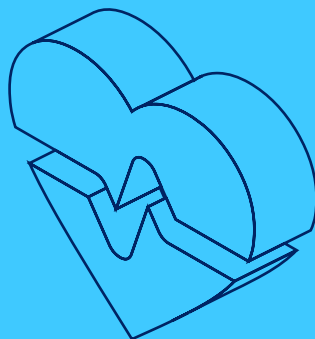




**PMR** HEALTHCARE  
EXPERTS

# RYNEK PRODUKTÓW BEZ RECEPTY W POLSCE 2025

Analiza rynku i prognozy rozwoju  
na lata 2025-2030



© 1996—2025+ PMR MARKET EXPERTS

# Spis treści

**Streszczenie menedżerskie » 11**

**Wartość detalicznego rynku produktów bez recepty w Polsce w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 25**

**Założenia przyjęte do prognoz » 25**

**Ogółem » 26**

**W podziale na kanały dystrybucji » 27**

**W podziale na sprzedaż stacjonarną i internetową » 29**

**W podziale na sprzedaż apteczną i pozaapteczną » 30**

**Główne trendy i kluczowe czynniki wpływające na rynek produktów bez recepty w Polsce » 32**

**Czynniki makroekonomiczne i demograficzne » 33**

Ogólne perspektywy makroekonomiczne » 34

Tempo wzrostu cen ogółem, suplementów diety oraz leków OTC » 35

Wydatki gospodarstw domowych w Polsce na wyroby medyczo-farmaceutyczne » 36

Sytuacja materialna ludności » 36

Sytuacja na polskim rynku pracy » 37

Demografia » 38

Otoczenie geopolityczne » 39

Globalne napięcia handlowe > 39

Wojna w Ukrainie > 40

Pozostałe ryzyka > 40

**Czynniki popytowe » 40**

Online czy offline – gdzie Polacy kupują produkty bez recepty? » 41

Penetracja e-zakupów produktów bez recepty na tle innych kategorii e-commerce » 43

Plany zakupu produktów bez recepty – regularne czy okazjonalne? »	43
Rola farmaceuty bardziej istotna niż lekarza »	44
ROPO mało popularne w przypadku suplementów diety »	48
Jakie promocje produktów bez recepty zachęcają najbardziej do zakupu? »	49
Pokolenie Z i Millenialsi bardziej skłonne do testowania nieznanymi marek »	50
Ulotka kluczowa dla kupujących leki OTC »	51
Internet istotnym źródłem poszukiwania informacji o produktach bez recepty »	52
Aktywność sportowa stymuluje aktywność zakupową Polaków? »	53
Ponad jedna czwarta konsumentów produktów bez recepty sięga po kolagen »	54
<b>Czynniki podażowe »</b>	<b>55</b>
Spadek liczby placówek aptecznych obniża potencjał ilościowy rynku »	55
Relatywnie ograniczona liczba switch Rx-OTC »	56
Rośnie znaczenie marek własnych »	60
Co dziesiąty lek dopuszczany do obrotu jest bez recepty »	61
Co dalej z subskrypcjami? »	62
Retail media – narzędzie do zwiększenia skuteczności działań marketingowych »	63
<b>Czynniki technologiczne »</b>	<b>64</b>
Liczba osób kupujących online przekroczyła 20 mln »	64
Inteligentna produkcja »	66
Liczba automatów paczkowych niemal podwoiła się w zaledwie dwa lata »	67
Ofensywa chińskich platform – czy Temu faktycznie zagraża Allegro? »	68
Czy ChatGPT stanie się platformą sprzedażową? »	71
Shoppertainment: TikTok Shop może zmienić obraz polskiego e-commerce, ale czy produkty bez recepty to odczują? »	73
<b>Czynniki prawne »</b>	<b>73</b>
Po wyroku TSUE: nadchodzą zmiany w zakazie reklamy aptek »	74
Ustawa Apteka dla Aptekarza »	74
Większy nadzór nad rynkiem suplementów diety? »	75
System kaucyjny także w aptekach »	76

## **Profil konsumenta produktów bez recepty » 78**

**Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty » 78**

**Odsetek Polaków kupujących poszczególne kategorie produktów bez recepty » 79**

**Liczba kupowanych kategorii produktów bez recepty » 81**

**Spontaniczność podczas zakupów produktów bez recepty według kategorii » 81**

**Najczęściej wybierane miejsca zakupu » 82**

Apteki stacjonarne » 82

Drogerie stacjonarne » 84

Sieci spożywcze » 84

Internet » 85

**Miejsca, w jakich Polacy nie kupiliby produktów bez recepty » 85**

**Nowi i stali klienci w kategoriach produktowych w 2025 r. » 87**

**Zmiana ilości przyjmowanych produktów bez recepty w 2025 r. » 88**

**Koszyki zakupowe produktów bez recepty » 90**

## **Segmentacja konsumentów produktów bez recepty » 94**

**Cenowi pragmatycy » 97**

Cechy społeczno-demograficzne » 97

Charakterystyka segmentu » 98

**Świadomi decydenci » 99**

Cechy społeczno-demograficzne » 99

Charakterystyka segmentu » 100

**Tradycyjni lojaliści » 102**

Cechy społeczno-demograficzne » 102

Charakterystyka segmentu » 103

## Kanały dystrybucji na detalicznym rynku produktów bez recepty w Polsce » 106

### Miejsca zakupu produktów bez recepty » 106

Leki OTC » 106

Suplementy diety » 107

### Apteki » 109

Wartość sprzedaży produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 109

Struktura kanału w podziale na leki OTC i suplementy diety w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 110

