

2023

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК
БАДОВ 2023.** Обзор ниши

РОССИЙСКИЙ РЫНОК БАДОВ 2023. Обзор ниши

В условиях экономических и эпидемиологических катаклизмов неизбежно претерпевает существенные изменения структура питания населения, поэтому в настоящее время биологически активные добавки все больше начинают пользоваться спросом у потребителей. Регулярный и целенаправленный прием добавок позволяет решить многие проблемы.

В результате, интерес к БАД стабильно растет. По оценке Роспотребнадзора, сейчас **биодобавки принимают** от **8** до **20%** россиян. Доля граждан, регулярно употребляющих БАД, ежегодно **увеличивается** примерно на **5%**. По данным международной исследовательской компании Euromonitor International, за последние два года **рынок биодобавок в России увеличился** на **13%**. В 2023 году, по прогнозам специалистов, российский рынок БАДов увеличится на 15%.

В структуре аптечного рынка доля БАД занимает порядка 9,7%. Специалисты ВШЭ считают, что ключевыми драйверами рынка в России являются:

- Ковидное и постковидное потребление
- Панические настроения, связанные с ожиданиями инфляции и ухода иностранных брендов (паника марта)
- Диверсификация каналов продаж – активное развитие категории БАД внеаптечного e-commerce (маркетплейсы).



Колоссальную роль для развития рынка БАД играет диверсификация каналов. Самыми продаваемыми брендами за 7 месяцев 2023 года (по объему продаж) в рамках аптечных продаж стали Эвалар с долей **8,5% (+12%** к предыдущему периоду 2022 года), Солгар – **5,3 % (+3%)** и Бак-сет – **2,8% (+33)**.

На маркетплейсах активно продавали свою продукцию компании Солгар с долей 11,1% (+30%), Эвалар – 10,1% (+32%) и Доппельгерц – 2,6% (+12%). Весной 2020 года аптеки получили возможность дистанционно торговать аптечным ассортиментом. СанПин, запрещающий дистанционную продажу БАД, отменен с января 2021 года. Это способствовало росту e-commerce канала и расширению рынков сбыта и аудитории за счет более молодых потребителей.

При этом, с января 2022 года рост E-comm сегмента составил +91%, тогда как аптечного канала – только +16%.

Рис.1. Структура рынка БАД в РФ по итогам 2022 года



Источник: СРО «Союз производителей БАД»

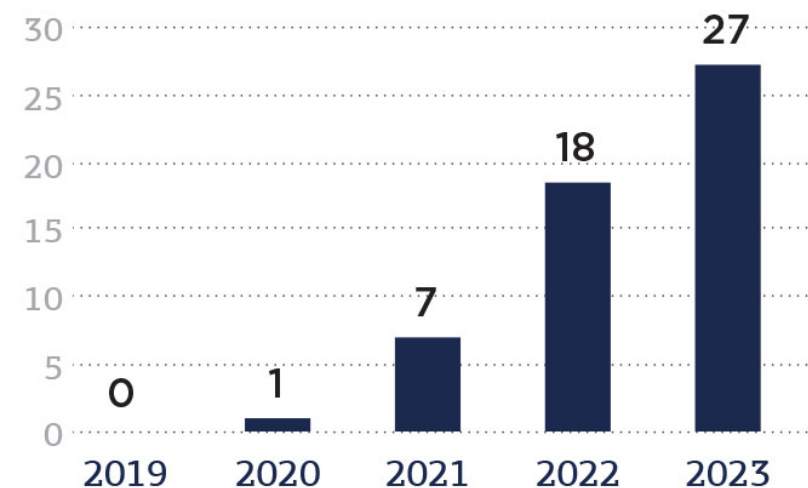
За 2023 год по состоянию на декабрь 2023 года доля E-commerce сегмента в общих продажах БАД составит 19% (по итогам 2022 года – 9%). При этом количество продавцов на маркетплейсах увеличилось в 5-6 раз за 2023 год.

С 2020 г рынок E-commerce сегмента БАД вырос в 20 раз в 2023 г – составит более 27 млрд. руб.

Рынок аптечных продаж на сегодня самый прослеживаемый и контролируемый сегмент продаж в категории БАД:

- ввод в ассортимент только по СОГР
- продукция по декларациям в реализацию не принимается
- выборочный контроль качества товаров в обороте

Рис.2. Динамика рынка БАД на маркетплейсах, 2018-2023, млрд. руб.



Источник: данные Milamed

Наблюдается ежегодный рост рынка БАДов в денежном и натуральном выражении. Несмотря на геополитическую и экономическую ситуацию, уход с рынка ряда крупных зарубежных игроков и снижение доходов населения, рынок БАД в РФ в 2022 году продемонстрировал позитивный итог.

