

Обзор продаж средств от насморка в аптечном и бюджетном сегментах фармрынка (МАТ 07/2017*)

Несмотря на поговорку «леченый насморк длится неделю, а нелеченый — семь дней», средства от него остаются популярной группой препаратов, представленных в аптеках. Более того, лечение насморка становится все более сложным и наукоемким процессом — сейчас насморк все чаще лечат не одним, а двумя средствами. Первое, на основе морской воды или ее заменителей, очищает слизистую носа и подготавливает ее к нанесению второго средства — для лечения. Чаще всего второй очередью идут сосудосуживающие препараты, также используются лекарства с антибиотиками и препараты, разжижающие вязкую носовую слизь.

Сегмент средств для лечения насморка за последние 12 месяцев заметно оживился и прирос в деньгах на 23% — до 36,3 млрд руб., а в упаковках — на 18%, до 367,6 млн упаковок (рис. 1). Это примерно 2,5 упаковки на каждого жителя страны, на которые потрачено около 250 руб. На аптечные продажи традиционно приходится около 99% от всей реализации препаратов для лечения насморка. На рынке средств от насморка обращается более 100 брендов, которые производятся почти 80 корпорациями, состав препаратов определяется более чем 30 МНН. Среди производителей наибольшая доля продаж у Stada (3 бренда средств от насморка), GSK (6 брендов) и Recordati (2 бренда).

Популярность средств на основе морской воды и ее заменителей растет, с ней растет и доля, которую они занимают в структуре группы. По итогам продаж за последние 12 месяцев она достигла почти 15%. Спрей, самая востребованная лекарственная форма, увеличивает свое присутствие среди других видов средств от насморка, причем около 40% приходится на недозированные спреи, около 30% — на дозированные (рис. 2). Самым распространенным действующим химическим веществом в средствах от насморка можно назвать ксилометазолин, 37% стоимостного объема группы приходится на это МНН. Бренды-лидеры с этим МНН — «Снуп», «Тизин», «Отривин». За ксилометазолином следует МНН оксиметазолин (бренды-лидеры — «Називин», «Африн», «Викс») с долей рынка 8% и МНН мометазон (бренды-лидеры — «Назонекс», «Дезринит», «Момат») с долей 5%.

TOP20 брендов среди средств от насморка по доле в объеме продаж в денежном выражении, август 2016 г.—июль 2017 г., %					
Рейтинг	Бренд	Корпорация	Доля продаж		Прирост продаж
			МАТ 07/2017	МАТ 07/2016	МАТ2017/МАТ2016
1	Аквалор	Stada	8,2	8,6	19
2	Снуп	Stada	7,7	6,4	49
3	Тизин	Johnson & Johnson	7,4	7,8	16
4	Отривин	GSK	6,7	6,4	29
5	Аква Марис	Jadran	5,6	6,5	7
6	Називин	Merck	5,5	6,1	12
7	Риностоп	Фармстандарт	4,6	3,0	90
8	Назонекс	MSD	4,4	4,2	30
9	Полидекса	Recordati	4,3	3,5	50
10	Изофра	Recordati	3,5	3,0	48
11	Виброцил	GSK	3,5	4,0	9
12	Ринофлуимуцил	Zambon	3,3	2,7	54
13	Ксимелин	Takeda	3,1	2,5	55
14	Ринонорм-Тева	Teva	2,9	4,1	-12
15	Нафтизин	Группа производителей	2,8	5,4	-36
16	Ксилен	Abbot	2,5	3,1	2
17	Пиносол	Sanofi	2,2	2,4	13
18	Санорин	Xantis /Teva	2,2	2,9	-6
19	Долфин	Alvogen	2,0	1,6	52
20	Авамис	GSK	1,9	2,0	17

Источник: AlphaRM

Таблица



Первое место в структуре продаж средств от насморка за рассматриваемый период занял бренд «Аквалор», не относящийся к лекарственным препаратам. Он имеет широкую линейку торговых наименований, в состав которых входит морская вода, предназначенных для применения при различных случаях насморка и заложенности носа. На втором месте препарат той же компании Stada, но с классическим сосудосуживающим действием — «Снуп» (табл.).

Заметно ослабил свои позиции (падение продаж к аналогичному периоду предыдущего года — 36%) «Нафтизин», несмотря на свое лидерство в рейтинге по натуральному объему продаж с долей 17%. Самая большая доля продаж в деньгах среди производителей «Нафтизина» у «Славянской аптеки», 20% рынка у «ПФК Обновление» и 15% — у «Солофарм». Также сократились продажи бренда «Ринонорм-Тева» — на 12%. Самый бурный рост +90% был отмечен у бренда «Риностоп» компании «Фармстандарт».

* По итогам периода август 2016 г. — июль 2017 г.

Подробнее читайте: <https://www.pharmvestnik.ru/publs/lenta/v-rossii/soplivyj-biznes-prnt-17-m9-901.html>