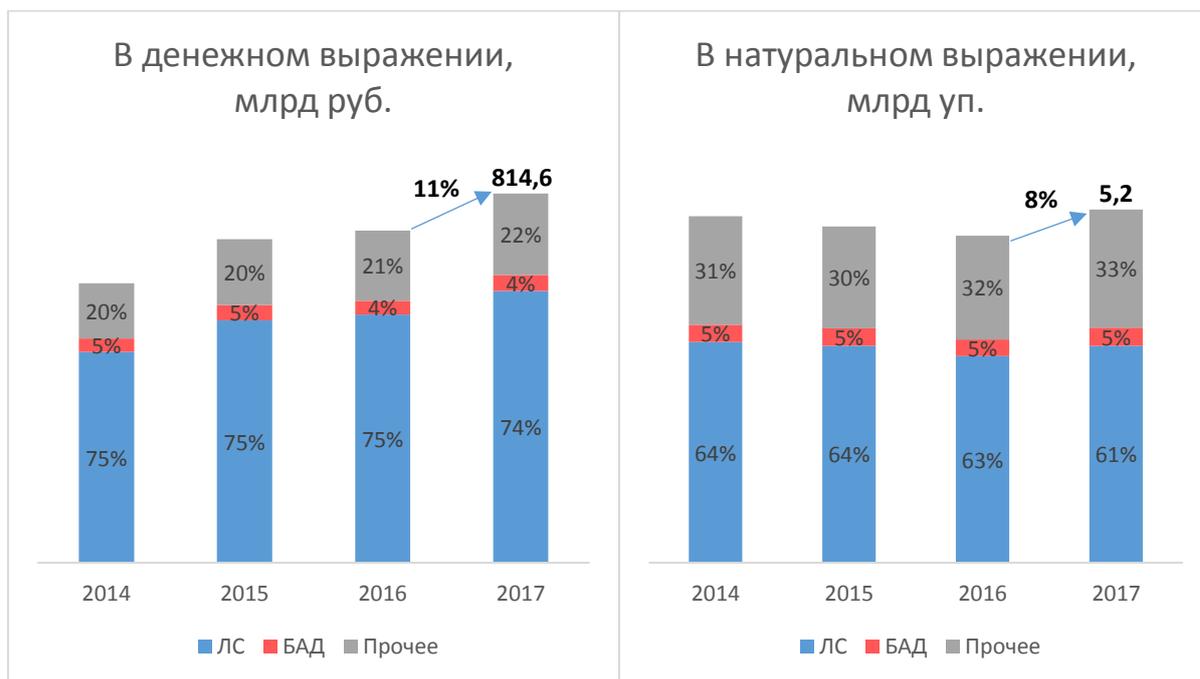


Обзор розничного коммерческого сегмента аптечного рынка биологически активных добавок к пище по итогам I-III кв. 2017г.

Емкость коммерческого сегмента аптечного рынка (лекарственные препараты, БАД, дополнительный аптечный ассортимент) по итогам трех кварталов 2017 г. достигла 814,6 млрд руб. в ценах продаж аптек, что на 11% выше, чем в аналогичном периоде прошлого года. В натуральном выражении было реализовано около 5,2 млрд упаковок, что на 8% больше, чем за аналогичный период 2016 г. Наибольший вклад в аптечные продажи вносят лекарственные средства (ЛС): с января по сентябрь 2017 г. в денежном выражении около 73,7% всех продаж пришлось на ЛС, примерно 22,0% на прочие продажи и 4,3% продаж приходится на биологически активные добавки (рис. 1).

Динамика продаж коммерческого сегмента аптечного рынка, I-III кв. 2014-2017 гг.



Источник: AlphaRM - Мониторинг розничных продаж ЛС в РФ

Рис.1

Емкость коммерческого рынка БАД по итогам трех кварталов 2017 г. составила 35,15 млрд руб. в ценах продаж аптек, что на 15,5% выше, чем за аналогичный период 2016 г. В натуральном выражении было реализовано около 264,7 млн упаковок биологически активных добавок, что на 8,3% выше показателя предыдущего года (рис. 2).

