

Rynek Farmaceutyczny w Polsce w roku 2020

Wartość całego rynku farmaceutycznego bez segmentu szpitalnego w 2020 roku wyniosła ponad **37,07 mld złotych** (liczone w cenach detalicznych). Na tę kwotę składa się sprzedaż leków na receptę (Rx) oraz produktów dostępnych bez recepty OTC (w tym: leki, suplementy diety, artykuły medyczne oraz kosmetyki).

Wartość segmentu produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych i w aptekach internetowych w 2020 r. osiągnęła **17,02 mld złotych** (liczone w cenach detalicznych brutto). Do sprzedaży tego segmentu zaliczamy: leki OTC, suplementy diety, artykuły medyczne oraz kosmetyki apteczne i odżywki dla dzieci i dorosłych.

Segment produktów dostępnych bez recepty w 2020 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 o działaniu leczniczym i suplementy diety o działaniu wspierającym stanowią **około 36,0%**.

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 częściej na półkach w aptekach sieciowych widoczne są marki własne. Ich udział w rynku produktów bez recepty to już 3,9% wliczając w tę liczbę marki własne sieci aptecznych i hurtowni farmaceutycznych, 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.



Kanały dystrybucji: ok. 94 % całkowitej sprzedaży w segmencie OTC zajmuje dystrybucja apteczna. Sprzedaż pozaapteczna tzw. GSL, do której zaliczamy m.in dystrybucję poprzez sieci hipermarketów, drogerii, małych i średnich sklepów spożywczych oraz stacji benzynowych stanowi jedynie ok. 6%.

WPLYW PANDEMII COVID 19 NA ROZWÓJ RYNKU OTC.

2020 rok z narastającym wzrostem zachorowań na COVID 19 wpłynął znacząco na rozwój segmentu OTC w Polsce i na świecie. Po pierwsze odnotowaliśmy znaczący spadek dynamiki sprzedaży z 6,1% na 3,7% co oznaczają 40% spadek w dynamice. Po panice zakupowej (zakup środków odkażających, przeciwbólowych, przeciwwirusowych na przeziębienie), która miała miejsce w 1 kwartale 2020 roku nastąpił znaczący spadek sprzedaży w aptekach stacjonarnych. Mniejszy ruch w aptece był spowodowany zamknięciem kraju, galerii handlowych gdzie ma swoją lokalizację wiele dużych aptek sieciowych. Po drugie zakaz wychodzenia wpłynął na mniejszą transmisję innych chorób, inaczej mówiąc epidemiologia rozwoju innych schorzeń i ich objawów (kaszel, katar, przeziębienie była niesprzyjająca. Również wiele wizyt u lekarzy i planowych zabiegów zostało odłożonych lub przełożonych na późniejszy termin. A ponieważ wiele rekomendacji lekarskich dla pacjentów jest opartych o produkty OTC również z tego powodu odnotowaliśmy mniejszą realizację tych zaleceń w aptekach.

Nie oznacza to, że nie było kategorii silnie skorelowanych z pandemią, których sprzedaż urosła np. witaminy i minerały, preparaty uspokajające, rynek typu „lifestyle” z produktami na bazie sildenafilu.

Kanał sprzedaży wysyłkowej również odnotował znaczący wzrost w 2020 roku. Na pewno katalizatorem jego rozwoju była pandemia. Dzisiaj jego wartość wynosi już ponad 1 miliard złotych ze wzrostem 40% rok do roku.

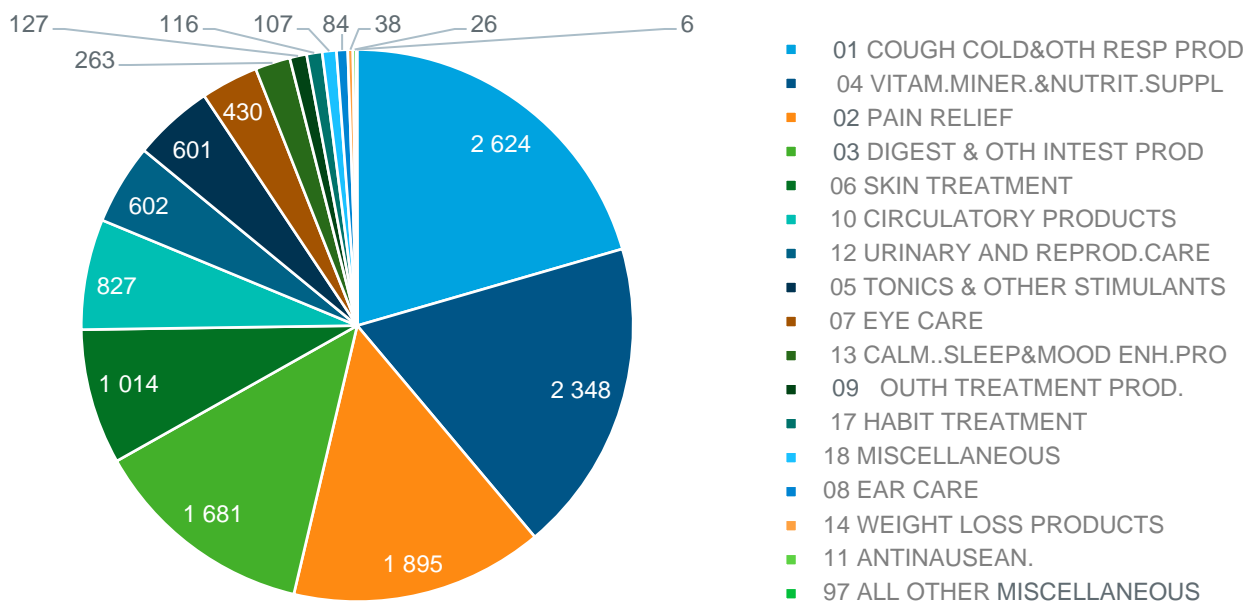
RYNEK OTC (LEKI OTC I SUPLEMENTY DIETY) SEGMENT SPRZEDAŻY APTECZNEJ.

