



**Анализ рынка e-commerce, итоги 2021  
Реальность и перспективы 2022**

*Марченкова Валентина, 24.03.2022*



**БАД-ЭКРО**

## Группа компаний Сириус

Сириус-Мед

Сириус-Фарма

Сириус

Sirius Pharma KZ

1

### Экспорт & Импорт:

- СНГ  
Европа  
Ближний Восток



2

### E-commerce:

- **AggreGor** – облачная платформа по работе на TOP-маркетплейсах мира

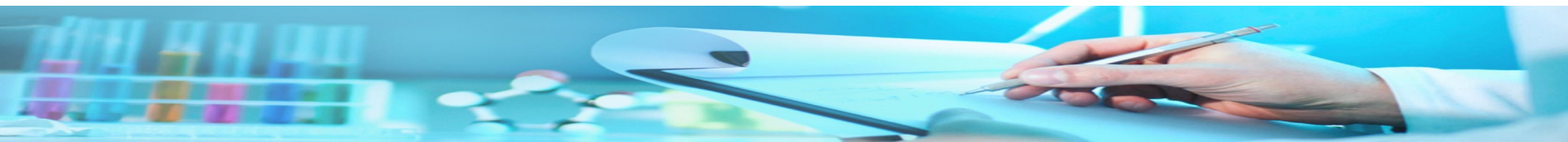


AggreGor

3

### Консалтинг:

- маркетинг
- регистрация
- сопровождение



## Внутренний рынок ФАРМЫ

Розничный сегмент

Гос.  
сегмент

Фармацевтическая  
розница

**НЕ** фармацевтическая  
розница

Оффлайн:  
ДБ, АС,  
аптеки

Онлайн:  
интернет-  
аптеки

Оффлайн:  
Ритейл

Онлайн:  
**MP +**  
интернет-  
ритейл

**Суммарный объем российского рынка фармацевтической розницы + онлайн не фармацевтической розницы БАД в 2021 г. превысил 90 млрд рублей, при этом 50% было продано через e-commerce\***

**\*Эти цифры не учитывают продажи БАД из 3 важных источников: ритейл, продажи платформы I-herb, продажи лидера рынка Эвалар через их собственный интернет-магазин. Суммарно вероятнее всего цифры рынка БАД в России за 2021 год превышают 200 млрд.рублей.**

Весь рынок e-commerce в фарме в 2021 составил **135 млрд. рублей** (около 10% от всего аптечного рынка), из них **БАД составили 35% = 47 млрд. руб.**

Рынок МР в 2021 составил более 120 млрд. рублей из них:

- **6,5 млрд. БАД**
- около 1 млрд. ЛС ОТС
- более 8 млрд. МИ
- более 100 млрд. КОСМЕТИКА

Для сравнения БАДы в e-com в 2021:

- США (78%)
- Китай (62%)

# TOP-10 производителей БАД



TOP10 компаний-производителей БАД на аптечном рынке в стоимостном выражении в январе–августе 2021 года

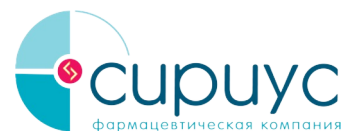
Рейтинг		Корпорация	Количество брендов	Доля продаж, %		Прирост продаж январь-август 2021/ январь-август 2020, %
Январь-август 2021	Январь-август 2020			Январь-август 2020	Январь-август 2021	
1	1	Эвалар	156	10,5	10,6	25,9
2	2	Solgar	1	5,7	5,7	25,6
3	4	PharmaMed	7	4,5	4,8	31,9
4	3	Внешторг Фарма	136	4,6	3,9	6,1
5	5	Stada	22	3,6	2,9	0,7
6	6	ПРОТЕК группа компаний	11	2,7	2,7	23,7
7	13	Квадрат-С	65	1,9	2,5	60,4
8	7	Консумед	83	2,5	2,4	19,9
9	8	Queisser Pharma	1	2,5	2,4	16,2
10	12	Биннофарм Групп	4	2,0	2,3	48,3

**7 топовых компаний из 10 – это отечественные, остальные не планируют уходить**

Источник: AlphaRM



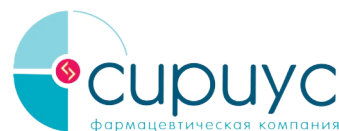
## ТОР-10 лидеров БАД: оффлайн



Рейтинг		Бренд	Количество торговых наименований	Доля продаж, %	
Январь-август 2021	Январь-август 2020			Январь-август 2020	Январь-август 2021
1	1	Solgar	149	5,7	5,7
2	2	Доппельгерц	78	2,5	2,4
3	4	Максилак	4	2,0	2,3
4	5	Бак-сет	3	1,9	2,3
5	3	Фемибион	2	2,1	1,9
6	22	Витамин С	11	0,7	1,9
7	9	Детримакс	3	1,3	1,8
8	87	Витамин D3	11	0,2	1,6
9	8	Будь здоров	82	1,3	1,6
10	7	Витрум	11	1,7	1,4

