

МОНИТОРИНГ АПТЕЧНЫХ ПРОДАЖ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК, ПРИМЕНЯЕМЫХ ДЛЯ ПОХУДЕНИЯ И ОЧИЩЕНИЯ ОРГАНИЗМА

Маркетинговое агентство DSM Group

По разным данным в России избыточным весом страдают более 60% взрослого населения, это существенно влияет на рынок БАД для похудения и коррекции веса. На нашем фармацевтическом рынке представлено немало биологически активных добавок, предназначенных для контроля над массой тела.

Данный сегмент рынка БАД является одним из самых быстро растущих. Так, в 2012 г. спрос на БАД для похудения в аптеке вырос на 31% в рублях и 21% в упаковках. По итогам 9 месяцев 2013 г. объем потребления БАД рассматриваемой категории в стоимостных единицах измерения уже достиг значений 2012 г., а по итогам всего 2013 года вероятнее всего превысит значения прошлого года как минимум на 20% в рублях.

В упаковках картина несколько другая – более чем 20%-ный прирост спроса в упаковках в 2012 г. сменился небольшим сокращением по итогам 9 месяцев 2013 г. Фокус интереса потребителя начинает смещаться в сторону более дорогостоящих БАД для похудения (об этом также свидетельствует динамика средней цены), за которыми стоит широкомасштабная рекламная поддержка. Платя за средство от похудения более высокую цену, покупатель ожидает приобрести более эффективное средство и быстрый результат (за минимальное время приема).

Вполне закономерным является постепенное удорожание стоимости упаковки БАД для похудения. В 2013 г. (за 9 месяцев) она стоила в среднем 168 руб., в 2012 г. средняя цена БАД для снижения веса была на 27% ниже.

Наиболее распространенной формой БАД для похудения являются **таблетки и капсулы**. С небольшим отставанием от них следуют **чай и порошок**, а также БАД, представленные **в наборе**, получивший широкое распространение лишь недавно благодаря росту спроса на Турбослим Экспресс-похудение, представляющий собой набор БАД для приема в разное время суток.

В 2013 г. на аптечном рынке России было представлено 142 бренда БАД для похудения. Лидером рынка на протяжении последних нескольких лет остается Турбослим (Эвалар). На вто-

Диаграмма 1. Динамика потребления БАД в рублях в 2008-2013 г.г.



Диаграмма 2. Динамика потребления БАД в упаковках в 2008-2013 г.г.



ром месте по итогам 9 мес. 2013 г. находится Элавия (Berlin-Chemie/Menarini). Замыкает тройку лидеров новый для России БАД XL-S MEDICAL (RICHARD BITTNER AG), потеснивший бренд ЛЕТАЮЩАЯ ЛАСТОЧКА (производство Китай).

Рынок БАД для похудения является довольно привлекательным для новых марок препаратов. Каждая новинка, за которой стоит широкая рекламная

поддержка, вызывает интерес потребителей, и продажи на начальном этапе растут высокими темпами. Ежегодно на аптечном рынке появляется по несколько новых брендов: в 2009 г. «новинок» было десять (самый успешный среди них бренд Апетинол), в 2010 г. рынок БАД для похудения пополнился пятью новыми брендами (среди них такие популярные, как XLS, Блокатор калорий три фазы), в 2011 г. было всего

две новинки, 2012 г. был плодотворен на новые бренды (их было десять), среди которых Элавия, Оберграс, Похудей, в 2013 г. (за 9 месяцев) на рынке уже появилось 9 новинок (самые успешные XLS-Медикал, Тропикана СЛИМ).

Не смотря на динамичное развитие рынка БАД для похудения, он остается довольно консервативным в плане позиции лидера. Более половины всех аптечных продаж приходится на бренд Турбослим. Данный бренд насчитывает 14 торговых наименований. Подобное расширение товарной линейки успешного бренда БАД – частое явление на российском фармрынке. Так, у Элавии четыре торговых наименования, у Летящей ласточки – одиннадцать, Похудей для здоровья людей – двадцать одно торговое наименование и т.д.

Самым крупным поставщиком БАД для похудения в аптеки на протяжении не одного года является компания «Эвалар» (на долю известного российского производителя БАД приходится свыше 60% всей емкости потребления). Справедливости ради следует отметить, что у Эвалара самый большой портфель БАД для похудения (11 брендов) относительно остальных компаний. С существенным отрывом от лидера следуют Berlin-Chemie / Menarini и RICHARD BITTNER AG. Неплохо представлены в отечественной аптечной рознице БАД для похудения китайского производства – четыре компании из самой густонаселенной страны мира входят в Топ-20 производителей БАД для похудения.

