

A Magyarországi Étrend-kiegészítő Gyártók és Forgalmazók Egyesületének tudományos konferenciája

A hazai étrend-kiegészítő piac lehetőségei a gyógyszertárakban, nyugati minták tükrében

Márkus Ádám – Consumer Health Manager
Budapest, 2009. November 19.



Agenda

- Mit csinál az IMS és hogyan kapcsolódunk az étrend-kiegészítő szektorhoz?
- Nyugati tendenciák bemutatása
- Magyarországi forgalom fejlődése
- Mit hozhat a jövő? Összefoglalás

IMS adatok interpretációjához

Tényeken alapuló vizsgálódások a vényes és vénynélkül kapható gyógyszerek és az étrend-kiegészítők piacán



• Egyedülálló, nemzetközileg összevethető adatok

• Hiteles, független információ forrás

Mire használják az információinkat?:

- Stratégiai tervezéshez
- Gyógyszeripari fúziók kielemezéséhez
- Piacok, terápiás területek nyomon követésére
- Versenyterek monitorozására
- **Új üzleti lehetőségek feltárására**



Összehasonlíthatóság esszenciája

- Transzparens termékbesorolás
 - Piaci pozícionálás alapján
 - Gyógyszerészek segítségével
- Egységesített termék jellemzők
 - Megnevezés, gyártó, disztribútor, kisserelés mérete, hatóanyag, erősség
- Árfolyam ingadozások kivédése
 - Fixált árfolyamok trendek elemzéséhez



IMS Magyarországon – 3 pillér

Nagykereskedői kiszállítások
patikai csatornán történő
értékesítése

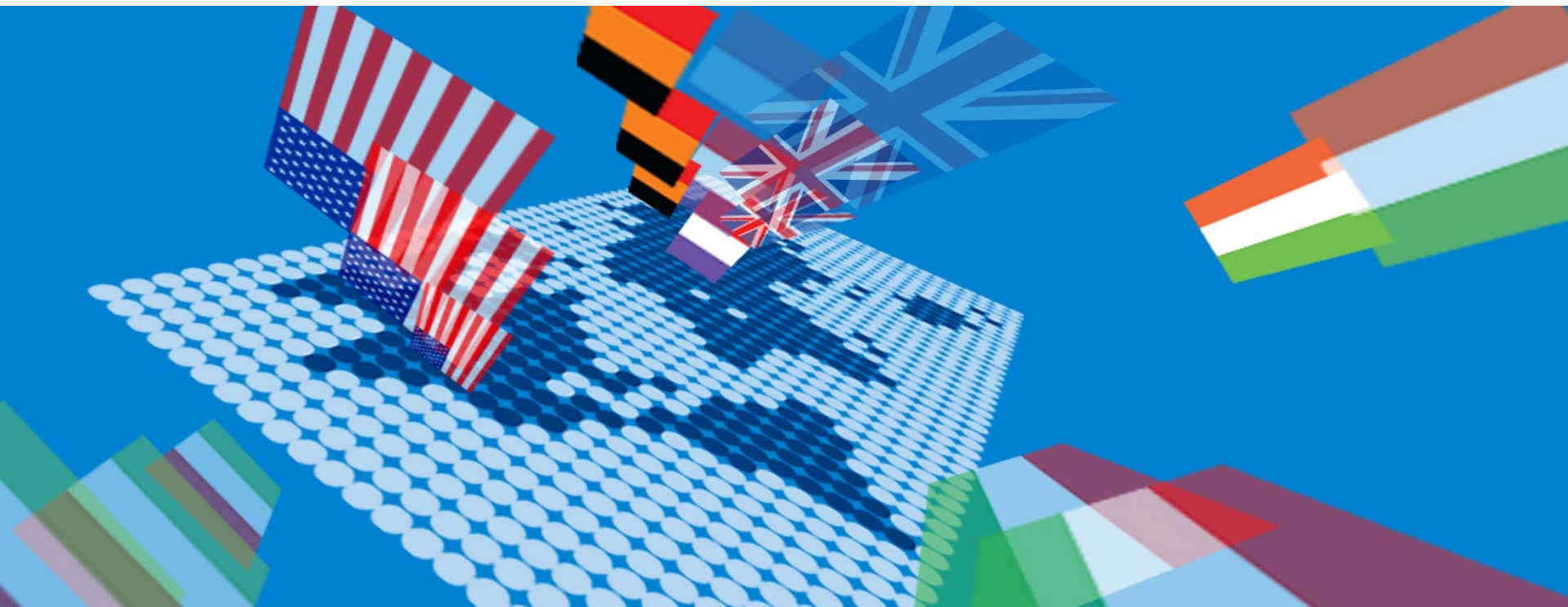
Lefedettség: ~ 99%

400 együttműködő
gyógyszertárból érkező
adatok összességén
keresztül vizsgáljuk a
fogyasztói vásárlásokat