Liczba sprzedanych opakowań produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych w latach 2021-2025 » 110

Ceny produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych w latach 2021-2025 » 111

Ogółem > 111

Według kategorii produktowych > 112

Najlepiej sprzedające się marki produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych w latach 2021-2025 » 113

Najwięksi producenci produktów bez recepty na rynku aptecznym » 116

Ranking największych graczy pod względem wartości sprzedaży > 116

Ranking największych graczy pod względem liczby sprzedanych opakowań > 119

Profil kupującego produkty bez recepty w aptekach stacjonarnych » 122

### Sklepy stacjonarne » 122

Wartość sprzedaży produktów bez recepty w sklepach stacjonarnych w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 122

Struktura kanału w podziale na leki OTC i suplementy diety w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 123

Wartość sprzedaży produktów bez recepty w sklepach stacjonarnych w podziale na typ sklepu w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 124

Profil kupującego produkty bez recepty w sklepach stacjonarnych » 126

### Internet » 127

Wartość internetowego rynku produktów bez recepty w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 127

Struktura kanału w podziale na leki OTC i suplementy diety w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » **128**

Wartość internetowego rynku produktów bez recepty w podziale na e-apteki, e-sklepy i platformy w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » **129**

Profil kupującego produkty bez recepty w internecie » **131**

## **Analiza kategorii produktowych na rynku produktów bez recepty w Polsce » 133**

**Wartość sprzedaży głównych kategorii produktów bez recepty w Polsce w latach 2022-2025 » 133**

**Miejsca zakupu: Apteki stacjonarne pierwszym wyborem gdy liczy się czas reakcji » 136**

**Grypa, przeziębienie i inne infekcje » 137**

Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży » **137**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów » **138**

Perspektywy rozwoju » **145**

**Leki przeciwbólowe i przeciwgorączkowe » 146**

Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży » **146**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów » **146**

Perspektywy rozwoju » **154**

**Trawienie, problemy żołądkowe, wątroba, zgaga » 155**

Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży » **155**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów » **155**

Perspektywy rozwoju » **164**

**Witaminy i minerały » 164**

Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży » **164**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów » **164**

Perspektywy rozwoju » **172**

**Produkty na mięśnie, kości i stawy » 172**

Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży » **172**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów » **172**

Perspektywy rozwoju » **181**

<b>Tabletki do ssania na ból gardła i chrypkę</b>	<b>»</b>	<b>181</b>
Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży	<b>»</b>	<b>181</b>
Cechy i zachowania zakupowe konsumentów	<b>»</b>	<b>182</b>
Perspektywy rozwoju	<b>»</b>	<b>190</b>
<b>Produkty na krążenie, w tym na serce, żylaki</b>	<b>»</b>	<b>190</b>
Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży	<b>»</b>	<b>190</b>
Cechy i zachowania zakupowe konsumentów	<b>»</b>	<b>190</b>
Perspektywy rozwoju	<b>»</b>	<b>197</b>
<b>Probiotyki</b>	<b>»</b>	<b>198</b>
Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży	<b>»</b>	<b>198</b>
Cechy i zachowania zakupowe konsumentów	<b>»</b>	<b>198</b>
Perspektywy rozwoju	<b>»</b>	<b>205</b>
<b>Magnez</b>	<b>»</b>	<b>205</b>
Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży	<b>»</b>	<b>205</b>
Cechy i zachowania zakupowe konsumentów	<b>»</b>	<b>206</b>
Perspektywy rozwoju	<b>»</b>	<b>213</b>
<b>Produkty poprawiające stan włosów, skóry i paznokci</b>	<b>»</b>	<b>213</b>
Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży	<b>»</b>	<b>213</b>
Cechy i zachowania zakupowe konsumentów	<b>»</b>	<b>214</b>
Perspektywy rozwoju	<b>»</b>	<b>222</b>
<b>Witamina D</b>	<b>»</b>	<b>222</b>
Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży	<b>»</b>	<b>222</b>
Cechy i zachowania zakupowe konsumentów	<b>»</b>	<b>223</b>
Perspektywy rozwoju	<b>»</b>	<b>230</b>
<b>Produkty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne)</b>	<b>»</b>	<b>230</b>
Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży	<b>»</b>	<b>230</b>
Cechy i zachowania zakupowe konsumentów	<b>»</b>	<b>230</b>
Perspektywy rozwoju	<b>»</b>	<b>239</b>

**Odżywki dla sportowców » 239**

Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży » **239**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów » **240**

Perspektywy rozwoju » **247**

**Produkty na układ moczowy lub infekcje intymne » 247**

Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży » **247**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów » **247**

Perspektywy rozwoju » **255**

**Kwasy omega oraz tranzy » 256**

Wartość kategorii i struktura w podziale na kanały sprzedaży » **256**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów » **256**

