

Guide 3PL et exécution des commandes dans le domaine de la santé et du bien-être



Comment les tendances en matière de santé et de bien-être redéfinissent la stratégie logistique et la chaîne d'approvisionnement

Le bien-être est désormais un moteur économique et logistique essentiel. Le secteur mondial de la santé et du bien-être représente aujourd’hui plus de [**6 % de l’activité économique mondiale.**](#)

La logistique uniforme ne fonctionne plus. Les populations vieillissantes et la génération Z/les milléniaux ont des attentes distinctes en matière de livraison, d’emballage et de service, ce qui nécessite des réseaux logistiques flexibles.

POINTS CLÉS À RETENIR

La personnalisation et la nutrition fonctionnelle ajoutent à la complexité opérationnelle. Les trousseaux personnalisées, les abonnements et les produits axés sur les avantages augmentent les demandes de trousseaux, la prolifération des références, les exigences de conformité et les besoins de traitement des commandes basés sur les données.

La confiance et la durabilité sont des responsabilités logistiques. Une traçabilité précise, un contrôle qualité, une livraison fiable et des pratiques de durabilité mesurables influencent directement la crédibilité de la marque et la fidélité des consommateurs.

Le comportement des consommateurs redéfinit les attentes en matière de chaîne d’approvisionnement. Les soins préventifs, le commerce électronique et l’adoption de la santé numérique favorisent une livraison plus rapide, une plus grande transparence, etc.

Présentation :

Le paysage mondial de la santé et du bien-être subit une profonde transformation. Les consommateurs, en particulier les jeunes générations, redéfinissent la notion de « soins de santé », passant d'un traitement réactif à un bien-être proactif, à la prévention, à la santé mentale et aux soins personnalisés. Cette évolution remodèle les catégories de produits, accélère l'adoption du commerce électronique et augmente les attentes en matière de rapidité, de transparence et de crédibilité scientifique.

Ces changements modifient fondamentalement la manière dont les produits de santé et de bien-être circulent dans la chaîne d'approvisionnement. Les produits pharmaceutiques, la nutrition fonctionnelle, les soins de la peau, les diagnostics et les dispositifs médicaux connectés nécessitent désormais une manipulation plus spécialisée. Les responsables logistiques sont confrontés à des exigences plus strictes en matière de contrôle de la température, à une expansion rapide des références et à l'essor des modèles de vente directe aux consommateurs qui exigent précision et rapidité.



Ce guide explore les forces axées sur le consommateur qui remodèlent l'économie du bien-être en Amérique du Nord, leur impact sur l'infrastructure logistique de la santé et du bien-être, et la manière dont les responsables logistiques peuvent exploiter des solutions de chaîne d'approvisionnement tournées vers l'avenir pour mieux servir leurs clients.

le secteur mondial de la santé et du bien-être, évalué à environ **7 000 milliards de dollars**

Aperçu du secteur de la santé et du bien-être :

Selon NielsenIQ, le secteur mondial de la santé et du bien-être, évalué à environ **7 000 milliards de dollars**, représente désormais plus de 6 % de l'activité économique mondiale et continue de se développer rapidement. Les prévisions tablent sur une croissance annuelle de 7,3 %, dépassant de loin le PIB mondial. L'engagement des consommateurs est

également en hausse. Selon une [étude de McKinsey](#), 84 % des consommateurs américains considèrent le bien-être comme une priorité « absolue » ou « importante », ce qui reflète une évolution durable vers des modes de vie plus sains

Comment les changements sociétaux remodèlent la demande en matière de bien-être

L'Amérique du Nord connaît de profonds changements démographiques et culturels qui remodèlent le paysage du bien-être. La population canadienne vieillit plus rapidement que jamais. Selon Statistique Canada, en juillet 2023, 7,6 millions de Canadiens, soit [19 % de la population](#), étaient âgés de 65 ans ou plus, une proportion qui devrait atteindre 23 % d'ici 2030. Le Bureau du recensement des États-Unis rapporte que les États-Unis suivent une trajectoire similaire, les personnes âgées devant [dépasser les enfants en nombre d'ici 2035](#). L'allongement de l'espérance de vie, la baisse des taux de natalité et le départ à la retraite de la génération du baby-boom accélèrent cette évolution et augmentent la demande de solutions pour vieillir en bonne santé.

