

БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ 1 полугодие 2014 года

Маркетинговое агентство DSM Group

В 2014 году биологически активные добавки остаются в центре внимания органов государственной власти. Одной из основных проблем, связанных с обращением БАД, считается большая доля некачественной или фальсифицированной продукции.

Уже в июле 2014 года Государственная дума в первом чтении одобрила законопроект, ужесточающий наказание за производство и оборот фальсифицированных лекарственных препаратов и фальсифицированных БАД, содержащих запрещенные компоненты.

Законопроект также вводит новое понятие – «фальсифицированные биологически активные добавки, содержащие запрещенные компоненты» – это фальсифицированные биологически активные добавки, имеющие в своем составе умышленно введенные компоненты, не допускающиеся законодательством РФ и законодательством Таможенного союза для использования в составе биологически активных добавок. Ответственность для производителей и распространителей такой категории фальсификатов БАД ужесточается и устанавливается в виде штрафных санк-

ций (до 5 млн рублей) или лишения свободы (до 12 лет) за более тяжкие деяния (как и для преступлений, связанных с оборотом фальсифицированных лекарств).

В целях контроля за качеством обрабатываемых на рынке БАД, производители биологически активных добавок создают саморегулирующуюся организацию (СРО), в состав которой вошли ведущие производители данной категории товаров на рынке.

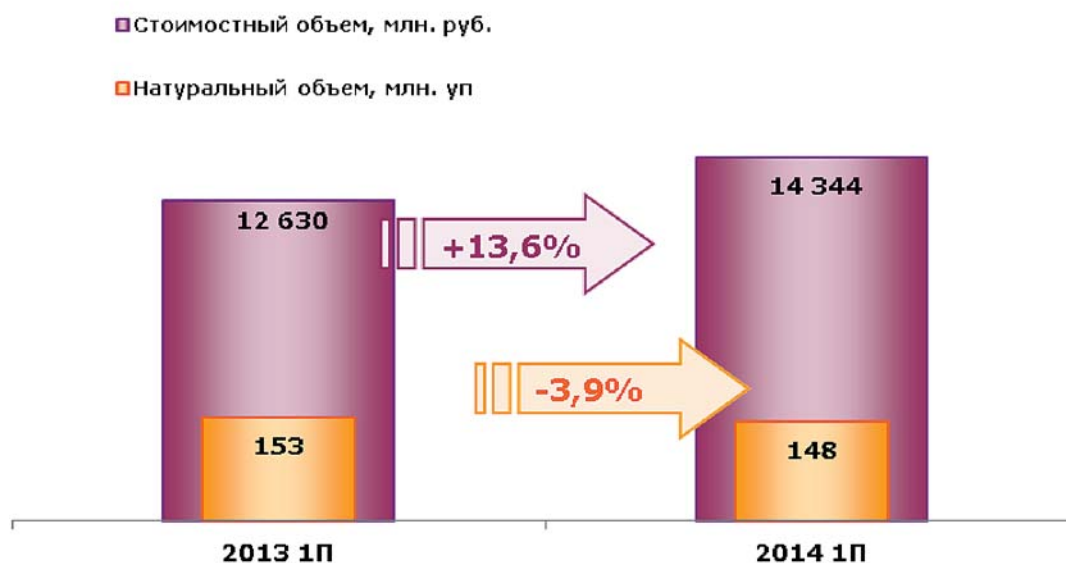
Аптеки остаются основным каналом продаж большого числа биологически активных добавок. За 1 полугодие 2014 года было реализовано около 148 млн. упаковок БАД на общую сумму порядка 14,3 млрд. руб. в оптовых ценах и 19,8 млрд. руб. в розничных ценах. Прирост в стоимостном выражении составил 13,6%; в упаковках прирост отрицательный (-4%), что соответствует общерыночной тенденции в 2014 году. Стоимость одной условной упаковки БАД за 6 месяцев 2014 года составила 134 руб. (в розничных ценах), что выше на 119,5%, чем в 1 полугодии 2013 года.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейре-

са. Согласно индексу Ласпейреса, 6 месяцев 2014 года по сравнению с декабрем 2013 года, цены на БАД в рублях выросли на 5,0%, рост за аналогичный период 2013 года был всего лишь около 1%. Инфляция на БАД в 2014 году более существенна и выше, чем на лекарственный ассортимент. Такой рост можно объяснить компенсацией потерь, связанных с государственным регулированием цен на ЖНВЛП. С другой стороны, растут и отпускные цены на БАД, так как несмотря на то, что большая часть реализуемых биологически активных добавок отечественного производства, сырье покупается за рубежом и выросло в цене за счет роста курсов валют.

