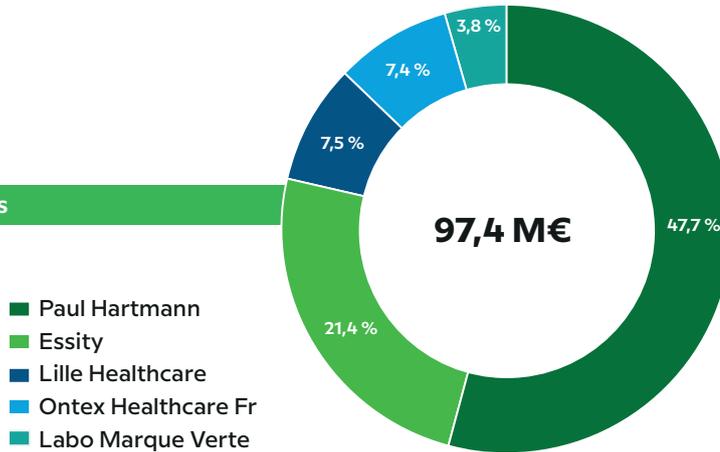


#IQVIA FRANCE

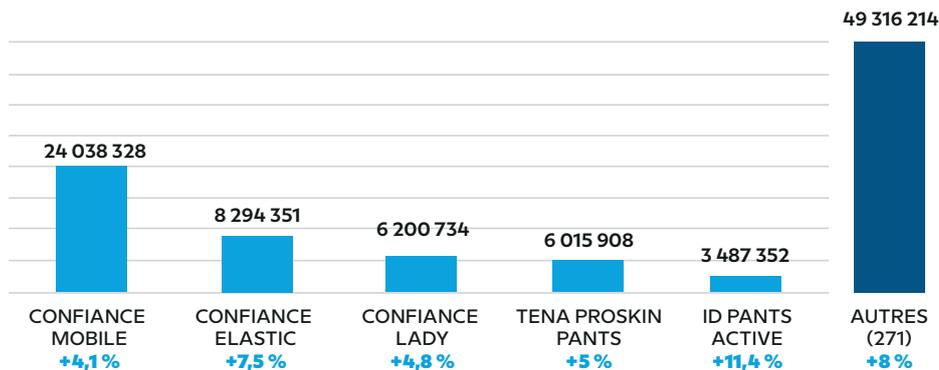
LE MARCHÉ DE L'INCONTINENCE

Par Valérie Caron, strategic supplier services coordinator, Service Data & IA de IQVIA

Top 5 laboratoires



Top 5 produits/marques



Chiffres clés

Chiffre d'affaires

97 M€
+6,7 %

Ventes en volume

6 M
+1,1 %

Prix moyen

16,28 €
+7,9 %

Cumul mobile annuel à mars 2024/Circuit Pharmacie

En partenariat avec Pharmastat, panel composé de plus de 14 000 pharmacies (64 % des officines de France métropolitaine + DOM) représentatives tant en termes de chiffre d'affaires, qu'en typologie, et en couverture géographique. Pharmastat accompagne depuis plus de 20 ans les pharmaciens dans la gestion officielle mais aussi les syndicats dans la défense de la profession. Les données sont recueillies de façon anonyme dans le cadre d'un contrat et en stricte conformité avec les exigences légales relatives à la protection des données à caractère personnel (RGPD) issues du Règlement européen n° 2016/679 du 27 avril 2016.

En pharmacie, le marché des produits contre les fuites urinaires connaît une dynamique positive.

Le chiffre d'affaires total est de 97,4 millions d'euros. Cela représente une croissance de 6,7 % par rapport à la période précédente.

Le volume total des ventes représente, quant à lui, 6 millions d'unités, avec une augmentation de 1,1 %.

Différents facteurs expliquent ces tendances. En effet, force est de constater que le vieillissement de la population est un moteur essentiel de la demande croissante pour ces produits.

Les laboratoires et les fabricants ont adapté leurs produits pour répondre aux besoins spécifiques en proposant des dispositifs confortables tels que les slips absorbants.

Le marché propose une variété de produits, allant des protections légères aux produits plus absorbants.

Les marques telles que :

- Confiance Mobile,
- Confiance Elastic,
- Confiance Lady,
- Tena Proskin Pants
- et ID Pants Active

ont su répondre à ces différents besoins.

Le laboratoire Paul Hartmann maintient sa position dominante, suivi par Essity.

La concurrence entre les laboratoires incite à l'innovation continue et *in fine* à l'évolution de ce marché.