Динамика продаж БАД в розничном коммерческом секторе аптечного рынка, I-III кв. 2015–2017 гг.

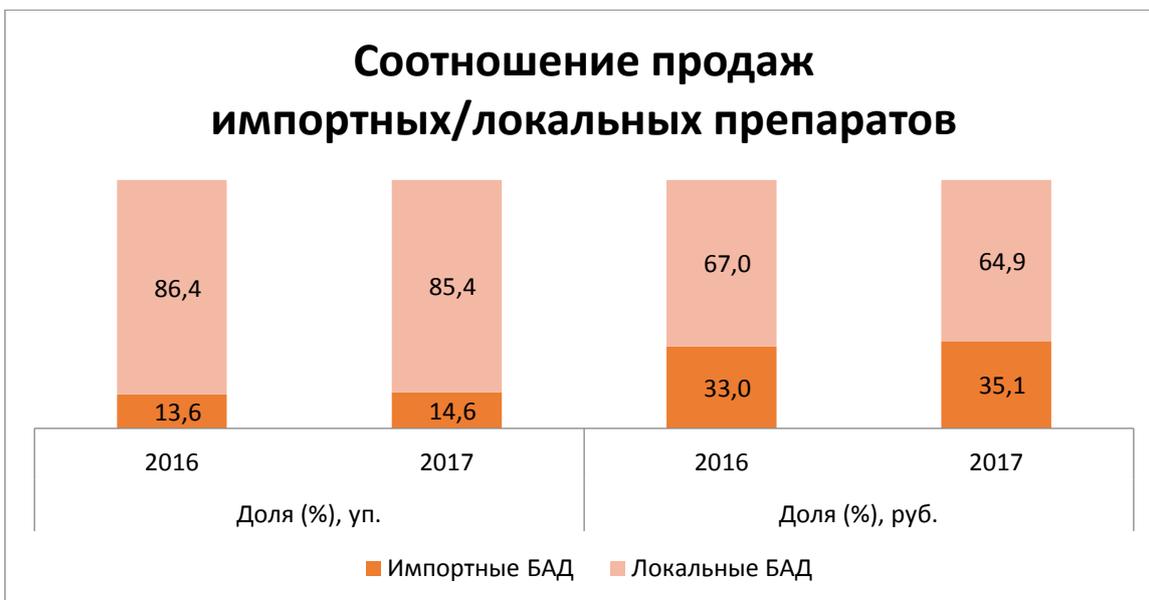


Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Рис. 2

По результатам периода с I по III кв. 2017 г. наблюдался прирост продаж БАД по сравнению с аналогичным периодом 2016 г. как импортных (+23%), так и отечественных добавок (+12%). В натуральном выражении БАД показали эквивалентный прирост: +16% – импортные и +8% – отечественные. Наибольшая доля потребления биологически активных добавок приходится на локальных производителей: 64,9% в рублях и 85,4% в упаковках. Доля локальных производителей БАД сократилась как в натуральном, так и в денежном выражении по сравнению с тремя кварталами 2016 г. (рис. 3).

Соотношение продаж БАД в детализации по стране производства в розничном коммерческом секторе аптечного рынка, I-III кв. 2016–2017 гг.



Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Рис. 3

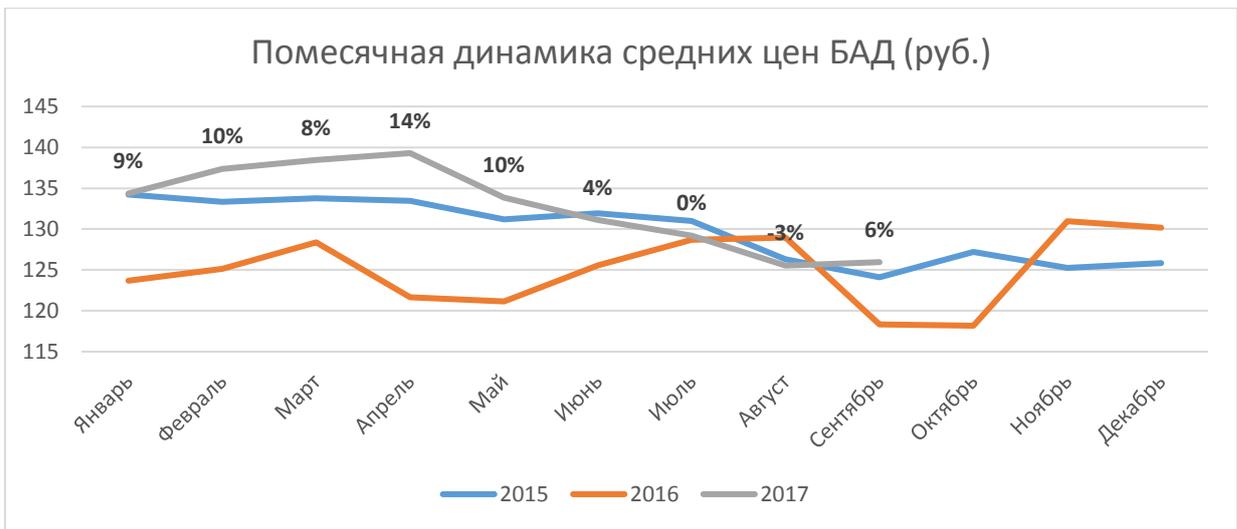
По итогам периода I–III кв. 2017 г. средние цены на биологически активные добавки выросли примерно на 7%. Импортные БАД показали прирост цен на 6%, БАД отечественных производителей подорожали на 4% (рис. 4). Неизменно лидерами продаж среди импортных БАД в стоимостном выражении является бренд Солгар, а в натуральном – Натурино; среди отечественных – Фитолакс, лидер продаж в денежном выражении, а Гематоген – в натуральном.

Динамика средних цен БАД с детализацией по стране производства в розничном коммерческом секторе аптечного рынка, I–III кв. 2016–2017 гг.



Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Рис. 4

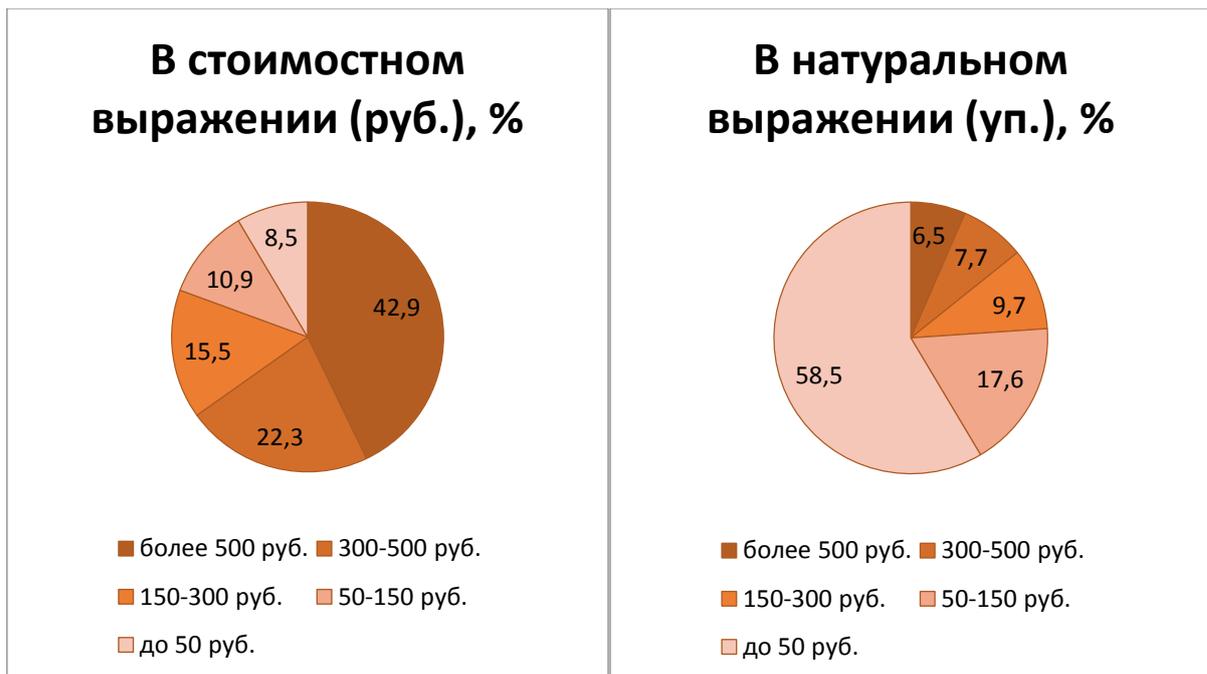


Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Рис. 5

За первые три квартала 2017 г. в розничном коммерческом секторе аптечного рынка наибольшее количество продаж БАД в натуральном выражении пришлось на ценовой сегмент до 50 рублей (58,5%), в этом сегменте лидерами продаж являются Гематоген, Асвитол и Аскорбин Ка Форте. Из-за дешевизны сегмента в стоимостном выражении на него приходится наименьшая доля – 8,5%. Лидером продаж биологически активных добавок в денежном выражении стал самый дорогой ценовой сегмент (от 500 рублей), его доля в денежном выражении составила 42,9%, а в натуральном выражении – 6,5% продаж розничного коммерческого сектора фармрынка БАД. Брендами-лидерами дорогого сектора стали Солгар, Фемибион и Максилак (рис. 6).

Соотношение продаж БАД в розничном коммерческом секторе аптечного рынка в детализации по ценовым сегментам, I-III кв. 2017 г.



Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Рис. 6

ТОР-20 категорий БАД в розничном коммерческом секторе аптечного рынка по итогам I-III кв. 2017 г.

ТОР-20 категорий биологически активных добавок занимают 76% общего стоимостного объема продаж БАД аптечного сегмента и 89% общего натурального объема продаж. Стоимостной прирост объема продаж наблюдался почти во всех категориях БАД, кроме «БАД для повышения потенции» и «БАД слабительные», эти категории показали падение в денежном выражении -24% и -2% соответственно и в натуральном выражении -22% и -9% соответственно. Натуральный объем продаж также рос в большинстве групп добавок, но помимо уже упомянутых слабительных БАД объем продаж упал в категории «Гематоген» -3% и «БАД для очищения организма» -40%. Однако в стоимостном выражении эти же категории продемонстрировали прирост +1% и +28% соответственно. Разнонаправленные пиковые динамики добавок для очищения организма можно связать с активным ростом продаж среднего ценового сегмента (150-300 рублей) при падении средней цены.

По итогам первых трех кварталов 2017 г. категория «Поливитамины и витаминно-минеральные комплексы общего назначения» поднялась на первое место в рейтинге стоимостного объема продаж и на пятое в рейтинге натурального объема, прирост продаж составил 40% и 29% соответственно, а прирост доли группы 2% и 0,5% соответственно. На основании динамики этих показателей можно сделать вывод, что наблюдаемый прирост продаж в рублях обусловлен дороговизной категории. И действительно, в данной группе БАД только около 1% продаж приходится на сегменты ниже 150 рублей, а почти 85% всех продаж приходится на сегмент от 300 рублей. Основными брендами группы являются Витамишки корпорации Фармамед, Юнивит корпорации Отисифарм и Алфавит корпорации Рекордати. Лидеры среди корпораций в группе абсолютно коррелируют с принадлежностью брендам.

Витамины сместили с первой строчки стоимостного рейтинга группу «Пребиотики и пробиотики», хотя в рейтинге натурального выражения эта группа сохранила за собой седьмую позицию. Прирост продаж составил 17% в денежном и 7% в натуральном выражении. Доля категории в денежном выражении составляет 10%, а в натуральном 3%. Основные бренды группы – Максилак корпорации ФП Оболенское, Нормобакт корпорации Польшфарма и Линекс корпорации Новартис.