Источник: AlphaRM

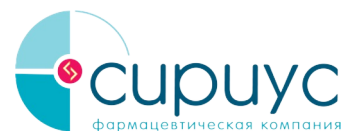
# ТОР-10 лидеров БАД: онлайн 1 кв 2022 Ozon



№	Продукт	Бренд	Продажи, шт.	Оборот, руб.
1	Solgar Комплекс витаминов Skin, Nails & Hair "Кожа, Ногти и Волосы", 1397 мг, 60 таблеток	Solgar	5 580	8 974 403
2	Тирозин, для похудения, (л тирозин), 90 капсул	GLS Pharmaceuticals	14 558	5 985 087
3	Магния цитрат с витамином B6, 90 капсул	GLS Pharmaceuticals	9 840	5 511 273
4	Омега-3 для волос, ногтей	PWR Ultimate Power	10 112	5 282 444
5	Нормотим таблетки от стресса для рассасывания, 60 шт	Нормотим	9 191	4 940 443
6	Триптофан, (l-триптофан 500мг в капсулах), 90 капсул	GLS Pharmaceuticals	8 676	4 704 451
7	Детримакс Витамин D3 2000 ME, 60 табл.	Unipharm	9 280	4 584 896
8	Детримакс Актив	Unipharm	9 692	4 339 127
9	Мелатонин Natrol "Melatonin 3mg Fast Dissolve" 90 табл	Natrol	4 180	4 108 422
10	Детримакс Бэби 30 мл	Unipharm	11 840	4 071 124

Источник: AggreGor

# TOP-10 лидеров БАД: онлайн 1 кв 2022 WB



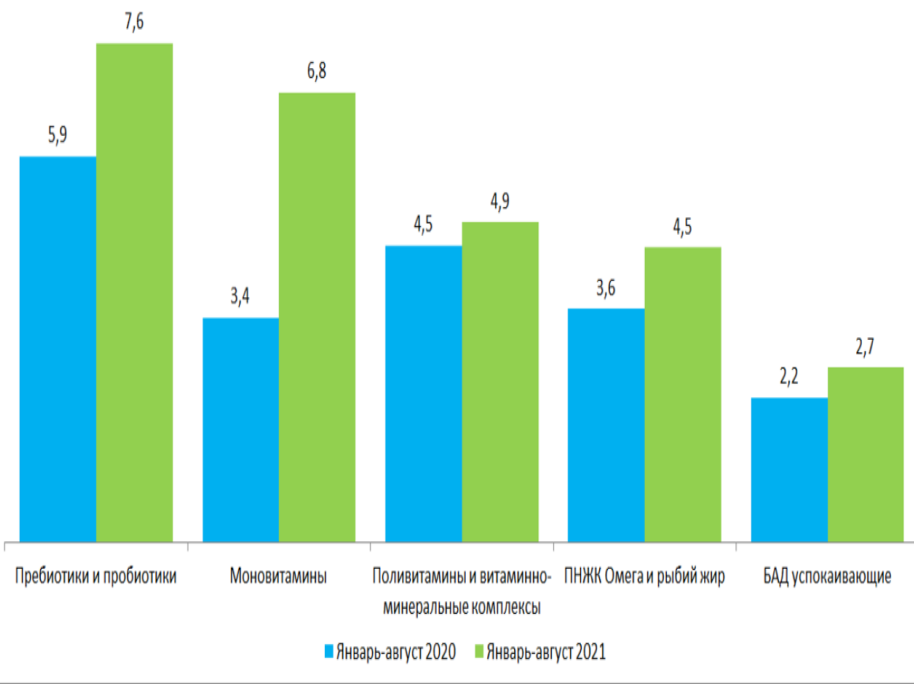
№	Наименование	Бренд	Продажи	Оборот
1	БАД для волос / для ногтей / для кожи / в капсулах / витамины для женщин / витамины для волос	LushHAIR	9 577	9 987 852
2	Collagen C/ Корейский морской низкомолекулярный рыбий коллаген/1 тип с витаминами и пробиотиком	BOTO	4 751	9 827 613
3	Li Da (обновленная) капсулы для похудения, активного подавления аппетита. Жиросжигатель. Контроль веса.	ЛиДа	7 825	9 070 845
4	Collagen/ Коллаген с витамином C/ Коллаген I тип/ Коллаген III тип/ Коллаген 120 капс/ Коллаген	Mote	8 120	7 942 933
5	Препарат для суставов и связок / Хондропротектор / Энимал Флекс / Animal Flex / 44 порции	Animal	1 902	6 082 918
6	Билайт (усиленный) легендарные капсулы для похудения, активного подавления аппетита. Жиросжигатель.	Билайт / B-lite	3 957	5 703 330
7	Коллаген морской (рыбный) гидролизированный, с витамином C, комплекс для кожи и суставов, 90 капсул	GLS pharmaceuticals	7 872	5 606 134
8	ВОЛШЕБНЫЕ БОБЫ - эффективные капсулы для похудения и контроля веса. Мощное похудение.	Волшебные бобы	3 030	5 349 128
9	Витамины "Мультивитамины 12+9", витаминный комплекс для женщин и мужчин, БАДы для иммунитета	GLS pharmaceuticals	8 521	4 241 575
10	Таблетки от стресса, депрессии и тревожности. Для похудения, улучшения сна и настроения.	Нормотим	7 270	4 212 267



