



Raport Sieci wg FarmaProm

Q2'2025 – w raporcie podsumowujemy
okres Q2'25 i porównujemy go z Q1'25

Przedstawiamy zmiany, jakie zaszły w liczebności
Punktów Sprzedaży / podmiotów, jak i w potencjałach
sprzedaży produktów wydawanych bez recepty.



Q2'25 vs. Q1'25
– najważniejsze dane –



Definicje



PODMIOT

Jest to zarówno jednoosobowa działalność gospodarcza, prowadząca jedną lokalną aptekę, jak i grupa spółek komandytowych, prowadząca ogólnopolską sieć, liczącą kilkaset Punktów Sprzedaży. Każdy podmiot, niezależnie od wielkości i formy prowadzenia działalności, to w praktyce jedno miejsce decyzyjne.



PUNKT SPRZEDAŻY (PS)

Apteki ogólnodostępne oraz punkty apteczne.



PODMIOTY INDYWIDUALNE

Podmioty kontrolujące 1 Punkt Sprzedaży.



PODMIOTY SIECIOWE

Podmioty kontrolujące minimum 2 Punkty Sprzedaży.



POTENCJAŁ

Wartości potencjału sprzedażowego wyrażone są w cenach detalicznych.



SIECI

Podmioty kontrolujące 5 i więcej Punktów Sprzedaży.



MAŁE SIECI

Podmioty kontrolujące od 2 do 4 Punktów Sprzedaży.



SIECIOWY PUNKT SPRZEDAŻY

Punkt Sprzedaży należący do Małych Sieci (2-4 PS) lub Sieci (5 i więcej PS).



Potencjał województw oraz liczba aptek w kraju

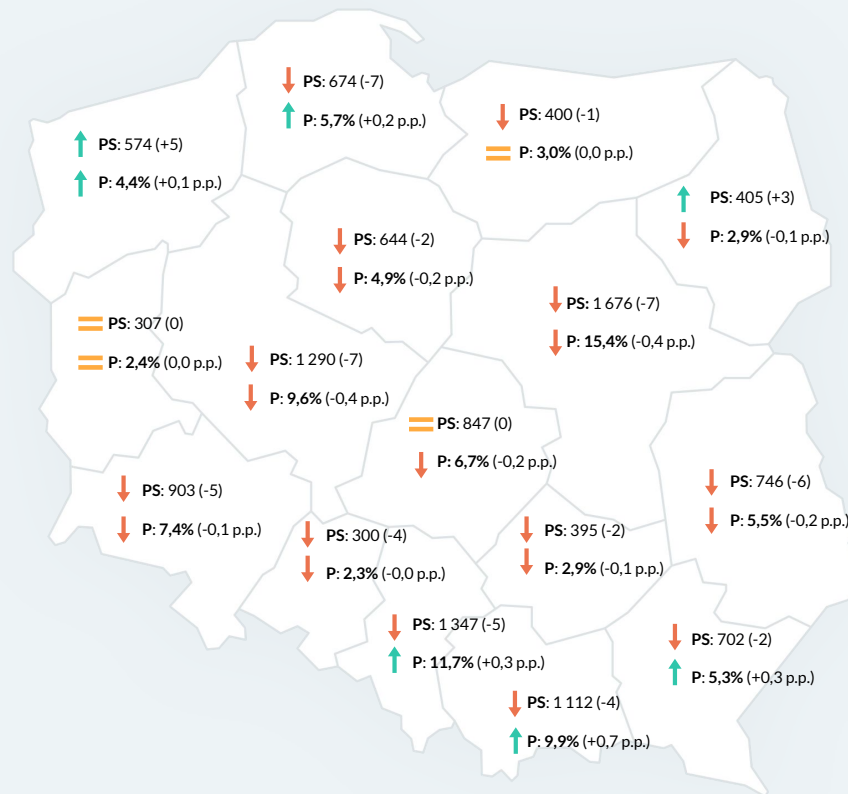
Liczba Punktów Sprzedaży w kraju nadal spada. Spadek liczby aptek i punktów aptecznych odnotowano w **niemal wszystkich** województwach. Niewielkie wzrosty pojawiły się w zaledwie dwóch regionach: w woj. **zachodniopomorskim i podlaskim**. Daje to łącznie zaledwie o 8 więcej nowych otwarć placówek niż zamknięć. Największe spadki liczby PS miały miejsce w woj. **mazowieckim, pomorskim i wielkopolskim**. W każdym z tych województw liczba PS spadła o 7.