Рейтинг объемов продаж в натуральном выражении возглавляют категории «Моновитамины» и «Гематоген» с долей 27% и 25% соответственно. Относительно I-III кварталов 2016 г. группы поменялись местами. В рейтинге денежного выражения группы расположились на пятой и шестой строчке соответственно. Группа «Гематоген» продемонстрировала падение продаж как в натуральном (-3%), так и в денежном выражении (-6%), а падение доли составило около -3% в натуральном выражении и -0,5% в денежном. Группа «Моновитамины», напротив, продемонстрировала прирост по аналогичным показателям: прирост продаж составил +18% в натуральном и +21% в денежном, а прирост доли – +2,3% в натуральном и +0,2% в денежном. Основным брендом группы «Моновитамины» является Асвитол, а группы «Гематоген» – Феррогематоген. Корпорации-лидеры групп – это Отисифарм и Фармстандарт соответственно (табл. 1 и 2).

TOP-20 категорий БАД в денежном выражении в розничном коммерческом секторе аптечного рынка, I-III кв. 2017 г.

Рейтинг	Изменение рейтинга I-III кв. 2017/2016	Категория БАД	Доля (%)	Прирост I-III кв. 2017/2016 (%)
1	+2	Поливитамины и витаминно-минеральные комплексы общего назначения	10%	40%
2	-1	Пребиотики и пробиотики	10%	17%
3	+2	ПНЖК Омега и рыбий жир	6%	47%
4	-2	БАД для повышения потенции	6%	-24%
5	-1	Гематоген	4%	1%
6	+1	Моновитамины	4%	21%
7	-1	БАД слабительные	4%	-2%
8	+1	БАД успокаивающие	4%	20%
9	-1	БАД для контроля и снижения веса	4%	9%
10	-	Прочие БАД других групп	3%	13%
11	-	Желчегонные и гепатопротекторы	3%	16%
12	-	Витамины для беременных и кормящих	3%	16%
13	+2	БАД для улучшения состояния кожи, волос, ногтей	2%	37%
14	-	БАД улучшающие мозговое кровообращение	2%	13%
15	-2	БАД при нарушениях менструального цикла и климаксе	2%	2%
16	+1	Препараты для лечения и профилактики функциональных расстройств ЖКТ	2%	29%
17	-1	Витаминно-минеральные комплексы для зрения	2%	12%
18	-	Антиоксиданты	2%	19%
19	+1	БАД содержание глюкозамин и хондроитин	2%	26%
20	-1	БАД для профилактики и коррекции гинекологических заболеваний	1%	8%

Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Табл. 1

TOP-20 категорий БАД в натуральном выражении в розничном коммерческом секторе аптечного рынка, I-III кв. 2017 г.

Рейтинг	Изменение рейтинга I-III кв. 2017/2016	Категория БАД	Доля (%)	Прирост I-III кв. 2017/2016 (%)
1	+1	Моновитамины	27%	18%
2	-1	Гематоген	25%	-3%
3	-	Прочие БАД других групп	5%	9%
4	-	БАД успокаивающие	4%	13%
5	+1	Поливитамины и витаминно-минеральные комплексы общего назначения	3%	29%
6	-1	ПНЖК Омега и рыбий жир	3%	25%
7	-	Пребиотики и пробиотики	3%	7%
8	+1	Желчегонные и гепатопротекторы	2%	6%
9	-1	БАД улучшающие мозговое кровообращение	2%	1%
10	+1	Сырье растительное других групп	2%	4%
11	-1	БАД слабительные	2%	-9%
12	+1	БАД с кальцием	2%	35%
13	+1	Прочие БАД влияющие на обмен веществ	2%	54%
14	+5	Масла	1%	29%
15	-3	БАД для очищения организма	1%	-40%
16	+1	Фиточаи	1%	13%
17	+3	Препараты для лечения и профилактики функциональных расстройств ЖКТ	1%	22%
18	-3	Сиропы	1%	6%
19	-1	Фиточаи для похудения	1%	3%
20	+4	БАД от кашля и для нормализации дыхательной системы	1%	30%

Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Табл. 2

Рейтинг корпораций¹ в розничном коммерческом секторе БАД аптечного рынка по итогам I-III кв. 2017 г.