В 2022 году было отгружено 20 тыс. тонн биологически активных добавок к пище, что на 16% больше итога 2021 года. С января по июль

2023 года в РФ было произведено более 12,2 тыс. тонн БАД, что на 17% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Это значит, что к концу 2023 года будет произведено не менее 23-24 тыс. тонн БАД.

В 2022 г. ёмкость коммерческого рынка биодобавок составила 105 млрд руб. и 364 млн упаковок. Последние четыре года рынок добавок к пище растёт двузначными темпами. Так, в 2022 г. прирост составил 19,8% к предыдущему году.

Рис.3. Динамика объема продаж БАД в натуральном выражении на фармацевтическом рынке РФ в 2016-2023 гг., млн.уп.

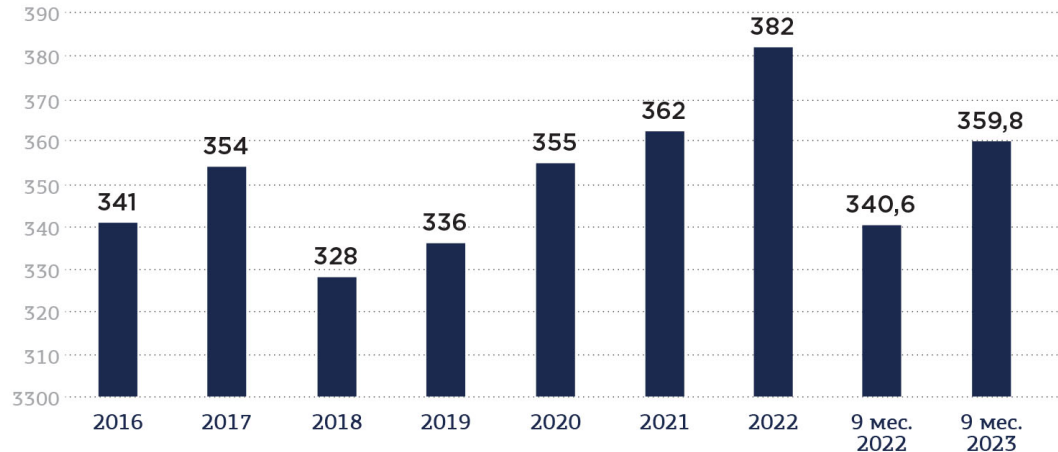
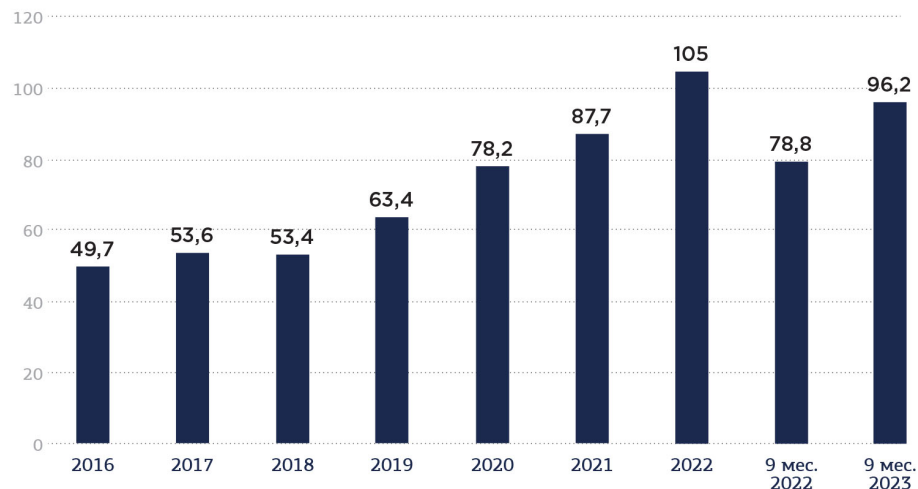


Рис.4. Динамика стоимостного объема продаж БАД на фармацевтическом рынке РФ в 2016-2023 гг., млрд.руб.

