



## Fluktuacje pandemiczne w kategoriach produktów bez recepty

Zeszły rok przemodelował nasze życie, pracę profesjonalistów medycznych, sposób prowadzenia aptek, ale także potrzeby oraz preferencje pacjentów i konsumentów odwiedzających apteki. Ogromny wpływ na popyt mają obostrzenia.

Dr JAROSŁAW FRĄCKOWIAK  
Prezes PEX PharmaSequence

Maseczki, dystans społeczny, dezynfekcja, praca zdalna i zmniejszenie mobilności ludzi ograniczyły skalę sezonu przeziębień i alergii. Nasze społeczne zainteresowanie – jeszcze w większym stopniu niż kiedyś – budzić zaczęły wszelkiego rodzaju produkty wspomagające odporność, wspierające walkę z wirusami oraz „medialne gwiazdy”. Owe „medialne gwiazdy” – w tym miejscu – rozumiem,

jako produkty wskazane jako jakoś skuteczne w przypadku koronawirusa – niezależnie od sposobu działania.

Dane prezentuję na wykresach (źródło: informacje przeliczane na podstawie danych z reprezentatywnego panelu aptek ABD, kategoryzowane według aptecznego systemu GRUPEX). Największe wzrosty zaobserwowano w kategorii witamin – przebojami są witaminy D i C. Rośnie znacząco także kategoria produktów przeciwbólowych (działają przeciw też przeciwgorączkowo), oczywiście

przeciwvirusowe, ale także „uspokajające”. Pandemia odbija się na naszym samopoczuciu psychicznym.

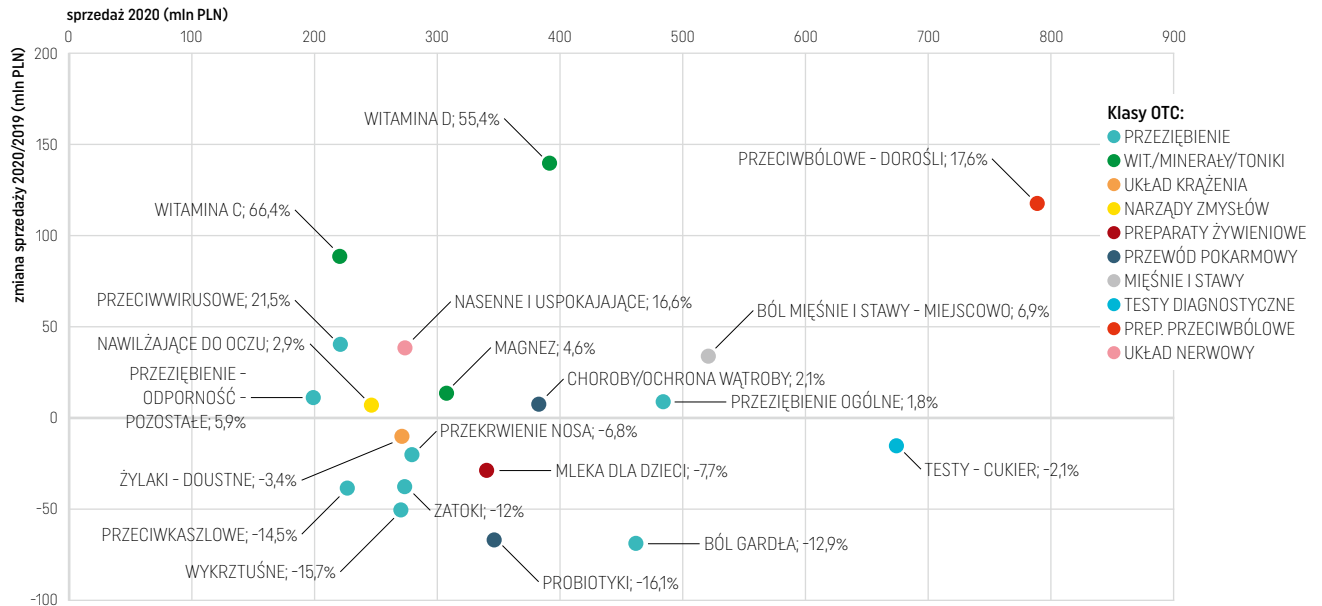
Zupełnie inaczej wygląda sytuacja w kategoriach produktów, które tracą rynek rok do roku. Inaczej: nie dlatego, że tracą, ale dlatego, że to przedpandemiczni liderzy. Produkty „na zatoki”, ból gardła, przeciwkaszlowe, na katar notują spadki. Bardzo dużo straciły też probiotyki, których sprzedaż często wiązała się z zakupem antybiotyków. Ale jeżeli mniej jest infekcji, odbija się to na sprzedaży również w tej kategorii. Bardzo dużo straciły kosmetyki, wypadły z „koszyków”, ale już wracają. Najnowsze dane z lutego 2021 wskazują, że rośnie ilość transakcji zawierających tylko kosmetyki.