Perspektywy rozwoju » **263**

**Pozostałe kategorie produktowe » 264**

Krople do oczu » **264**

Cechy i zachowania zakupowe konsumentów > **264**

Perspektywy rozwoju > **272**

Produkty na bazie CBD » **272**

Nikotynowa terapia zastępcza » **273**

Super foods » **274**

Mleko modyfikowane » **275**

**Metodologia opracowania raportu » 277**

**Spis grafik i tabel » 287**

**O PMR » 305**

# Spis grafik i tabel

## Wartość detalicznego rynku produktów bez recepty w Polsce w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 25

Wartość (mln zł) i dynamika (%) rynku detalicznego produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **26**

Wartość rynku produktów bez recepty w Polsce w podziale na kanały dystrybucji (mln zł), 2021-2030 » **28**

Dynamika wzrostu poszczególnych kanałów dystrybucji na rynku produktów bez recepty w Polsce (%), 2021-2030 » **28**

Udziały poszczególnych kanałów dystrybucji w rynku produktów bez recepty w Polsce (%), 2021-2030 » **28**

Wartość rynku produktów bez recepty w Polsce, w podziale na sprzedaż stacjonarną i internetową (mln zł), 2021-2030 » **29**

Dynamika rynku produktów bez recepty w Polsce, w podziale na sprzedaż stacjonarną i internetową (%), 2021-2030 » **29**

Wartościowe udziały sprzedaży stacjonarnej i internetowej w rynku produktów bez recepty w Polsce (%), 2021-2030 » **30**

Wartość rynku produktów bez recepty w Polsce, w podziale na sprzedaż apteczną i pozaapteczną (mln zł), 2021-2030 » **30**

Dynamika rynku produktów bez recepty w Polsce, w podziale na sprzedaż apteczną i pozaapteczną (%), 2021-2030 » **31**

Wartościowe udziały sprzedaży aptecznej i pozaaptecznej w rynku produktów bez recepty w Polsce (%), 2021-2030 » **31**

## Główne trendy i kluczowe czynniki wpływające na rynek produktów bez recepty w Polsce » 32

Główne czynniki i trendy wpływające na rynek produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **33**

Wpływ czynników makroekonomicznych i demograficznych na rynek produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **33**

PKB per capita oraz realna dynamika PKB w Polsce, 2021-2030 » **34**

Inflacja CPI, cen suplementów diety oraz leków OTC w Polsce (% , r/r), 2021-2030 » **35**

Dynamika średnich miesięcznych wydatków gospodarstw domowych na wyroby medyczne (% , r/r) w Polsce, 2021-2030 » **36**

Realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych w Polsce oraz konsumpcji prywatnej (% , r/r), 2021-2030 » **37**

Średnioroczna stopa bezrobocia BAEL oraz realna dynamika przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce, 2021-2030 » **38**

Liczba rezydentów w Polsce, udziały poszczególnych grup demograficznych oraz liczba rezydentów wraz z uchodźcami z Ukrainy, 2021-2030 » **39**

Wpływ czynników popytowych na wartość rynku produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **40**

Odsetek Polaków, którzy zakupili przynajmniej jedną kategorię produktów bez recepty (%), 2023-2025 » **42**

Sposób dokonywania zakupów leków OTC w Polsce (%), online vs. offline, 2021-2024 » **42**

Sposób dokonywania zakupów suplementów diety w Polsce (%), online vs. offline, 2021-2024 » **42**

Odsetek konsumentów dokonujących e-zakupów wybranych kategorii (%), 2021-2025 » **43**

Plany zakupu produktów bez recepty (%), 2025 » **44**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty (%), 2025 » **45**

Najważniejsze kryterium zakupu produktów bez recepty (%), 2025 » **46**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty (%), w podziale na leki OTC i suplementy diety, 2025 » **47**

Osoby, z którymi konsumenci konsultują się przed rozpoczęciem przyjmowania produktów bez recepty (%), w podziale na leki OTC i suplementy diety, 2025 » **48**

Zwyczajowy sposób zakupu produktów bez recepty przez Polaków (%), w podziale na suplementy diety i leki OTC, 2025 » **49**

Najbardziej zachęcające formy promocji podczas zakupów produktów bez recepty (%), w podziale na suplementy diety i leki OTC, 2025 » **50**

Nawyki konsumenckie przy wyborze konkretnych marek produktów bez recepty (%), 2023-2025 » **51**

Kupowanie produktów bez recepty nieznanymi konsumentom marek (%), według wieku i generacji, 2025 » **51**

Nawyki konsumenckie przy korzystaniu z ulotek produktów bez recepty (%), w podziale na leki OTC i suplementy diety, 2023-2025 » **52**

Istotność internetu jako miejsca poszukiwania informacji o produktach bez recepty (%), w podziale na leki OTC i suplementy diety, 2023-2025 » **52**

Odsetek konsumentów kupujących produkty wspierające aktywność fizyczną wśród konsumentów artykułów sportowych (%), według wybranych grup produktowych, 2024-2025 » **54**

Odsetek konsumentów produktów bez recepty sięgających po kolagen (%), 2025 » **54**

Powody sięgania po produkty z kolagenem (%), 2025 » **55**

Wpływ czynników podażowych na wartość rynku produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **55**

Liczba aptek ogólnodostępnych i punktów aptecznych w Polsce, 2020-I kw. 2025 » **56**

Średni miesięczny obrót w aptece w Polsce (tys. zł), apteki sieciowe i indywidualne, 2020-2025 » **56**

