

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ В ФЕВРАЛЕ 2012 БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ

DSM Group

В феврале 2012 года в аптечных учреждениях России продавалось 3218 торговых наименования БАД, которые представляют 589 производителей.

На графике 1 представлена динамика объема коммерческого рынка БАД России с февраля 2011 г. по февраль 2012 г.

В феврале 2012 г. емкость российского рынка БАД увеличилась в стоимостном выражении по сравнению с январем на 10,8% и составила 1,82 млрд руб. В натуральных единицах измерения рынок вырос еще более существенными темпами на 15,6% и составил 26,64 млн упак.

За два месяца 2012 г. коммерческий рынок БАД вырос на 15,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Столь внушительная динамика свидетельствует о росте спроса на БАД на отечественном коммерческом рынке.

В феврале 2012 г. средняя цена упаковки БАД была равна 68,35 руб. Это на 4,2% дешевле, чем в январе и на 20,3% дороже, чем в феврале 2011 г.

В таблице 1 представлены производители БАД с наибольшим объемом аптечных продаж в России в феврале 2012 г.

В феврале 2012 г. состав рейтинга производителей на аптечном рынке БАД кардинально не изменился по сравнению с январем. Отметим возвращение в рейтинг компании ФАРМ-ПРО ТД ООО, которая по итогам февраля обосновалась на 10-й строчке рейтинга, компания Леовит Нутри покинула рейтинг. Неизменным осталось положение компаний в верхней части рейтинга. Следует заметить, что на фоне общего роста емкости потребления БАД, все компании из производителей Топ-10 отметились увеличением продаж.

Так, аптечные продажи БАД безусловного лидера рынка компании Эвалар за месяц выросли на 4,4%, у РИА Панда, ЗАО Аквион и ОАО ДИОД рост продаж был более существенным – на 17,3%, 16,6% и 13,4% соответственно.

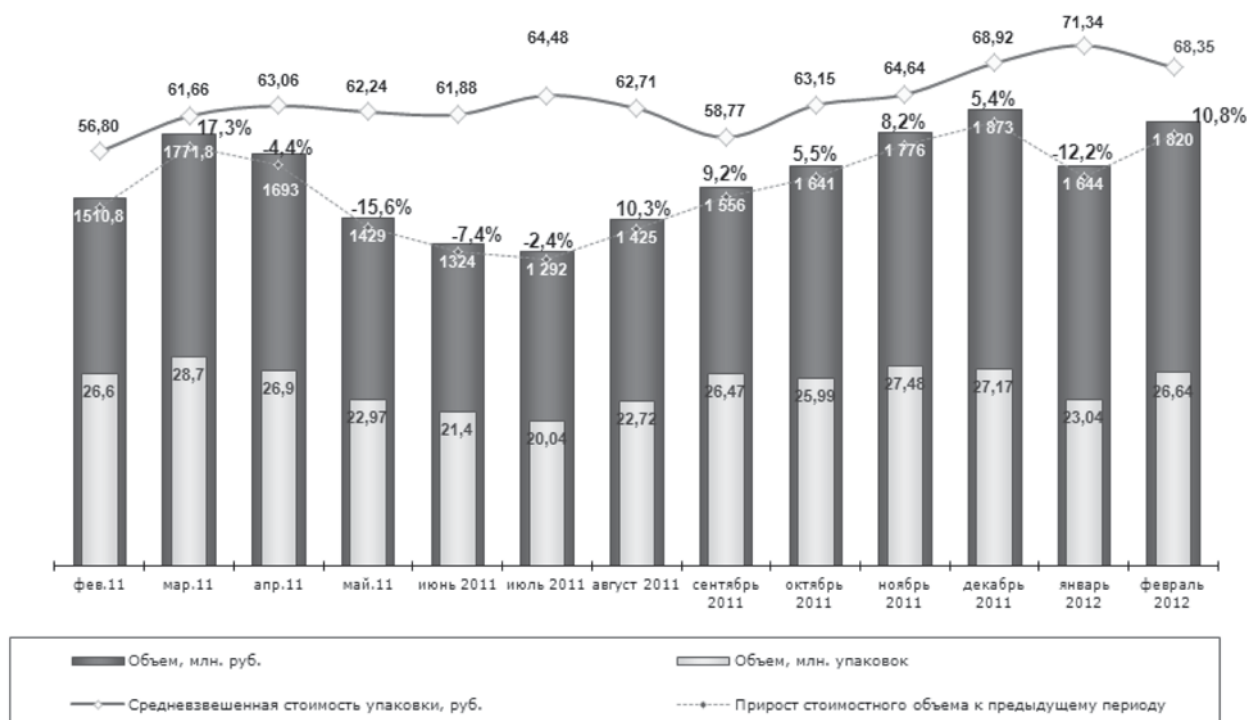
Продажи БАД компании QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG увеличились в феврале 2012 г. по сравнению с январем на 17,0% (+1 строчка в рейтинге), спрос на БАД ЭКОМИР ЗАО вырос на 10,9% (-1 строчка в рейтинге). Максимальный прирост продаж среди компаний-участниц Топ-10 производителей БАД был зафиксирован у ФАРМ-ПРО ТД ООО – 27,1%.