## TOP-5 категорий БАД оффлайн

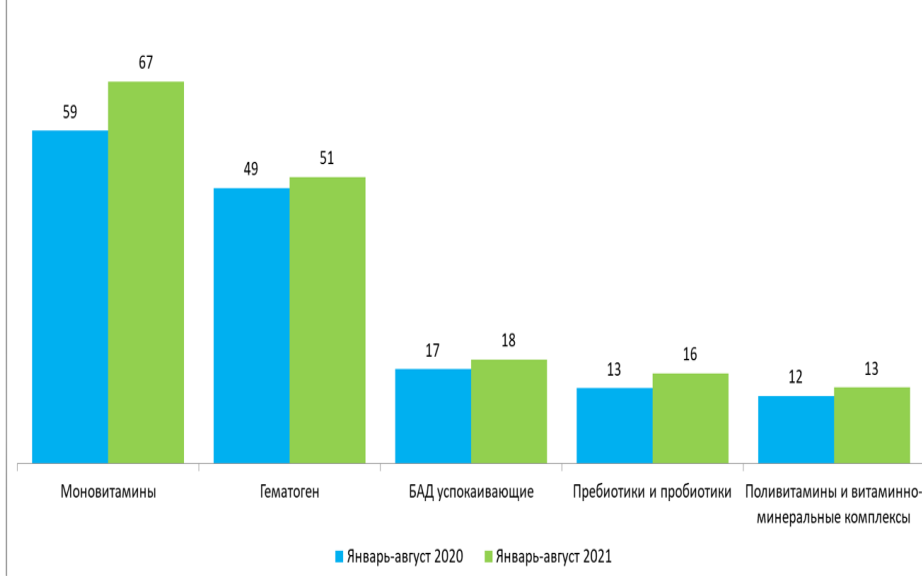


Динамика TOP5 по группам БАД в стоимостном выражении в январе-августе 2021 года, млрд руб.



Моновитамины также лидируют и в натуральном выражении – на их долю приходится 22% всего рынка БАД в упаковках. На втором месте гематоген – около 17% всех проданных упаковок на аптечном рынке БАД.

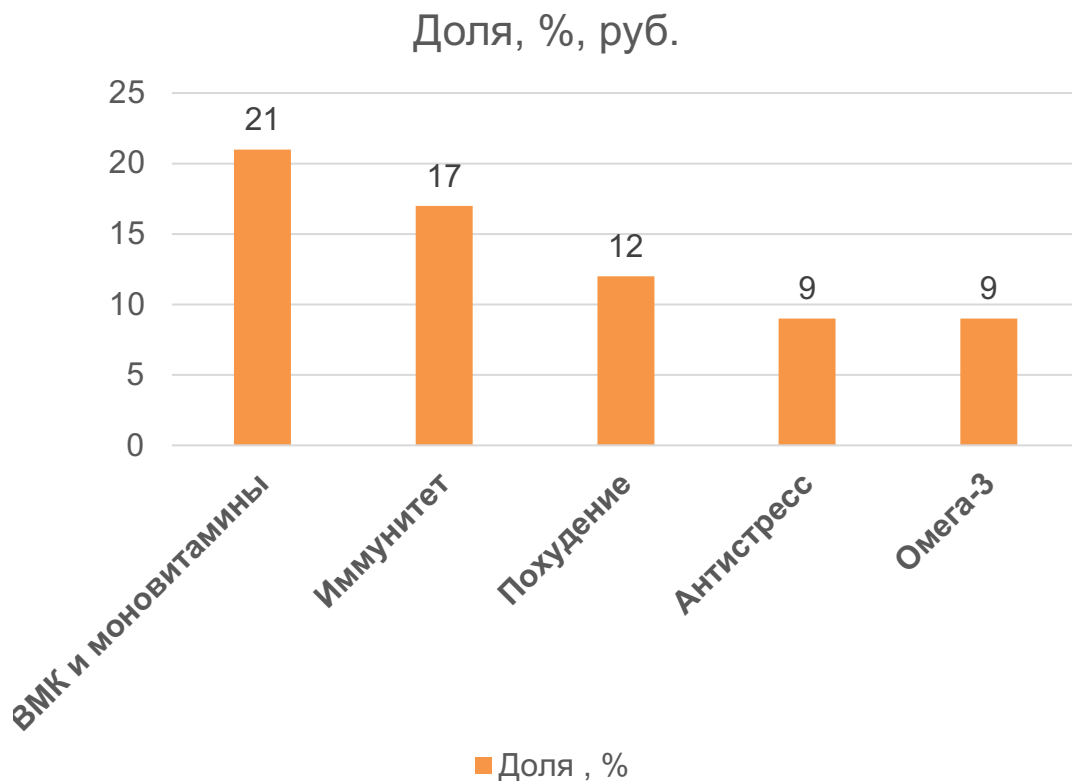
Динамика TOP5 по группам БАД в натуральном выражении в январе-августе 2021 года, млн упак.