ТОР-20 ведущих корпораций занимают 63% общего стоимостного объема продаж аптечного сегмента биологически активных добавок. Лидеры рейтинга не изменились: первое место занимает компания Эвалар с долей более 17%. Наиболее продаваемыми брендами компании остаются Фитолакс, Турбослим и Глицин Форте. По сравнению с тремя кварталами 2016 г. прирост продаж компании в денежном выражении составил 5,9%, однако доля корпорации на рынке упала на 1,5%. Вторую строчку рейтинга занимает корпорация Фармамед с долей 4,92%. Корпорация Вис, с самым крупным падением рейтинга (-34%), опустилась с третьего на девятое место, потеряв более 1,8% доли рынка. Третье место рейтинга, поднявшись на пять позиций, заняла корпорация Отисифарм, продемонстрировав прирост более 50% и увеличение доли рынка на 1%. Корпорация Валеант сохранила свою позицию в рейтинге с приростом 11% и долей от рынка БАД около 4%, в то же время корпорация Солгар наступает на пятки Валеанту с долей рынка всего на 0,03% меньше. Прирост корпорации Солгар по результатам трех кварталов 2017 г. составил 40%.

Стоит обратить внимание на корпорации, поднявшиеся в рейтинге с крупнейшими приростами: корпорация Внешторг Фарма поднялась на пятнадцатое место (+34 строки рейтинга) с приростом около 367%, увеличением доли на рынке на 1,1%; также достойна внимания корпорация Джи Эл Эс Медикал с приростом более 100% и увеличением доли на 0,5%, она показала +8 строчек в рейтинге; корпорация Отисифарм поднялась на +5 строчек рейтинга (табл. 3).

Прирост корпорации Внешторг Фарма обусловлен выходом на рынок большого количества новых витаминных комплексов компании, например, бренда Веррум Вит и таких брендов, как Артелар и Йосен, а также приростом продаж уже существующих брендов: Суперум, Белый уголь актив и Фармадар.

Активный рост корпорации Джи Эл Эс Медикал можно связать с усилившейся с середины 2016 г. маркетинговой активностью основных препаратов компании: Ловелас, Позитив и Ярсагумба. Также высокий рост можно объяснить удачным временем для роста: бренд Ловелас отвоевывает долю рынка, которая принадлежала корпорации Вис и РИА Панда с брендами Сиалекс и Аликапс.

Прирост корпорации Отисифарм обусловлен выходом на рынок нескольких новых видов биологически активных добавок. Особенно много новинок компании представлены известным брендом витаминов Компливит: таблетки «Компливит Суперэнергия с женьшенем», «Компливит

¹ Корпорация – это группа компаний, имеющих производственные, сбытовые и иные отраслевые подразделения, возникающая в ходе консолидации активов и глобализации деятельности фармацевтических и иных компаний, часто не ограничивающаяся одной страной присутствия и владеющая правами на производство продукции всех входящих в состав компаний.

Формула роста волос», «Компливит Кальций Д3 Голд», пастилки «Компливит АКТИВные мишки», «Компливит ФрутоВит», «Компливит Сияние Антиоксиданты Молодости» и «Компливит Хондро». Помимо витаминов, Отисифарм в 2017 г. выпустили новые БАД «Уронорм» и «Гепатофильтр»².

ТОР-20 корпораций в розничном коммерческом секторе аптечного рынка БАД (руб.), I-III кв. 2017 г.

Рейтинг	Изменение рейтинга I-III кв. 2017/2016	Корпорация	Доля (%)	Прирост I-III кв. 2017/2016 (%)
1	-	Эвалар	17,29	5,9
2	-	Фармамед	4,92	15,4
3	+5	Отисифарм	4,24	52,0
4	-	Валеант	4,08	10,9
5	+1	Солгар	4,05	40,3
6	+1	Квайссер Фарма ГмбХ и Ко КГ	3,60	26,1
7	-2	Др Редди`с лабораторис лтд	3,25	12,5
8	+1	Рекордати	2,45	6,6
9	-6	Вис	2,43	-34,1
10	-	Фармстандарт	2,13	11,3
11	+3	Штада	2,09	55,3
12	-1	Польфарма	1,89	1,5
13	+2	ФП Оболенское	1,68	28,8
14	-2	Фарм-Про	1,64	-1,7
15	+34	Внешторг Фарма	1,35	366,6
16	+1	Новартис	1,28	4,4
17	+2	ПРОТЕК группа компаний	1,23	31,3
18	+8	Джи Эл Эс Медикал	1,22	107,7
19	+3	Фармаплант Фабрикацион хемишер Продукте ГмбХ	1,18	53,8
20	-4	Диод	1,00	-22,3

Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Табл. 3

Рейтинг брендов БАД в розничном коммерческом секторе аптечного рынка по итогам I-III кв. 2017 г.