Dans le même temps, les jeunes générations redéfinissent le bien-être. Une étude de McKinsey montre que près de [30 %](#) des membres de la génération Z et des milléniaux aux

États-Unis déclarent accorder « beaucoup plus » d'importance au bien-être qu'il y a un an, ce qui est nettement supérieur aux cohortes plus âgées. L'augmentation du burnout, la détérioration de la santé autodéclarée et l'influence constante des réseaux sociaux alimentent cet engagement accru. Dans le [rapport Monitor 2025](#) publié en janvier 2026 par le Centre de toxicomanie et de santé mentale (CAMH), le pourcentage d'adultes déclarant une mauvaise santé mentale est passé de 26,2 % en 2020 à 29,0 % en 2025, tandis que ceux déclarant une détresse mentale fréquente sont passés de 16,8 % à 18,7 % au cours de la même période. Parallèlement, les jeunes consommateurs sont plus souvent exposés à des contenus liés au bien-être et y adhèrent plus facilement, ce qui favorise l'adoption rapide de pratiques de santé préventives, d'outils de bien-être mental et de produits fonctionnels.

Ensemble, ces forces élargissent et diversifient le marché du bien-être. Les personnes âgées stimulent la demande de solutions pour vieillir en bonne santé, tandis que les jeunes consommateurs s'intéressent de plus en plus à la santé préventive, au bien-être mental et aux produits fonctionnels. Le bien-être est devenu une priorité essentielle dans le mode de vie, et non plus un choix facultatif. Cette évolution a été intensifiée par la pandémie et les préoccupations persistantes concernant la santé mentale et physique.

L'augmentation du nombre de personnes déclarant être en mauvaise santé pousse les consommateurs à rechercher de nouveaux outils pour améliorer leur bien-être, ce qui alimente la croissance rapide de catégories telles que les technologies portables, la nutrition fonctionnelle et les soins de la peau biologiques. Les réseaux sociaux amplifient cette dynamique, les routines de bien-être et les appareils de suivi de la santé dominant les plateformes sociales et sensibilisant le public à la gamme croissante de produits disponibles.



Comment les tendances en matière de santé et de bien-être influencent la logistique :

1. Le bien-être concerne toutes les générations, mais chacune dépense différemment

Une [étude de McKinsey](#) indique que la génération Z et les milléniaux ne représentent que 36 % des adultes américains, mais génèrent plus de 41 % de toutes les dépenses liées au bien-être. Avec 35 %, les adultes âgés de 58 ans et plus représentent une part similaire de la population, mais ne contribuent qu'à 28 % des dépenses totales liées au bien-être.

Les consommateurs plus jeunes et plus âgés divergent également dans la manière dont ils répartissent leurs dépenses en matière de bien-être. Les catégories essentielles telles que les soins bucco-dentaires, les remèdes contre le rhume et la grippe et l'hygiène personnelle affichent des taux d'achat similaires dans toutes les tranches d'âge. Cependant, les consommateurs plus jeunes répartissent leurs dépenses sur un ensemble beaucoup plus large de produits de bien-être discrétionnaires, allant des appareils de suivi de la santé et des outils de massage aux perfusions intraveineuses et aux applications de beauté ou de pleine conscience. Ils sont plus disposés à essayer ces produits et adoptent plus rapidement les solutions numériques.

Les consommateurs plus âgés concentrent leurs dépenses sur un ensemble plus restreint de produits de santé traditionnels tels que les vitamines, les analgésiques et les soins oculaires, et participent beaucoup moins aux catégories émergentes ou technologiques, ce qui reflète probablement leur moindre familiarité ou leur moindre aisance avec les innovations récentes en matière de bien-être.

La génération Z et les milléniaux génèrent plus de 41 % des dépenses liées au bien-être. À 35 %, les adultes de 58 ans et plus.

