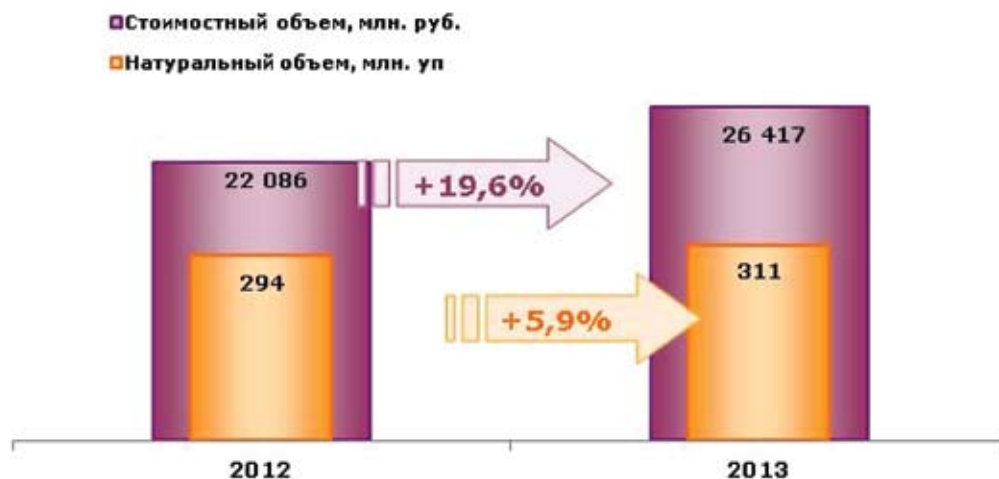


БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ, ИТОГИ 2013 г.

Маркетинговое агентство DSM Group

Через аптеки в 2013 году было реализовано около 311 млн. упаковок БАД на общую сумму порядка 26,4 млрд. руб. в оптовых ценах и 36,2 млрд. руб. в розничных ценах. Прирост в стоимостном выражении составил 20%, в упаковках прирост менее значим (+6%). Стоимость одной условной упаковки БАД составила в 2013 г. 116 руб. (в розничных ценах), что выше на 15%, чем в 2012 году.

Рис. 1. Объемы продаж БАД в России в 2012-2013 гг.

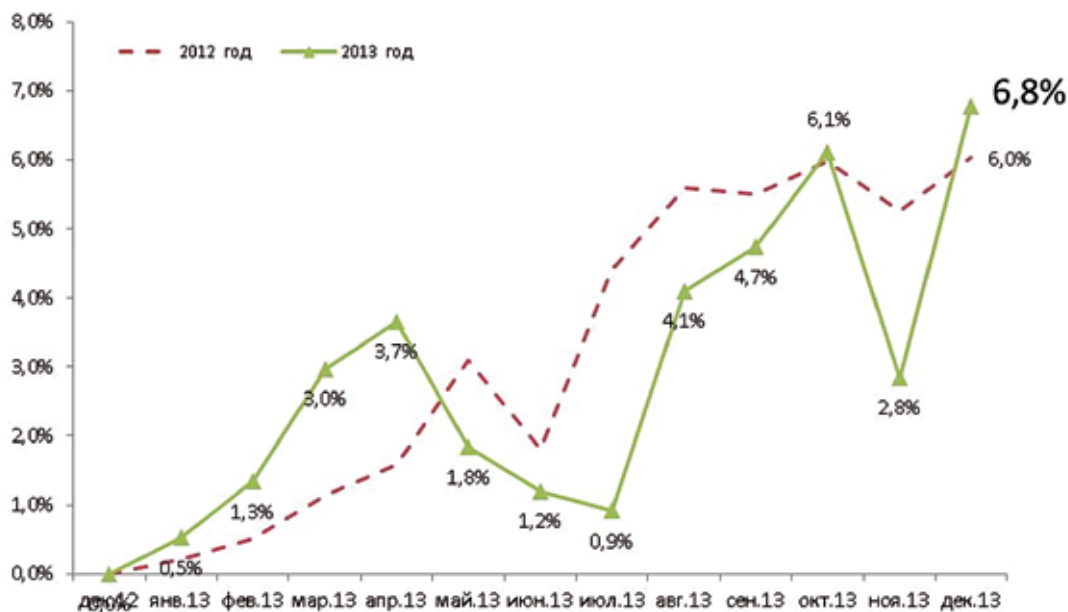


Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса.

Рис. 2. Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за 2013 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.

СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008

Согласно индексу Ласпейреса в 2013 году по сравнению с 2012 годом цены на БАД в рублях выросли на 6,8%, рост аналогичный 2012 году. Но при этом, если сравнивать инфляцию на БАД с лекарствами, то прирост цен практически в 2 раза выше (у лекарств инфляция в 2013 году – 3,7%). Аптеки продолжают компенсировать потери, связанные государственным регулированием цен на ЖНВЛП, ростом цен на парафармацевтические группы товаров, в том числе и на БАД.