Источник: AlphaRM

Источник: AlphaRM

## ТОР-5 категорий БАД онлайн, март 2022



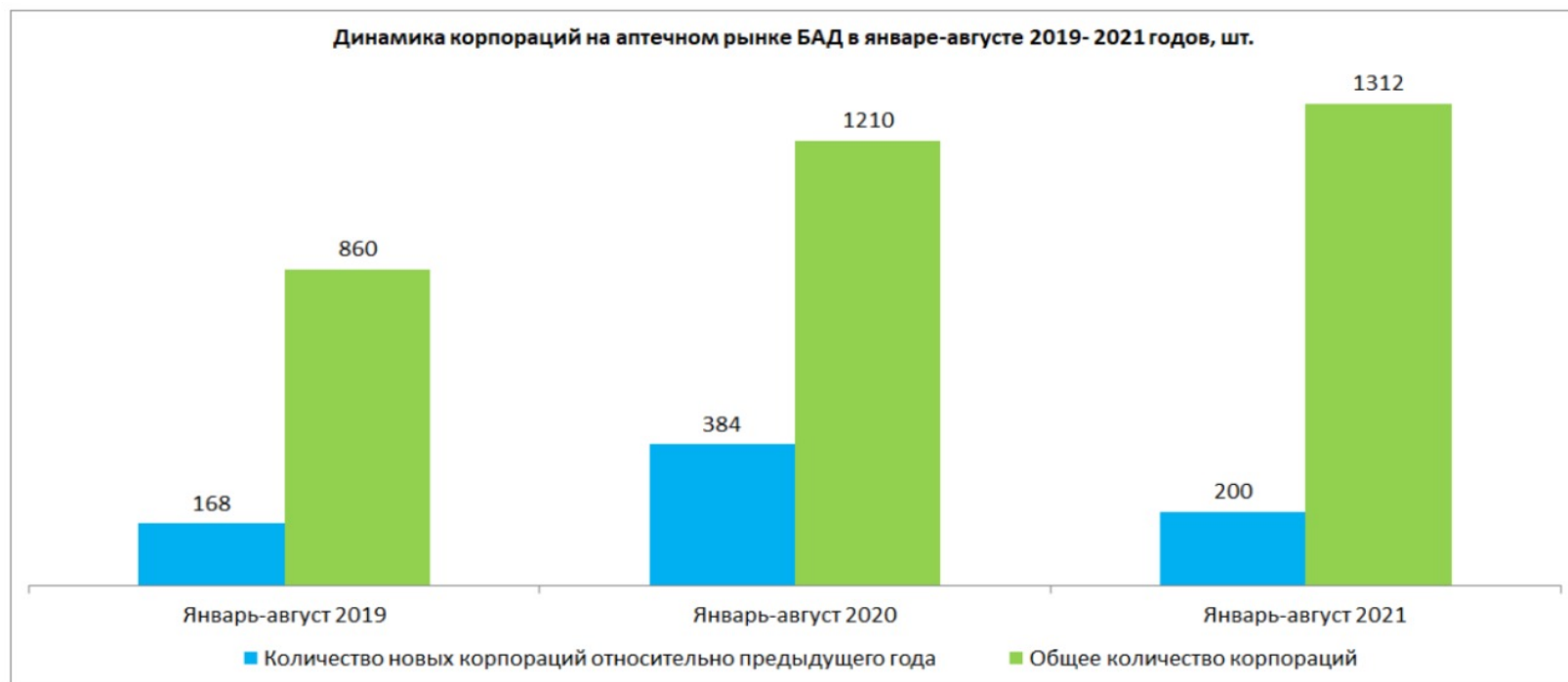
Источник: AggreGor

В структуре продаж, осуществляемых онлайн, принципиально иная ситуация: наибольшую долю занимают мульти и моновитамины – 21%, продукты для повышения иммунитета – 17%, средства для похудения – 12%, и по 9% противострессовые средства и омега-3 полиненасыщенные жирные кислоты.

## Новые игроки на рынке БАД 2018-2021



С 2018 года количество корпораций на рынке БАД увеличилось примерно на 556 компаний. За три года ушло около 65 производителей биодобавок, однако за это же время на рынке появилось более 600 новых компаний. Вновь пришедшие на рынок с 2018 года компании занимают в январе–августе 2021 года пока не более 5% рынка в рублях.