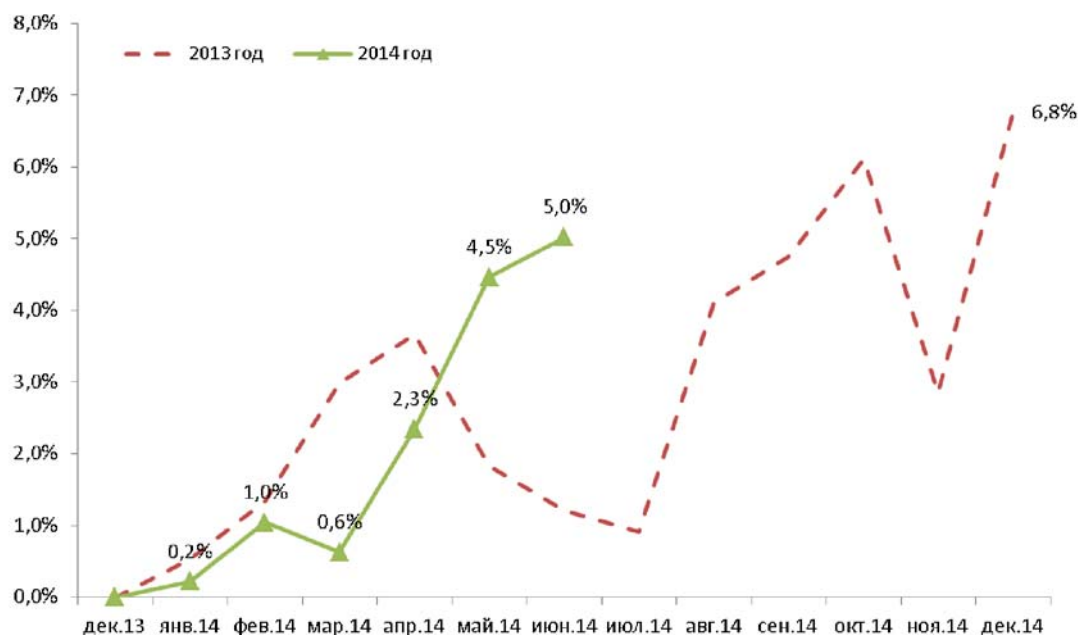
В отличие от рынка лекарственных препаратов, на котором доминирует продукция иностранных производителей, на рынке БАД ситуация прямо противоположная – отечественные производители занимают 60% стоимостного и 78% натурального объемов продаж. Среди импортных производителей лидируют БАД производства Германии (21%), США (15%) и Нидерландов (7%). Список немецких производителей возглавляет QUEISSER PHARMA GMBH

Рис. 1. Объемы продаж БАД в России в 1 полугодии 2014 года



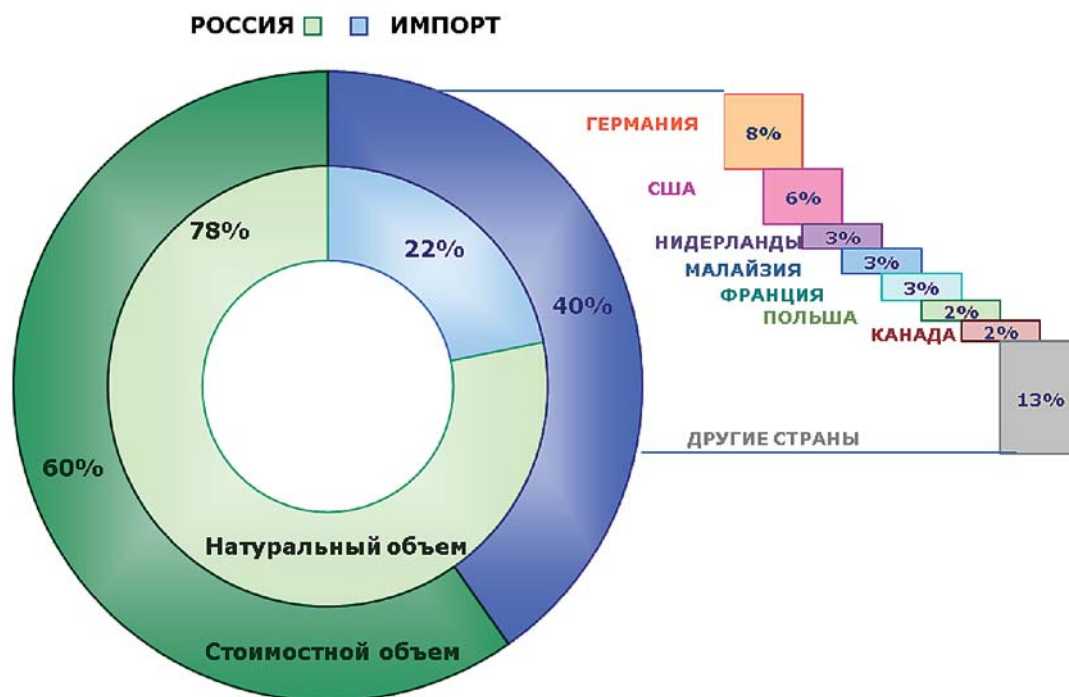
Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Рис. 2. Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за 2014 г.