В отличие от рынка лекарственных препаратов, на котором доминирует продукция иностранных производителей, на рынке БАД ситуация прямо противоположная – отечественные производители занимают 62% стоимостного и 82% натурального объемов продаж. Среди импортных производителей лидируют БАД производства Германии (23%), США (13%) и Малайзии (8%). Список немецких производителей возглавляет QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG (серия БАД ДОППЕЛЬГЕРЦ), среди американских наиболее популярна продукция компании SOLGAR VITAMIN AND HERB (серия БАД SOLGAR). Среди производителей Малайзии лидирует компания POLENS (M) SDN BHD (БАД ТОНГКАТ – влияющий на репродуктивную систему).

Отметим, что в 2013 году доля импортных производителей выросла с 33% до 38%. Основной вклад в увеличение доли импортных препаратов внесли следующие бренды СУПРАДИН, SOLGAR, ФЕМИБИОН – продажи данных препаратов увеличились более чем в 2 раза.

Рис. 3. Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства с разбивкой по странам



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Импортные препараты, так же как и на рынке лекарств дороже отечественных БАД: цена одной упаковки импортной БАД составила 175 руб., отечественной – 65 руб. В 2013 году отечественные БАД подорожали меньше (+8%), чем импортные (+11%).

Рассмотрим ТОП-20 фирм-производителей БАД (табл. 1). Рейтинг производителей БАД в последние годы возглавляет отечественный производитель – это место традиционно принадлежит компании ЭВАЛАР, на продукцию которой приходится около 20% всех аптечных продаж БАД в денежном выражении. Компания уверенно лидирует на рынке БАД. Заметим, что в 2013 году компания демонстрирует низкие приросты продаж, за счет этого доля компании сократилась на 3% (в 2012 году – 23%). Такая динамика объясняется снижением продаж практически всех брендов занимающих место в рейтинге продаж ниже 3, например, такие бренды как ПУСТЫРНИК, ЧЕРНИКА-ФОРТЕ, ГЛИЦИН-ФОРТЕ сократились в объеме более чем на 25%. Ведущая линейка продуктов для похудения под брендом ТУРБОСЛИМ, занимающая порядка 29% от объема всех продаж ЭВАЛАР в деньгах, выросла в денежном выражении на 15%. Положительную динамику демонстрируют бренды занимающие вторую и третью строчку ФИТОЛАКС и ОБЕСОЛ. ЭВАЛАР ежегодно выводит на рынок новые продукты: наиболее успешной новинкой 2013 года от этого производителя стал ТРОПИКАНА СЛИМ, который занял 11 место с долей 2% от общего объема продаж.

Таблица 1. ТОП-20 фирм-производителей БАД в России в 2013 году

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	ЭВАЛАР	5 140	5,38%	19,46%
2	0	РИА ПАНДА	2 784	34,12%	10,54%
3	0	АКВИОН	917	12,35%	3,47%
4	1	PHARMA-MED	800	34,14%	3,03%
5	3	POLENS (M) SDN BHD	756	41,37%	2,86%
6	1	QUEISSER PHARMA	690	27,79%	2,61%
7	-3	ДИОД	629	-12,02%	2,38%
8	3	NATUR PRODUKT	595	36,14%	2,25%
9	-3	FERROSAN	529	-3,71%	2,00%
10	0	ПОЛЯРИС	511	11,75%	1,93%
11	-2	ЭКОМИР	507	5,68%	1,92%
12	0	ФАРМ-ПРО ТД	446	16,35%	1,69%
13	6	SOLGAR VITAMIN AND HERB	439	132,30%	1,66%
14	6	BAYER	425	128,34%	1,61%
15	-2	ФАРМСТАНДАРТ	410	8,83%	1,55%
16	-2	ЭКОФАРМИНВЕСТ	387	14,08%	1,46%
17	2	АЛТАЙ-ФАРМ	330	35,58%	1,25%
18	14	BERLIN-CHEMIE	297	154,67%	1,12%
19	4	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP	253	50,64%	0,96%
20	-4	KRKA	248	6,38%	0,94%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

С 2011 года РИА-ПАНДА уверенно занимает 2 позицию, ежегодно наращивая отрыв от ближайших конкурентов. В 2013 году рост компании составил 34%, это произошло за счет таких позиций как СЕАЛЕКС ФОРТЕ и АЛИ КАПС – два продукта, предназначенных для коррекции специфических нарушений у мужчин, – которые обеспечили 27% роста компании. Существенный рост показали 2 бренда компании РИА-ПАНДА, входящие в ТОП-5 брендов – это ФУЛФЛЕКС и АРТРОЦИН (БАД, применяемые при заболеваниях костной системы) – их рост более чем в 2 раза в денежном выражении.