Источник: AlphaRM

# Доля импортных и отечественных Производителей БАД



## Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных БАД на коммерческом аптечном рынке России в январе 2021 года



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.  
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

- 1. Ключевые иностранные компании, вошедшие в TOP-10 производителей БАД пока НЕ планируют покидать российский рынок.**
- 2. Условие, которое делает импортозамещение сложным для БАД – большая конкуренция на рынке. В 2019 г. количество корпораций на рынке БАД увеличилось со 168 до 860, в 2020 г. – до 1210, в 2021 г. – до 1312. Компании, пришедшие на рынок после 2018 г., в январе – августе 2021 г. занимали не более 5% рынка в рублях. Уже вышедшие на рынок производители имеют преимущество, у них есть большой стимул для роста, потребность занять освободившиеся ниши.**
- 3. В стоимостном объеме рынок БАД поделен поровну между российскими и иностранными компаниями, а вот в натуральном выражении почти 80% объема продаваемых продуктов производят отечественные компании (рис. 1). То есть импортозамещение если и потребуется, то только для 20% продуктов.**

# Динамика офлайн рынка БАД ноя 2021-март 2022



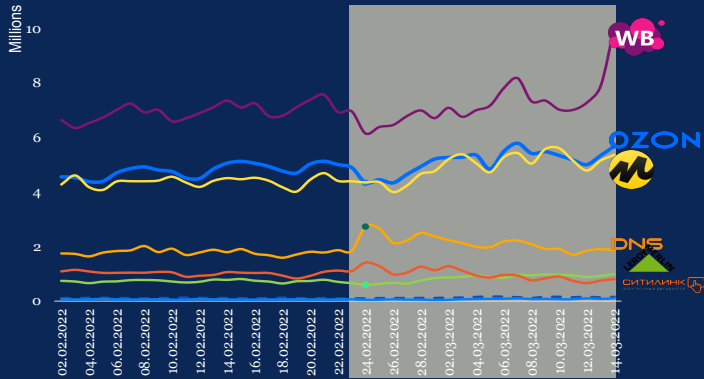
Динамика российского рынка БАД за последние 20 недель



# Пиковые продажи MP все категорий



## E-COM: INTEREST TO MARKET PLACES IS GROWING



Source: Similarweb, Checkindex

PURCHASES FOR 1-10 MAR YOY  
GOODS FOR CONSTRUCTION,  
REPAIR AND HOUSEHOLD



**+148%**  
in monetary terms



**+81% YoY**  
**12378RUB**  
the average cost



**192%**  
online sales  
increased

**35%**  
share of the  
total volume of  
purchases

groupm

В период первой декады марта на маркетплейсах по всем категориям товаров было зафиксировано увеличение продаж на 148%, средний чек вырос на 81% и составил 12 378 рублей.

## E-COMMERCE SALES AND TRAFFIC SIGNIFICANTLY INCREASED IN THE MARCH

groupm

This growth was not even.  
Some categories gained more sales than others:

- Home appliances
- Electronics
- Long shelf-life goods

Ozon.ru search statistics (01/03-15/03)\*

KEYWORD	QUANTITY OF SEARCHES	CONVERSIONS AFTER SEARCH
Сахар	671 936	47 512
Кофе в зернах	264 545	56 030
Гречка	246 596	38 509
Прокладки	207 173	43 542
Туалетная бумага	184 366	45 542
Корм для кошек сухой	182 176	34 418
Таблетки для посудомоечной машины	177 422	56 753
Подгузники	174 638	32 853
Кроссовки женские	157 312	26 473
Айфон 13	152 990	3 832
Наушники беспроводные	148 522	33 586
Макароны	146 988	30 172

Source: seller.ozon.ru data

Более подробный анализ показал, что взрывной рост продаж сформировался за счет покупок потребительских товаров: сахара, кофе, гречневой крупы, женских прокладок, туалетной бумаги, а также товаров, которые в ближайшее время могут исчезнуть с российского рынка, например телефонов Apple.

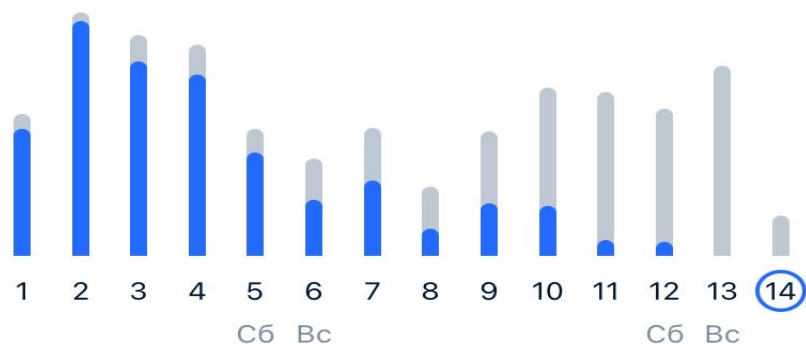
# При пиковом росте всей продукции – стагнация категории БАД и проблемы с МР



1 — 14 марта

● Оформлено

● Доставлено



- Озон и ВБ перешли на новый график оплат + задержки выплат
- Задержки выплат от КазаньЭкспресс
- ? Что будет с Летуаль
- Заблокированы продавцы из РФ на Каспий
- Закрытие TOP-овых магазинов на Алиэкспресс

- Снижение конверсии из за:
  - проблем Apple Pay + карты банков под санкциями
  - логистика МР не справляется с гречкой и туалетной бумагой
- Падение внешнего трафика из за блокировки FB & Inst
- DDoS атака на WB 13-17 марта

