Communiqué de presse.
Seul 1 consommateur sur 3 parvient à prendre sa santé en main en toute confiance.

France, le 24 novembre 2026. Opella annonce aujourd'hui le lancement de *Clarity is Care,* son programme mondial de littératie en santé pour aider chacun à mieux comprendre sa santé et faire des choix éclairés pour en prendre soin et agir en toute confiance. Cette initiative s'appuie sur les résultats du *Baromètre 2026 de la littératie en santé d'Opella*, réalisé auprès de 13 000 consommateurs et 500 pharmaciens dans 10 pays[1]. Ce baromètre met en avant le niveau de connaissance des individus sur leur propre santé et l'écart à franchir pour qu'ils puissent prendre leur santé en main en toute confiance.

Chaque jour, des millions de personnes prennent des décisions pour faire face à des problèmes de santé courants, qu'il s'agisse d'un mal de gorge, d'un mal de tête ou de troubles digestifs. C'est ce que l'on appelle la santé du quotidien. Pour en prendre soin en toute confiance, l'accès à des informations de santé fiables ne suffit pas : il faut aussi pouvoir les comprendre, évaluer leur pertinence et savoir comment agir. C'est tout l'enjeu de la littératie en santé.

Avec son programme Clarity is Care, Opella veut rendre l'information en santé plus claire et plus accessible, qu'il s'agisse des produits, des publicités ou des choix faits en pharmacie. Le programme repose sur trois piliers complémentaires :

- Des informations plus claires sur les produits: des emballages, un langage et des instructions simplifiés.
- Une communication plus claire : des campagnes pensées pour être mieux comprises de tous, et dont la compréhension est systématiquement évaluée.
- Plus de clarté au comptoir : une collaboration avec les pharmaciens pour transformer les questions de santé du quotidien en échanges permettant de prendre des décisions en toute confiance.

À travers ces trois piliers, Opella s'engage à aider 50 millions de personnes chaque année à mieux comprendre leur santé et à travailler aux côtés de 200 000 pharmaciens dans le monde d'ici 2030.

[1] Ipsos bva pour Opella, Baromètre 2026 sur la compréhension des informations de santé - étude réalisée auprès de 13 000 consommateurs et 500 pharmaciens dans 10 pays, au moyen d'entretiens en ligne menés en juillet et août 2026.

Clarity is Care s'appuie sur les résultats du Baromètre 2026 de la littératie en santé d'Opella, qui révèle que seul un consommateur sur trois (35 %) est en mesure de gérer avec confiance l'ensemble du parcours de santé. Le manque de connaissances se manifeste dès la première étape : moins d'un consommateur sur trois (29 %) est capable d'identifier à la fois ses symptômes et l'affection qui en est à l'origine, en distinguant par exemple un rhume des foins d'un rhume classique. Et, ce n'est pas parce que l'information est inaccessible. L'information de santé est partout, mais elle manque de clarté.

> **Marissa Saretsky, Directrice du développement durable, Opella.**
> "*Clarity is Care* repose sur une conviction simple : l'information de santé ne doit pas seulement être accessible, elle doit aussi être crédible et compréhensible. À travers *Clarity is Care*, Opella travaille avec les pharmaciens, les professionnels de santé, les gouvernements et les organismes de santé publique à travers le monde pour rendre les informations permettant de prendre soin de soi plus claires et plus faciles à appréhender, à chaque étape du parcours de santé."

Le vieillissement de la population, la progression des maladies chroniques et la pénurie de médecins généralistes exercent une pression croissante sur les systèmes de santé. Dans ce contexte, la possibilité pour chacun de prendre en main sa santé, avec un accompagnement adapté, contribue à renforcer la résilience des systèmes de santé, aux côtés de la prévention et de l'expertise des pharmaciens. Même après s'être renseignée, seule la moitié des consommateurs (50 %) estime que sa compréhension initiale de son problème de santé était entièrement correcte. Les jeunes adultes sont encore plus incertains : plus de la moitié des 18-24 ans (51 %) entament leur parcours de santé en reconnaissant uniquement leurs symptômes, sans identifier l'affection qui en est à l'origine. C'est pourquoi l'accompagnement par des experts est essentiel : les consommateurs se sentent davantage en confiance pour prendre des décisions concernant leur santé avec l'aide d'un pharmacien (54 %) que seuls (38 %).

L'intelligence artificielle est également devenue une source d'information courante en santé : 31 % des consommateurs y ont régulièrement recours pour obtenir des informations et des conseils. Pourtant, le Baromètre montre que la confiance des consommateurs repose encore avant tout sur les relations humaines. Les médecins (52 %) et les pharmaciens (44 %) sont les interlocuteurs qui inspirent le plus confiance aux consommateurs au moment de choisir un produit de santé. En effet, 67 % des consommateurs font davantage confiance aux pharmaciens qu'à l'intelligence artificielle pour obtenir des informations de santé fiables et exactes. C'est la raison pour laquelle Opella s'engage à agir à chaque étape du parcours de santé, depuis les informations auxquelles les consommateurs ont accès jusqu'aux échanges qu'ils ont avec leur pharmacien.

À travers *Clarity is Care*, Opella entend donner à chacun les connaissances et la confiance nécessaires pour agir sur sa santé. La santé entre vos mains. Prendre soin de sa santé, tout simplement.

Méthodologie.

Le Baromètre 2026 de la littératie en santé d'Opella constitue la première étude de référence à l'échelle mondiale visant à mesurer la littératie en santé tout au long du parcours des consommateurs. L'étude a été réalisée auprès de 13 000 consommateurs et 500 pharmaciens dans 10 pays, par des entretiens en ligne menés en juillet et août 2026. Cette recherche a été développée par Opella en partenariat avec Ipsos bva afin d'identifier les obstacles à une prise en charge autonome et confiante de sa santé et suivre les progrès réalisés dans le temps.

À propos d'Opella.
Opella est un acteur challenger dans la santé du quotidien et le numéro trois mondial purement dédié au marché des médicaments sans ordonnance (OTC) et des vitamines, minéraux et compléments (VMS). Notre mission est de mettre la santé entre les mains de tous en la rendant, au quotidien, aussi simple qu'elle devrait l'être. Déjà un demi-milliard de consommateurs bénéficient de nos solutions à travers le monde. Au cœur de cette mission : 100 marques plébiscitées, une équipe mondiale forte de 11 000 collaborateurs, 13 sites de fabrication d'excellence dont 2 en France, à Compiègne et Lisieux; et 4 centres spécialisés en sciences et innovation. Basée en France, Opella est fière de fabriquer des marques, telles qu'Allervi, Doliprane, Dulcolax, Lysopaïne, Novanuit et Phytoxil. Opella est une entreprise certifiée B Corp™ ce qui reflète de son engagement à respecter des normes élevées en matière de performance sociale et environnementale.
Découvrez notre mission sur www.opella.com.

Contacts presse.
Justine Rohée. justine.rohee@opella.com. +33 6 86 47 85 60.
Natacha Kalasa. natacha.kalasa@opella.com. +33 6 72 16 64 61.

Toutes les marques mentionnées dans ce communiqué de presse sont la propriété d'Opella.