W Q2'25 większość województw mierzy się ze **spadkiem** swojego potencjału. Na tle kraju, województwa **małopolskie (+0,7)**, **podkarpackie (+0,3)** i **śląskie (+0,3)** notują wyraźniejsze **wzrosty** potencjału.

PS Punkty Sprzedaży

P Potencjał sprzedaży rynku produktów wydawanych bez recepty / zmiana potencjału

↑ WZROST = UTRZYMANIE ↓ SPADEK



Potencjał województwa oznacza procentowy udział województwa w całkowitej wartości analizowanego rynku (obróć generowany przez apteki ogólnodostępne i punkty apteczne).



Wydane zezwolenia według Rejestrów Medycznych – Q2'2025

34

34 – łączna liczba wydanych nowych zezwoleń dla aptek ogólnodostępnych oraz punktów aptecznych w Q1'25.

Wszystkie PS, dla których wydano zezwolenia, to aktywne rekordy w bazie FarmaProm.



12

12 – liczba nowych zezwoleń wydanych dla aptek ogólnodostępnych.

Po 5 nowych zezwoleń wydano dla Sieci oraz Podmiotów Indywidualnych, a dla Małych Sieci wydano ich 2.



22

22 – liczba wydanych zezwoleń dla punktów aptecznych.

Pośród wydanych nowych zezwoleń zdecydowanie dominowały te dla Podmiotów Indywidualnych (10). Dla Sieci pojawiło się 7 nowych zezwoleń, natomiast dla Małych Sieci wydano ich 5.

Sytuacja na rynku aptecznym

Liczba PS w Q2'25 nadal spada i wynosi 12 322.



W bazie FarmaProm:

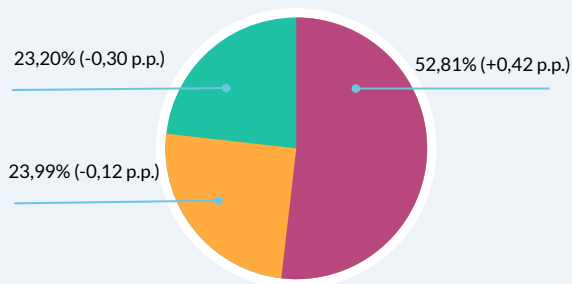




Potencjał podmiotów w segmentach vs. liczba PS i podmiotów

W analizowanym okresie odnotowano kontynuację trendu spadkowego w strukturze punktów sprzedaży, jak i podmiotów. Pomimo najmniejszej liczebności podmiotów Duże Sieci utrzymują dominującą pozycję w zakresie potencjału sprzedaży, rosnąc w Q2 2025 o 2,45 p.p. Średni potencjał sprzedaży na PS spadł we wszystkich segmentach, najwięcej w segmencie Małych Sieci, o 12,8%.

STRUKTURA PS



APTEKI INDYWIDUALNE

Liczba PS: 2 956 (-26)



MAŁE SIECI

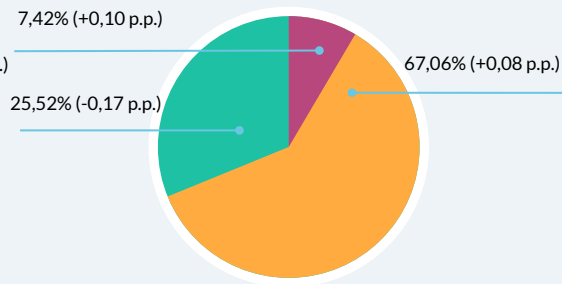
Liczba PS: 2 859 (-47)



DUŻE SIECI

Liczba PS: 6 507 (+29)

STRUKTURA PODMIOTÓW



APTEKI INDYWIDUALNE

Liczba Podmiotów: 2 956 (-26)



MAŁE SIECI

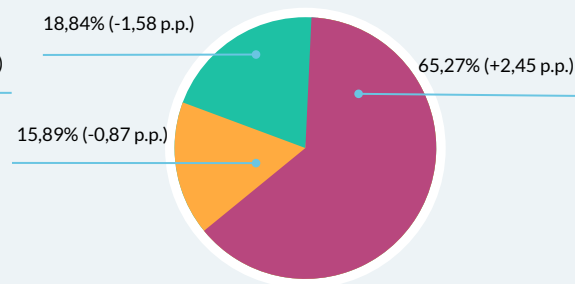
Liczba Podmiotów: 1 125 (-19)