Liczba zmian statusu lek na receptę-lek OTC w Polsce, 2020-październik 2025 » **57**

Zmiany kategorii dostępności z Rx na OTC w Polsce, styczeń 2022-październik 2025 » **58**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) aptecznego rynku marek własnych produktów bez recepty w Polsce, 2020-I poł. 2025 » **60**

Liczba (mln opakowań) i dynamika (%) aptecznego rynku marek własnych produktów bez recepty w Polsce, 2020-I poł. 2025 » **60**

Udział marek własnych produktów bez recepty w rynku aptecznym w Polsce (%), 2020-I poł. 2025 » **61**

Średnie ceny (zł) i dynamika (%) na aptecznym rynku marek własnych produktów bez recepty w Polsce, 2020-I poł. 2025 » **61**

Liczba dopuszczonych do obrotu leków OTC w Polsce, 2020-2025 » **62**

Perspektywiczne obszary rozwoju dla retail media, 2025 » **64**

Wpływ czynników technologicznych na wartość rynku produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **64**

Odsetek użytkowników internetu i odsetek kupujących w internecie w danych grupach wieku w Polsce (%), 2021-2030 » **65**

Liczba użytkowników internetu (mln) i liczba kupujących w internecie (mln) w danych grupach wieku w Polsce (%), 2021-2030 » **65**

E-konsumenci wybierający odbiór przesyłki w automacie paczkowym (%), 2022-2025 » **67**

Liczba (tys.) automatów paczkowych w Polsce i ich dynamika (%), 2019-2025 » **68**

Liczba automatów paczkowych największych operatorów w Polsce (tys.), lipiec 2025 » **68**

Liczba użytkowników (real users, mln) Allegro vs. chińskie platformy handlowe, I poł. 2025 » **69**

Średni czas spędzony na stronie (ATS) Allegro vs. chińskie platformy handlowe, I poł. 2025 » **69**

Najwięksi reklamodawcy pod względem liczby reklam w ekosystemie Meta w Polsce (tys.), 2025 » **70**

Chińskie platformy handlowe – mocne i słabe strony, 2025 » **70**

Sposoby wyszukiwania produktów podczas zakupów online (%), 2025 » **72**

Sposoby wyszukiwania produktów podczas zakupów online: „Wpisuję zapytanie w czat sztucznej inteligencji” (%), penetracja w wybranych grupach społeczno-demograficznych, 2025 » **72**

Stosunek e-konsumentów do czatów lub botów jako asystentów zakupowych (%), 2025 » **73**

Wpływ czynników prawnych na wartość rynku produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **73**

## Profil konsumenta produktów bez recepty » **78**

Odsetek Polaków, którzy zakupili przynajmniej jedną kategorię produktów bez recepty (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **79**

Odsetek Polaków, którzy zakupili produkty bez recepty z poszczególnych kategorii (%), 2023-2025 » **80**

Liczba zakupionych kategorii produktów bez recepty (%), 2024-2025 » **81**

Najczęstsze okazje zakupowe produktów bez recepty (%), według kategorii produktowej, 2025 » **82**

Najczęściej wybierane apteki stacjonarne przy zakupie produktów bez recepty (%), 2023-2025 » **83**

Najczęściej wybierane apteki stacjonarne przy zakupie produktów bez recepty (%), według wybranych kategorii produktów – część 1, 2025 » **83**

Najczęściej wybierane apteki stacjonarne przy zakupie produktów bez recepty (%), według wybranych kategorii produktów – część 2, 2025 » **84**

Najczęściej wybierane drogerie stacjonarne przy zakupie produktów bez recepty (%), 2023-2025 » **84**

Najczęściej wybierane sklepy spożywcze przy zakupie produktów bez recepty (%), 2023-2025 » **85**

Najczęściej wybierane miejsca internetowych zakupów produktów bez recepty (%), 2025 » **85**

Miejsca w jakich Polacy nie kupiliby poszczególnych kategorii produktów bez recepty – część 1 (%), 2025 >> **86**

Miejsca w jakich Polacy nie kupiliby poszczególnych kategorii produktów bez recepty – część 2 (%), 2025 >> **87**

Odsetek nowych i stałych klientów w wybranych kategoriach produktów bez recepty (%), 2025 >> **88**

Zmiana ilości przyjmowania wybranych kategorii produktów bez recepty w porównaniu do ubiegłego roku (%), 2025 >> **89**

Wspólne zakupy produktów bez recepty (%), 2025 >> **91**

Koszyki zakupowe wybranych kategorii produktów bez recepty, 2025 >> **93**

## Segmentacja konsumentów produktów bez recepty >> **94**

Segmenty kupujących produkty bez recepty w Polsce wraz z podstawową strukturą społeczno-demograficzną (%), 2025 >> **95**

Odsetek konsumentów kupujących wybrane kategorie produktów bez recepty w Polsce, w podziale na segmenty (%), 2025 >> **96**

Opinie dotyczące wybranych aspektów związanych z lekami OTC, w podziale na segmenty, 2025 >> **96**

Podstawowe cechy społeczno-demograficzne segmentu Cenowi pragmatycy (%), 2025 >> **97**

Pięć najczęściej kupowanych przez konsumentów z segmentu Cenowi pragmatycy kategorii produktów bez recepty (%), 2025 >> **98**