Konzultáció és tanácsadás

A meglevő adatok és
információk alapján

Étrend-kiegészítők nemzetközi helyzete a patikákban

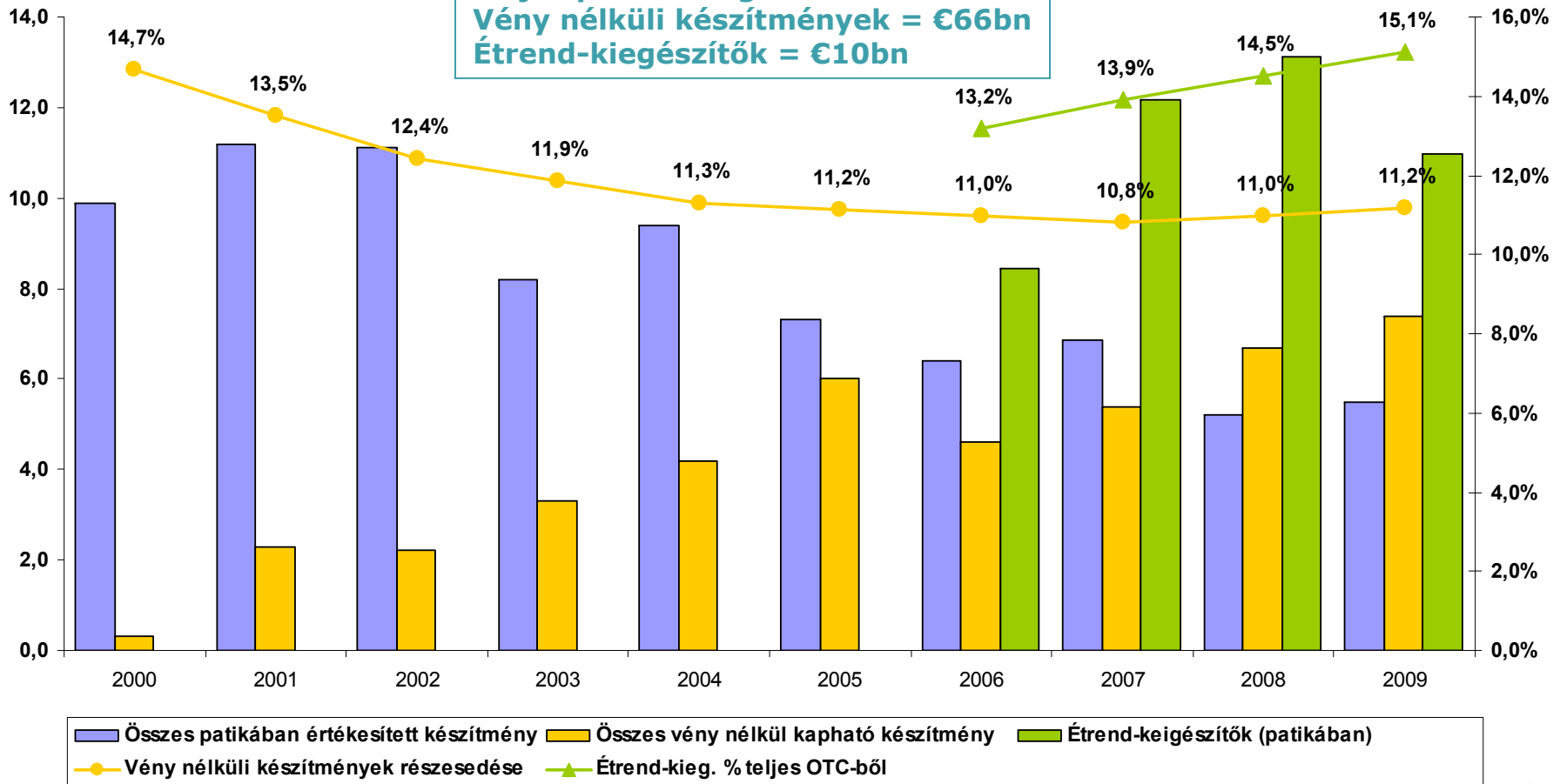




A vény nélkül kapható készítmények patikai forgalma az elmúlt év során elérte a 66 mrd EUR-t. Ebből az étrend-kiegészítők ~ 15%-ot képviselnek.

Patikában található készítmények eladásának fejlődése (termelői áron számolt eladás, EURO-ban)

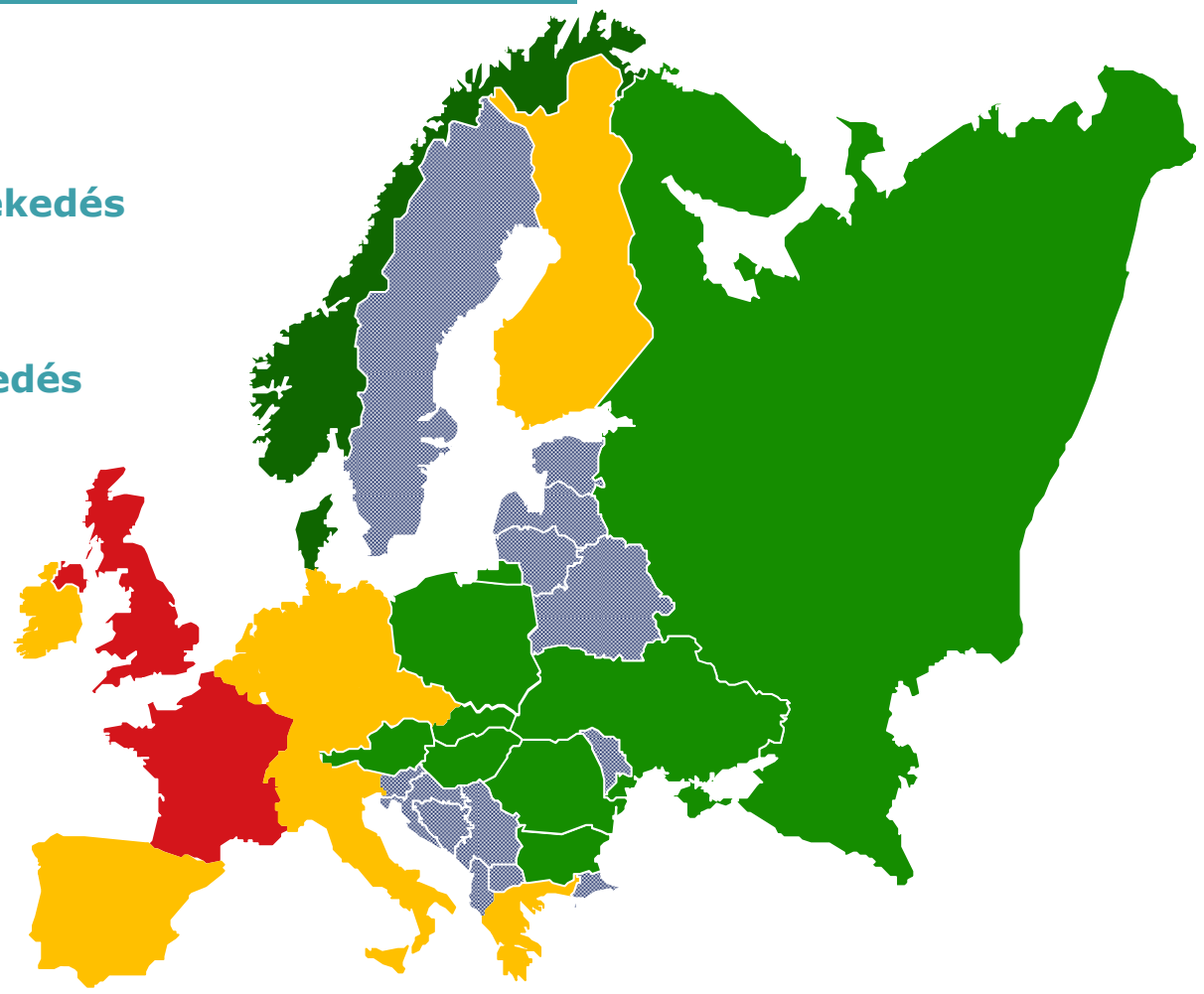
Teljes patikai forgalom = €590bn
Vény nélküli készítmények = €66bn
Étrend-kiegészítők = €10bn





Közép-kelet európai fejlődés nagyobb mértékben a fogyasztói árak növekedésének, kisebb mértékben a termékskála bővülésének köszönhető.