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

Рис. 3. Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства с разбивкой по странам, 1 полугодие 2014 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ

& CO.KG (серия БАД ДОППЕЛЬГЕРЦ), среди американских наиболее популярна продукция компании SOLGAR VITAMIN AND HERB (серия БАД SOLGAR).

Доля отечественных БАД за 1 полугодие 2014 года упала практически на 5%, несмотря на положительную динамику увеличения объема продаж отечественных БАД. Рост доли импортных позиций в первую очередь связан с ростом БАД таких стран как США (прирост +42%), Франция (прирост +76%) и Белоруссия (рост в 5 раз). Увеличение поставок БАД из Белоруссии объясняется началом действия правил Таможенного союза.

Импортные препараты, так же как и на рынке лекарств дорожают отечественных БАД: цена одной упаковки импортной БАД составила 172 руб., отечественной – 75 руб. В 2014 году отечественные БАД подорожали существенно (+17%), чем импортные (+2%).

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 18% всех аптечных продаж БАД в денежном выражении. Компания уверенно лидирует на рынке БАД. Заметим, что по итогам 1 полугодия 2014 года компания демонстрирует отрицательные приросты продаж (-1%), за счет этого доля компании сократилась на 2% (сокращение доли наблюдается на протяжении последних двух лет). Такая динамика объясняется снижением продаж ведущей линейки производителя ТУРБОСЛИМ на 13%. Также существенно сократились продажи таких брендов, как ОБЕСОЛ (-10%), ЦИ-КЛИМ (продажи упали в 2 раза). Новинка 2014 года от этого производителя ТРОПИКАНА СЛИМ заняла по итогам 1 полугодия 2014 года 3 место в рейтинге брендов ЭВАЛАР с долей 6,2%.

С 2011 года РИА-ПАНДА уверенно занимает 2 позицию, ежегодно наращивая отрыв от ближайших конкурентов. За 1 полугодие 2014 года компания также выросла быстрее рынка на 23% и заняла долю 10,4%. Рост компании обеспечили такие позиции, как СЕАЛЕКС ФОРТЕ и АЛИКАПС – два продукта, предназначенных для коррекции специфических нарушений

у мужчин, которые занимают 84% объема компании и растут на 30%. Существенный рост показал бренд компании РИА-ПАНДА, входящий в ТОП-5 брендов – это НООТРОП (БАД, способствующий повышению умственной работоспособности) – его рост в 2 раза в денежном выражении.

В рейтинге появились «новые» имена. Так, на третьем месте с долей 4% находится VALEANT, компания объединившая препараты NATURPRODUCT и ЭКОМИР. Совокупно объем продаж вырос меньше, чем компании показывали прирост по отдельности. Это связано с оптимизацией портфелей обеих компаний. Лидирующий бренд НАТУРИНО (занимает 25% объема компании) показал прирост в 20%.

Второе «новое» имя – RECORDATI, которое с 2013 года владеет брендами компании АКВИОН. Заметим, что АКВИОН входил в тройку лидеров. По итогам 1 полугодия 2014 года объемы продаж переданных RECORDATI брендов сократились на 14%, и компания заняла только 10 строчку рейтинга. Основной вклад в снижение продаж внес бренд АЛФАВИТ – его продажи упали на 16%.