DUŻE SIECI

Liczba Podmiotów: 327 (+1)

POTENCJAŁ SPRZEDAŻY



APTEKI INDYWIDUALNE

Średni potencjał PS: 192 tys. PLN (-11,0%)



MAŁE SIECI

Średni potencjał PS: 235 tys. PLN (-12,8%)

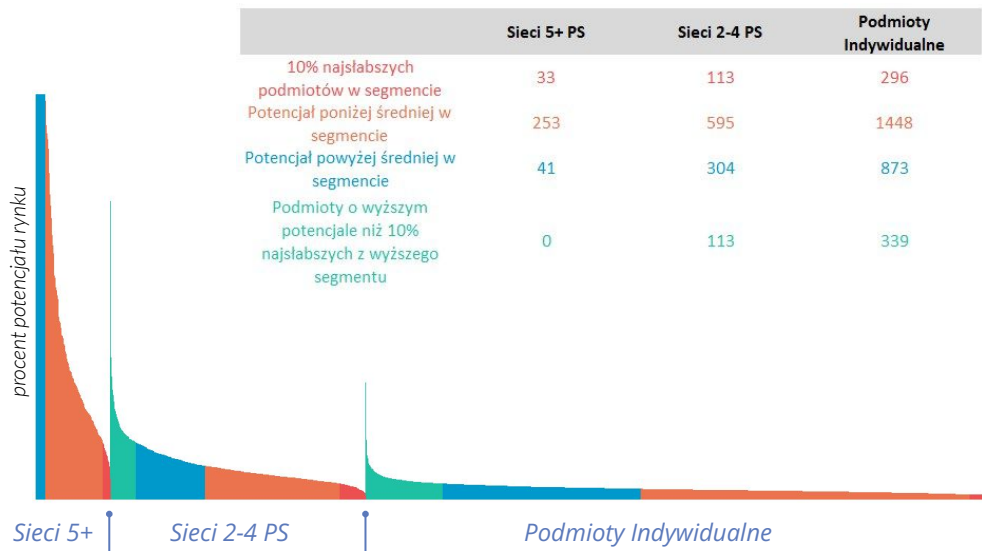


DUŻE SIECI

Średni potencjał PS: 358 tys. PLN (-3,8%)



Potencjał podmiotów w segmentach



Wartość potencjału podmiotów dla produktów wydawanych bez recepty w kraju, ułożonych malejąco w segmencie Sieci, następnie w segmencie Małych Sieci oraz Podmiotów Indywidualnych.

Liczba punktów sprzedaży w podmiocie nie definiuje jego potencjału

Według danych jest 113 podmiotów z segmentu Sieci 2-4 PS, które mają wyższy potencjał niż 10% najsłabszych podmiotów z segmentu Sieci 5+.

Najsilniejsze podmioty z segmentu 2-4 PS mają kilkukrotnie wyższy potencjał w porównaniu do średniej najsłabszych 10% podmiotów z wyższego segmentu Sieci 5+ PS.

Najbardziej potencjałowy Podmiot Indywidualny ma potencjał wyższy ponad 31-krotnie od najsłabszego podmiotu 2-4 PS. Jego potencjał jest również ponad 5-krotnie wyższy niż potencjał najsłabszego podmiotu z segmentu Sieci 5+.

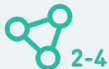
Potrzebujesz więcej danych?

Dysponujemy m.in. najdokładniejszym usieciowieniem aptek i znamy potencjał sprzedażowy wszystkich podmiotów na polskim rynku aptecznym.

[Kliknij tutaj](#) i skontaktuj się z nami.



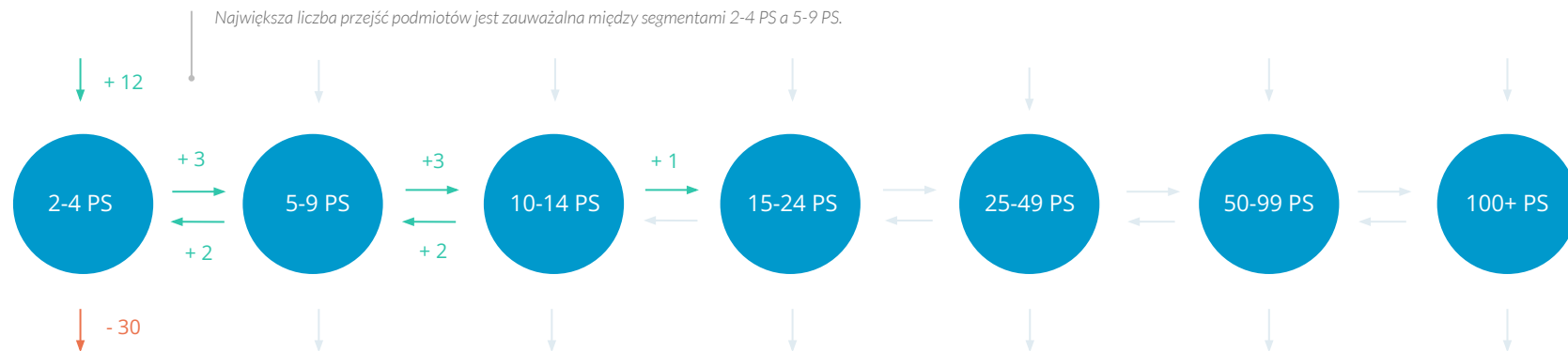
Zmiana liczebności Podmiotów Sieciowych

		 2-4		 +5		
		MAŁE SIECI		SIECI		OGÓŁEM
BEZ ZMIAN LICZEBNOŚCI PS	✓	1091		285		1376
WZROST LICZEBNOŚCI PS	↑	10		25		35
SPADEK LICZEBNOŚCI PS	↓	12		17		29
NOWE	☆	12		0		12
PRZESTAŁY ISTNIEĆ	×	30		0		30



Przejścia podmiotów między segmentami – Q2'2025

W Sieciach wg FarmaProm odnotowaliśmy 12 nowych Podmiotów Sieciowych.



30 podmiotów w Sieciach wg FarmaProm w Q2'25 przestało być Podmiotami Sieciowymi.



Potencjał rynku e-commerce – Q2'2025

90%

Tylko 10 podmiotów internetowych generuje niespełna 90% całej sprzedaży internetowej.

585 mln zł.

Wartość rynku w drugim kwartale 2025 roku wyniosła około 585 mln zł.

-2,5%

Apteki internetowe z segmentu TOP 1-3 odnotowały w okresie Q2'25 vs. Q1'25 spadek sprzedaży w wysokości -2,5%.

-4,6%

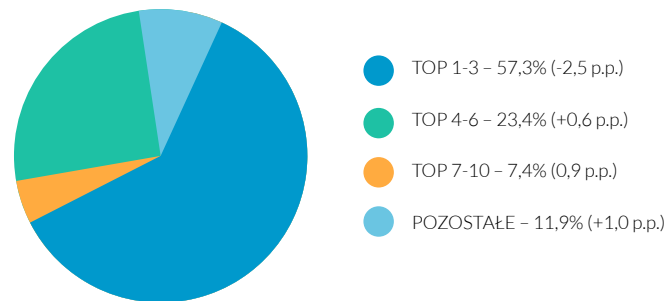
Zmiana całego rynku e-commerce w okresie Q2'25 vs. Q1'25 wynosi ok. -4,6%.

40%

Ponad 40% wartości zakupów rynku e-commerce realizowanych jest za pośrednictwem systemu FarmaProm.



Struktura potencjału aptek internetowych w sprzedaży produktów wydawanych bez recepty Q2'25 – TOP segmenty



Wykres przedstawia potencjał podmiotów internetowych z okresu Q2'25, które zostały pogrupowane w TOP segmenty.



Wartość sprzedaży rynku aptecznego + wartość sprzedaży internetowej

Q2'25 vs. Q1'25



APTEKI INTERNETOWE

0,59 MLD PLN

-4,6% spadku sprzedaży w kanale

3,82 mln zł średniej sprzedaży podmiotu

153 podmioty



APTEKI STACJONARNE

5,82 MLD PLN

-11,5% spadku sprzedaży w kanale

1,32 mln zł średniej sprzedaży podmiotu

4 408 podmiotów



Komentarz ekspertów z zespołu konsultingu FarmaProm

W drugim kwartale 2025 roku polski rynek apteczny doświadczył **dalszej, sukcesywnej redukcji ogólnej liczby Punktów Sprzedaży**. Pomimo odnotowania 83 nowych otwarć placówek, kwartalny bilans jednoznacznie wskazuje na dominującą tendencję do zamykania aptek i punktów aptecznych. Proces ten objął zdecydowaną większość regionów kraju, z wyjątkiem pojedynczych województw, takich jak zachodniopomorskie czy podlaskie, gdzie zaobserwowano marginalne wzrosty w liczbie PS.

