



# **Pozaapteczny rynek produktów OTC w Polsce: 4% wzrost w latach 2011-2013**

**Jak wynika z najnowszego raportu firmy badawczej PMR pt. „Rynek pozaapteczny produktów OTC w Polsce 2011. Prognozy rozwoju na lata 2011-2013” w 2010 r. pozaapteczny rynek leków OTC i suplementów diety osiągnął wartość około 1 mld zł, rosnąc tylko nieznacznie w porównaniu do 2009 r. W latach 2011-2013 dynamika wzrostu wynosić będzie około 4-5%.**

### **Słabszy rok na rynku pozaaptecznym**

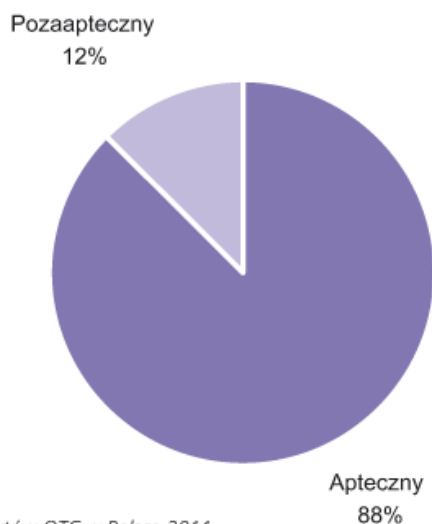
Według szacunków PMR, w 2009 r. rynek pozaapteczny produktów OTC (leków i suplementów diety) wzrósł o około 11% rok do roku i przekroczył po raz pierwszy 1 mld zł. Rok 2010 był słabszym okresem dla całego rynku farmaceutycznego, co znalazło również odzwierciedlenie na rynku pozaaptecznym, którego dynamika wzrostu wyniosła około 1%. Związane to było również z wysoką bazą z 2009 r., a także z faktem wejścia w życie, w październiku 2009 r., listy produktów dopuszczonych do sprzedaży w sklepach ogólnodostępnych. Nie przyniosła ona rewolucyjnych zmian – modyfikacje dotyczyły w głównej mierze wprowadzenia na listę nowych wielkości opakowań i nowych dawek popularnych leków. Zmiany te spowodowały jednak tylko większą dywersyfikację marek dostępnych w kanałach pozaaptecznych, a nie przełożyły się na wzrost wartości rynku.

PMR przewiduje, że 2011 będzie lepszym rokiem dla sprzedaży produktów OTC niż rok 2010. „Dlatego też dynamika pozaaptecznego rynku produktów OTC wyniesie około 5% w 2011 r. W latach 2012-2013, rynek powinien rosnąć w tempie około 4% rocznie” mówi Agnieszka Skonieczna, starszy analityk rynku farmaceutycznego PMR i współautorka raportu.

### **Spada udział sprzedaży pozaaptecznej**

Jak wynika z szacunków PMR, w 2010 r. sprzedaż poza aptekami stanowiła około 12% wartości rynku produktów OTC w Polsce. Na skutek zmian prawnych ograniczających liczbę produktów dopuszczonych do sprzedaży poza aptekami (lista z października 2009 r., ustawa o bezpieczeństwie żywności i żywienia), udział ten był niższy niż w poprzednich latach. W 2008 r. wyniósł on bowiem 14%.

### **Udział rynku pozaaptecznego w całkowitej sprzedaży produktów OTC w Polsce, 2010**



Źródło: raport „Rynek pozaapteczny produktów OTC w Polsce 2011. Prognozy rozwoju na lata 2011-2013”, PMR Publications, 2011

 **PMR**  
www.pmrpublications.com

### **W sprzedaży pozaaptecznej kluczowa ekspozycja**

Zasady ekspozycji produktów OTC są podobne jak w przypadku innych produktów sprzedawanych w hipermarketach. Duże znaczenie ma tutaj ustawienie produktów na wolno stojącym regale: najbardziej atrakcyjnymi są miejsca na poziomach od pasa do

wysokości oczu kupującego (mniej więcej od 120 do 160 cm). „Jeśli sprzedaż z poziomu wzroku określimy jako 100%, to z wysokości powyżej głowy spada ona do 60%, od poziomu wzroku do poziomu pasa – do 50%, a z tzw. poziomu „schylania się”, czyli z pierwszej półki aż do 20% poziomu na wysokości oczu kupującego” mówi Monika Stefańczyk, główny analityk rynku farmaceutycznego PMR i współautorka raportu. Kupujący chętniej sięgają też po produkty ułożone po swojej prawej stronie.

Jak wynika z badania store check przeprowadzonego przez PMR na potrzeby raportu, w sklepach typu hipermarket badane produkty OTC znajdują się zwykle w trzech miejscach:

- na tzw. „półkach zdrowia”, czyli specjalnie wydzielonych półkach z produktami zdrowotnymi
- na półkach z herbatami (herbaty ziołowe i funkcjonalne)
- przy kasach.

Oprócz tego badane produkty umieszczane są sporadycznie na osobnych stojakach lub półkach promocyjnych, z boku regału.

Średnio w przeciętnym hipermarkecie w Polsce znaleźć można 109 produktów o statusie leku, suplementu diety lub zioła.

### **Autorki raportu:**

**Monika Stefańczyk**, Główny analityk rynku farmaceutycznego  
**Agnieszka Stawarska**, Analityk rynku farmaceutycznego

### **O firmie PMR**



PMR jest firmą badawczą, specjalizującą się w dostarczaniu wysokiej jakości informacji rynkowych oraz usług firmom zainteresowanym krajami Europy Środkowo-Wschodniej i innymi rynkami wschodzącymi. Do głównych obszarów działalności PMR należy wydawanie [publikacji biznesowych](#) (PMR Publications), świadczenie [usług konsultingowych](#) (PMR Consulting) i [badania rynku](#) (PMR Research). Obecna na rynku od 1995 roku, oferująca najwyższe międzynarodowe standardy jakości produktów i usług oraz posiadająca jedno z najczęściej odwiedzanych portali informacyjnych, PMR jest jedną z największych firm w swojej branży w Europie Środkowo-Wschodniej.

### **PMR**

ul. Dekerta 24, 30-703 Kraków, Polska

tel. /48/ 12 618 90 00, fax /48/ 12 618 90 08

[www.pmrporate.com](http://www.pmrporate.com)