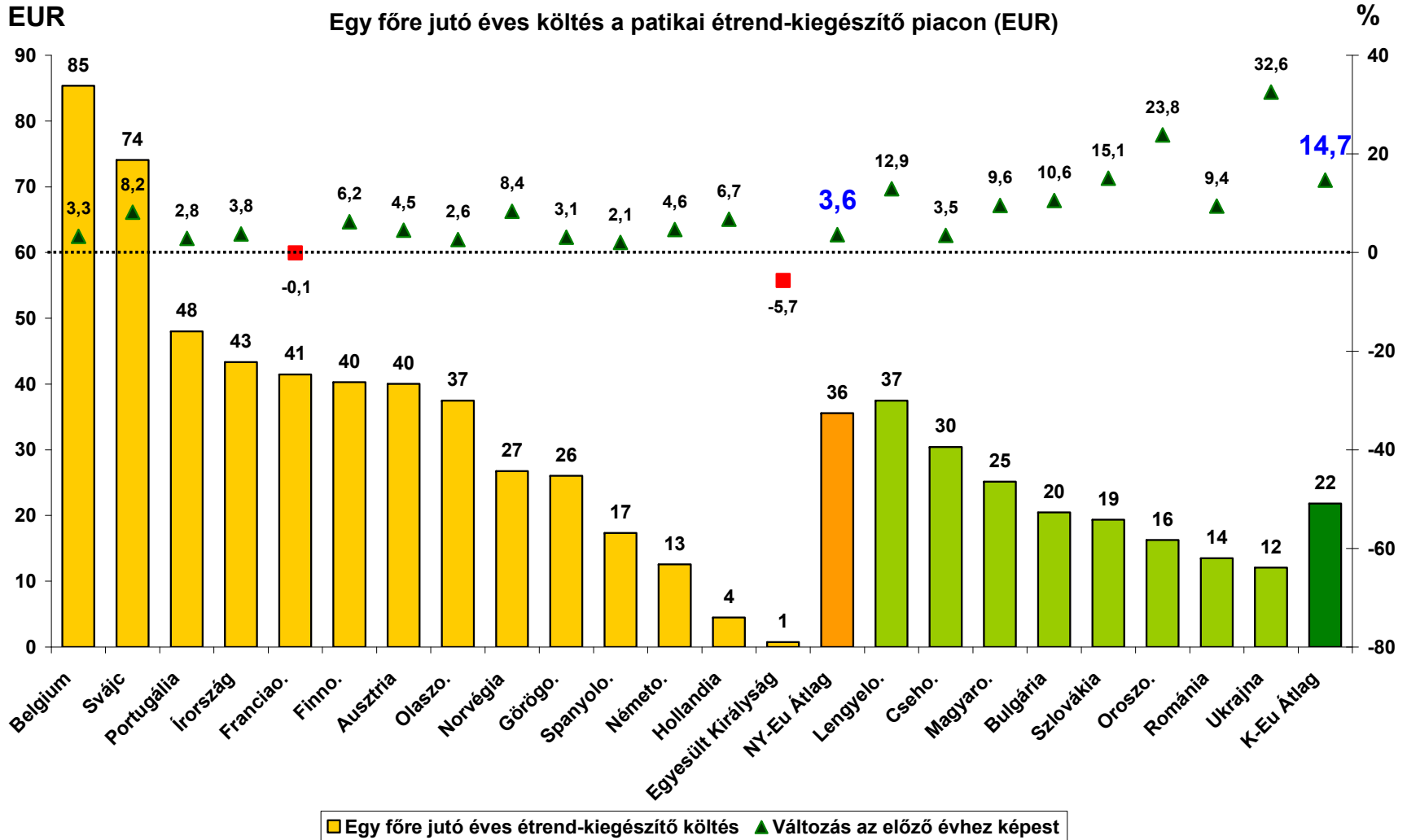
Értékbeni bővülés 6,5% - MAT/6/2009 vs MAT/6/2008