Patrząc na rynek apteczny z lotu ptaka można wyodrębnić (szczegóły na wykre-

KATEGORYZACJA APTECZNA GRUPEX:

największe wzrosty dotyczyły produktów związanych z pandemią (przeciwwirusowych i zwiększających odporność)

Top kategorii GRUPEX OTC3 pod względem wartości sprzedaży w 2020 roku  
(ceny detaliczne, mln PLN)

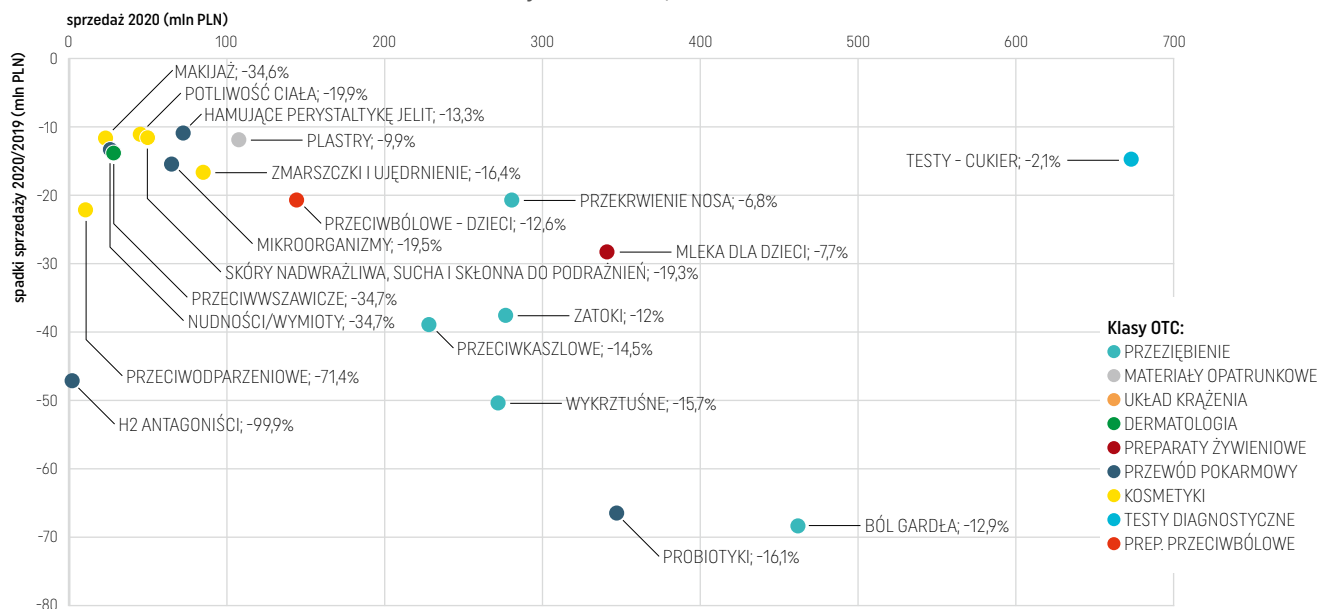


Źródło: PEX PharmaSequence, Omnibus 12/2020

KATEGORYZACJA APTECZNA GRUPEX:

największe spadki sprzedaży odnotowały klasy związane z symptomami przeziębienia, probiotyki oraz kosmetyki

Top kategorii GRUPEX OTC3 pod względem spadku wartości sprzedaży w 2020 roku  
(ceny detaliczne, mln PLN)

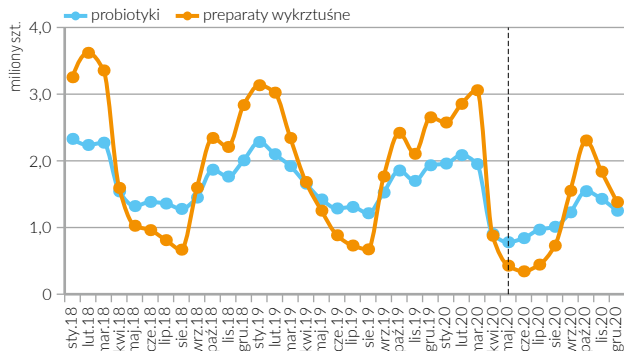


Źródło: PEX PharmaSequence, Omnibus 12/2020

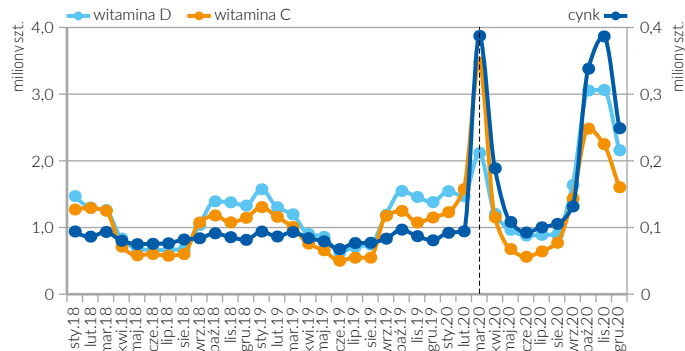
Produkty bez recepty – rynek zmniejszył się ilościowo o 2,7% w porównaniu do 2019 roku, ale były obszary, które bardzo zyskały na wystąpieniu pandemii

