

Wartość całego rynku farmaceutycznego bez segmentu szpitalnego w 2019 roku wynosiła ponad **36,43 mld złotych** (liczone w cenach detalicznych). Na tę kwotę składa się sprzedaż leków na receptę (RX) oraz produktów dostępnych bez recepty OTC i CH (w tym: leki, suplementy diety, artykuły medyczne oraz kosmetyki).

Wartość segmentu produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych i w aptekach internetowych w 2019 r. osiągnęła **16,61 mld złotych** (liczone w cenach detalicznych). Do sprzedaży tego segmentu zaliczamy: leki OTC, i produkty CH, takie jak suplementy diety, artykuły medyczne oraz kosmetyki apteczne.

Segment ten w 2019 roku miał **około 46%** udziału wartościowego w całym rynku farmaceutycznym w Polsce (wliczając leki, suplementy diety, artykuły medyczne oraz kosmetyki apteczne). Z tego leki OTC i suplementy diety o działaniu leczniczym i wspierającym leczenie stanowią **około 32%**. Obserwujemy ciągły wzrost znaczenia produktów bez recepty w obrocie apteki ze względu na większą marżę jaką da się osiągnąć na sprzedaży produktów bez recepty, zwłaszcza produktów nie zarejestrowanych jako leki.

Należy się również spodziewać poszerzenia asortymentu zwłaszcza w sieciach aptecznych wyposażonych w strefę samoobsługową i część drogerijną. Dobrym przykładem produktów mogą być soczewki i płyny do przechowywania i czyszczenia soczewek optycznych, pieluchomajtki dla dorosłych, zaawansowane opatrunki, urządzenia medyczne co pokazuje, że apteki zamierzają konkurować z innymi typami sklepów. Coraz bardziej na półkach w aptekach sieciowych widoczne są marki własne. Ich udział w rynku produktów bez recepty to już 3%, ale są kategorie, gdzie ten udział wynosi nawet kilkanaście procent, np. probiotyki, witamina C, z tendencją rosnącą.

Kolejnym kanałem dynamicznie rozwijającej się dystrybucji jest sprzedaż internetowa. Udział kanału "E-pharmacy" wynosi 3,5% ale bez sprzedaży typu „click&collect”

Rynek OTC (leki OTC i suplementy) - segment sprzedaży aptecznej.