Forrás: OTCIMS



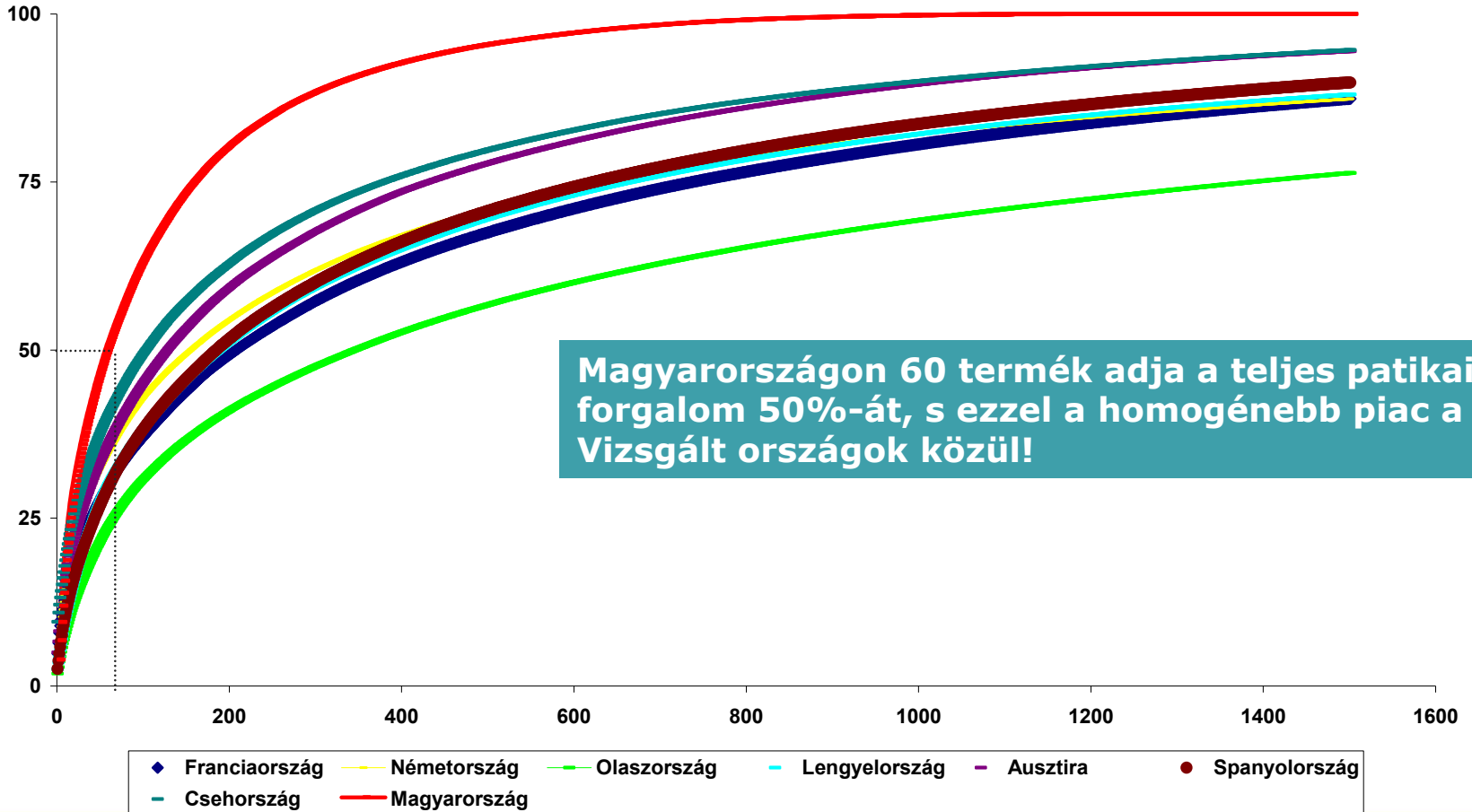
Kelet-európai országokban átlagosan 2/3-a az egy főre jutó költség az étrend-kiegészítő piacon. Ez jobbára az árak közötti különbségekből fakad.





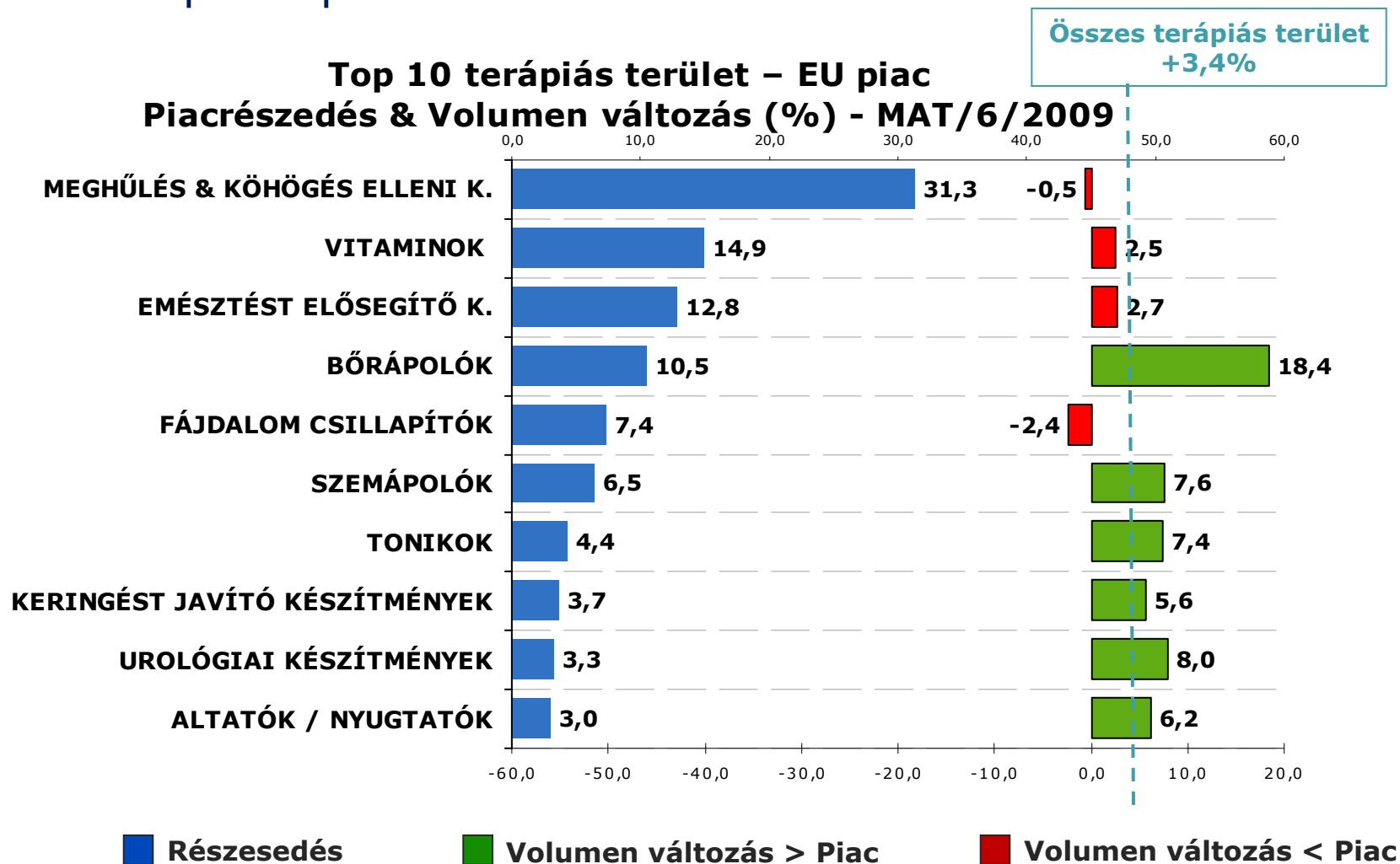
Az étrend-kiegészítők piacán (is) lineáris összefüggés fedezhető fel a lélekszám és a termékek koncentrációja között.

