

## Piata de medicamente fara prescriptie medicala, suplimentele alimentare si dispozitivele medicale de îngrijire, în crestere cu 14,4% în 2018



**Piata de produse OTC din România, ce include medicamentele fara prescriptie medicala, suplimentele alimentare si dispozitivele medicale pentru îngrijire personala, a înregistrat o crestere de 14,4% în 2018, comparativ cu anul anterior, informeaza luni Asociatia Româna a Producatorilor de medicamente fara prescriptie, suplimente alimentare si dispozitive medicale (RASCI).**

Valoarea totala a acestui segment de piata a fost de 3,552 miliarde de lei, în 2018, de la 3,104 miliarde de lei, înregistrat la nivelul anului 2017.

În ceea ce priveste ultimul trimestru al anului trecut valoarea totala a segmentului de piata OTC a fost de 1,023 miliarde de lei, o crestere de aproximativ 19,3% fata de aceeasi perioada a anului trecut, când înregistra 858 milioane de lei.

În ultimul trimestru din 2018, cea mai mare crestere a fost înregistrata de categoria "Raceala, gripa si alergii", respectiv de 28,3% fata de aceeasi perioada a anului 2017, si de 105,7% fata de trimestrul precedent, în contextul valului de viroze si al epidemiei de gripa de la finalul anului 2018.

În ceea ce priveste clasamentul cresterilor înregistrate la nivelul categoriilor de produse fata de trimestrul anterior, urmatoarele pozitii sunt ocupate de categoria de vitamine, minerale si suplimente, cu un procent de 17,5%, apoi categoria de produse analgezice, cu o crestere de 12,2%, categoria produselor cu indicatie în afectiuni gastrointestinale (+8,3%) si categoria Lifestyle OTC (+5,6%).

Categoria de produse dermatologice a scazut fata de trimestrul anterior, cu 26,7%, înregistrând însa un trend ascendent la nivelul întregului an, aceasta fiind una dintre categoriile de produse a caror evolutie este puternic influentata de sezonalitate.

Cu toate acestea, la nivel de volum de vânzari si cota de piata, clasamentul categoriilor de produse arata usor diferit, pe primul loc la nivel de T4 2018 aflându-se categoria "Raceala, gripa si alergii", cu vânzari de 270,9 milioane de lei si o cota de piata de 26,5%. Aceasta este urmata de categoria Lifestyle OTC, cu vânzari de 205,3 milioane de lei si o cota de piata de 20,1%.

Categoria de produse dermatologice este singura care a înregistrat scaderi fata de trimestrul anterior, de la 84,1 milioane de lei în vânzari si o cota de piata de 10,1% în T3 2018, la vânzari de 66,4 milioane de lei si 6,5% cota de piata, în T4 2018.

La nivelul întregului an, cele mai cautate produse au fost cele din categoria "Raceala, gripa si alergii", cu vânzari de 791,5 milioane de lei si o cota de piata de 22,3%, urmate de cele din categoria Lifestyle OTC, cu vânzari de 764,2 milioane de lei si cota de piata de 21,5%, categoria de produse cu indicatie în afectiunile gastrointestinale, care a înregistrat vânzari de 690,5 milioane de lei si cota de piata de 19,4%.

La diferente mai mari, urmeaza categoriile de analgezice, cu 479,1 milioane de lei, respectiv categoria de vitamine, minerale si suplimente, cu 437 milioane de lei. Categoria de produse dermatologice ocupa ultima pozitie în clasamentul pe anul 2018, cu vânzari totale de 273,6 milioane de lei.

RASCI este afiliata la AESGP (Association of the European Self-Medication Industry), organizatie europeana non-profit care este vocea sectorului de îngrijire personala în Europa si care reuneste mai mult de 2.000 de companii si asociatii profesionale.

Asociatia sustine administrarea responsabila si avizata prin informarea corecta si educarea consumatorilor si pacientilor din România, iar cea mai notabila initiativa RASCI, în acest sens, este campania "Despre sanatate, cu responsabilitate", un demers educational asumat pe termen lung, derulat înca de la finalul anului 2017.