В таблице 2 представлен ТОП-20 БАД по объему аптечных продаж в России.

Перечень торговых наименований БАД, вошедших по итогам февраля 2012 г. в Топ-20, существенно не изменился по сравнению с февралем 2011 г. Покинул рейтинг Нормобакт и «Худеем за неделю» (кофе для похудения, жиросжигающий комплекс капучино), новичками стали Редуксин Лайт и Атероклефит.

Расположение марок в первой четверке торговых наименований БАД в феврале 2012 г. остается неизменным на протяжении всей зимы, причем по

График 1. Коммерческий рынок БАД России в феврале 2011 г. – феврале 2012 г.



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

Таблица 1. ТОП-10 фирм-производителей БАД по объему аптечных продаж
(в стоимостном выражении) в России в январе – феврале 2012 г.

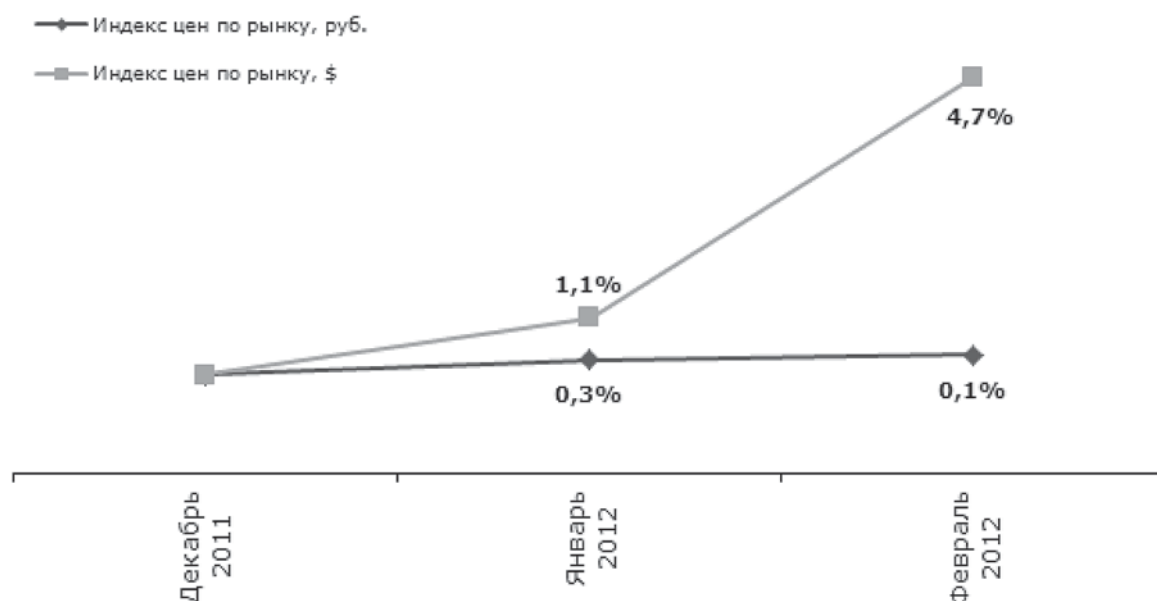
| Рейтинг | | Фирма-производитель | Доля в стоимостном объеме продаж, руб., % | | Доля в натуральном объеме продаж, уп., % | |
|----------------|-----------------|------------------------------|---|-----------------|--|-----------------|
| Январь 2012 г. | Февраль 2012 г. | | Январь 2012 г. | Февраль 2012 г. | Январь 2012 г. | Февраль 2012 г. |
| 1 | 1 | ЭВАЛАР ЗАО | 24,35% | 22,96% | 18,32% | 16,54% |
| 2 | 2 | РИА ПАНДА | 7,73% | 8,18% | 1,48% | 1,47% |
| 3 | 3 | АКВИОН ЗАО | 4,61% | 4,85% | 1,83% | 1,88% |
| 4 | 4 | ДИОД ОАО | 3,73% | 3,82% | 1,96% | 1,90% |
| 5 | 5 | FERROSAN AG | 3,41% | 3,26% | 0,79% | 0,75% |
| 6 | 6 | PHARMA-MED INC | 2,40% | 2,55% | 0,38% | 0,39% |
| 8 | 7 | QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG | 2,10% | 2,21% | 0,78% | 0,77% |
| 7 | 8 | ЭКОМИР ЗАО | 2,14% | 2,14% | 0,70% | 0,68% |
| 9 | 9 | NATUR PRODUKT | 2,04% | 1,98% | 5,04% | 5,13% |
| 11 | 10 | ФАРМ-ПРО ТД ООО | 1,58% | 1,82% | 10,78% | 11,92% |
| Итого: | | | 52,95% | 54,56% | 30,50% | 32,80% |