Pięć najczęściej branych pod uwagę przez konsumentów z segmentu Cenowi pragmatycy czynników wyboru zakupu produktów bez recepty (%), 2025 >> **98**

Opinie konsumentów z segmentu Cenowi pragmatycy dotyczące wybranych aspektów samopoczucia, 2025 >> **99**

Podstawowe cechy społeczno-demograficzne segmentu Świadomi decydenci (%), 2025 >> **99**

Pięć najczęściej kupowanych przez konsumentów z segmentu Świadomi decydenci kategorii produktów bez recepty (%), 2025 >> **101**

Pięć najczęściej branych pod uwagę przez konsumentów z segmentu Świadomi decydenci czynników wyboru zakupu produktów bez recepty (%), 2025 >> **101**

Opinie konsumentów z segmentu Świadomi decydenci dotyczące wybranych aspektów samopoczucia, 2025 >> **102**

Podstawowe cechy społeczno-demograficzne segmentu Tradycyjni lojaliści (%), 2025 » **102**

Pięć najczęściej kupowanych przez konsumentów z segmentu Tradycyjni lojaliści kategorii produktów bez recepty (%), 2025 » **104**

Pięć najczęściej branych pod uwagę przez konsumentów z segmentu Tradycyjni lojaliści czynników wyboru zakupu produktów bez recepty (%), 2025 » **104**

Opinie konsumentów z segmentu Tradycyjni lojaliści dotyczące wybranych aspektów samopoczucia, 2025 » **105**

## Kanały dystrybucji na detalicznym rynku produktów bez recepty w Polsce » **106**

Miejsca zakupu leków OTC w Polsce (%), 2016, 2019-2024 » **107**

Miejsca zakupu suplementów diety w Polsce (%), 2016, 2019-2024 » **108**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) aptecznego rynku produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **109**

Struktura (%) aptecznego rynku produktów bez recepty w Polsce, w podziale na leki OTC i suplementy diety, 2021-2030 » **110**

Liczba (mln) sprzedanych opakowań produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych w Polsce i dynamika (%), 2021-I poł. 2025 » **111**

Średnia cena (zł) za opakowanie produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych w Polsce i jej dynamika (%), 2021-I poł. 2025 » **111**

Średnie ceny produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych w Polsce (zł), według kategorii, 2021-I poł. 2025 » **112**

Dynamika średnich cen na rynku produktów bez recepty w aptekach stacjonarnych w Polsce (%), według kategorii, 2021-I poł. 2025 » **113**

Wartość sprzedaży 20 najlepiej sprzedających się marek produktów bez recepty w aptekach w Polsce (mln zł), 2021-I poł. 2025 » **114**

Dynamika wartości sprzedaży 20 najlepiej sprzedających się marek produktów bez recepty w aptekach w Polsce (%), 2021-I poł. 2025 » **114**

Udział (%) 20 najlepiej sprzedających się marek produktów bez recepty w sprzedaży aptecznej w Polsce, pod względem wartości sprzedaży, 2021-I poł. 2025 » **115**

Wartość sprzedaży najlepiej sprzedających się marek produktów bez recepty w głównych kategoriach w aptekach w Polsce (mln zł), 2021-I poł. 2025 » **116**

Wartość sprzedaży (mln zł) 20 największych producentów na aptecznym rynku produktów bez recepty w Polsce, 2021-I poł. 2025 » **117**

Dynamika wartości sprzedaży 20 największych producentów produktów bez recepty na rynku aptecznym w Polsce (%), 2021-I poł. 2025 » **117**

Udział (%) 20 największych producentów w sprzedaży aptecznej produktów bez recepty w Polsce, pod względem wartości sprzedaży, 2021-I poł. 2025 » **118**

Wartość sprzedaży (mln zł) i udział (%) największych producentów w głównych kategoriach na aptecznym rynku produktów bez recepty w Polsce, 2024-I poł. 2025 » **119**

20 największych producentów na aptecznym rynku produktów bez recepty w Polsce, pod względem liczby sprzedanych opakowań (mln), 2021-I poł. 2025 » **120**

Dynamika liczby sprzedanych opakowań 20 największych producentów produktów bez recepty na rynku aptecznym w Polsce (%), 2021-I poł. 2025 » **120**

Udział (%) 20 największych producentów w sprzedaży aptecznej produktów bez recepty w Polsce, pod względem liczby sprzedanych opakowań, 2021-I poł. 2025 » **121**

Struktura kupujących produkty bez recepty w aptekach stacjonarnych (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **122**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) pozaaptecznej stacjonarnej sprzedaży produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **123**

Struktura (%) pozaaptecznej stacjonarnej sprzedaży produktów bez recepty w Polsce, w podziale na leki OTC i suplementy diety, 2021-2030 » **123**

Wartość (mln zł) pozaaptecznej sprzedaży produktów bez recepty w sklepach stacjonarnych w Polsce, według typu sklepów, 2021-2030 » **125**

Dynamika (%) pozaaptecznej sprzedaży produktów bez recepty w sklepach stacjonarnych w Polsce, według typu sklepów, 2021-2030 » **125**

Udziały poszczególnych typów sklepów w wartości pozaaptecznej stacjonarnej sprzedaży produktów bez recepty w Polsce (%), 2021-2030 » **126**

Struktura kupujących produkty bez recepty w sklepach stacjonarnych (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **127**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) internetowej sprzedaży produktów bez recepty w Polsce, 2021-2030 » **128**

Struktura (%) internetowej sprzedaży produktów bez recepty w Polsce, w podziale na leki OTC i suplementy diety, 2021-2030 » **129**

Wartość internetowej sprzedaży produktów bez recepty w aptekach internetowych, sklepach internetowych oraz na platformach handlowych (mln zł), 2021-2030 » **130**

Dynamika wartości sprzedaży internetowej produktów bez recepty w aptekach internetowych, sklepach internetowych oraz na platformach handlowych (%), 2021-2030 » **131**

Udział aptek internetowych, sklepów internetowych i platform handlowych w wartości internetowego rynku produktów bez recepty w Polsce (%), 2021-2030 » **131**

Struktura kupujących produkty bez recepty w internecie (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **132**

## Analiza kategorii produktowych na rynku produktów bez recepty w Polsce » **133**

Estymowana wartość głównych kategorii produktowych na rynku produktów bez recepty w Polsce, według kanałów dystrybucji (mln zł), 2024 » **134**

Estymowany udział poszczególnych kategorii produktowych w wartości rynku produktów bez recepty w Polsce (%), według kanałów dystrybucji, 2024 » **135**

Struktura wartości rynku produktów bez recepty w Polsce (%), według głównych kategorii, 2022-2025 » **135**

Miejsca zakupu głównych kategorii na rynku produktów bez recepty w Polsce (%), 2025 » **136**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży produktów bez recepty na grypę i przeziębienie w Polsce (%), 2022-2025 » **138**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar i kaszel, 2025 » **139**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar i kaszel (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **140**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar i kaszel (%), 2024-2025 » **141**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar i kaszel (%), 2024-2025 » **142**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar (%), 2024-2025 » **143**

Odsetek nowych i stałych klientów produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **143**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar (%), 2024-2025 » **144**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **144**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar (%), 2024-2025 » **145**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty na przeziębienie, grypę, zatoki, katar (%), według płci, 2025 » **145**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży przeciwbólowych i przeciwgorączkowych produktów bez recepty w Polsce (%), 2022-2025 » **146**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych, 2025 » **148**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty przeciwbólowe i przeciwgorączkowe (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **149**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych (%), 2024-2025 » **150**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych (%), 2024-2025 » **151**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych (%), 2024-2025 » **152**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **152**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych (%), 2024-2025 » **153**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **153**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych (%), 2024-2025 » **154**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty przeciwbólowych i przeciwgorączkowych (%), według płci, 2025 » **154**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży produktów bez recepty na trawienie w Polsce (%), 2022-2025 » **155**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę, 2025 » **157**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **158**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), 2024-2025 » **159**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), 2024-2025 » **160**

Odsetek nowych i stałych klientów produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), 2024-2025 » **161**

Odsetek nowych i stałych klientów produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **161**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), 2024-2025 » **162**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **162**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), 2024-2025 » **163**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty na trawienie, problemy żołądkowe, wątrobę, zgagę (%), według płci, 2025 » **163**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży witamin i minerałów w Polsce (%), 2022-2025 » **164**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów witamin i minerałów, 2025 » **165**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty z kategorii witamin i minerałów (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **166**

Kwota wydana na ostatni zakup witamin i minerałów (%), 2024-2025 » **167**

Średnie wydatki roczne na zakup witamin i minerałów (%), 2024-2025 » **168**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach witamin i minerałów (%), 2024-2025 » **169**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach witamin i minerałów (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **169**

Miejsce ostatniego zakupu witamin i minerałów (%), 2024-2025 » **170**

Miejsce ostatniego zakupu witamin i minerałów (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **170**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) witamin i minerałów (%), 2024-2025 » **171**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie witamin i minerałów (%), według płci, 2025 » **171**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży produktów bez recepty na mięśnie, kości i stawy w Polsce (%), 2022-2025 » **172**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów na mięśnie, kości i stawy, 2025 » **174**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **175**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), 2024-2025 » **176**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), 2024-2025 » **177**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), 2024-2025 » **178**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **178**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), 2024-2025 » **179**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **179**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) produktów bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), 2024-2025 » **180**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty z kategorii mięśnie, kości i stawy (%), według płci, 2025 » **181**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę w Polsce (%), 2022-2025 » **182**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę, 2025 » **183**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **184**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), 2024-2025 » **185**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), 2024-2025 » **186**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), 2024-2025 » **187**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **187**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), 2024-2025 » **188**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **188**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), 2024-2025 » **189**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty na ból gardła i chrypkę (%), według płci, 2025 » **189**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży produktów bez recepty na układ krążenia w Polsce (%), 2022-2025 » **190**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty na układ krążenia, 2025 » **191**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty na układ krążenia (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **192**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów bez recepty na układ krążenia (%), 2024-2025 » **193**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty na układ krążenia (%), 2024-2025 » **194**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty na układ krążenia (%), 2024-2025 » **195**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów bez recepty na układ krążenia (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **195**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na układ krążenia (%), 2024-2025 » **196**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na układ krążenia (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **196**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) produktów bez recepty na układ krążenia (%), 2024-2025 » **197**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty na układ krążenia (%), według płci, 2025 » **197**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży probiotyków w Polsce (%), 2022-2025 » **198**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów probiotyków, 2025 » **199**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty z kategorii probiotyków (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **200**