**OPAKOWANIA**

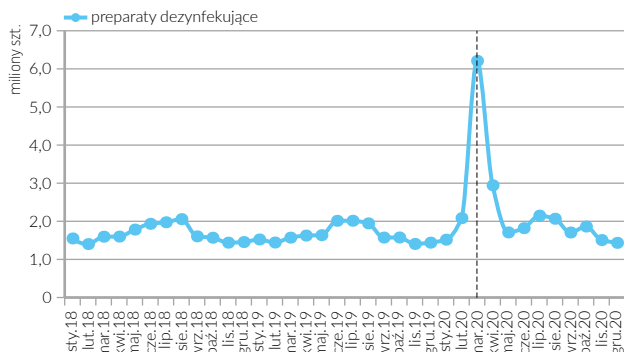
**WIELCY PRZEGRANI**



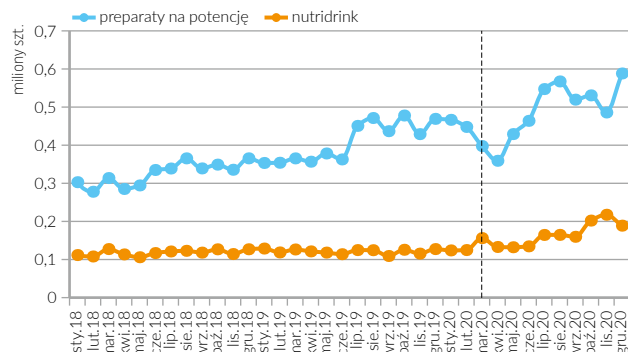
**OCZYWIŚCI WYGRANI**



**CHWILOWI BOHATEROWIE**



**NIEOCZYWIŚCI WYGRANI**



Źródło: Omnibus 12/2020

sie, tym razem mowa nie o wartości rynku, ale o liczbie sprzedanych opakowań) cztery „meta-segmenty”:

1. wielcy przegrani – probiotyki, preparaty wykrztuśne;
2. oczywiści wygrani – witaminy D i C oraz cynk;
3. chwilowi bohaterowie – mycie/dezynfekcja;
4. nieoczywiści wygrani – produkty na potencję i nutridrinki. Nieoczywiści wygrani to oczywiście efekt wypuszczenia nowej dawki sildenafilu. Nutridrinki były „trendowe” już przed pan-

demią. Można się było spodziewać, że dezynfekcja/mycie zawita na dłużej w gronie liderów sprzedaży – jednak ta kategoria „przepłynęła” w dużej mierze do drogerii i sklepów.

Czy zmiana w preferencjach konsumentów jest trwała? W przypadku preparatów na przeziębienie to funkcja ostrzeżeń lub jej braku, ale już w przypadku produktów wspierających odporność trend wzrostu czy, przynajmniej utrzymania wysokiej sprzedaży, prawdopodobnie się utrzyma.

Zapewne jeszcze długo pacjenci/konsumenci będą do aptek trafiać rzadziej, ale kupować więcej i za większe pieniądze. Jeżeli wzrośnie liczba świadczeń i zaczniemy spłacać dług zdrowotny (suma niezrealizowanych świadczeń i inicjacji terapii w 2020 roku), to 2021 zapowiada się pod względem sprzedaży aptecznej pozytywnie. Warto jednak śledzić (patrząc na kategorie produktów bez recepty, w każdej aptece jest lub może być zainstalowana kategoryzacja), co i jak się sprzedaje oraz w jakim trendzie. To nie jest trudne, a z punktu racjonalności prowadzenia biznesu i zabezpieczenia potrzeb klientów, bywa bezcenne. ●

»Witamina C i D notują rekordowe poziomy sprzedaży. Klienci kupują mniej kosmetyków aptecznych i probiotyków.«

\* Dane i informacje wykorzystane w artykule (o ile nie podano inaczej) opracowane na podstawie bazy aptek PEX (DOBA) oraz badań PEX PharmaSequence w tym, na podstawie analiz z reprezentatywnego panelu PEX PharmaSequence umożliwiającego – aptekom i sieciom, członkom Aptecznego Banku Danych – dostęp do szczegółowych analiz. Adres do autora: jaroslaw.frackowiak@pexps.pl