Kluczowym, acz spodziewanym, aspektem drugiego kwartału 2025 roku był spadek potencjału sprzedażowego względem Q1 2025. Jest to widoczne zarówno w analizie geograficznej, jak i w wartościach per segment. Większość regionów odnotowała **spadek swojego potencjału sprzedażowego**. Jedynie pięć województw zdołało zanotować wzrosty, z najbardziej znaczącymi wskaźnikami w województwach małopolskim, podkarpackim i śląskim. Dynamiczny spadek średniego potencjału na Punkt Sprzedaży był szczególnie odczuwalny w segmencie **Podmiotów Indywidualnych oraz Małych Sieci**. W przeciwieństwie do nich **Sieci** odnotowały łagodniejszy przebieg kwartału, zamykając go ze **wzrostem potencjału**.

Spadek potencjału sprzedażowego w drugim kwartale 2025 wyniósł -11,5%, podczas gdy w 2024 było to -8,7% a w 2023: -7,8%. Pierwszy kwartał roku jest zwykle mocny sprzedażowo, a jednym z powodów takiej sytuacji jest zwiększona zachorowalność społeczeństwa i zwiększone wydatki na leki przeciwniekcyjne. Zatem porównując Q2 do Q1, spodziewamy się niższych sprzedaży i jest to naturalne zjawisko sezonowości rynku. Sam kwartał Q2 2025 jest o niemal 7% lepszy potencjałowo od analogicznego okresu poprzedniego roku, a pierwsze półrocze zanotowało o 8,7% wyższą sprzedaż niż pierwsze półrocze 2024.

Podobnie sytuacja ma się w kanale e-commerce. Tutaj również drugi kwartał jest słabszy sprzedażowo niż pierwszy (-4,6%) i również jest to sytuacja naturalna i spodziewana. Nadal uprawnione pozostaje twierdzenie, iż sprzedaż w kanale internetowym rośnie ponadprzeciętnie – wynik Q2 2025 jest o 16,8% wyższy niż w Q2 2024. Nominalnie wynik Q2 2025 jest drugim w historii wynikiem (585 mln zł), zaraz po Q1 2025 (rekordowe 613 mln zł). Tym samym, dla podmiotów kluczowe pozostaje dostosowanie strategii do zmieniającego się krajobrazu rynkowego, a także aktywne poszukiwanie synergii i efektywne wykorzystanie potencjału w obu kanałach.



Potrzebujesz dodatkowych danych?

Skontaktuj się z zespołem konsultingu FarmaProm.



OFERUJEMY

- **Badania elastyczności cenowej produktów**
- **Segmentacje apteczne i lekarskie**
- **Podziały terytorialne**
- Pomoc w restrukturyzacji zespołów przedstawicielskich
- Rekomendacje wielkości zespołów przedstawicielskich i ocenę ich efektywności
- Benchmarki wizytowe
- Budowę systemów motywacyjnych
- Wsparcie w zakresie podziałów planu sprzedaży
- Projekty oparte o dane online z aptek
- Inne projekty konsultingowe



ZAPRASZAMY DO KONTAKTU:



Arkadiusz Nowak

Lider zespołu konsultingu

arkadiusz.nowak@farmaprom.pl

+48 667 410 000



Adam Zawisz

Dyrektor ds. relacji strategicznych

adam.zawisz@farmaprom.pl

+48 721 190 000



Wydawca raportu



FarmaProm sp. z o.o. sp. k.

ul. Radzikowskiego 43 | 31-315 Kraków

+48 (12) 446 64 20

biuro@farmaprom.pl

helpdesk@farmaprom.pl

WWW.FARMAPROM.PL



© FarmaProm. Wszystkie prawa zastrzeżone.

Wydawca raportu, tj. FarmaProm, nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne konsekwencje i rezultaty działań biznesowych podjętych w oparciu o zaprezentowane treści. Korzystając z zawartych w raporcie danych, należy zwrócić uwagę na datę publikacji i ostatniej aktualizacji treści.