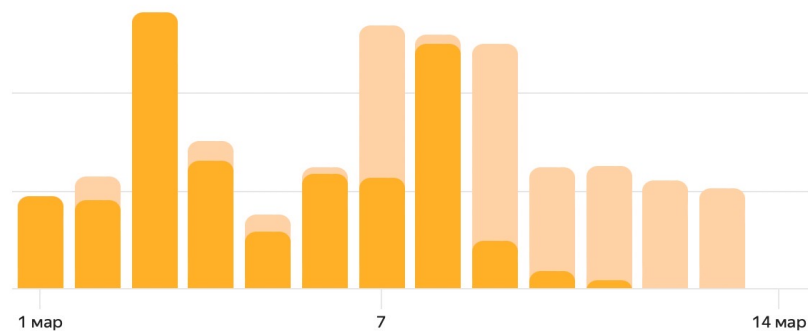
мика выручки

7 дней

14 дней

Этот месяц

Прошлый месяц





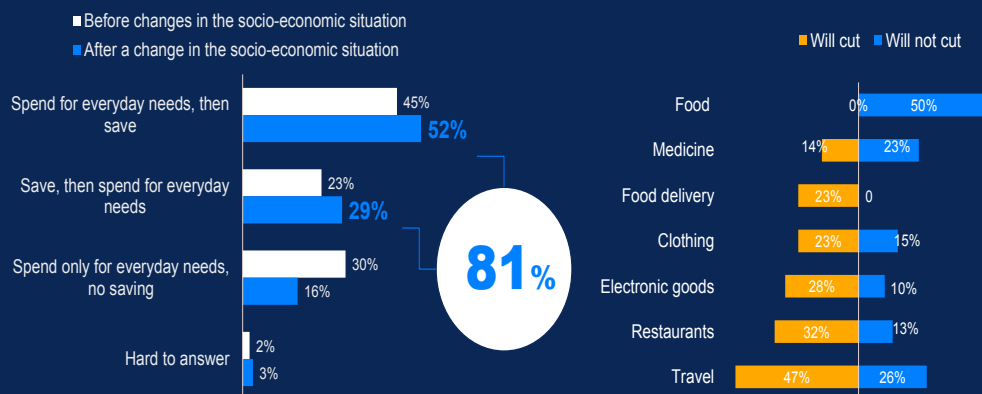
- 86% населения никуда не собирается уезжать
- Стратегия: тратим и экономим
- На фарм.продукции планируют сэкономить всего 14% населения
- Если не успели - откладывают все крупные покупки

## Russians are now much more involved into some kind of saving, share of those who spend everything without saving dropped by 14%

groupm

Question: "How do you (your family) manage your income in everyday life?"

Question: "On what items you plan reducing spending in the new conditions?"



## Popular strategies that most Russians intend to follow in case of serious financial difficulties

groupm

Источник: НАФИ, 14.03.2022

**66%\***

plan to cut costs

72% female  
60% male

**52%\***

plan to look for extra earnings

56% female  
49% male

**25%\***

plan to use money from their savings

27% female  
23% male

\* of the total number of respondents

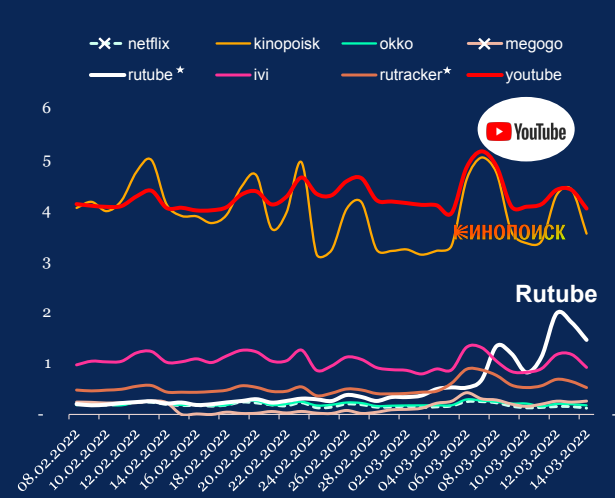
Source: NAER, 15.03.2022

# Текущие тренды в рекламе, март 2022



- Запрещен FB и Инстаграм, но уже 50% людей РФ установили VPN
- Большая часть компаний «заморозила» рекламные бюджеты на март-апрель
- Рекордный рост посетителей и новых каналов на Youtube и RuTube
- +10% рост ТВ-смотрения (до этого падение), НО смещение просмотра на новостные каналы