Points clés à retenir pour les responsables logistiques :

Les tendances en matière de vieillissement et de bien-être entre les générations créent de nouvelles exigences opérationnelles pour les réseaux logistiques, notamment :

- **Des attentes divergentes en matière de livraison.** Les consommateurs plus âgés privilient la fiabilité, la clarté et la prévisibilité, tandis que les consommateurs plus jeunes attendent de la rapidité, de la flexibilité et une forte visibilité numérique tout au long du processus de livraison.
- **Un besoin accru d'emballages accessibles.** Des designs faciles à ouvrir, un étiquetage clair et des instructions conviviales sont essentiels pour aider les consommateurs de tous âges.
- **Des délais de livraison fiables.** Les réseaux logistiques doivent s'adapter à des routines et des préférences variées, en garantissant une livraison cohérente et ponctuelle pour répondre aux différents besoins démographiques.

Pour en savoir plus sur les solutions de livraison directe aux consommateurs proposées par Chaîne d'Approvisionnement Metro, cliquez [ici](#).





2. La prévention devient la nouvelle approche des soins de santé

Avec une quantité impressionnante de renseignements à portée de main, les consommateurs, en particulier les jeunes générations, adoptent une approche proactive plutôt que réactive en matière de soins de santé.

Sur tous les marchés, les consommateurs privilégident de plus en plus la prévention des maladies plutôt que leur traitement. Mintel rapporte que [9 femmes américaines sur 10](#) expriment un fort désir de prendre leur santé en main. En 2025, [plus des deux tiers des consommateurs](#) au Canada et aux États-Unis se sont déclarés proactifs dans l'amélioration de leur santé et de leur bien-être, ce qui témoigne d'une volonté claire d'adopter un mode de vie plus sain.

Points clés à retenir pour les responsables logistiques :

Alors que les consommateurs investissent de plus en plus dans des produits de santé préventifs, tels que des compléments alimentaires, des appareils portables, des diagnostics et des aliments fonctionnels, les réseaux logistiques doivent gérer un volume croissant d'articles sensibles, réglementés ou urgents.

- **Préparez-vous à des volumes plus importants de produits sensibles et réglementés.** Les catégories de produits de santé préventifs sont souvent soumises à une surveillance réglementaire plus stricte et nécessitent une manipulation plus contrôlée que les biens de consommation courants. Les prestataires logistiques doivent gérer des exigences de conformité plus complexes, garantir une documentation appropriée et maintenir des processus conformes aux normes de la FDA, de Santé Canada, des BPF et/ou des BPD. Cela relève le niveau d'exigence en matière de discipline opérationnelle et de préparation aux vérifications. Pour en savoir plus sur les exigences de conformité en matière de soins de santé, [cliquez ici](#).
- **Renforcez vos capacités de stockage spécialisé et à température contrôlée.** De nombreux produits de santé préventive, probiotiques, diagnostics et certains compléments alimentaires nécessitent des environnements réfrigérés, à humidité contrôlée ou sécurisés.
 - **Développez vos capacités pour des cycles de réapprovisionnement plus rapides et plus fréquents.** Les routines de santé proactives entraînent des achats récurrents, augmentant la fréquence des commandes et exerçant une pression accrue sur la rapidité et la précision de l'exécution.
 - **Donnez la priorité à la fiabilité et à la livraison sans faille.** Les consommateurs qui intègrent des produits préventifs dans leurs habitudes quotidiennes s'attendent à une disponibilité constante; les ruptures de stock ou les retards nuisent directement à la confiance et à l'engagement à long terme.

3. La catégorie des aliments fonctionnels gagne en popularité

Une étude IPSOS What the Future: Wellness réalisée en 2025 a révélé que les Canadiens considèrent qu'une bonne alimentation est le facteur le plus important qui influence leur santé, la classant avant la génétique, l'exercice physique, le revenu et même l'accès aux médecins. Cet état d'esprit accélère la demande pour une catégorie connue sous le nom de « nutrition fonctionnelle », qui comprend les aliments enrichis, les compléments alimentaires, les boissons et d'autres innovations ciblant des bienfaits tels que l'énergie, la santé intestinale, l'immunité et le soutien musculaire ou articulaire.