Диаграмма 3. Динамика средней стоимости упаковки БАД для похудения, руб./упак.



Диаграмма 4. Формы БАД для похудения, распространенные в аптечной рознице



В целом для российского аптечного рынка БАД для похудения характерны следующие особенности, которые будут определять вектор развития данного сектора в ближайшие несколько лет:

• **пока еще невысокий уровень цивилизованности.**

Не вполне законные продажи БАД все еще имеют место в нашей стране (особенно это касается не зарегистрированных, а зачастую и опасных для здоровья средств), и оценить масштабы «серого» рынка довольно трудно. Также немалая часть БАД для похудения реализуется путем прямых продаж. Наличие альтернативных каналов товародвижения, усложняет количественную оценку рынка и платежеспособного спроса. Хотя следует отметить, что доля теневых продаж БАД ежегодно уменьшается в виду роста осведомленности потребителей. Также немаловажен и статус БАД, о котором в последнее время ведутся споры не только в фармсообществе, но и в законодательных структурах. Некоторые эксперты считают, что «аптечный» статус БАД – опасный для потребителя пережиток прошлого и в виду не подтвержденной клинической эффективности, они должны продаваться наравне с продуктами питания в супермаркетах и магазинах розничной торговли.

• **высокая степень доверия потребителя.**

Быстрый результат, не требующий дополнительных усилий, приводит в стан покупателей БАД для похудения новых потребителей. Как правило, они проявляют высокую заинтересованность в новинках и довольно легко идут на покупку. А наличие в рекламной кампании «звезды» или медийного персонажа, делают БАД для похудения в глазах потребителя заведомо заслуживающим доверия.

• **большое количество новых брендов**

Интерес потребителя подогревается ежегодным появлением новых БАД для похудения. Соревнуясь друг с другом в количестве новых компонентов, производители зачастую делают акцент на природном происхождении и новых свойствах растений, чем опять-таки повышают лояльность покупателей. А поскольку только аптечный рынок БАД для похудения, начиная с 2012 г., растет довольно высокими темпами, можно ожидать новых «громких» премьер в этом сегменте аптечной розницы.