Таблица 1
ТОП-20 фирм-производителей БАД в России в 1 полугодии 2014 года

Рейтинг 1П 2014 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 1П 2014 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	ЭВАЛАР	2 561,8	-1%	17,9%
2	0	РИА ПАНДА	1 488,7	23%	10,4%
3	0	VALEANT	579,9	4%	4,0%
4	1	PHARMA-MED	516,1	32%	3,6%
5	1	QUEISSER PHARMA	432,6	35%	3,0%
6	4	ПОЛЯРИС	431,4	67%	3,0%
7	1	POLENS (M) SDN BHD	388,0	24%	2,7%
8	5	SOLGAR VITAMIN AND HERB	362,6	89%	2,5%
9	11	BAYER	350,4	218%	2,4%
10	-6	RECORDATI	346,5	-14%	2,4%
11	-4	ДИОД	325,4	4%	2,3%
12	-3	FERROSAN	295,3	9%	2,1%
13	1	ЭКОФАРМИНБЕСТ	219,0	23%	1,5%
14	-3	ФАРМСТАНДАРТ	210,5	0%	1,5%
15	-3	ФАРМ-ПРО ТД	205,6	-1%	1,4%
16	12	MERK SELBSTMEDIKATION	189,2	140%	1,3%
17	2	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP	161,9	39%	1,1%
18	-2	BERLIN-CHEMIE	130,0	-17%	0,9%
19	-1	БИОКОР	128,5	4%	0,9%
20	3	DR. MANN PHARMA	114,2	16%	0,8%

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

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

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ

Наиболее заметное изменение в рейтинге ТОП-20 демонстрируют компании BAYER (+11 позиций и 9 место рейтинга) и MERK SELBSTMEDIKATION (+12 позиций и 16 место рейтинга). Компания BAYER расширила детскую линейку витаминного комплекса СУПРАДИН, в результате продажи выросли в 3 раза. Производитель MERK SELBSTMEDIKATION продвигает на российском рынке витаминно-минеральный комплекс ФЕМИБИОН, предназначенный для женщин, начиная с 13-й нед. беременности и до конца периода грудного вскармливания, его продажи за 1 полугодие 2014 года выросли в 2,5 раза.

ТОП-20 брендов занимают на рынке 42% (Табл. 2.). Лидером рейтинга по итогам 1 полугодия 2014 года является СЕАЛЕКС ФОРТЕ от компании РИА ПАНДА. На втором месте с минимальным отрывом линейка компании ЭВАЛАР – ТУРБОСЛИМ. Эти бренды последние три года занимают лидирующие строчки рейтинга и борются за первое место. АЛИ КАПС (производитель РИА ПАНДА) сохранил за собой 3 место.

Максимальный прирост продаж (+140% к аналогичному периоду 2013 года)

среди ТОП-20 брендов отмечен у линейки продуктов ФЕМИБИОН, в результате чего препарат переместился на 12 строчек вперед по сравнению с предыдущим годом. Также высокий прирост продаж отмечен у бренда РЕДУКСИН ЛАЙТ 66%, за счет чего препарат вошел в ТОП-5.

«Новинки» рейтинга и новинки рынка ТРОПИКАНА СЛИМ (Эвалар) и ВИТАМИШКИ (Pharma-Med) удачно стартовали в конце 2013 года и вошли в ТОП-20.

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-ти 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 1 полугодия 2014 года рейтинг БАД по первому уровню классификатора DSM возглавила группа [V] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНИЗМ В ЦЕЛОМ [G], в состав которой входят витаминные и общеукрепляющие препараты – доля 23,4%. Второе место принадлежит группе[G] БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕПРОДУКТИВНУЮ СИСТЕМУ (21,5%). Замыкает тройку лидеров группа [A] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ПИЩЕВАРИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ (16%). Самый большой прирост (+58%) у малоемкой группы [I] БАД, ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ ФУНКЦИЮ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ, куда вошла «новинка» Pharma-Med ВИТАМИШКИ.

Отрицательную динамику демонстрируют всего 1 группа: [D] БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ДЛЯ УСТРАНЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ПРОБЛЕМ С КОЖЕЙ И ВОЛОСАМИ (-1%) Падение продаж связано с сокращением объемов лидирующих позиций (INNEOV, ЛОРА и СПЕЦИАЛЬНОЕ ДРАЖЕ МЕРЦ).