Néhány európai étrend-kiegészítő piaci koncentrációja





Az európai étrend-kiegészítő piac 3,4%-al bővült dobozban. A legkiemelkedőbb terápiás terület a bőrápolók piaca.



A hazai étrend-kiegészítő piac a számok tükrében

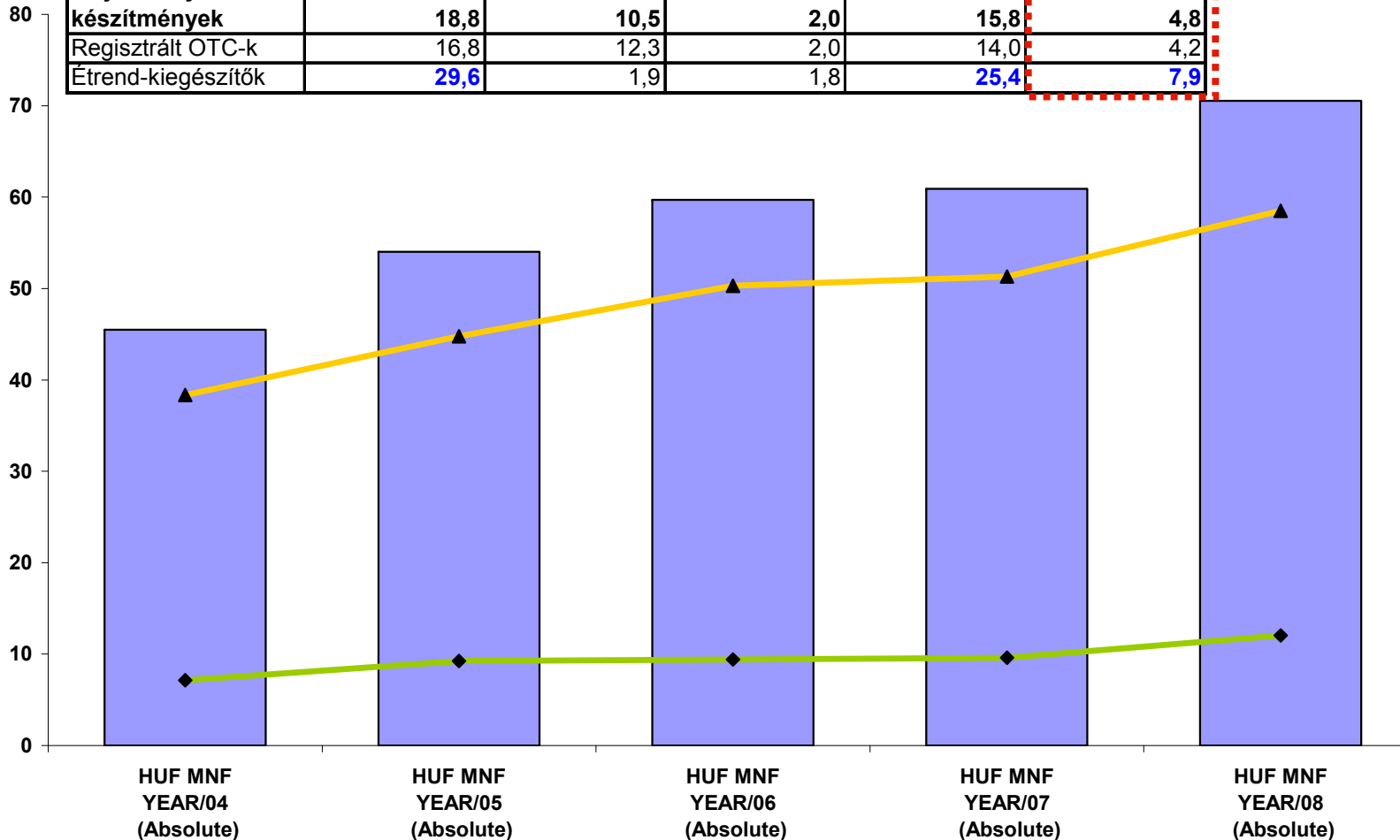




Sarokszámok: Patikai értékesítések

	Termelői ár 2005 (%-os változás előző évhez)	Termelői ár 2006 (%-os változás előző évhez)	Termelői ár 2007 (%-os változás előző évhez)	Termelői ár 2008 (%-os változás előző évhez)	Termelői ár 2009/10 (%-os változás előző évhez)
Teljes vény nélküli készítmények	18,8	10,5	2,0	15,8	4,8
Regisztrált OTC-k	16,8	12,3	2,0	14,0	4,2
Étrend-kiegészítők	29,6	1,9	1,8	25,4	7,9