Kwota wydana na ostatni zakup probiotyków (%), 2024-2025 » **201**

- Średnie wydatki roczne na zakup probiotyków (%), 2024-2025 » **201**
- Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach probiotyków (%), 2024-2025 » **202**
- Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach probiotyków (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **202**
- Miejsce ostatniego zakupu probiotyków (%), 2024-2025 » **203**
- Miejsce ostatniego zakupu probiotyków (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **203**
- Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) probiotyków (%), 2024-2025 » **204**
- Czynniki brane pod uwagę przy zakupie » **204**
- Czynniki brane pod uwagę przy zakupie probiotyków (%), według płci, 2025 » **205**
- Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży preparatów magnezu w Polsce (%), 2022-2025 » **205**
- Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów magnezu, 2025 » **207**
- Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty z kategorii preparatów magnezu (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **208**
- Kwota wydana na ostatni zakup magnezu (%), 2024-2025 » **209**
- Średnie wydatki roczne na zakup magnezu (%), 2024-2025 » **209**
- Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach magnezu (%), 2024-2025 » **210**
- Odsetek nowych i stałych klientów w zakupie magnezu (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **210**
- Miejsce ostatniego zakupu magnezu (%), 2024-2025 » **211**
- Miejsce ostatniego zakupu magnezu (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **211**
- Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) magnezu (%), 2024-2025 » **212**
- Czynniki brane pod uwagę przy zakupie magnezu (%), według płci, 2025 » **212**
- Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży produktów bez recepty wpływających na stan włosów, skóry i paznokci w Polsce (%), 2022-2025 » **213**
- Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci, 2025 » **215**
- Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **216**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), 2024-2025 » **217**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), 2024-2025 » **218**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupie produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), 2024-2025 » **219**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupie produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **219**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), 2024-2025 » **220**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **220**

Sposób (spontaniczny/planowany) zakupu produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), 2024-2025 » **221**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty z kategorii preparatów poprawiających stan włosów, skóry i paznokci (%), według płci, 2025 » **222**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży witaminy D w Polsce (%), 2022-2025 » **222**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty z kategorii witaminy D, 2025 » **224**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty z kategorii witaminy D (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **225**

Kwota wydana na ostatni zakup witaminy D (%), 2024-2025 » **226**

Średnie wydatki roczne na zakup witaminy D (%), 2024-2025 » **226**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupie witaminy D (%), 2024-2025 » **227**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupie witaminy D (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **227**

Miejsce ostatniego zakupu witaminy D (%), 2024-2025 » **228**

Miejsce ostatniego zakupu witaminy D (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **228**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) witaminy D (%), 2024-2025 » **229**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty z kategorii witaminy D (%), według płci, 2025 » **229**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży produktów bez recepty nasennych i uspokajających w Polsce (%), 2022-2025 » **230**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne), 2025 » **232**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **233**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), 2024-2025 » **234**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), 2024-2025 » **235**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupie produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), 2024-2025 » **236**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupie produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **236**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), 2024-2025 » **237**

Miejsce ostatniego zakupu produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **237**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), 2024-2025 » **238**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty na układ nerwowy (środki nasenne, uspokajające, antydepresyjne) (%), według płci, 2025 » **238**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży odżywek dla sportowców w Polsce (%), 2022-2025 » **240**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów odżywek dla sportowców, 2025 » **241**

Odsetek Polaków kupujących odżywki dla sportowców (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **242**

Kwota wydana na ostatni zakup odżywek dla sportowców (%), 2024-2025 » **243**

Średnie wydatki roczne na zakup odżywek dla sportowców (%), 2024-2025 » **243**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach odżywek dla sportowców (%),  
2024-2025 » **244**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach odżywek dla sportowców (%), według płci,  
2025 » **244**

Miejsce ostatniego zakupu odżywek dla sportowców (%), 2024-2025 » **245**

Miejsce ostatniego zakupu odżywek dla sportowców (%), według płci, 2025 » **245**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) odżywek dla sportowców (%), 2024-2025 » **246**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie » **246**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie odżywek dla sportowców (%), według płci,  
2025 » **246**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży produktów bez recepty na układ moczowy  
w Polsce (%), 2022-2025 » **247**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty na drogi moczowe  
i infekcje intymne, 2025 » **249**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty na drogi moczowe i infekcje intymne (%),  
według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **250**

Kwota wydana na ostatni zakup produktów na drogi moczowe i infekcje intymne (%),  
2024-2025 » **251**

Średnie wydatki roczne na zakup produktów bez recepty na drogi moczowe i infekcje intymne (%),  
2024-2025 » **252**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów na drogi moczowe i infekcje intymne  
(%), 2024-2025 » **253**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach produktów na drogi moczowe i infekcje intymne  
(%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **253**

Miejsce ostatniego zakupu produktów na drogi moczowe i infekcje intymne (%),  
2024-2025 » **254**