Таблица 2. ТОП-20 торговых наименований БАД по объему аптечных продаж
(в стоимостном выражении) в России в январе – феврале 2012 г.

| Рейтинг | | Торговое наименование | Производитель | Доля в стоимостном объеме продаж, руб., % | |
|----------------|-----------------|--------------------------------|--|---|-----------------|
| Январь 2012 г. | Февраль 2012 г. | | | Январь 2012 г. | Февраль 2012 г. |
| 1 | 1 | СЕАЛЕКС ФОРТЕ | РИА ПАНДА | 4,24% | 4,86% |
| 2 | 2 | ФИТОЛАКС | ЭВАЛАР ЗАО | 3,45% | 3,16% |
| 3 | 3 | АЛИ КАПС | РИА ПАНДА | 2,37% | 2,28% |
| 4 | 4 | ОВЕСОЛ | ЭВАЛАР ЗАО | 1,85% | 1,84% |
| 6 | 5 | ЦИ-КЛИМ | ЭВАЛАР ЗАО | 1,65% | 1,42% |
| 9 | 6 | ИНДИНОЛ ЭКСТРАКТ КРЕСТОЦВЕТНЫХ | МИРАКСБИОФАРМА ЗАО | 1,30% | 1,36% |
| 8 | 7 | ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ | POLENS (M) SDN BHD | 1,31% | 1,24% |
| 7 | 8 | ПУСТЫРНИК ФОРТЕ | ЭВАЛАР ЗАО | 1,48% | 1,23% |
| 11 | 9 | ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР" | ЭВАЛАР ЗАО | 1,22% | 1,17% |
| 10 | 10 | ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ | ЭВАЛАР ЗАО | 1,24% | 1,15% |
| 12 | 11 | КАПИЛАР | ДИОД ОАО | 1,07% | 1,12% |
| 5 | 12 | ГЕПАТРИН | ЭВАЛАР ЗАО | 1,78% | 1,12% |
| 15 | 13 | АЛФАВИТ | АКВИОН ЗАО | 0,86% | 0,96% |
| 13 | 14 | ЧЕРНИКА-ФОРТЕ | ЭВАЛАР ЗАО | 0,94% | 0,91% |
| 14 | 15 | ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3 | QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG | 0,88% | 0,89% |
| 17 | 16 | ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС | ЭКОМИР ЗАО | 0,81% | 0,85% |
| 18 | 17 | БИОН 3 | MERK SELBSTMEDIKATION (ПРОДВИЖ-Е DR.REDDY'S) | 0,80% | 0,83% |
| 26 | 18 | АТЕРОКЛЕФИТ | ЭВАЛАР ЗАО | 0,64% | 0,81% |
| 42 | 19 | РЕДУКСИН ЛАЙТ | ПОЛЯРИС ОАО | 0,50% | 0,78% |
| 19 | 20 | ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН | DR. MANN PHARMA | 0,74% | 0,74% |
| Итого: | | | | 29,13% | 28,73% |

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

График 2. Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2011 г. – февраль 2012 г.



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

всем наименованиям наблюдался рост продаж – наиболее существенными темпами вырос спрос на Селекс Форте, продажи которого увеличились относительно января на 26,9%, что способствовало еще большему укреплению позиций БАД данного наименования. Объемы реализации Фитолакса и Али Капса через аптеки страны увеличились на 1,4% и 6,4% соответственно. Что касается Овесола, то его продажи также выросли за месяц на 10,4%.

В целом по большинству торговых наименований БАД, вошедшим по итогам месяца в ТОП-20, наблюдался в феврале 2012 г. рост продаж. Исключение составили Ци-Клим (Эвалар),

спрос на который снизился на 5,2%, Пустырник Форте (Эвалар), продажи которого к уровню января упали на 7,7%, Гепатрин (Эвалар), продажи которого за месяц сократились на 30,6%, и Черника Форте (Эвалар), уменьшение спроса на которую составило 16,7%.

Отдельно следует упомянуть Гепатрин компании Эвалар. Настоящий всплеск продаж на этот БАД наблюдается в январе 2012 г., после чего в феврале спрос на этот препарат заметно сократился. Подобная ситуация наблюдалась и в прошлом году, хотя падение спроса в феврале 2011 г. было менее заметным – на 11,7% по отношению к январю 2011 г.

Компания ЭВАЛАР остается самой представительной в рейтинге торговых наименований БАД – 8 позиций из 20 занято этим производителем.

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

Согласно индексу Ласпейреса, в феврале 2012 г. по сравнению с январем цены на БАД в рублях выросли на 0,1%. В долларах США, цены увеличились – на 4,7%.

Всего же с начала 2012 г. биологически активные добавки в среднем подорожали на 0,4% в рублях и на 5,8% в долларах США.