Billió Forint



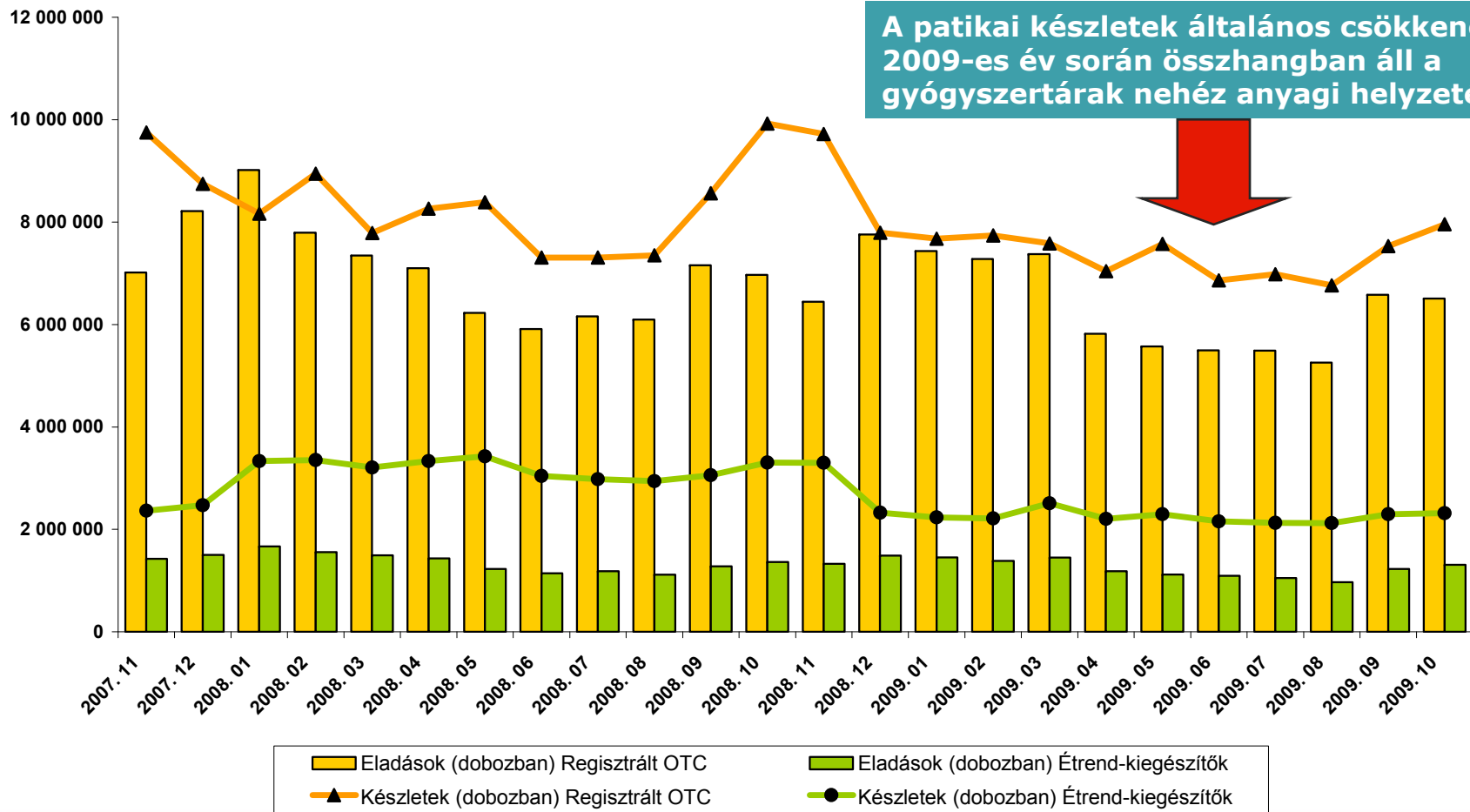
■ Teljes vény nélküli készítmények
 ▲ Regisztrált OTC-k
 ◆ Étrend-kiegészítők



Az étrend-kiegészítők piacán jóval kiegyensúlyozottabbak az eladások, a téli szezonálitás jelentősége alacsonyabb a vény nélküli gyógyszerekkel összevetve.