БАД. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ

Таблица 1.
Ведущие бренды российского рынка БАД для похудения

Бренд	Фирма-производитель	Объем аптечной реализации (в ценах закупки), млн. руб.		Прирост (2013/2012), %	Доля, %
		2012	2013 (9 мес.)		
ТУРБОСЛИМ	ТУРБОСЛИМ АЛЬФА-ЛИПОЕВАЯ КИСЛОТА И L-КАРНИТИН	83,32	153,36	132,9%	10,3%
	ТУРБОСЛИМ-НОЧЬ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА	169,59	136,51	-1,7%	9,1%
	ТУРБОСЛИМ КОФЕ	110,14	112,15	28,3%	7,5%
	ТУРБОСЛИМ-ДЕНЬ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА	136,69	107,20	-6,2%	7,2%
	ТУРБОСЛИМ ЭКСПРЕСС-ПОХУДЕНИЕ НАБОР	141,19	97,29	-18,8%	6,5%
	ТУРБОСЛИМ КОФЕ КАПУЧИНО	7,07	94,09	91898,8%	6,3%
	Другие ТН	207,63	175,54	2,3%	11,7%
ЭЛАВИЯ	ЭЛАВИЯ 4.3.2.1. СЛИМ ИНТЕНСИВ	0,02	38,01	-	2,5%
	ЭЛАВИЯ 4.3.2.1. СЛИМ ЭКСПРЕСС	-	18,65	-	1,2%
	ЭЛАВИЯ 4.3.2.1. СЛИМ БАЛАНС	0,02	14,49	-	1,0%
	ЭЛАВИЯ 4.3.2.1. СЛИМ АКТИВ	0,02	11,06	-	0,7%
XL-S MEDICAL	XL-S MEDICAL БЛОКАТОРЖИРОВ	-	68,70	-	4,6%
ЛЕТЯЩАЯ ЛАСТОЧКА	ЛЕТЯЩАЯ ЛАСТОЧКА ЭКСТРА	43,67	38,39	15,0%	2,6%
	ЛЕТЯЩАЯ ЛАСТОЧКА ФРУКТОВЫЙ (ВКУС ЛИМОНА)	13,40	9,84	-7,8%	0,7%
	ЛЕТЯЩАЯ ЛАСТОЧКА ФРУКТОВЫЙ (ВКУС ЯБЛОКА)	5,90	4,06	-16,0%	0,3%
	ЛЕТЯЩАЯ ЛАСТОЧКА	8,90	2,83	-58,3%	0,2%
	Другие ТН	8,66	7,76	16,6%	0,5%
ТРОПИКАНА СЛИМ	ТРОПИКАНА СЛИМ	-	37,45	-	2,5%
ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ КЛУБНИКА	2,76	3,29	79,9%	0,2%
	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ ЗЕМЛЯНИКА	3,75	3,10	14,8%	0,2%
	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ ВИШНЯ	3,17	3,01	30,8%	0,2%
	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ ЛИМОН	3,85	2,71	-11,9%	0,2%
	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ ЛЕСНАЯ ЯГОДА	3,34	2,35	-9,3%	0,2%
	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ АПЕЛЬСИН	2,67	2,23	10,6%	0,1%
	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ МАЛИНА	3,65	2,16	-23,7%	0,1%
	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ АПЕЛЬСИН+МАНДАРИН	2,22	1,80	6,7%	0,1%
	Другие ТН	10,30	7,38	-7,3%	0,5%
БЛОКАТОР КАЛОРИЙ ФАЗА 2	БЛОКАТОР КАЛОРИЙ ФАЗА 2	57,13	25,99	-46,3%	1,7%
ЖУИДЭМЭН	ЖУИДЭМЭН Д/ПОХУДЕНИЯ	29,91	23,48	8,7%	1,6%
	ЖУИДЭМЭН N1 Д/ПОХУДЕНИЯ	3,21	1,83	-30,0%	0,1%
САНТИМИН	САНТИМИН	35,73	23,37	-18,3%	1,6%
ОБЕГРАСС	ОБЕГРАСС	4,78	20,99	5281,5%	1,4%
ГРИН-СЛИМ ТИ	ГРИН-СЛИМ ТИ ЛИМОН	3,66	4,27	56,5%	0,3%
	ГРИН-СЛИМ ТИ АНАНАС	4,04	3,84	22,8%	0,3%
	ГРИН-СЛИМ ТИ МЯТА-МЕЛИССА	4,02	3,32	8,4%	0,2%
	ГРИН-СЛИМ ТИ ЖАСМИН	1,98	2,08	41,1%	0,1%
	ГРИН-СЛИМ ТИ	1,29	1,81	78,1%	0,1%
	Другие ТН	4,64	4,19	17,1%	0,3%
ХИТОЗАН-ЭВАЛАР	ХИТОЗАН-ЭВАЛАР	23,18	18,65	10,9%	1,2%
ГАРЦИНИЯ	ГАРЦИНИЯ-ФОРТЕ	31,96	16,89	-33,3%	1,1%
	ГАРЦИНИЯ С ЗЕЛЕНЫМ ЧАЕМ	4,60	1,12	-72,6%	0,1%
	ГАРЦИНИИ ЭКСТРАКТ	0,08	0,07	18,2%	0,0%
	ГАРЦИНИЯ ФИТОХЕЛП	0,00	-	-100,0%	0,0%
ИДЕАЛ	ИДЕАЛ	26,74	17,28	-19,5%	1,2%
БОДИ СЛИМ	БОДИ СЛИМ ИНТЕНСИВ	24,17	7,69	-64,6%	0,5%
	БОДИ СЛИМ КОМПЛЕКС	21,60	6,67	-66,3%	0,4%
	БОДИ СЛИМ КОНТРОЛЬ АППЕТИТА	0,22	0,70	754,9%	0,0%
	БОДИ СЛИМ	0,01	0,001	-94,2%	0,0%
INNEOV	INNEOV (ИННЕОВ) ЦЕЛЛЮСТРЕЧ	19,89	14,36	-12,1%	1,0%
ВИТА-ПЛАНТ	ВИТА-ПЛАНТ N16 ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ВЕСА	16,04	11,68	-7,9%	0,8%
КАНКУРА	КАНКУРА	17,33	11,01	-17,8%	0,7%
СУПЕР-СЛИМ	СУПЕР-СЛИМ ЛИМОН	2,21	1,79	0,6%	0,1%
	СУПЕР-СЛИМ ЗЕМЛЯНИКА	1,84	1,67	18,0%	0,1%
	СУПЕР-СЛИМ ЭКЗОТИК	1,93	1,58	2,2%	0,1%
	СУПЕР-СЛИМ ЧЕРНАЯ СМОРОДИНА	1,21	1,14	20,2%	0,1%
	Другие ТН	3,61	3,06	6,2%	0,2%
ДИЕТ ФОРМУЛА	ДИЕТ ФОРМУЛА «ЦИТРИМАКС ПЛЮС»	9,48	5,65	-26,7%	0,4%
	ДИЕТ ФОРМУЛА «ЦИТРИМАКС»	3,09	1,95	-23,1%	0,1%
	Другие ТН	1,01	0,55	-39,8%	0,0%

Таблица 2.