W 2020 r. wartość sprzedaży w aptekach stacjonarnych wyniosła 12,79 mld złotych, co oznacza wzrost o 3,7% w stosunku do 2019 r. Jest to wzrost większy niż globalny wzrost rynku CH (2,1%). Kategoria suplementów diety, jeśli chodzi o swój udział w całym segmencie OTC zajmują drugą pozycję (3,47 mld złotych) po lekach OTC.

- W 2020 r. Polacy zakupili 752 mln opakowań produktów OTC. Jeśli dodamy do tego kosmetyki, artykuły medyczne, odżywki oraz produkty sprzedane przez Internet liczba ta sięgnie ponad 1 miliarda (1,062) opakowań. W tym samym okresie sprzedano tylko 699 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 390 milionów złotych. Niestety w 2020 roku sprzedaż molekuł, które pojawiły się w ostatnim roku nie przekroczyła 20 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 2020 r. ta kategoria odnotowała wysokość sprzedaży w aptekach stacjonarnych i cenach końcowych dla pacjenta na poziomie **2,62 mld złotych**. Ale pamiętajmy, że jednocześnie nastąpił spadek sprzedaży w 2020 vs 2019 o 5,9%.
- 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. W 2021 r. ta kategoria może być już pierwszym segmentem rynku OTC ponieważ osiągnęła 21% wzrostu.
- Kolejną kategorią były produkty przeciwbólowe, gdzie obserwowany był wzrost w tradycyjnych preparatach przeciwbólowych dzięki wprowadzeniu wielu nowych wariantów na rynek oraz rozwój preparatów przeciwbólowych do stosowania zewnętrznego. Ta kategoria też pozytywnie była skorelowana z pandemią COVID-19 (objawowe leczenie gorączki). W 2020 roku osiągnęła ponad 8% wzrostu.

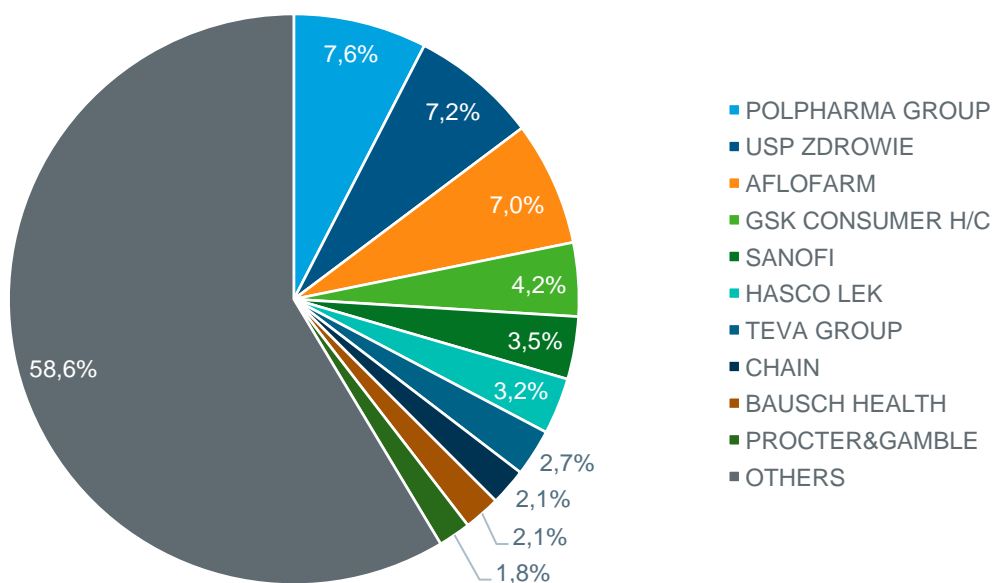
Kategorią zamykającą najważniejsze segmenty rynku jest grupa produktów wspomagających trawienie. W tej grupie produktów obserwujemy coraz więcej nowych preparatów na różne dolegliwości gastryczne począwszy od wątroby poprzez niestrawność, biegunkę a skończywszy na produktach wspomagających efektywne trawienie. W tej kategorii są również probiotyki, które niestety z powodu mniejszej liczby przypadków infekcji górnych i dolnych dróg oddechowych odnotowały dwucyfrowy spadek.

SPRZEDAŻ GŁÓWNYCH KATEGORII RYNKU OTC W KANALE SPRZEDAŻY APTECZNEJ W 2020 R. (MLN PLN):



KORPORACJE OTC

UDZIAŁY KORPORACJI W RYNKU LEKÓW OTC W 2020 ROKU (SPRZEDAŻ W KANALE APTECZNYM W CENACH OSTATECZNYCH DLA PACJENTA)



Średnia cena produktu OTC dostępnego w aptece w 2020 roku wynosiła 17,01 zł za jedno opakowanie (w cenach końcowych dla pacjenta).

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