Cette catégorie connaît une expansion rapide, avec environ la moitié des consommateurs aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne, et près des deux tiers de la génération Z et des milléniaux, qui ont acheté des produits de nutrition fonctionnelle au cours de l'année dernière, et une adoption encore plus forte en Chine.

Points clés à retenir pour les responsables logistiques :

La forte augmentation de la demande en nutrition fonctionnelle remodèle les exigences opérationnelles des réseaux logistiques de plusieurs manières importantes :

- **Une plus grande complexité des formats de produits :** la nutrition fonctionnelle couvre les produits frais, enrichis, en poudre et probiotiques, chacun nécessitant des protocoles de manipulation, d'emballage et de stockage distincts.
- **Des exigences accrues en matière d'étiquetage et de conformité réglementaire :** les produits de nutrition fonctionnelle comportent souvent des allégations santé, des déclarations d'ingrédients, des mentions d'allergènes et des exigences réglementaires spécifiques à chaque pays. Un prestataire logistique 3PL doit fournir des flux de travail de conformité rigoureux, des processus d'étiquetage à contrôle de version, des systèmes de traçabilité et la capacité de gérer à grande échelle l'emballage ou le réétiquetage spécifique à chaque marché.

- **Des environnements de stockage plus variés :** les produits peuvent nécessiter des conditions ambiantes, réfrigérées ou étroitement contrôlées, ce qui accroît le besoin d'une infrastructure flexible.
- **Une exécution omnicanale robuste.** Les réseaux logistiques doivent maintenir les rayons des magasins approvisionnés tout en répondant avec la même fiabilité à la demande croissante des consommateurs.

4 La personnalisation devient un avantage concurrentiel

Selon l'enquête américaine [2025 US Healthcare Consumer Insights Survey de PwC](#), au moins un consommateur sur cinq serait prêt à payer plus cher pour bénéficier d'un traitement personnalisé (28 %), d'un suivi continu (22 %) ou de plateformes numériques unifiées (19 %). Cette volonté est encore plus forte chez la génération Z et les milléniaux. [Alana Sandel, directrice de l'expérience chez Marketing for Wellness, abonde dans ce sens :](#) « De nombreux consommateurs d'aujourd'hui n'acceptent plus les conseils de santé généraux. Ils s'attendent à ce que les interventions, qu'il s'agisse de nutrition ou de stratégies de sommeil, soient adaptées à chaque individu. Ce qui fonctionne pour une personne peut ne pas fonctionner pour une autre. »



La personnalisation peut prendre les formes suivantes:

- Packs de compléments alimentaires
- Boîtes-repas ou boîtes de nutrition fonctionnelle
- Boîtes de conditionnement physique ou de récupération personnalisées
- Abonnement bien-être lié à un appareil intelligent (tel que des appareils portables qui déclenchent des envois personnalisés)
- Programmes de soins de la peau
- Trousses de vieillissement en bonne santé spécifiques à l'âge

Points clés à retenir pour les responsables logistiques :

Bon nombre des interventions de personnalisation qui gagnent en popularité ont des implications très concrètes pour la logistique. La fonction logistique devient un facteur de différenciation stratégique, permettant aux marques d'offrir des expériences sur mesure à grande échelle sans sacrifier l'efficacité.

- **Attendez-vous à une plus grande complexité opérationnelle due à la personnalisation.** Les ensembles de compléments alimentaires personnalisés, les boîtes-repas, les programmes de soins de la peau et les boîtes de récupération nécessitent un assemblage précis, une préparation individualisée des commandes et des flux de travail flexibles capables de gérer des milliers de combinaisons uniques.
- **Préparez-vous à des livraisons plus fréquentes, basées sur des abonnements.** De nombreux produits de bien-être personnalisés fonctionnent selon des cycles de réapprovisionnement mensuels, voire hebdomadaires, ce qui augmente la fréquence des commandes et exerce une pression sur la rapidité, la précision et la planification des stocks.
- **Renforcez les capacités de livraison basées sur les données.** Les abonnements liés à des appareils intelligents et les produits à surveillance continue reposent sur des déclencheurs automatisés pour le réapprovisionnement. Les réseaux logistiques doivent s'intégrer aux plateformes numériques afin de prendre en charge les flux de réapprovisionnement personnalisés en temps réel.
- **Améliorez la précision de l'emballage et de la manutention.** Les trousseaux personnalisés comprennent souvent de multiples petits composants, des articles fragiles ou des produits sensibles à la température, qui

nécessitent un emballage, un étiquetage et des contrôles de qualité méticuleux.

- **Développez une capacité flexible pour une prolifération rapide des références.** À mesure que les marques adaptent leurs produits aux besoins individuels, le nombre de références augmente rapidement. Les entrepôts doivent prendre en charge une intégration rapide, un positionnement dynamique et un stockage évolutif.

Pour en savoir plus sur les différents services à valeur ajoutée, [cliquez ici](#).

5 Les jeunes consommateurs favorisent l'adoption d'outils de santé numériques et à domicile

Les jeunes consommateurs redessinent rapidement le paysage du bien-être en adoptant des outils de santé numériques. **79 %** de la génération Z utilise chaque mois des technologies de santé telles que les appareils portables, la télésanté et les services de prescription en ligne, contre 70 % de l'ensemble des consommateurs.

Ce comportement reflète une évolution mondiale plus large vers l'autogestion assistée par la technologie. Une étude de Mintel montre que le nombre de propriétaires d'appareils portables de suivi de la santé continue d'augmenter : 42 % des consommateurs américains, 40 % des Canadiens, 43 % des consommateurs chinois et 35 % des adultes britanniques utilisent désormais des montres connectées ou des bracelets de fitness, le suivi de la santé étant cité comme la principale raison. Ces outils deviennent essentiels pour surveiller son bien-être, interpréter ses données et prendre des décisions en matière de nutrition, de remise en forme et de soins préventifs. Ces produits introduisent de nouvelles exigences logistiques axées sur la livraison directe au consommateur.





Points clés à retenir pour les responsables logistiques :

- **Préparez-vous à des livraisons récurrentes basées sur des abonnements.** La santé numérique et les diagnostics à domicile reposent sur des cycles de réapprovisionnement prévisibles et très précis qui nécessitent une planification rigoureuse des stocks et des flux de commandes automatisés.
- **Renforcez vos capacités en matière de logistique inverse.** De nombreux appareils connectés et trousseaux d'essais nécessitent des retours, des remplacements de cartouches ou l'expédition d'échantillons, ce qui rend indispensable une logistique inverse efficace et traçable.
- **Investissez dans des trousseaux de précision et un assemblage flexible.** Les trousseaux de bien-être personnalisées et les ensembles de diagnostic comprennent souvent plusieurs composants qui doivent être assemblés avec précision et rapidité. Pour en savoir plus, consultez notre article sur les trousseaux pour les marques de santé et de bien-être.
- **Améliorez la visibilité et le suivi.** Les jeunes consommateurs s'attendent à des mises à jour en temps réel, à des délais de livraison transparents et à une résolution des problèmes sans friction.

6 La crédibilité et la valeur gagnent en importance :

Pour les marques, le nouvel environnement caractérisé par la disponibilité des produits, l'abondance du choix et la saturation du placement des produits relève la barre en matière de valeur et d'efficacité vérifiable. [Les recherches de NIQ](#) démontrent une nette augmentation du scepticisme à l'égard des allégations santé non fondées, poussant les consommateurs à examiner de près les listes d'ingrédients, les certifications, les preuves cliniques et la transparence globale du message d'une marque. Cette dynamique récompense les marques qui associent des avantages fonctionnels scientifiquement prouvés (par exemple, protéines, fibres, probiotiques et aide au sommeil) à des prix accessibles et à un discours crédible.

Conclusions pour les responsables logistiques :

L'importance croissante accordée à la valeur, à la transparence et à l'efficacité prouvée remodèle la manière dont les produits de bien-être doivent circuler dans la chaîne d'approvisionnement. Pour les responsables logistiques, cette évolution a plusieurs implications importantes :

- **La précision et la traçabilité sont essentielles.** Alors que les consommateurs examinent minutieusement les ingrédients, les certifications et les allégations cliniques, les équipes logistiques doivent garantir un suivi précis des lots, une gestion des dates de péremption et une visibilité totale de la chaîne de contrôle.
- **Le contrôle qualité doit être renforcé pour les produits scientifiquement prouvés.** Les ingrédients fonctionnels tels que les probiotiques, les protéines et les composés favorisant le sommeil nécessitent souvent des environnements contrôlés, un stockage rigoureux et une manipulation minutieuse. Choisissez des partenaires logistiques disposant de protocoles d'assurance qualité robustes.
- **La transparence fait désormais partie intégrante de l'offre logistique.** Les marques s'appuient de plus en plus sur leurs partenaires logistiques pour obtenir des données qui viennent étayer leur discours : registres de température, historique des mouvements et documents de conformité.
- **La fiabilité renforce la confiance dans la marque.** Sur un marché où les consommateurs remettent en question les allégations, une disponibilité constante, des commandes précises et des livraisons ponctuelles renforcent la crédibilité et aident les marques à se démarquer.

7 La durabilité est importante pour renforcer la confiance dans la marque

Le bien-être personnel et la responsabilité sociale sont de plus en plus étroitement liés dans la manière dont les consommateurs évaluent les produits de santé et de bien-être. Selon NielsenIQ, [70 % des consommateurs interrogés](#) déclarent qu'il est important ou très important que les produits de bien-être qu'ils achètent soient écologiques ou produits de manière éthique, que ce soit par le biais du commerce équitable, de normes sans cruauté ou de pratiques plus respectueuses du bien-être animal. 71 % sont prêts à payer plus cher pour des produits qui répondent à ces attentes.

Points clés à retenir pour les responsables logistiques :

En conséquence, les consommateurs récompensent de plus en plus les marques qui peuvent démontrer des opérations responsables de bout en bout.

- **La durabilité est désormais un facteur d'achat.** Les opérations logistiques doivent renforcer, et non compromettre, le positionnement environnemental et éthique d'une marque.
- **L'emballage est important.** Un emballage de taille appropriée, recyclable ou générant moins de déchets n'est plus facultatif; c'est un facteur de différenciation que les consommateurs remarquent.
- **Optimiser le transport pour réduire les émissions.** L'optimisation des itinéraires, le regroupement des expéditions et les stratégies efficaces pour le dernier kilomètre soutiennent directement les revendications des marques en matière de durabilité.
- **Investir dans des installations plus écologiques.** Les entrepôts à faible consommation d'énergie, les énergies renouvelables et les matériaux à faible impact renforcent la crédibilité auprès des consommateurs soucieux de l'environnement.
- **Rendre la durabilité mesurable.** Les marques attendent de plus en plus de leurs partenaires 3PL qu'ils fournissent des données sur les émissions, la réduction des déchets et l'amélioration de l'efficacité. Consultez le dernier [rapport sur la durabilité](#) de Chaîne d'Approvisionnement Metro sur la transparence de ces données.

Chaîne d'Approvisionnement Metro : des capacités logistiques adaptées au secteur du bien-être

Chaîne d'Approvisionnement Metro occupe une position unique pour soutenir l'économie du bien-être en pleine évolution, en offrant une infrastructure et une expertise qui répondent directement aux pressions opérationnelles auxquelles sont confrontés les leaders logistiques d'aujourd'hui.

Chaîne d'Approvisionnement Metro : des capacités logistiques adaptées au secteur du bien-être

Chaîne d'Approvisionnement Metro occupe une position unique pour soutenir l'économie du bien-être en pleine évolution, en offrant une infrastructure et une expertise qui répondent directement aux pressions opérationnelles auxquelles sont confrontés les leaders logistiques d'aujourd'hui.

Installations conformes pour une manutention

spécialisée : le réseau complet de Chaîne d'Approvisionnement Metro comprend des installations agréées par Santé Canada et certifiées GMP, équipées de systèmes de contrôle de la température, de surveillance de l'humidité et d'environnements de stockage sécurisés.

Licences reconnues par l'industrie : Chaîne d'Approvisionnement Metro détient des licences d'établissement pharmaceutique, de site de produits de santé naturels et d'établissement de dispositifs médicaux, garantissant que toutes les activités soumises à licence sont gérées selon les normes les plus strictes en matière de logistique des soins de santé.

Systèmes d'assurance qualité robustes : en respectant pleinement la réglementation canadienne, nos protocoles internes d'assurance qualité, ainsi que des zones distinctes pour les retours et les quarantaines, garantissent un contrôle qualité supérieur et des inspections réussies à la réception.

Traçabilité et conformité avancées : grâce à sa grande expérience des environnements BPF/BPD et des processus alignés sur ceux de Santé Canada, Chaîne d'Approvisionnement Metro offre un suivi défendable des lots, une gestion des dates d'expiration et une visibilité de la chaîne de contrôle.

Exécution flexible et évolutive pour les catégories à forte densité de références : les installations de Chaîne d'Approvisionnement Metro sont conçues pour une intégration rapide des références, un positionnement dynamique et des flux de travail à forte mixité et faible volume, ce qui permet aux marques de suivre le rythme des cycles d'innovation rapides.

Capacités de mise en trousse et de personnalisation de précision

Chaîne d'Approvisionnement Metro offre des services d'emballage et de mise en trousse internes et agiles qui accélèrent la mise sur le marché tout en réduisant les coûts et les risques opérationnels. Nos entrepôts disposent de zones de co-emballage et de mise en trousse spécialement conçues pour un flux optimal et une productivité élevée, ce qui permet aux équipes de gérer d'importantes fluctuations quotidiennes de volume et de prendre en charge l'exécution des commandes en ligne le jour même.

Automatisation et intégrations de systèmes : réduisez les risques et améliorez votre capacité de production grâce à nos **technologies avancées, notamment des outils, des intégrations et des automatisations**, conçus pour rationaliser vos opérations.

Exécution omnicanale et DTC solide : les capacités intégrées de vente au détail et de vente directe aux consommateurs de Chaîne d'Approvisionnement Metro garantissent une disponibilité constante, une livraison rapide et une grande précision de préparation et d'emballage sur tous les canaux. Nos solutions d'exécution de vente au détail sur mesure prennent en charge les cartons principaux, la préparation des palettes et toutes les exigences spécifiques aux détaillants.

Logistique inverse, gestion des rappels et assistance tout au long du cycle de vie des appareils : Chaîne d'Approvisionnement Metro gère les flux inverses de bout en bout pour les produits de bien-être. Cela comprend les retours, les remises à neuf et les flux de travail de recyclage, accompagnés d'une sérialisation complète, de contrôles de quarantaine et de processus d'élimination conformes.

Opérations axées sur la durabilité : grâce à une automatisation des emballages adaptée, à l'optimisation des itinéraires et à des installations écoénergétiques, Chaîne d'Approvisionnement Metro aide les marques à répondre aux attentes croissantes des consommateurs en matière de produits de bien-être écologiques et éthiques.

Prêt à simplifier et à rationaliser vos opérations de santé et de bien-être?

Communquez avec nous dès aujourd'hui
pour planifier une consultation.

References:

Global Wellness Institute

Global Wellness Institute, Wellness Economy Report, 2024 NielsenIQ, Global State of Health & Wellness, 2025 :

[Visiter le site](#)

McKinsey & Company

Le marché mondial du bien-être, qui pèse 2 000 milliards de dollars, bénéficie de l'engouement des milléniaux et de la génération Z. McKinsey Future of Wellness Survey, novembre 2024 :

[Visiter le site](#)

IPSOS

What the Future Wellness

[Visiter le site](#)

PwC

Enquête PwC 2025 sur les consommateurs américains dans le domaine de la santé. PwC, 2025.

[Visiter le site](#)

CAMH

Rapport CAMH Monitor, CAMH, 2025.

[Visiter le site](#)

Mintel

Les tendances des consommateurs soucieux de leur santé stimulent l'innovation sur le marché des produits de grande consommation. Mintel, 2025 :

[Visiter le site](#)