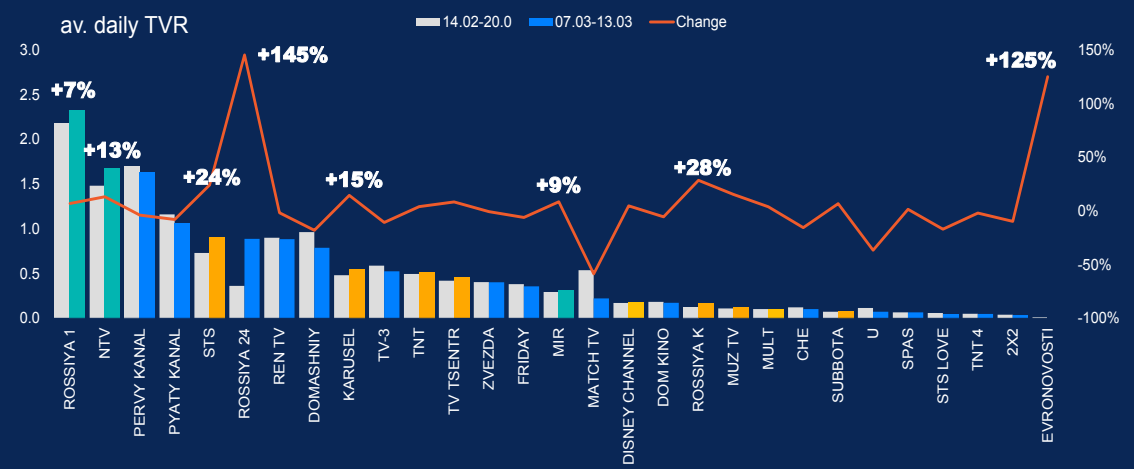
## ONLINE VIDEO: RUTUBE GETS INTO TOP 3



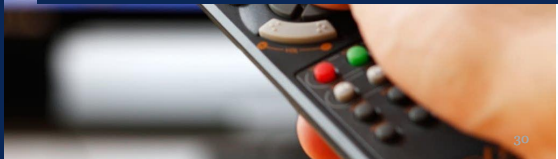
Source: Similarweb

## ATTENTION TO NEWS CHANNELS IS STILL INCREASED BUT TV VIEWING OF ENTERTAINMENT AND KIDS CHANNELS GREW TOO (DUE TO 8<sup>TH</sup> OF MARCH)

groupm



Source: Mediascope TV Index Russia 0+, all day, av. TVR 4+ 07.03.2022-13.03.2022 vs 14.02.2022-20.02.2022 Dacha TV excluded



# ЧТО ДЕЛАТЬ?



1. Изучайте поведение потребителя, как никогда поддерживайте контакт с вашим потребителем, желательно через собственные активы (сайт/группы/Телеграмм)
2. Изучайте спрос: возможно внутри портфеля изменится фокус продвижения на другие продукты (ковид постепенно уходит)
3. Анализируйте все свои каналы продаж, обращайтесь внимание на любые отклонения
4. Сейчас, как никогда, важно измерять результаты каждой инвестиции в рекламу.
5. Важно иметь диверсифицированную стратегию подачи контента в том числе в социальных сетях:

- Видео контент Rutube, Youtube, Tic Tok, Like
- Новостной: Телеграм
- Текстово-графический: ВКонтакте, ОК, Яндекс Дзен

6. РК: все возможности сети Яндекс.



**Rutube**

Leading watching & streaming platform

Russian YouTube w/ limited functionality



Top Russian SN for posting, entertaining and chatting



Age audience SN for checking friends' updates, watching videos, posting



Messenger for advanced users w/ personal chats, news, channels

## Future outlook on social landscape



**VK as an entry point to digital universe**

One and beyond competition super-app after consolidation of all services, winning content makers' migration and Yandex.Dzen acquisition to win ultimate audience volume



**TG at the crossroads**

As messenger – major content distribution channel mainly for expert content makers with loyal audience  
As social network – development of content discovery via recommendation feed to compete with VK



**Leader in video to be defined**

Potential rise of Rutube with heavy competition from social networks & even messengers together with possible conquest from streaming platforms allows multiple scenarios in future leader definition



**TT soon to be unfroze**

Temporary voluntary ban to be solved with AI powered filtering to prevent restricted content posting

1. Отчеты и аналитические данные компании DSM Group <https://dsm.ru>
2. Отчеты и аналитические данные компании AlpharmRM <https://alpharm.ru>
3. Аналитические отчеты компании GroupM <https://www.groupm.ru>
4. Аналитические данные платформы AggreGor - <https://aggregator.com>  
это данные о продажах онлайн НЕ фармацевтической розницы  
собирает платформа AggreGor путем суммирования  
продаж систем FBS+FBM (FBO)

TOP-6 маркетплейсов:

Озон

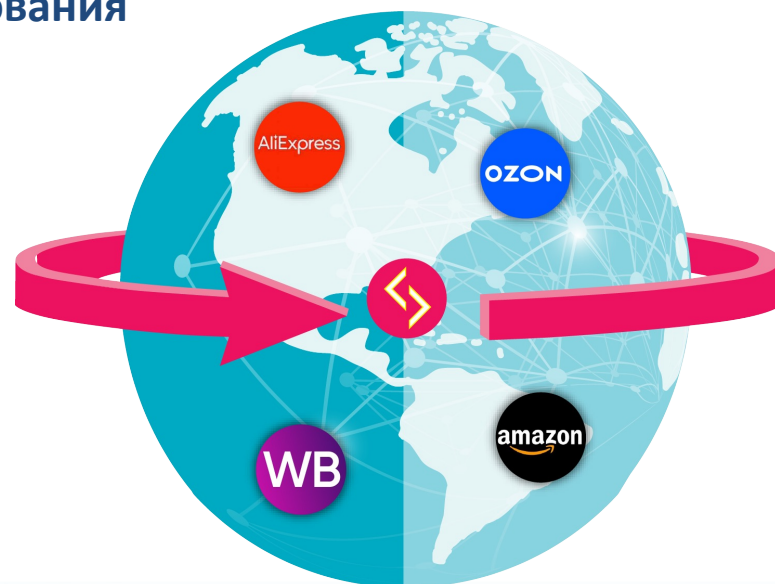
WB

ЯндексМаркет

Сбермегамакет

Алиэкспресс

Казаньэкспресс



# AGGREGOR – платформа для онлайн дистрибьюции



## МЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕМ:

- ОДНОВРЕМЕННЫЙ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ДОСТУП К **ТОР-5 ПЛОЩАДКАМ РФ**
- ПОЛУАВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ДОСТУП К **ТОР-20 ПЛОЩАДКАМ МИРА**



# AggreGor

**МЫ - ПЕРВЫЙ В РОССИИ ОН-ЛАЙН ДИСТРИБЬЮТОР В ФАРМОТРАСЛИ, совмещающий 5 в 1: дистрибьюция, продвижение, аналитика + в будущем регистрация и экспорт для ВЭД**

**Цель AggreGor – увеличить продажи через:**



- новые каналы продаж/площадки,
- новые коммуникации и продвижение,
- новые ЦА,
- новые страны и рынки



- Мы более 17 лет в отрасли и знаем все нюансы и особенности продажи и продвижения фармацевтической продукции
- Понимаем сложности законной и эффективной работы (61 ФЗ, закон о рекламе и пр.)
- У нас самая глубокая аналитика фармацевтической продукции на МР
- Работаем по договору купли-продажи, гарантируем планы продаж
- Забираем товар с вашего склада и дальше организуем все сами
- Решаем все вопросы стратегии, регистрации и логистики при выведении на зарубежные МР



# КЛИЕНТЫ КОМПАНИИ 2020-2022



## КОНТАКТЫ



### Адрес:

123 112, Пресненская набережная, д.12,  
ММДЦ, Башня Федерация-Запад,  
этаж 45, офис 82.

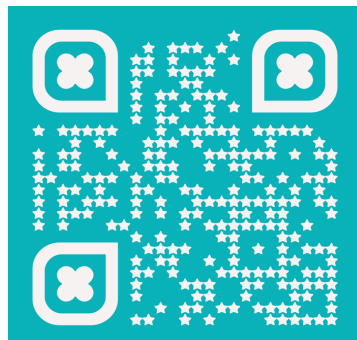
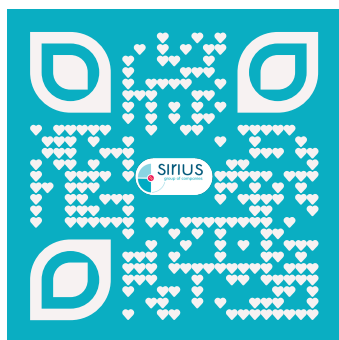
**E-mail:** [vm@siriuspharma.ru](mailto:vm@siriuspharma.ru)

**Web:** [www.siriuspharma.ru](http://www.siriuspharma.ru)  
[www.aggregor.com](http://www.aggregor.com)

**Тел:** + 7 (495) 369 08 16

**Тел:** 8 800-100-58- 16

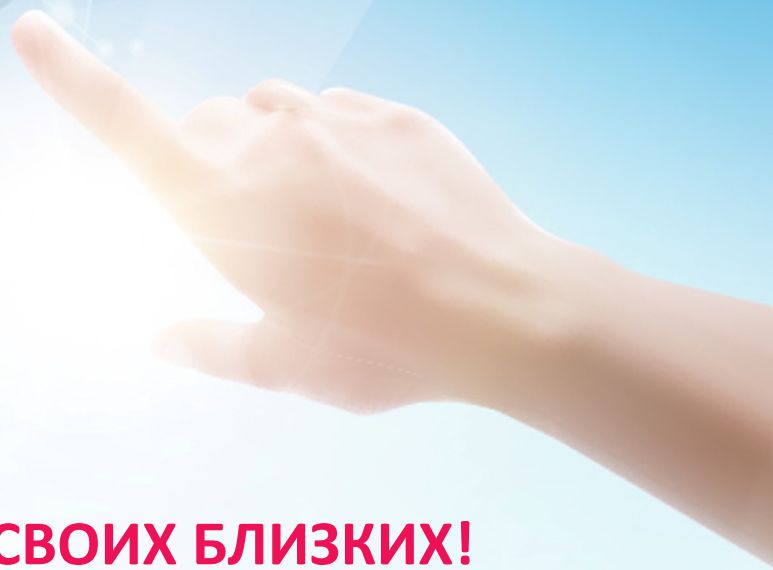
**Моб:** +7 (916) 988 20 20



ФС-99-02-008460







**БЕРЕГИТЕ СЕБЯ И СВОИХ БЛИЗКИХ!**