На третьем месте с долей 3,5% находится АКВИОН. Прирост компании в 2013 году ниже роста рынка БАД в целом и составляет 12%.

Первые три компании не изменили своих позиции относительно 2012 года. При этом стоит отметить, что отличие в долях с 3 ранга с каждым годом становится менее значимым. И, соответственно, можно ожидать изменений в тройке лидеров именно компании занимающей третью строчку.

Наиболее изменение в рейтинге ТОП-20 демонстрирует компания BERLIN-CHEMIE (+14 позиций), занявшая в итоге 18 место. Прирост в 2,5% объемов продаж компании объясняется выводом на рынок БАД ЭЛАВИЯ, применяемой для похудения и очищения организма. Данный препарат по итогам 2013 года занял третье место в своем сегменте (после линейки ТУРБОСЛИМ и РЕДУКСИН ЛАЙТ (ПОЛЯРИС)).

ТОП-20 брендов занимают на рынке 40%. Лидером рейтинга по итогам 2013 года является линейка компании ЭВАЛАР – ТУРБОСЛИМ (табл. 2). На втором месте с минимальным отрывом СЕАЛЕКС ФОРТЕ от компании РИА ПАНДА. Эти бренды последние три года занимают лидирующие строчки рейтингов и борются за первое место.

Таблица 2. ТОП-20 продаж брендов БАД в России в 2013 году

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Фирма-производитель	Фирма	Стоимостный объем, млн. руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	ТУРБОСЛИМ	ЭВАЛАР	1 473	21,5%	5,6%
2	0	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	1 362	26,5%	5,2%
3	0	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	917	41,2%	3,5%
4	0	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР	701	10,0%	2,7%
5	1	ДОППЕЛЬГЕРЦ	QUEISSER PHARMA	690	27,8%	2,6%
6	1	ТОНКАТ	POLENS (M) SDN BHD	646	24,3%	2,4%
7	9	СУПРАДИН	BAYER	521	113,3%	2,0%
8	-3	АЛФАВИТ	АКВИОН ЗАО	517	-4,5%	2,0%
9	0	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС	506	14,8%	1,9%
10	12	SOLGAR	SOLGAR VITAMIN AND HERB	445	133,0%	1,7%
11	-3	ГЕМАТОГЕН	разные	411	-14,7%	1,6%
12	-2	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР	335	7,8%	1,3%
13	-2	ИНДИНОЛ	МИРАКСБИОФАРМА	316	6,2%	1,2%
14	-2	ЦИ-КЛИМ	ЭВАЛАР	293	4,0%	1,1%
15	12	НОРМОБАКТ	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	277	64,9%	1,0%
16	-3	ПУСТЫРНИК	разные	271	-2,3%	1,0%
17	-3	БИФИФОРМ	FERROSAN	271	6,5%	1,0%
18	1	МЕН'С ФОРМУЛА	PHARMA-MED	242	21,2%	0,9%
19	2	НАТУРИНО	NATUR PRODUKT	238	23,5%	0,9%
20	30	МАКСИЛАК	GENEXO SP. Z.O.O	233	125,8%	0,9%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Максимальный прирост продаж (+133% к 2012 году) среди ТОП-20 брендов отмечен у линейки продуктов SOLGAR, в результате чего препарат переместился на 12 строчек вперед по сравнению с предыдущим годом. Также высокий прирост продаж отмечен для бренда МАКСИЛАК 126%, за счет чего препарат придвинулся на 30 позиций вверх и занял 20 строчку.

«Выпали» из рейтинга такие позиции как ЛЮТЕИН, КАПИЛАР, ЧЕРНИКА-ФОРТЕ, которые в прошлые годы занимали существенную долю в объеме продаж.

Из возможных претендентов на попадание в рейтинг ТОП-20 по итогам 2014 года стоит назвать препарат ФЕМИБИОН от компании MERK SELBSTMEDIKATION, витаминно-минеральный комплекс, рекомендуемый в период беременности. Его объем продаж увеличился в 2,5 раза в 2013 году, и доля достигла 0,8%.

БАД позиционируются производителями как средства для профилактики и/или лечения различных заболеваний. Использовать существующий официальный классификатор для оценки рынка БАД не совсем удобно – многие БАД, применяемые для профилактики/лечения одних и тех же заболеваний находятся в разных разделах классификатора (например, препараты улучшающие зрение). Поэтому специалистами компании DSM был создан свой классификатор БАД, который более четко отражает реалии современного рынка БАД. Классификатор БАД состоит из 17-и разделов, большинство из которых имеет 2-й подуровень, а некоторые разделы – 3-й.

