

# Витамин богатства

Подготовлено агентством



**Важную роль в ассортименте аптек играет АТС-группа 2-го уровня А11 «Витамины». Средства этой группы дают около 3% аптечных продаж, входят в первую двадцатку по объему продаж в рублях и в десятку – по объему продаж в упаковках.**

Спрос на витамины, упавший летом, начинает восстанавливаться с наступлением осени. В сентябре 2014 года объемы их продаж в упаковках увеличились на 49% по сравнению с августом, а в октябре подросли еще на 8%.

Анализируя динамику рынка прошлых лет, можно предположить, что этой осенью наибольшую прибыль среди средств группы «Витамины» будут приносить такие бренды, как Витрум и Супрадин.

Ассортимент линейки Витрум широк: 17 торговых наименований и 35 полных торговых наименований. Однако около 80% стоимостных объемов продаж бренда приходятся на 8 торговых наименований. Наиболее популярны Витрум в таблетках, Витрум Препнатал Форте (также в таблетках) и Витрум Юниор в жевательных таблетках.

Два полных торговых наименования бренда Супрадин пользуются равным спросом:

таблетки, покрытые оболочкой, и шипучие таблетки.

Чаще всего в октябре клиенты аптек будут спрашивать аскорбиновую кислоту. Наиболее востребованными, скорее всего, останутся три ее формы: драже 50 мг, жевательные таблетки 25 мг и порошок для орального раствора 2,5 г.

Аскорбиновую кислоту с глюкозой, несмотря на снижение объема продаж, в 2014 году спрашивали так же часто, как и без глюкозы. Наиболее популярной оказалась форма таблетки 100 мг + 877 мг.

Третий по популярности бренд среди витаминов, Аевит, дает около 7% натуральных объемов продаж всех средств группы А11. Практически весь объем продаж приходится на Аевит в капсулах. Остальные формы его выпуска популярностью не пользуются. ✗

## ТОП-10 БРЕНДОВ ПО ОБЪЕМУ ПРОДАЖ В РУБЛЯХ

Бренд	Доля, руб.	Прирост октябрь/сентябрь 2014
<b>МИЛЬГАММА</b>	<b>15,6%</b>	<b>20,6%</b>
<b>ВИТРУМ</b>	<b>12,7%</b>	<b>14,4%</b>
<b>СУПРАДИН</b>	<b>8,1%</b>	<b>3,8%</b>
<b>КОМПЛИВИТ</b>	<b>6,5%</b>	<b>18,6%</b>
<b>ЭЛЕВИТ</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,9%</b>
<b>ПАНТОВИГАР</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,9%</b>
<b>МУЛЬТИ-ТАБС</b>	<b>4,9%</b>	<b>8,5%</b>
<b>АКВАДЕТРИМ</b>	<b>3,8%</b>	<b>41,8%</b>
<b>НЕЙРОМУЛЬТИВИТ</b>	<b>3,6%</b>	<b>0,2%</b>
<b>МАГНЕЛИС</b>	<b>2,5%</b>	<b>15,9%</b>

## ТОП-10 БРЕНДОВ ПО ОБЪЕМУ ПРОДАЖ В УПАКОВКАХ

Бренд	Доля, упак.	Прирост октябрь/ сентябрь 2014
<b>АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА</b>	<b>20,8%</b>	<b>26,3%</b>
<b>АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА С ГЛЮКОЗОЙ</b>	<b>18,2%</b>	<b>-16,4%</b>
<b>АЕВИТ</b>	<b>7,0%</b>	<b>26,2%</b>
<b>КОМПЛИВИТ</b>	<b>5,5%</b>	<b>18,4%</b>
<b>МИЛЬГАММА</b>	<b>4,8%</b>	<b>19,1%</b>
<b>АЛЬФА-ТОКОФЕРОЛ</b>	<b>4,7%</b>	<b>28,0%</b>
<b>РЕВИТ</b>	<b>4,1%</b>	<b>13,6%</b>
<b>ВИТРУМ</b>	<b>2,8%</b>	<b>6,6%</b>
<b>НЕЙРОМУЛЬТИВИТ</b>	<b>2,4%</b>	<b>-6,1%</b>
<b>АКВАДЕТРИМ</b>	<b>2,3%</b>	<b>37,0%</b>