Ключевые производители БАД для похудения на российском фармацевтическом рынке

Производитель	Бренд	Объем аптечной реализации (в ценах закупки), млн. руб.		Прирост (2013/2012), %	Доля, %
		2012	2013 (9 мес.)		
ЭВАЛАР ЗАО	ТУРБОСЛИМ	855,6	876,1	25,5%	58,6%
	ТРОПИКАНА СЛИМ	-	37,5		2,5%
	ХИТОЗАН-ЭВАЛАР	23,2	18,6	10,9%	1,2%
	ГАРЦИНИЯ	32,0	17,0	-33,2%	1,1%
	АНАНАС	7,9	3,8	-43,4%	0,3%
	ЭВАЛАР БИО	4,3	3,0	-12,1%	0,2%
	ТРАНЗИТ ЛАКС	0,1	0,5	7046,7%	0,04%
	НАПРАВИТ	0,5	0,5	89,9%	0,04%
	ТРАВИАТА	0,1	0,0	-50,2%	0,002%
	МАТЭФИГУРЕЛЬ	0,1	0,02	-78,3%	0,001%
	ГУАРАНА	0,003	0,01	299,8%	0,001%
Berlin-Chemie/Menarini	ЭЛАВИЯ	0,1	82,2		5,5%
RICHARD BITTNER AG	XL-S MEDICAL	-	68,7		4,6%
ЛЮЙШАНЬЦЗЮ ПЕКИНСКАЯ КОМПАНИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЧАЕВ	ЛЕТЯЩАЯ ЛАСТОЧКА	58,4	51,1	13,0%	3,4%
	НОВАЯ ЛАСТОЧКА	0,0	0,2	453,8%	0,01%
	ООЛОНГ	0,1	0,05	-48,3%	0,003%
ЦЭРЕРА ТД	ПОХУДЕЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ЛЮДЕЙ	35,7	28,0	3,8%	1,9%
	ПОХУДЕЙ ПЛЮС СТРОЙНАЯ ФИГУРА	6,4	6,2	41,7%	0,4%
ФИТЭРА ООО	ГРИН-СЛИМ ТИ	19,6	19,5	30,2%	1,3%
	СУПЕР-СЛИМ	10,8	9,2	7,8%	0,6%
ДИОД ОАО	БЛОКАТОР КАЛОРИЙ ФАЗА 2	57,1	26,0	-46,3%	1,7%
	ФАЗА	0,5	0,1	-74,6%	0,0%
НЬЮМАН НУТРИЕНТС АГ	БОДИ СЛИМ	46,0	15,1	-63,8%	1,0%
	АПЕТИНОЛ	7,6	5,4	-13,8%	0,4%
	СЛИМ КОД	9,8	5,3	-38,7%	0,4%
ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН ЧАЯ	ЖУЙДЭМЭН	33,1	25,3	4,5%	1,7%
ФОРА-ФАРМ (КОРОЛЕВФАРМ ООО)	САНТИМИН	35,7	23,4	-18,3%	1,6%
АСТАФАРМА S.L.L.	ОБЕГРАСС	4,8	21,0	5281,5%	1,4%
П.ДЖ. САРИ СЕХАТ	ИДЕАЛ	26,7	17,3	-19,5%	1,2%
LABORATORIES INNEOV	INNEOV	19,9	14,4	-12,1%	1,0%
NATUR PRODUKT	ВИТА-ПЛАНТ	16,0	11,7	-7,9%	0,8%
	ТЕРРА-ПЛАНТ	0,0	0,0	-37,0%	0,001%
	МИСТЕР И МИССИС N	0,0	-		-
CANCURA INTERNATIONAL CO LTD	КАНКУРА	17,3	11,0	-17,8%	0,7%
ШЕНЬЯНСКАЯ КОМПАНИЯ «СИНВЭЙ»	ЛЕТЯЩАЯ ЛАСТОЧКА	13,2	8,9	-13,5%	0,6%
	СИ-ШИ	0,0	0,0		0,0%
PHARMA-MED INC	ДИЕТ ФОРМУЛА	13,6	8,2	-26,9%	0,5%
	ЛЕДИС ФОРМУЛА	0,0	-	-100,0%	
QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	ДОППЕЛЬГЕРЦ	0,2	7,9		0,5%
ARKOPHARMA LABORATOIRES PHARMACEUTIC	АРКОФЛЮИД	-	7,8		0,5%
ФАБРИКА ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ (ИП ЧЕРНИКОВА Г. В.)	КЛЕТЧАТКА СИБИРСКАЯ	6,4	5,5	9,5%	0,4%