Miejsce ostatniego zakupu produktów na drogi moczowe i infekcje intymne (%), według wybranych  
cech społeczno-demograficznych, 2025 » **254**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) produktów bez recepty na drogi moczowe i infekcje  
intymne (%), 2024-2025 » **255**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty na drogi moczowe i infekcje  
intymne (%), według płci, 2025 » **255**

Udział kanałów dystrybucji w wartości sprzedaży kwasów omega oraz tranów w Polsce (%),  
2022-2025 » **256**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty z kategorii kwasów omega i tranów, 2025 » **257**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty z kategorii kwasów omega i tranów (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **258**

Kwota wydana na ostatni zakup kwasów omega i tranów (%), 2024-2025 » **259**

Średnie wydatki roczne na zakup kwasów omega i tranów (%), 2024-2025 » **260**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach kwasów omega i tranów (%), 2024-2025 » **261**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach kwasów omega i tranów (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **261**

Miejsce ostatniego zakupu kwasów omega i tranów (%), 2024-2025 » **262**

Miejsce ostatniego zakupu kwasów omega i tranów (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **262**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) kwasów omega i tranów (%), 2024-2025 » **263**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty z kategorii kwasów omega i tranów (%), według płci, 2025 » **263**

Kluczowe wskaźniki charakteryzujące konsumentów produktów bez recepty z kategorii kropli do oczu, 2025 » **265**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty z kategorii kropli do oczu (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2024-2025 » **266**

Kwota wydana na ostatni zakup kropli do oczu (%), 2024-2025 » **267**

Średnie wydatki roczne na zakup kropli do oczu (%), 2024-2025 » **268**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach kropli do oczu (%), 2024-2025 » **269**

Odsetek nowych i stałych klientów w zakupach kropli do oczu (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **269**

Miejsce ostatniego zakupu kropli do oczu (%), 2024-2025 » **270**

Miejsce ostatniego zakupu kropli do oczu (%), według wybranych cech społeczno-demograficznych, 2025 » **270**

Sposób zakupu (spontaniczny/planowany) kropli do oczu (%), 2024-2025 » **271**

Czynniki brane pod uwagę przy zakupie produktów bez recepty z kategorii kropli do oczu (%), według płci, 2025 » **271**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty na bazie CBD (%), 2023-2025 » **272**

Główne powody zakupu produktów bez recepty na bazie CBD (%), 2023-2025 » **273**

Charakterystyka wybranych sieci sklepów z ofertą CBD, październik 2025 » **273**

Odsetek Polaków kupujących produkty bez recepty ułatwiających rzucenie palenia (%), 2023-2025 » **274**

Główne powody zakupu produktów bez recepty ułatwiających rzucenie palenia (%), 2023-2025 » **274**

Odsetek Polaków kupujących super foods (%), 2023-2025 » **275**

Główne powody zakupu super foods (%), 2023-2025 » **275**

Odsetek Polaków kupujących mleko modyfikowane (%), 2023-2025 » **276**

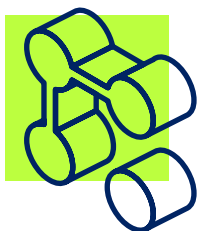
# PMR MARKET EXPERTS

by Hume's

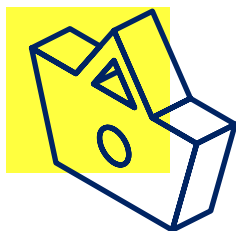
## ROZUMIEMY, ŻE DANE TO NIE TYLKO LICZBY. TO FUNDAMENT DECYZJI, KTÓRE KSZTAŁTUJĄ PRZYSZŁOŚĆ TWOJEGO BIZNESU.

W PMR Market Experts od ponad 20 lat tworzymy cykliczne raporty branżowe, doskonaląc naszą wiedzę sektorową.

Nasze specjalizacje:



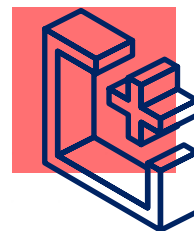
Digital & ICT



Retail



Pharma & Healthcare



Construction

Nasze raporty to coś więcej niż zestawienie faktów – **to rzetelna wiedza oparta na sprawdzonej metodologii**. Łączymy dane pierwotne i wtórne, własne algorytmy oraz modele ekonometryczne, by dostarczyć precyzyjnych informacji o rynku, jego wartościach, dynamice, segmentach i głównych graczach.

Jesteśmy częścią **Hume's Institute** – agencji badawczej 360 specjalizującej się w badaniach ilościowych i jakościowych, prognozowaniu oraz predykcjach rynkowych.

Doświadczenie w analizie i weryfikacji danych PMR Market Experts, unikatowe insights oraz sprawdzone prognozy dostarczane przez Hume's Institute dają realną wiedzę i przewagę naszym Klientom.

Z naszych usług skorzystało już ponad **600 klientów na całym świecie**. Przebadaliśmy ponad **5 000 marek**, działając na ponad **50 rynkach**. Zaufanie, jakim obdarzyli nas najwięksi gracze, potwierdza fakt, że współpracujemy z **70% firm z prestiżowej listy Fortune 500**.



tel.: +48 609 290 093  
info@pmrcorporate.com  
[www.pmrmarketexperts.com](http://www.pmrmarketexperts.com)



Królewska 57  
30-081 Kraków  
Poland