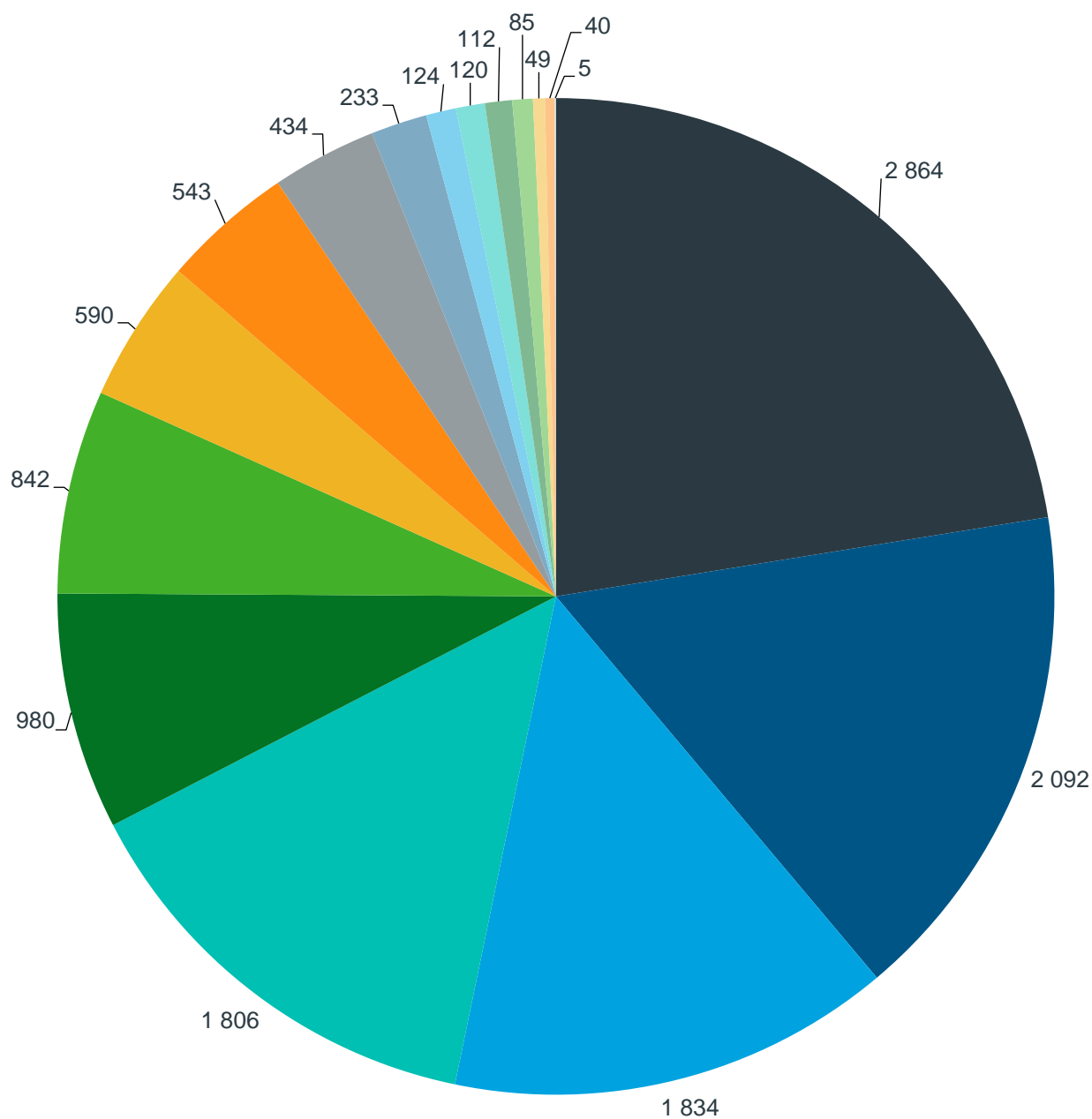
W 2019 roku wartość sprzedaży w aptekach stacjonarnych wyniosła 15,88 mld złotych, co oznacza wzrost o 5,6% w stosunku do 2018 roku. Jest to wzrost

wiekszy niż globalny wzrost rynku OTC (4,1%). Kategoria suplementów diety (nie wymagające rejestracji Ministerstwa Zdrowia) jeśli chodzi o swój udział w całym segmencie OTC zajmują drugą pozycję (3,97 mld złotych) po lekach OTC.

- W 2019 roku Polacy zakupili 790 milionów opakowań produktów OTC. Jeśli dodamy do tego kosmetyki, artykuły medyczne, odżywki oraz produkty sprzedane przez Internet liczba ta sięgnie ponad miliarda (1,090) opakowań. W tym samym okresie sprzedano tylko 722 mln opakowań leków dostępnych wyłącznie na receptę. Jak widać z tej prostej analizy grupą docelową produktów w aptekach dla konsumenta i/lub pacjenta są produkty bez recepty.
- Bardzo istotnym motorem wzrostu w rynku produktów bez recepty jest innowacja, w tym switch Rx/OTC. Molekuły, które pojawiły się w ostatnich 5 latach osiągnęły sprzedaż prawie 400 milionów złotych.
- Polski rynek OTC wykazuje też rosnącą konsumpcję starszych produktów, które są na rynku 2 lata i dłużej co pokazuje jak zdrowe są jego podstawy.
- Kategorią terapeutyczną odnotowującą największą wartość sprzedaży aptecznej są **leki na kaszel i inne problemy związane z oddychaniem**. W 2019 r. ta kategoria odnotowała wysokość sprzedaży w aptekach stacjonarnych i cenach końcowych dla pacjenta na poziomie **2,81 mld złotych**.
- Następnymi w kolejności kategoriami był segment witamin i minerałów gdzie dość duży wzrost odnotowały mono minerały i mono witaminy, na przykład magnez, cynk i witamina D3, kombinacje z witamina K2.
- Kolejną kategorią były produkty przeciwbólowe gdzie obserwujemy wzrost w tradycyjnych preparatach przeciwbólowych dzięki wprowadzeniu wielu nowych wariantów na rynek oraz rozwój preparatów przeciwbólowych do stosowania zewnętrznego. Dodatkowo ostatni switch Rx/OTC ketoprofenu wpłynął również na stabilny wzrost kategorii.