Gyógyszertárak eladásainak és készletezéseinek fejlődése Magyarországon

dobozszám

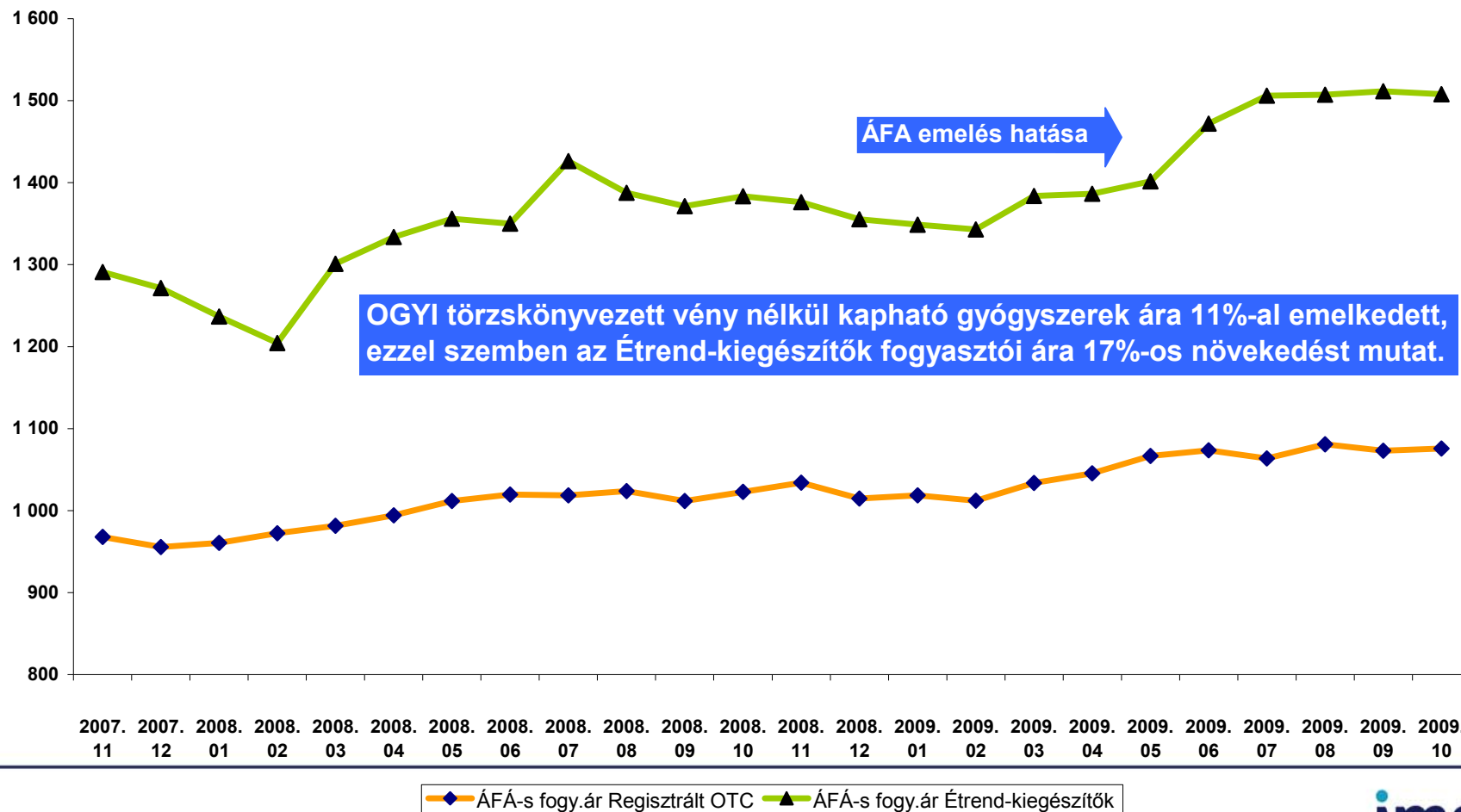


Forrás: IMS Health Hungary, Pharmatrend 2009/10



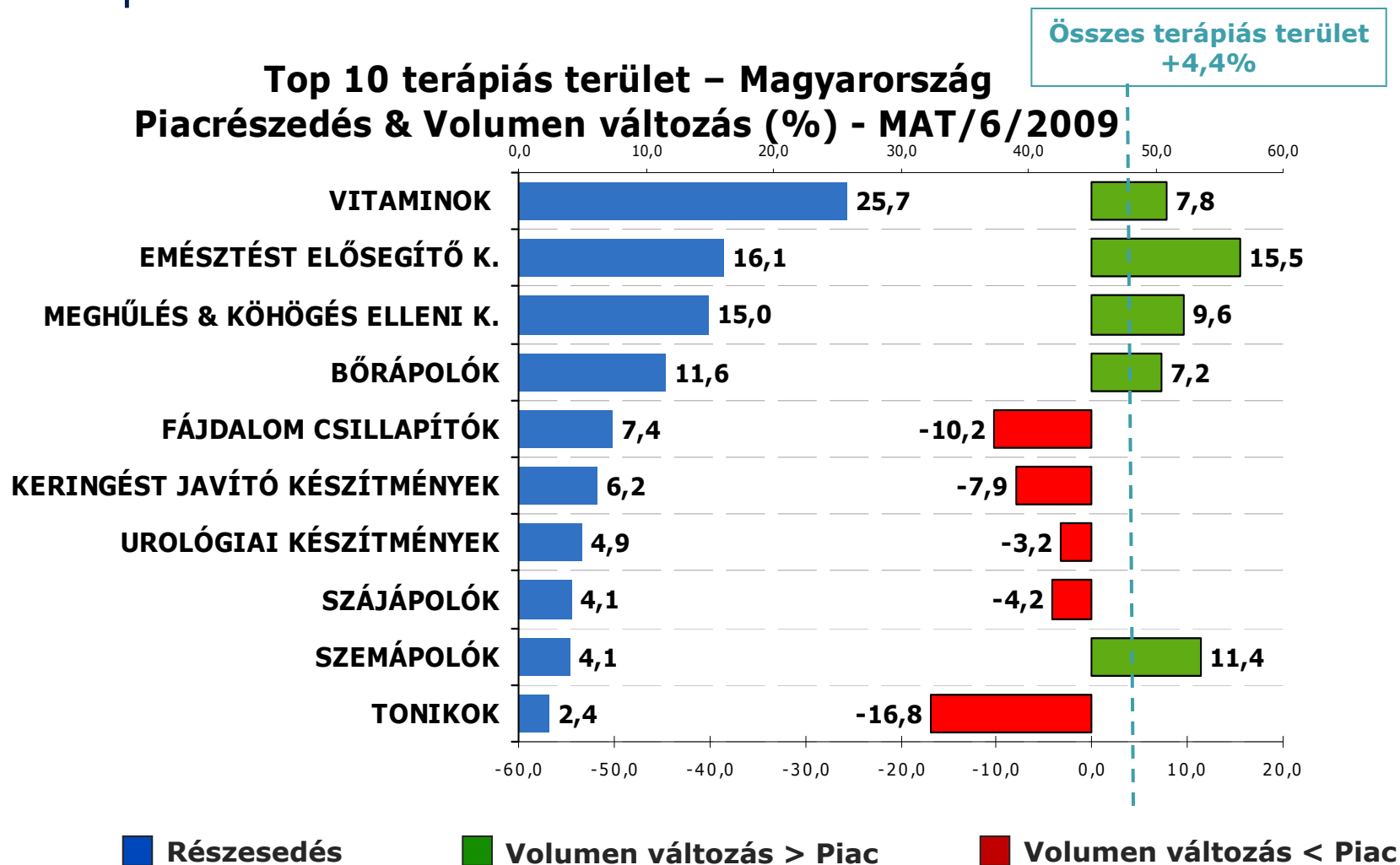
Az étrend-kiegészítők általános árszintje ~ 450 HUF-al magasabb, mint a regisztrált vény nélkül kapható gyógyszereké.

Gyógyszertárakban kapható készítmények fogyasztói árának alakulása





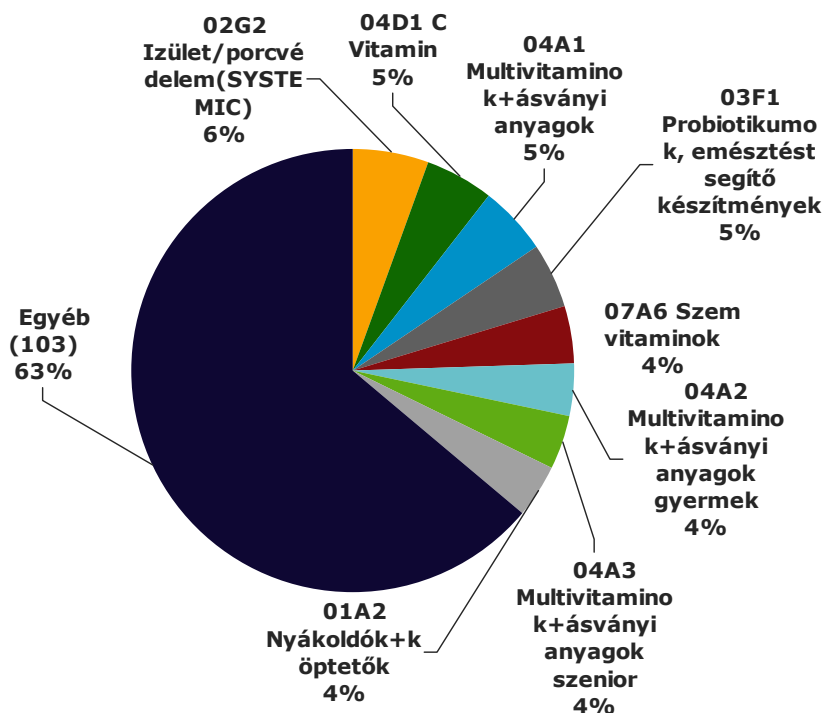
Magyarországon az étrend-kiegészítő piac 4,4%-al bővült dobozban. A top10 terápias csoport meglehetősen bipolárisá vált.



