

Communiqué de presse.

Opella atteint ses objectifs de durabilité 2025 et lance Health³ - sa nouvelle stratégie.

Paris, 17 juin 2026 – Opella, entreprise mondiale de santé grand public à l'origine de marques leaders telles qu'Allegra, Buscopan et Doliprane, lance aujourd'hui Health³, un nouveau programme de durabilité. Ce lancement marque une nouvelle étape dans son approche des responsabilités environnementales, sociales et économiques. Fondé sur le principe selon lequel l'impact résulte de l'effet multiplicateur de trois piliers interconnectés : planète en bonne santé x populations en bonne santé x entreprise en bonne santé. Health³ constitue l'engagement le plus ambitieux d'Opella en matière de durabilité.

Le lancement de Health³ intervient après l'atteinte de l'ensemble des objectifs de durabilité fixés pour 2025 :¹

- -65% d'émissions de scopes 1 et 2 par rapport à 2019, avec un résultat de -70 %.
- 100% d'électricité renouvelable dans les opérations.
- 100% des sites de production éligibles sans mise en décharge des déchets.
- 100% des emballages papier issus de sources certifiées.
- 100 millions de personnes sensibilisées chaque année à la santé et à l'usage responsable des médicaments, avec 238 millions atteintes en 2025.

Planète en bonne santé : accélérer l'action climatique.

Le changement climatique n'est pas seulement un enjeu environnemental ; c'est aussi une crise sanitaire. 97% des émissions d'Opella proviennent de sa chaîne de valeur, la décarbonation structurelle à long terme constitue une priorité stratégique. Opella poursuit ainsi son ambition d'atteindre zéro émissions nettes d'ici 2050, avec un objectif intermédiaire de réduction de 58,8 % des émissions absolues des scopes 1, 2 et 3 d'ici 2034.² Ces objectifs ont été validés par la Science Based Targets initiative (SBTi) en 2025, et cette approche est essentielle pour le secteur de la santé, qui est responsable de près de 5% des émissions mondiales.³

Populations en bonne santé : améliorer notre impact sur la santé.

L'automédication est l'un des leviers les plus efficaces pour réduire la pression sur les systèmes de santé et sur la planète. En Europe, environ 1,2 milliard d'affections bénignes sont prises en charge chaque année grâce aux médicaments sans ordonnance, permettant d'économiser plus de 13 milliards d'heures de déplacement et d'attente pour les patients, ainsi que 2,2 milliards d'heures de consultation médicale.⁴ Or, une bonne prise en charge de sa santé repose sur un niveau suffisant de compréhension en santé, et les besoins restent importants dans ce domaine. C'est pourquoi Opella s'engage à améliorer les connaissances en santé de 50 millions de personnes chaque année et à former 200 000 pharmaciens d'ici 2030.

Entreprise en bonne santé : renforcer le leadership éthique.

En tant que première entreprise mondiale de santé grand public à avoir obtenu la certification B Corp⁵, Opella s'impose des standards élevés en matière de durabilité. Opella réaffirme cet engagement en visant la recertification B Corp selon les nouvelles normes strictes de B Lab, assorties d'exigences sur cinq ans. Cette démarche soutiendra l'amélioration continue d'Opella sur l'ensemble des critères de durabilité.

Marissa Saretsky, Chief Sustainability Officer.

« Nous sommes à un point d'inflexion où des défis mondiaux interconnectés exigent des solutions interconnectées. Les risques climatiques et les inégalités sociales s'amplifient mutuellement, créant des effets en cascade qu'aucune intervention isolée ne peut résoudre. Health³ incarne notre engagement en faveur d'une transformation systémique : lorsque nous multiplions nos efforts pour la planète, des personnes et du modèle économique, nous n'ajoutons pas simplement de la valeur, nous augmentons de manière exponentielle notre capacité à répondre aux défis les plus urgents auxquels le monde est confronté. »

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 et 4 centres spécialisés en sciences et innovation. Basée en France, Opella est fière de fabriquer certaines des marques les plus appréciées au monde, telles qu'Allegra, Buscopan, Doliprane, Dulcolax, Enterogermina, Essentielle et Mucosolvan. Certifiés B Corp, nous jouons un rôle actif dans la promotion d'un avenir plus sain pour les individus et la planète. Découvrez notre mission sur www.opella.com.

Relations 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.

Philippa Carnohan. philippa.carnohan@opella.com. +33 6 31 14 82 36.

¹ Pour plus de informations sur les données, la méthodologie et les définitions, veuillez consulter notre Rapport de Durabilité 2025 disponible sur Opella.com.

² L'objectif de réduction des émissions de Scope 3 d'Opella couvre les catégories suivantes : achats de biens et services, transport et distribution amont, ainsi que les déplacements professionnels.

³ 4,4 % en 2014 selon Healthcare Without Harm : https://global.noharm.org/sites/default/files/documents-files/5961/HealthCaresClimateFootprint_092319.pdf

⁴ « Étude socio-économique sur le self-care » – GSCF – février 2026.

⁵ Aux fins du présent communiqué, une « entreprise mondiale de santé grand public » désigne une entreprise opérant sur plusieurs grands marchés internationaux (notamment l'Amérique du Nord, l'Europe, l'Asie-Pacifique et l'Amérique latine), disposant d'un portefeuille OTC diversifié et générant plus de 2 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel dans la santé grand public. Cette définition s'aligne sur les standards sectoriels reconnus notamment par Nicholas Hall.