Kategorią zamykającą najważniejsze segmenty rynku jest grupa produktów wspomagających trawienie. W tej grupie produktów obserwujemy coraz więcej nowych preparatów na różne dolegliwości gastryczne począwszy od wątroby poprzez niestrawność, biegunkę a skończywszy a produktach pomagających efektywnemu trawieniu. W tej kategorii są również probiotyki, które rozwijają się prawie w dwucyfrowym tempie.

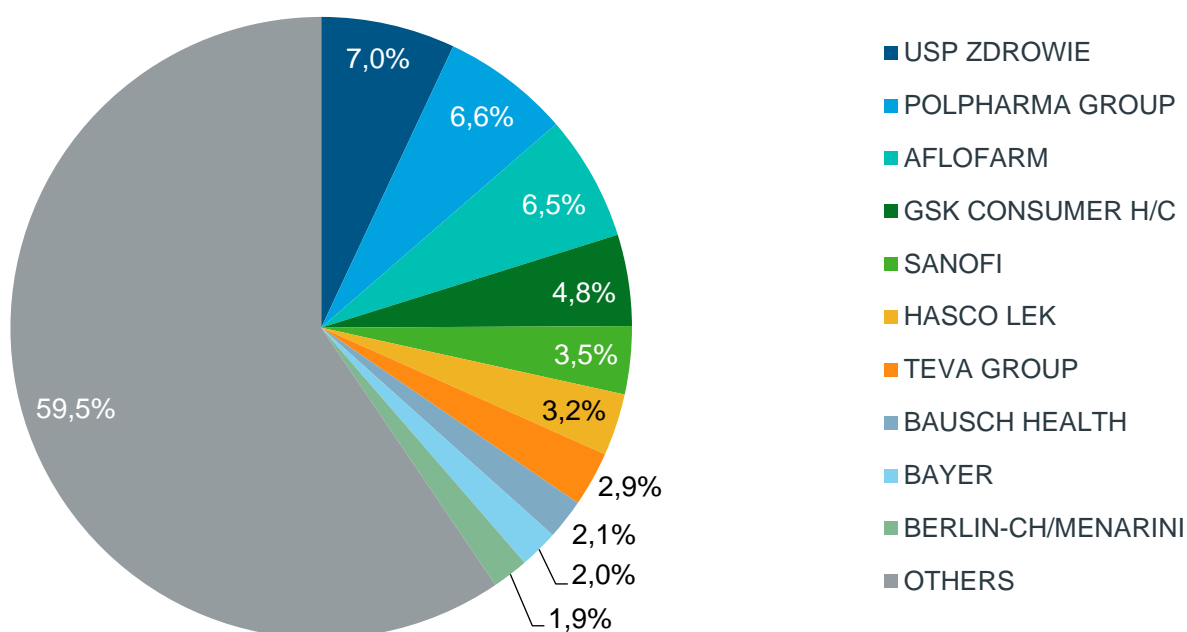
SPRZEDAŻ GŁÓWNYCH KATEGORII RYNKU OTC W KANAŁE SPRZEDAŻY APTECZNEJ W 2019 R. (W MLN PLN):



- 01 COUGH COLD&OTH RESP PROD
- 03 DIGEST & OTH INTEST PROD
- 06 SKIN TREATMENT
- 12 URINARY AND REPROD.CARE
- 07 EYE CARE
- 09 MOUTH TREATMENT PROD.
- 18 MISCELLANEOUS
- 14 WEIGHT LOSS PRODUCTS
- 97 ALL OTHER MISCELLANEOUS
- 04 VITAM.MINER.&NUTRIT.SUPPL
- 02 PAIN RELIEF
- 10 CIRCULATORY PRODUCTS
- 05 TONICS & OTHER STIMULANTS
- 13 CALM..SLEEP&MOOD ENH.PRO
- 17 HABIT TREATMENT
- 08 EAR CARE
- 11 ANTINAUSEAN.

KORPORACJE OTC

UDZIAŁY KORPORACJI W RYNKU LEKÓW OTC W 2019 ROKU (SPRZEDAŻ W KANALE APTECZNYM W CENACH OSTATECZNYCH DLA PACJENTA)



Średnia cena produktu OTC dostępnego w aptece w 2019 roku wynosiła 16,15 zł za jedno opakowanie (w **cenach końcowych dla pacjenta**).

ŚREDNIA CENA (W PLN) ZA OPAKOWANIE WEDŁUG KATEGORII PRODUKTU:

