

## ОБЗОР РЫНКА БАД ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ ПРОСТУДНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ.

1-3 квартал 2015 года

Маркетинговое агентство DSM Group

В разгар осенне-зимнего сезона перед посетителями аптеки зачастую встает вопрос о средствах профилактики простудных заболеваний. Довольно большое количество информации в СМИ, яркая красочная реклама, а также первичная рекомендация провизора дают преимущество лекарственным препаратам. Известные широкому кругу потребителей Кагоцел, Арбидол, Анаферон, Амиксин и прочие лекарственные бренды держат пальму первенства в данном сегменте фармрынка. Но в последние несколько лет набирают популярность биологически активные добавки, направленные на профилактику простудных и вирусных заболеваний.

Только в 2014 г. объем продаж БАД для профилактики гриппа и ОРВИ вырос более чем в два раза относительно 2013 г. и составил 409 млн. руб. (в закупочных ценах аптек). Рост в упаковках был чуть более скромным +65% к уровню предыдущего года. Всего же в 2014 г. через аптеки России было реализовано почти 2 млн. упаковок БАД для профилактики простудных и вирусных заболеваний.

За девять месяцев 2015 г. объем продаж добавок к пище рассматриваемой категории составил в рублях 380 млн. руб. и 1,4 млн. упаковок. Если сравнивать три квартала текущего года с аналогичным пе-

риодом прошлого года, то стоит отметить рост стоимостного объема продаж на 65% и натурального на 20%. То есть можно предположить, что в 2015 г. будет реализовано не менее 2 млн. упак., что в рублевом эквиваленте составит не менее 400 млн. руб.

По итогам 9 месяцев 2015 г. средняя розничная цена упаковки в БАД для профилактики простудных заболеваний в аптеках составляет 289 руб./упак. Это более чем на 30% выше средней розничной стоимости 2014 г.

На прилавках российских аптек представлено свыше 80 брендов БАД для профилактики гриппа и ОРВИ, поставляемые более чем 90 разными компаниями-производителями.

Самой популярной лекарственной формой БАД, направленных на профилактику простудных и вирусных заболеваний, являются пастилки жевательные. По данным за три квартала 2015 г. на их долю приходилось 65% всего стоимостного объема продаж, 21% приходилось на капсульную форму препаратов, удельный вес других лекарственных форм значительно ниже.

Свыше половины всего стоимостного объема продаж БАД для профилактики простудных и вирусных заболеваний уже не первый год приходится на бренд

ВИТАМИШКИ (компания PHARMA-MED). Появившийся на отечественном рынке только в 2013 г., данный бренд БАД довольно быстро завоевал весомые рыночные позиции.

На втором месте обосновался БАД РИ-ОФЛОРА (производит данный препарат WINCLOVE BIO INDUSTRIES BY, продвигает компания Nyscomed), также появившийся в России лишь в 2013 г. В сумме два лидирующих бренда контролируют порядка 80% рынка рассматриваемых препаратов, оттеснив некогда лидирующие БАРСУКОР, ЭХИНАЦЕЮ и КИДС ФОРМУЛУ на 3-е, 5-е и 6-е место соответственно.

Большая часть компаний, входящих в Топ-10 производителей БАД, направленных на профилактику простудных заболеваний, поставляют на рынок не один препарат данной категории. В этом плане рекордсменом является российский производитель Эвалар. В настоящее время на прилавках аптек можно встретить шесть БАД, призванных предотвратить грипп и ОРВИ, принадлежащих данному производителю. Абсолютный лидер рынка PHARMA-MED поставляет в аптеки три бренда, также как и компания Зелдис, замыкающая тройку лидеров по размеру совокупной рыночной доли на рассматриваемом сегменте российского аптечного рынка.

Рисунок 1. Динамика аптечных продаж БАД для профилактики простудных и вирусных заболеваний

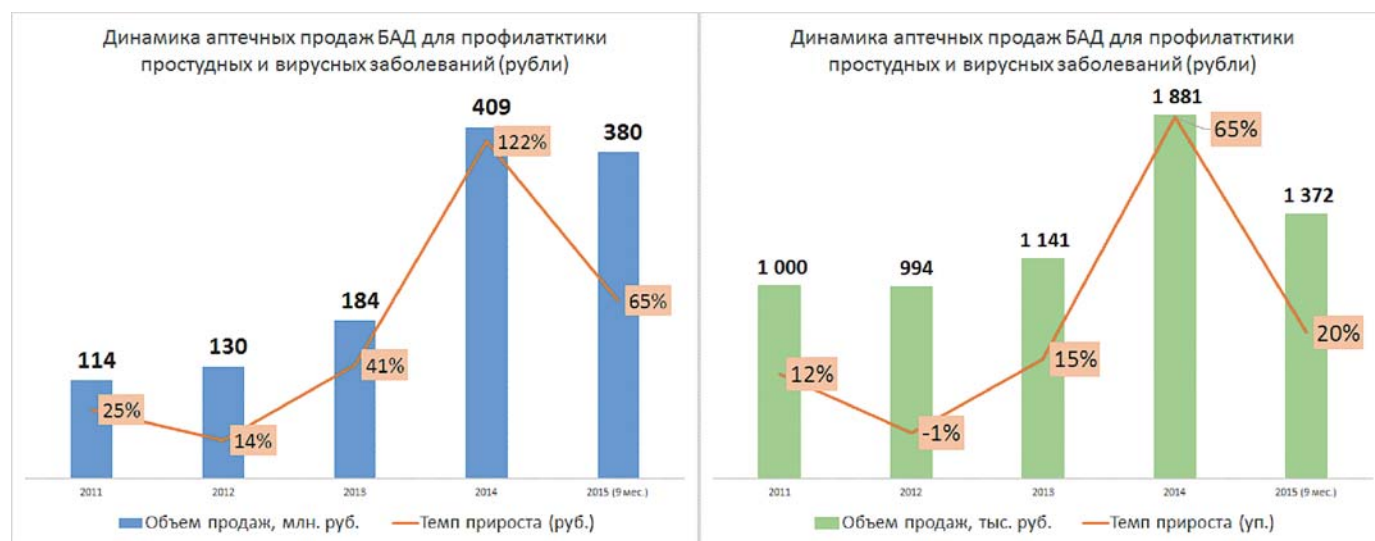


Рисунок 2. Структура продаж БАД для профилактики вирусных и простудных заболеваний