Суммарно ТОР-20 ведущих брендов занимают 37% стоимостного объема продаж коммерческого сегмента аптечного рынка. В первой пятерке произошло довольно много изменений: бренды Солгар корпорации Солгар и Доппельгерц корпорации Квайссер сместили с первой строчки Фитолакс корпорации Эвалар. Бренд Фитолакс опустился на 2 позиции в рейтинге, сократив объем продаж по сравнению с 1-м полугодием 2016 г. на 4,6%, в то время как бренды Солгар и Доппельгерц поднялись на +1 строчку рейтинга с приростом объема продаж 40% и 26%

² Бренды, указанные на официальном сайте производителя <http://otcpharm.ru/> как «новинки».

соответственно. Самым быстрорастущим брендом среди TOP-20 является бренд Ловелас корпорации Джи Эл Эс Медикал, прирост бренда составляет около 95%, а увеличение доли превышает 0,45%. Активный рост препарата Ловелас сопровождается стремительным падением конкурентного средства – Сеалекс корпорации Вис, падение стоимостного объема продаж составило чуть менее 50%, а потерянная препаратом доля – 1,4% (табл. 4).

TOP-20 брендов БАД по объему продаж в розничном коммерческом секторе аптечного рынка, руб., I-III кв. 2017 г.

Рейтинг	Изменение рейтинга I-III кв. 2017/2016	Бренд	Корпорация	Доля (%)	Прирост I-III кв. 2017/2016 (%)
1	+1	Солгар	Солгар	4,05	40,33
2	+1	Доппельгерц	Квайссер Фарма ГмБХ и Ко КГ	3,60	26,07
3	-2	Фитолакс	Эвалар	3,01	-4,59
4	-	Фемибион	Др Редди`с лабораторис лтд	2,83	15,17
5	+1	Витамишки	Фармамед	2,32	7,66
6	+1	Феррогематоген	Фармстандарт	2,12	10,90
7	+1	Турбослим	Эвалар	1,78	-2,24
8	+6	Компливит	Отисифарм	1,75	36,53
9	+4	Максилак	ФП Оболенское	1,68	28,85
10	-1	Нормобакт	Польфарма	1,68	3,74
11	-	Алфавит	Рекордати	1,65	12,12
12	-	Глицин форте эвалар	Эвалар	1,58	9,67
13	+10	Юнивит	Отисифарм	1,55	109,45
14	+4	Овесол	Эвалар	1,23	28,64
15	+6	Модельформ	Фармаплант Фабрикацион хемишер Продукте ГмБХ	1,18	53,77
16	-	Линекс	Новартис	1,16	8,60
17	-12	Сеалекс	Вис	1,14	-48,33
18	+13	Ловелас	Джи Эл Эс Медикал	1,12	95,31
19	-4	Гематоген русский	Фарм-Про	1,06	-9,27
20	-3	Пустырник форте	Эвалар	0,95	-3,47

Источник: AlphaRM – Мониторинг розничных продаж ЛС и БАД в РФ

Табл. 4

Заключение

По итогам периода I-III кв. 2017 года объем розничного коммерческого сегмента аптечного рынка БАД вырос как в стоимостном выражении, так и в натуральном. Доля продаж импортных биологически активных добавок с января по сентябрь 2017 года увеличилась и в упаковках, и в

рублях. Цены на импортные БАД выросли сильнее, чем на отечественные. Дешевые средства занимают наибольшую долю в натуральном выражении, но наименьшую в денежном; обратная ситуация с дорогими средствами: на них приходится наибольшая доля продаж в денежном выражении, но наименьшая в натуральном. Компания Эвалар является неоспоримым лидером продаж БАД в розничном коммерческом сегменте аптечного рынка как среди производителей, так и среди корпораций. Ведущим брендом по стоимостному объему продаж является Солгар компании Солгар.