Таблица 2
ТОП-20 продаж брендов БАД в России в 1 полугодии 2014 года

Рейтинг 1П 2014 г.	Изменение	Бренд	Фирма	Стоимостный объем, млн. руб. 1П 2014 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	1	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	728,2	27%	5,1%
2	-1	ТУРБОСЛИМ	ЭВАЛАР	710,3	-13%	5,0%
3	0	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	517,6	33%	3,6%
4	1	ДОППЕЛЬГЕРЦ	QUEISSER PHARMA	432,6	35%	3,0%
5	3	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС	423,9	66%	3,0%
6	4	SOLGAR	SOLGAR VITAMIN AND HERB	360,2	89%	2,5%
7	-3	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР	356,3	4%	2,5%
8	1	СУПРАДИН	BAYER	350,1	65%	2,4%
9	-3	ТОНГКАТ	POLENS (M) SDN BHD	285,3	-2%	2,0%
10	-3	АЛФАВИТ	RECORDATI	235,7	-16%	1,6%
11	0	ГЕМАТОГЕН	Разные	199,5	7%	1,4%
12	24	ФЕМИБИОН	MERK SELBSTMEDIKATION	189,2	140%	1,3%
13	5	НОРМОБАКТ	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP	184,0	51%	1,3%
14	-1	ИНДИНОЛ	ЭКОФАРМИНВЕСТ	171,8	16%	1,2%
15	new	ТРОПИКАНА СЛИМ	ЭВАЛАР	158,4		1,1%
16	-4	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР	150,5	-10%	1,0%
17	-2	БИФИФОРМ	FERROSAN AG	150,4	11%	1,0%
18	-1	НАТУРИНО	VALEANT	149,9	20%	1,0%
19	new	ВИТАМИШКИ	PHARMA-MED	145,7		1,0%
20	-6	ПУСТЫРНИК	Разные	136,1	1%	0,9%

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

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

Таблица 3
Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД
по итогам 1 полугодия 2014 года

№ п/п	Раздел реестра БАД	Стоимостный объем, млн. руб.	Прирост к 1П 2013 г.	Доля группы, %	Лидер внутри каждого раздела
1	V БАД , действующие на организм в целом	3 332,6	17%	23,4%	СУПРАДИН
2	G БАД , влияющие на репродуктивную систему	3 059,1	16%	21,5%	СЕАЛЕКС ФОРТЕ
3	A БАД , действующие на пищеварительную систему	2 278,9	13%	16,0%	ФИТОЛАКС
4	W БАД для похудения и очищения организма	1 715,8	16%	12,1%	ТУРБОСЛИМ
5	N БАД , влияющие на функции центральной нервной системы	927,8	6%	6,5%	ПУСТЫРНИК
6	C БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы.	702,0	2%	4,9%	КАПИЛАР
7	S БАД , действующие на органы чувств	503,0	5%	3,5%	ОКУВАЙТ
8	D БАД , применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами	368,7	-1%	2,6%	INNEOV
9	M БАД , применяемые при заболеваниях костной системы	341,7	5%	2,4%	ГОРНЫЙ КАЛЬЦИЙ
10	B БАД , действующие на кроветворную систему	246,7	0%	1,7%	ГЕМАТОГЕН
11	R БАД , применяемые при заболеваниях дыхательной системы	227,0	0%	1,6%	ДОКТОР ТАЙСС ЛЕДЕНЦЫ
12	I БАД , поддерживающие функцию иммунной системы	160,1	53%	1,1%	ВИТАМИШКИ
13	U БАД , действующие на мочевыделительную систему	124,1	25%	0,9%	ПРОЛИТ
14	H БАД , влияющие на функцию желез внутренней секреции	106,5	18%	0,7%	ЭНДОКРИНОЛ
15	T БАД , применяемые при отравлениях и интоксикациях.	104,9	7%	0,7%	УГОЛЬ БЕЛЫЙ
16	O БАД , применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы)	28,6	26%	0,2%	ПРОМИСАН
17	J БАД , применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях	1,3	3%	0,0%	ТАНАКСОЛ ПЛЮС

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

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. В настоящий момент в правительстве широко обсуждается проект по разрешению продаж ОТС-препаратов в супермаркетах и обычных продуктовых магазинах. Такое нововведение коснется не только безрецептурных лекарств, но и отразится на продажах биологически активных добавках, для которых основным каналом реализации на сегодняшний день остаются аптеки.