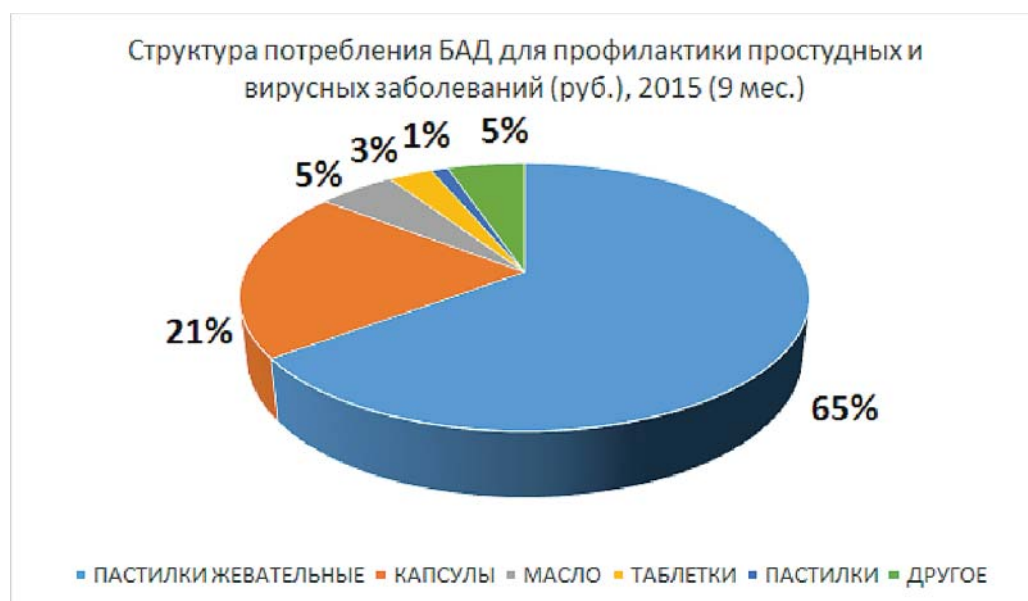


Таблица 1  
Рейтинг брендов БАД для профилактики простудных и вирусных заболеваний по объему аптечных продаж в 2015 г. (9 мес.)

Номер в рейтинге	Изменение в рейтинге	Бренд	Доля, 9 мес. 2014 г.	Доля, 9 мес. 2015 г.	Прирост 9 мес. 2014 г./ 9 мес. 2015 г.
1	-	ВИТАМИШКИ	55,5%	64,9%	92,3%
2	-	РИОФЛОРА	14,4%	14,4%	64,2%
3	-	БАРСУКОР	7,3%	5,2%	17,6%
4	-	SOLGAR	3,7%	3,2%	39,4%
5	-	ЭХИНАЦЕЯ	3,3%	2,2%	8,1%
6	-	КИДС ФОРМУЛА	3,2%	1,2%	-40,1%
7	15	NATURES BOUNTY	0,2%	0,8%	479,2%
8	8	АЛТАЙСКИЙ БУКЕТ	0,4%	0,6%	107,7%
9	-1	ЭХИНАЦЕЯ ПРЕМИУМ	1,0%	0,5%	-10,1%
10	-1	НАГИПОЛ	0,9%	0,5%	-7,1%

Таблица 2  
Рейтинг производителей БАД для профилактики простудных и вирусных заболеваний  
по объему аптечных продаж в 2015 г. (9 мес.)

Фирма-производитель	Бренд	Объем продаж, тыс. руб. (9 мес. 2015 )	Прирост, %	Доля производителя
PHARMA-MED	КИДС ФОРМУЛА	246 740	92%	66%
	ВИТАМИШКИ	4 389	-40%	
	ЛАЙФ ФОРМУЛА	203	11%	
WINCLOVE BIO INDUSTRIES BY	РИОФЛОРА	54 665	64%	14%
ЗЕЛДИС	БАРСУКОР	19 942	18%	6%
	ЭХИНАЦЕЙКА	611		
	МЕДВЕКОР	419	337578%	
SOLGAR VITAMIN AND HERB	SOLGAR	12 006	39%	3%
ФАРМАКОР ПРОДАКШН	ЭХИНАЦЕЯ	3 640	-15%	1%
	ВИТАМОРС ИММУНО	66	-66%	
VALEANT	ВИТА ПЛАНТ	1 757	-31%	1%
	ТЕРРА-ПЛАНТ	1 425	-16%	
NATURES BOUNTY	NATURES BOUNTY	3 079	479%	1%
ПАРАФАРМ	ЭХИНАЦЕЯ	2 709	57%	1%
ЭВАЛАР	НОНИ	744	145%	1%
	СТИММУНАЛ	710	-59%	
	НАТУРГРИППИН	570	-25%	
	ЦИНК + ВИТАМИН С	191	-39%	
	КОШАЧИЙ КОГОТЬ	49	910%	
	НАПРАВИТ	16	-16%	
ВНЕШТОРГ ФАРМА	ЭХИНАЦЕЯ ПРЕМИУМ	2 084	-10%	1%