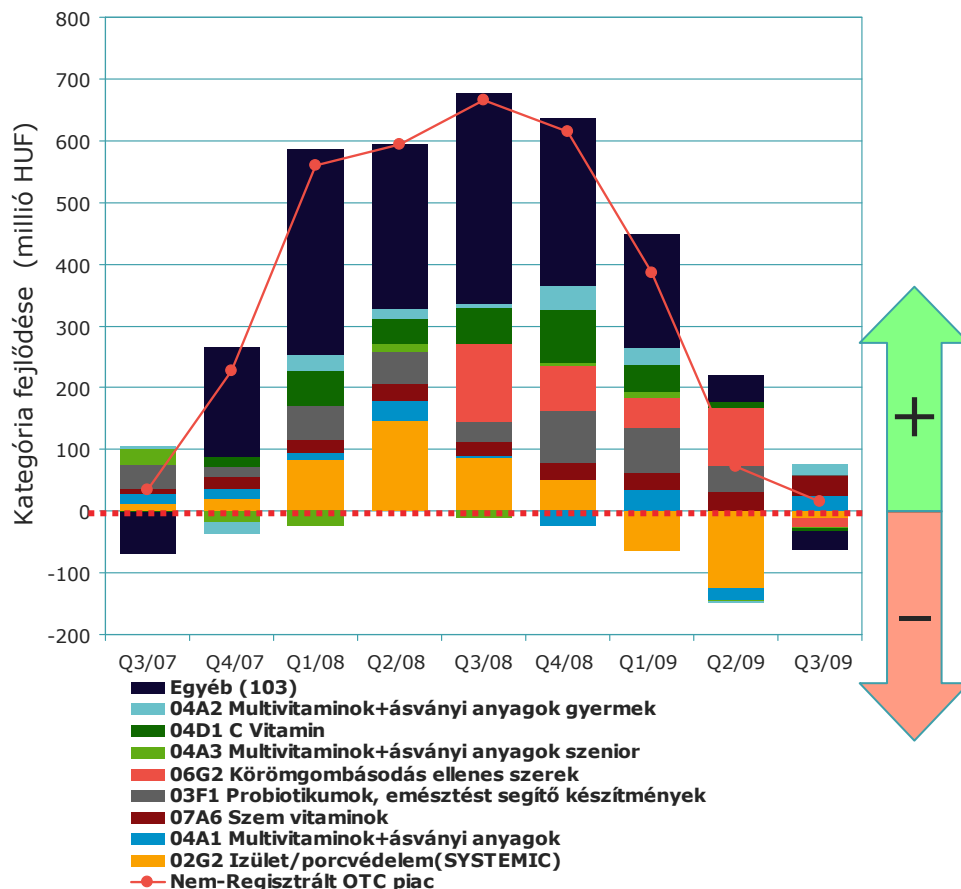


Magyarországi étrend-kiegészítő piac alakulása a nagykereskedők gyógyszerertári kiszállítása alapján. TOP 8 kategória fejlődése. Termelői áron számolt értékben

Étrendkiegészítők portfóliója (HUF MNF, MAT 2009/10)



Negyedéves növekedés Q3/2007 – Q3/2009



Forrás: IMS Health Hungary, OTC Dataview 2009/10

Többcsatornás stratégiák kialakításához érdemes átgondolni az alábbi pontokat:

	Patikák	Kiskereskedelmi értékesítési pontok
Betérő fogyasztó célja	Gyógyszervásárlás. Kényelmi okkal szerepelhet OTC készítmények beszerzése a vényköteles termékek kiváltása során.	Kényelemvezérelt. OTC termékek vásárlása FMCG készítményekkel egyszerre.
Üzleti koncepció	Egészségügyi ellátás biztosítása. A működés középpontjában inkább a vényköteles termékek állnak.	VFM termékek elterjedése. Kevesebb értékesítési pont, alacsonyabb készletszintek, egy pontra nagyobb mennyiségi eladás jut.
Választék	Speciális termékekkel teletűzdelt széleskörű választék. A betérők számára sok ismeretlen termék.	Lehetőség nyílik az alacsony áron kapható termékvonalak nagy volumenű értékesítésére, Szűkebb körű választék.
Árazás	A patikán kívül tapasztalható alacsony árakkal nehéz versenyezni, ám a minőségi szolgáltatásért magasabb ár kérhető el.	Kisker láncok kemény feltételekhez köthetik a termékek „belistázását”. Hosszasabb tervezést igényelhet a pontos árazás kialakítása, hogy a márka, értékét megtartva piaci teret is szerezzen .
Vásárlási környezet	Merchandising befolyással lehet mind a patikusra, mind a fogyasztóra. Felkeltheti a figyelmet a termékkel kapcsolatosan.	Kiemelt szerep jut az áruházon belüli marketing tevékenységeknek.
Kiszolgáló személyzet	Alapvető hivatástudat a szakmai ellátás.	Inkább csak felügyeleti szerepük van.
Étrend-kiegészítők	Patikai jelenléttel magasabb pozícionálás érhető el, prémium imázs.	Volumen generálás (~ 5.000 értékesítési pont)

Vizsgáltak fényében átgondolandó...

- Makrokörnyezet
- Kereskedelmi stratégia átalakítása
 - Push vs pull
 - Értékesítési lánc
- Fogyasztói árak / árérzékenység
- Terméktámogatás
 - Patikai kihelyezések
 - Média jelenlét
 - Termékismertetés

Összefoglalás

- ✓ Az öngyógyítás térhódítása óta dinamikusan fejlődnek a vény nélkül kapható készítmények.
- ✓ Ezeken belül az étrend-kiegészítők az alternatív gyógymódok és az egészség-tudatos életmód előtérbe kerülésének köszönhetik a szektorátlag feletti növekedést.
- ✓ Magyarországon – az EU-val összehasonlítva – a piac jóval kevésbé koncentrált. Ez egyben lehetőség az új belépők számára.
- ✓ Az elmúlt években – nem csak az ÁFA változás miatt – jobban nőttek az étrend-kiegészítők fogyasztói árai, mint a vény nélkül kapható gyógyszereké.

Köszönöm a megtisztelő figyelmüket!

Márkus Ádám

Consumer Health Manager, Hungary

Telephone : +36 1 471 9586

E-Mail: AMarkus@hu.imshealth.com

The logo for IMS, featuring a blue dot above the letter 'i', followed by the lowercase letters 'ims' in a bold, blue, sans-serif font.

INTELLIGENCE.
APPLIED.