

[Akceptuje](#)

W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczone w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. Więcej szczegółów w naszej [Polityce Prywatności](#)

[Portal Informacje](#) [Katalog firm](#) [Praca](#) [Szkolenia](#) [Wydarzenia](#) [Porównania międzylaboratoryjne](#)
[Kontakt](#)



[Laboratoria](#)
[.net](#)
[Innowacje](#)
[Nauka](#)
[Technologie](#)

[Logowanie](#) [Rejestracja](#) [pl](#)

Newsletter

zapisz się



[Strona główna](#) > [Biznes laboratoryjny](#)

Rynek dermokosmetyków w Polsce wychodzi poza apteki



Według najnowszego raportu PMR „Rynek dermokosmetyków w Polsce 2012. Prognozy rozwoju na lata 2012-2014” w 2014 r. sprzedaż dermokosmetyków w aptekach w Polsce sięgnie już prawie 1 mld zł. W 2012 r. dermokosmetyki, dzięki zwiększonym zakupom pod koniec roku, mają szansę osiągnąć sprzedaż na poziomie 895 mln zł.

W latach 2010-2011 negatywny wpływ na analizowany rynek miał przede wszystkim kryzys gospodarczy. Według przedstawicieli firm ankietowanych specjalnie na potrzeby raportu, mamy do czynienia również ze stopniowym nasycaniem się rynku – szeroka paleta produktów powiela już istniejące na rynku receptury. Co więcej, nie ułatwia sytuacji producentów i dystrybutorów zagniatwana ścieżka legislacyjna (w porównaniu do innych krajów, a nie do innego typu produktów np. leków) – chodzi przede wszystkim o sprzeczność decyzji wydawanych przez różne instytucje,

w wyniku czego produkty dostępne na innych rynkach, np. skandynawskim, mogą utknąć w Polsce na etapie rejestracji.

- Na dynamikę rynku negatywnie wpływają również przepisy nowej ustawy refundacyjnej. Po 1 stycznia 2012 r. dla segmentu dermokosmetyków największą zmianą było wprowadzenie zakazu reklamy aptek. W związku z tym na początku roku zniknęły z większości aptek gazetki promocyjne oraz inne narzędzia wspierające sprzedaż np. dermokonsultacje. Również, na skutek zamieszania i niższych przychodów ze sprzedaży leków refundowanych, wiele aptek znalazło się w trudnej sytuacji finansowej np. złożyło wnioski o upadłość lub wstrzymało plany ekspansji - stwierdza Monika Stefańczyk, główny analityk rynku farmaceutycznego w firmie PMR.

Obecnie Polacy wydają więcej na leki, ograniczają więc wydatki na dermokosmetyki lub sięgają po tańsze marki. Podsumowując, według naszych prognoz, w całym 2012 r. dynamika zmiany będzie ujemna i wyniesie około 2%, po zwiększonych zakupach dermokosmetyków pod koniec roku, m.in. w okresie świątecznym.

W kolejnych latach, po dostosowaniu się rynku aptecznego do przepisów nowej ustawy, coraz większa liczba aptekarzy może być zainteresowana wprowadzeniem dermokosmetyków do swojej oferty. Są to bowiem produkty, na których możliwe jest generowanie 20-30% marż, co pozwoli zredukować negatywne skutki ustawy refundacyjnej. Przyczyną tego optymizmu jest m.in. fakt wprowadzania na rynek nowych marek i produktów nawet w trudnym, 2012 roku.

Kilkunastoprocentowy wzrost sprzedaży dermokosmetyków przez internet w latach 2012-2013

Jednocześnie, zamieszanie legislacyjne i brak możliwości odpowiedniego (w porównaniu do tej pory stosowanych) wsparcia sprzedaży aptecznej skłonił producentów do spojrzenia bardziej przychylnym okiem na kanały sprzedaży internetowej i drogeryjnej. Zdecydowana większość respondentów naszego badania jest zdania, że w 2012 i w 2013 r. zwiększy się wartość rynku internetowej dystrybucji dermokosmetyków w Polsce.

Na podstawie wyników badania można stwierdzić, że sprzedaż przez ten kanał będzie rosła w kolejnych latach o kilkanaście procent rocznie, około 2,5 razy szybciej niż sprzedaż w aptekach tradycyjnych.

Źródło: <http://www.naukawpolsce.pap.pl>

<http://laboratoria.net/biznes-i-przetargi/16054.html>

Informacje dnia: [Jak poradzić sobie z końcem wakacji? Zalecenia w sprawie mpox są racjonalne i adekwatne](#) [Przydatność organów do przeszczepu](#) [Naukowcy zbadali, jak powstają nowe słowa w mediach społecznościowych](#) [Telefony komórkowe nie powodują nowotworów mózgu](#) [Ryzyko zawału i udaru mózgu u kobiet](#) [Jak poradzić sobie z końcem wakacji? Zalecenia w sprawie mpox są racjonalne i adekwatne](#) [Przydatność organów do przeszczepu](#) [Naukowcy zbadali, jak powstają nowe słowa w mediach społecznościowych](#) [Telefony komórkowe nie powodują nowotworów mózgu](#) [Ryzyko zawału i udaru mózgu u kobiet](#) [Jak poradzić sobie z końcem wakacji? Zalecenia w sprawie mpox są racjonalne i adekwatne](#) [Przydatność organów do przeszczepu](#) [Naukowcy zbadali, jak powstają nowe słowa w mediach społecznościowych](#) [Telefony komórkowe nie powodują nowotworów mózgu](#) [Ryzyko zawału i udaru mózgu u kobiet](#)

Partnerzy