

# Rynek Farmaceutyczny w Polsce w roku 2024

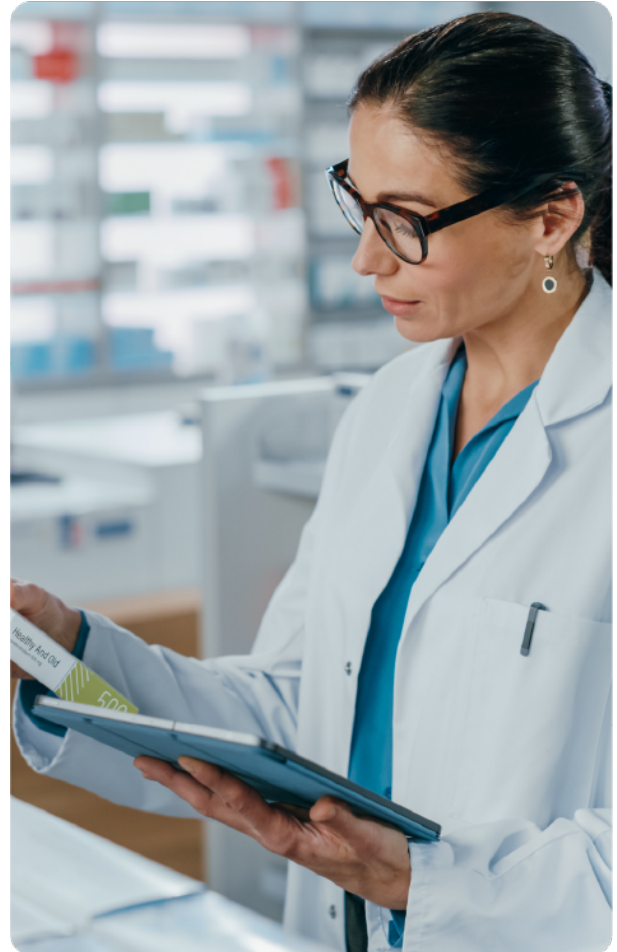
*Warszawa, kwiecień 2025*

Wartość całego rynku aptecznego w 2024 roku wyniosła 55,8 mld zł (liczona w cenach detalicznych brutto). Na tę kwotę składa się sprzedaż leków na receptę (Rx) oraz produktów dostępnych bez recepty (OTC) w aptekach stacjonarnych oraz w aptekach internetowych (w tym: leki OTC, suplementy diety, odżywki dla dzieci i dorosłych, artykuły medyczne oraz kosmetyki). W porównaniu do 2023 roku wartość ta jest wyższa o 11,9%.

Wartość segmentu produktów bez recepty (OTC) w aptekach stacjonarnych i w aptekach internetowych w 2024 r. osiągnęła 25,5 mld zł (liczona w cenach detalicznych brutto). Stanowiło to wzrost w porównaniu do 2023 roku o 8,8%. Udział tego segmentu w 2024 roku wyniósł 44,1% wartości całego rynku aptecznego w Polsce (Rx i OTC). Obserwujemy ciągły wzrost znaczenia produktów bez recepty w obrocie apteki ze względu na większą marżę, jaką da się osiągnąć na sprzedaży tych produktów oraz ich dostępność. Fakt, iż w Polsce nadal pozostaje około 1,55 mln uchodźców ma istotne znaczenie.

Obserwujemy dalsze umocnienie się segmentu marek własnych. Ich udział w rynku produktów bez recepty w 2024 roku wyniósł 4,2%, wliczając w tę liczbę marki własne sieci aptecznych i hurtowni farmaceutycznych. Są kategorie, gdzie udział ten wynosi nawet kilkanaście procent jak np. probiotyki, witamina C lub preparaty na stawy. Co interesujące, dalszym wzrostom udziału marek własnych w rynku towarzyszyły jednocześnie mniejsze wzrosty średnich cen dla pacjentów w porównaniu do pozostałej części rynku OTC.

Należy także wspomnieć, iż nadal dynamicznie rozwijającym się kanałem sprzedaży produktów dostępnych bez recepty jest sprzedaż internetowa. W 2024 roku sprzedaż przez internet osiągnęła 2,17 mld zł i była większa o 12,1%



w porównaniu do roku ubiegłego. W kanale tym dostępne są wyłącznie produkty OTC – w szerokim zakresie.

Z dominującą pozycją „witamin i minerałów”, „produktów do pielęgnacji urody dla kobiet” oraz „produktów do pielęgnacji urody unisex”. Powyższe kategorie w sumie stanowią 33,3% wartości rynku sprzedaży internetowej.

Również w sprzedaży internetowej marki własne odnotowują bardzo duże wzrosty, w roku 2024 segment ten osiągnął wzrost na poziomie 74%, a więc rozwijał się ponad sześć razy szybciej niż całość rynku e-commerce.

## **Infekcja górnych dróg oddechowych w 2024 na rynku OTC**

Segment rynku obejmujący produkty stosowane w leczeniu infekcji górnych dróg oddechowych (klasa 01) w 2024 wzrósł wartościowo w porównaniu do roku ubiegłego o 6,3%, gdzie w tym samym czasie pozostała część rynku OTC wzrosła o 9,5%.

## **Segment OTC – sprzedaż w aptekach stacjonarnych**

W 2024 roku wartość sprzedaży produktów OTC w aptekach stacjonarnych wyniosła 23,3 mld zł, co oznacza wzrost o 8,5% w stosunku do 2023 roku. Największą grupą w tym rynku są produkty OTC zarejestrowane jako leki. Stanowi ona 51,6% udziału w całości rynku OTC w aptekach stacjonarnych. Kolejne kategorie (oraz ich udziały) to: Suplementy Diety (21,4%), Artykuły Medyczne (16,5%), Kosmetyki (9,4%). Pozostałe kategorie stanowią mniej niż jeden procent.

W 2024 roku zakupiono 507 mln opakowań produktów OTC zarejestrowanych jako leki. Jeśli dodamy do tego suplementy diety, artykuły medyczne, kosmetyki i pozostałe kategorie, liczba ta sięgnie lekko ponad jeden miliard opakowań. W tym samym okresie sprzedano 825 mln opakowań leków dostępnych wyłącznie na receptę. Główną grupą docelową produktów w aptekach dla konsumenta i/lub pacjenta są produkty bez recepty.

Bardzo istotnym motorem wzrostu w rynku produktów dostępnych bez recepty jest innowacja. Są to nowe brandy lub nowe postacie leków pojawiające się na rynku jak również „switch'e” Rx/OTC (zmiana statusu dostępności np. z leku na receptę na lek bez recepty). Produkty (na poziomie poszczególnych SKU), które pojawiły się w 2024 roku osiągnęły wartość sprzedaży na poziomie 378 mln zł (co stanowi 1,6% wartości sprzedaży produktów OTC w aptekach stacjonarnych). Natomiast nowe molekuly, czyli całe segmenty – całkowicie nowe na rynku OTC osiągnęły wartość sprzedaży na poziomie 72 mln zł (co stanowi 0,3% wartości rynku).

Polski rynek OTC wykazuje też rosnącą konsumpcję starszych produktów, które są na rynku 2 lata i dłużej, co pokazuje jak zdrowe są jego podstawy. Produkty obecne na rynku w ostatnich pięciu latach stanowią 87% wartości rynku OTC w 2024 roku.

Kategorią terapeutyczną odnotowującą największą wartość sprzedaży w 2024 roku jak i w poprzednich latach są „leki na kaszel i inne problemy związane z oddychaniem”. Kategoria ta odnotowała wartość sprzedaży na poziomie 4,6 mld zł przy jednoczesnym wzroście o 6,2% w porównaniu do ubiegłego roku.

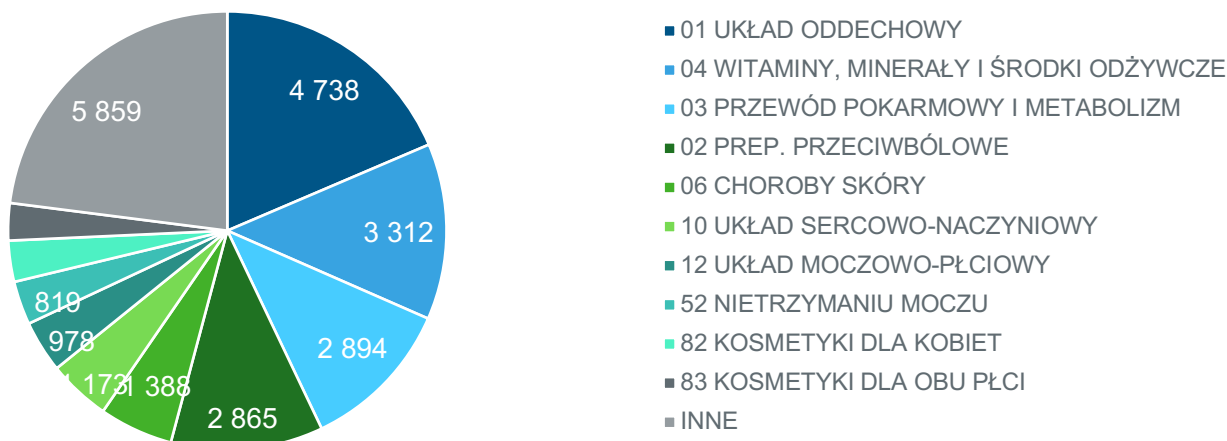
Następną w kolejności kategorią był segment „witamin i minerałów”. Spośród najczęściej kupowanych produktów z tej kategorii duży wzrost odnotowały witamina D3, witaminy z grupy B, witamina C, magnez oraz mikroelementy – z dużym udziałem marek własnych. Kategoria ta odnotowała wielkość sprzedaży na poziomie 3,0 mld zł przy jednoczesnym wzroście o 9,1% w porównaniu do ubiegłego roku.

Kolejną kategorią były „produkty przeciwbólowe” gdzie obserwujemy wzrost w tradycyjnych preparatach przeciwbólowych, przeciwbólowych do stosowania zewnętrznego a także preparatów rozkurczowych. Kategoria ta odnotowała wielkość sprzedaży na poziomie 2,7 mld zł przy jednoczesnym wzroście o 11,0% w porównaniu do ubiegłego roku.

Kategorią zamykającą najważniejsze segmenty rynku OTC jest grupa „produktów wspomagających trawienie”. Kategoria ta odnotowała wielkość sprzedaży na poziomie 2,7 mld zł przy jednoczesnym wzroście o 11,6% w porównaniu do ubiegłego roku.

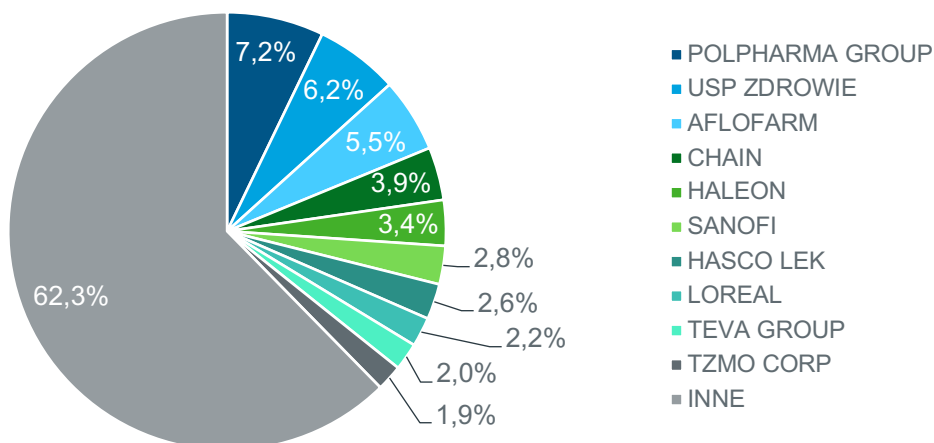
Należy także wspomnieć o segmencie PAC – materiały medyczne, który w 2022 roku głównie z powodu konfliktu na Ukrainie znacząco wzrósł (+21,2%), aby w 2023 roku wyhamować (-10,8%). W 2024 roku poziom sprzedaży dla tej kategorii pozostaje po podobnym poziomie jak w 2023 roku.

**Sprzedaż głównych kategorii rynku OTC w kanale sprzedaży aptecznej (stacjonarnej i www) w 2024 r. (w mln PLN) – ceny detaliczne brutto**



**Korporacje OTC**

**Udziały korporacji w rynku OTC w kanale sprzedaży aptecznej (stacjonarnej i www) w 2024 r. (w mln PLN) – ceny detaliczne brutto**



**Średnia cena (w PLN) za opakowanie według kategorii produktu: w kanale sprzedaży aptecznej (stacjonarnej i www) w 2024 r. – ceny detaliczne brutto**

