrement des outils d'IA médicale)