Рейтинг продаж БАД в соответствии с разделами классификатора представлен в таблице 3. По итогам 2013 года рейтинг БАД по первому уровню классификатора DSM возглавила группа [G] БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕПРОДУКТИВНУЮ СИСТЕМУ – доля 22,8%. Второе место принадлежит группе [V] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНИЗМ В ЦЕЛОМ (22,3%), в состав которой входят витаминные и общеукрепляющие препараты. Замыкает тройку лидеров группа [A] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ПИЩЕВАРИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ (16%). Самый большой прирост (+33%) у малоемкой группы БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ОТРАВЛЕНИЯХ И ИНТОКСИКАЦИЯХ (группа [T]).

Отрицательную динамику демонстрируют всего 2 группы: [B] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА КРОВЕТОВОРНУЮ СИСТЕМУ (-5,5%) и [S] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНЫ ЧУВСТВ (-0,5%). Падение продаж первой из упомянутых групп связано с сокращением продаж ГЕМАТОГЕНА как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

Уменьшение доли группы [S] обусловлено снижением продаж таких позиций как ЛЮТЕИН (ЭКОМИР), ЧЕРНИКА-ФОРТЕ (ЭВАЛАР).

Таблица 3. Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД по итогам 2013 года

№ п/п	Раздел реестра БАД	Стоимостный объем, млн. руб.	Прирост к 2012 г.	Лидер внутри каждого отдела	Доля группы, %
1	G БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕПРОДУКТИВНУЮ СИСТЕМУ	6 000	24,4%	22,8%	СЕАЛЕКС ФОРТЕ
2	V БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНИЗМ В ЦЕЛОМ	5 864	25,5%	22,3%	СУПРАДИН
3	A БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ПИЩЕВАРИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ	4 209	19,0%	16,0%	ФИТОЛАКС
4	W БАД ДЛЯ ПОХУДЕНИЯ И ОЧИЩЕНИЯ ОРГАНИЗМА	2 862	24,7%	10,9%	ТУРБОСЛИМ
5	N БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФУНКЦИИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ	1 778	8,0%	6,7%	ПУСТЫРНИК
6	C БАД ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ФУНКЦИЙ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ	1 390	13,3%	5,3%	КАПИЛАР
7	S БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНЫ ЧУВСТВ	986	-0,5%	3,7%	ОКУВАЙТ
8	M БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ КОСТНОЙ СИСТЕМЫ	705	19,2%	2,7%	ФУЛФЛЕКС
9	D БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ДЛЯ УСТРАНЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ПРОБЛЕМ С КОЖЕЙ И ВОЛОСАМИ	671	6,3%	2,5%	INNEOV
10	B БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА КРОВЕТВОРНУЮ СИСТЕМУ	537	-5,5%	2,0%	ГЕМАТОГЕН
11	R БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ДЫХАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ	437	15,1%	1,7%	ДОКТОР ТАЙСС ЛЕДЕНЦЫ
12	I БАД, ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ ФУНКЦИЮ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ	233	24,0%	0,9%	КИДС ФОРМУЛА
13	U БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА МОЧЕВЫДЕЛИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ	222	20,9%	0,8%	ПРОЛИТ
14	T БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ОТРАВЛЕНИЯХ И ИНТОКСИКАЦИЯХ	220	33,3%	0,8%	УГОЛЬ БЕЛЫЙ
15	H БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФУНКЦИЮ ЖЕЛЕЗ ВНУТРЕННЕЙ СЕКРЕЦИИ	185	28,2%	0,7%	ЭНДОКРИНОЛ
16	O БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ И ПРОФИЛАКТИКИ ОНКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ (КРОМЕ ОПУХОЛЕВЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ РЕПРОДУКТИВНОЙ СИСТЕМЫ)	50	30,5%	0,2%	ПРОМИСАН
17	J БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ВИРУСНЫХ, БАКТЕРИАЛЬНЫХ И ГРИБКОВЫХ ЗАБОЛЕВАНИЯХ	3	26,7%	0,0%	ТАНАКСОЛ

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. **ISO 9001:2008**

В заключение еще раз хочется отметить, что 2013 год для аптечных БАД был довольно успешным. На фоне снижения натурального объема продаж основного аптечного ассортимента – лекарств – практически на 1%, биологически активные добавки демонстрируют прирост данного показателя на уровне 6%. При этом и прирост в денежном выражении выше, чем в целом у аптечного ассортимента (+20% против +14%). БАД для аптеки является вторым по значимости после лекарств ассортиментом, доля в структуре продаж достигает 5%. При этом среди парафармацевтических групп товаров БАД занимает лидирующую позицию.