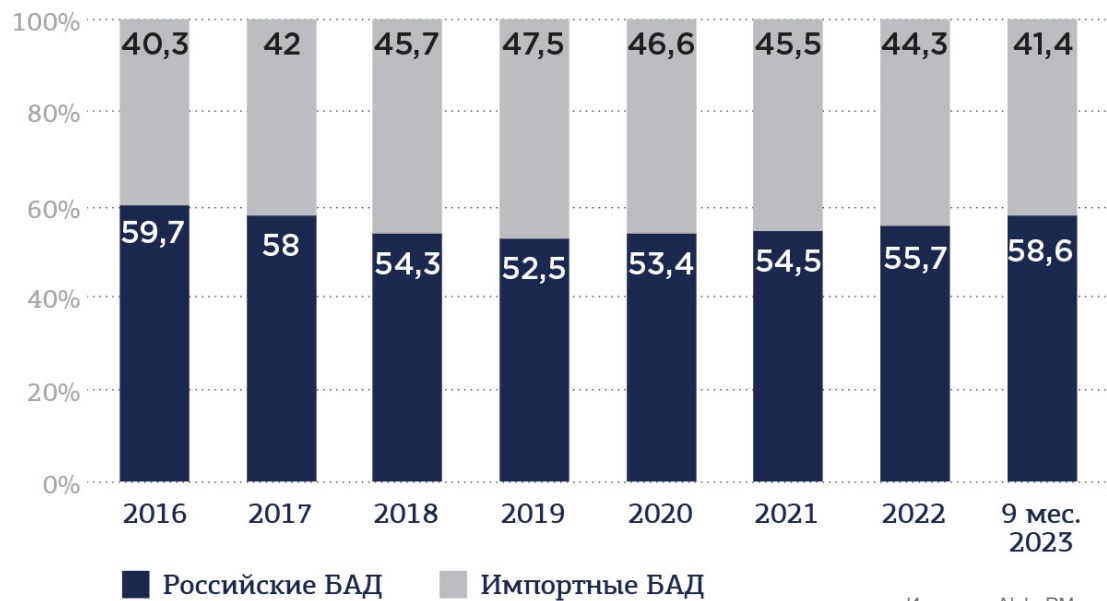


Источник: AlphaRM

Следует отметить, что за 9 месяцев 2023 года в аптеках продано 360 млн упаковок БАД на 96,2 млрд руб. По сравнению с тем же периодом 2022 года это на 6% больше в натуральном выражении и на 16% в деньгах.

Вплоть до 2019 года отмечалась тенденция к сокращению доли отечественных БАД в общей структуре с 59,7% в 2016 году до 52,5% в 2019 году, однако, с 2020 года наблюдается постепенный рост российских БАД в общем объеме их продаж. Наряду с этим, доля импортных БАД увеличилась с 40% в 2016 году до 47,5% в 2019 году. Другими словами, за этот период сложно реализовывалась стратегия импортозамещения в фармации. Начиная с 2020 года, доля импортных БАД постепенно сокращается.

Рис.5. Структура стоимостного объема продаж отечественных и импортных БАД на фармацевтическом рынке РФ в 2016-2023 гг. %



Источник: AlphaRM

В 2023 г растет спрос на БАД российского происхождения

Рис.6. Спрос на БАД российского происхождения за 10 месяцев 2023 гг., %.

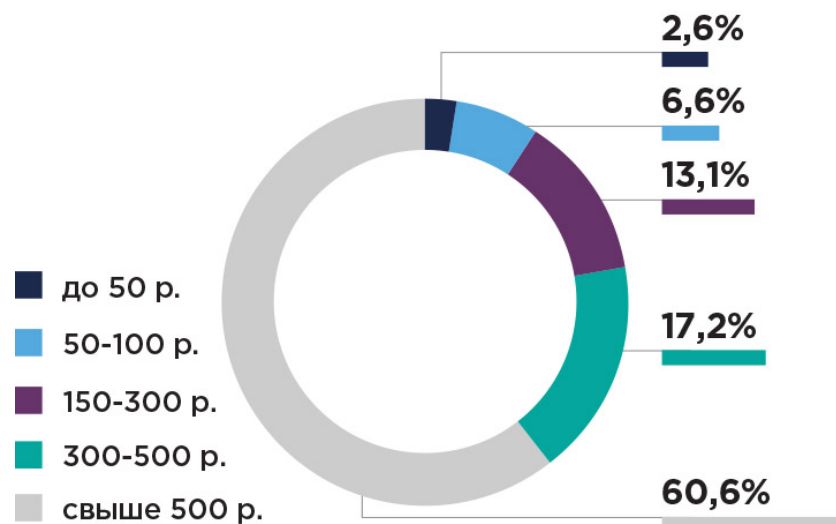


Источник: данные Milamed



В структуре продаж лидирует сегмент с ценовой категорией «свыше 500 руб.». Средняя стоимость упаковки отечественного БАД в 2022 г. составила **199 руб. (+22,6%** относительно 2021 г.), что в 3 раза ниже стоимости упаковки импортного средства – 666 руб. (+12,8%). Средняя цена за упаковку в первых трех кварталах 2023 года была **267,3 руб.**, в прошлом году - **242,5 руб.**, то есть увеличилась на **10%**.

Рис.7. Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам в 2022 г. (стоимостный объем)



Источник: AlphaRM

Рис.8. Динамика по ценовым сегментам за 10 месяцев 2023 гг., %.



Источник: данные Milamed

Летом 2023 года Минэкономразвития было предложено запретить ввоз в Россию БАД из «недружественных стран». Наряду с этим Национальный союз защиты прав потребителей предложил ввести ограничительные ввозные пошлины в размере **220%**. К слову, российские производители БАДов поддержали идею заградительных ввозных пошлин в размере **50-70%**. Обе рекомендации не были поддержаны министерством и Роспотребнадзором.

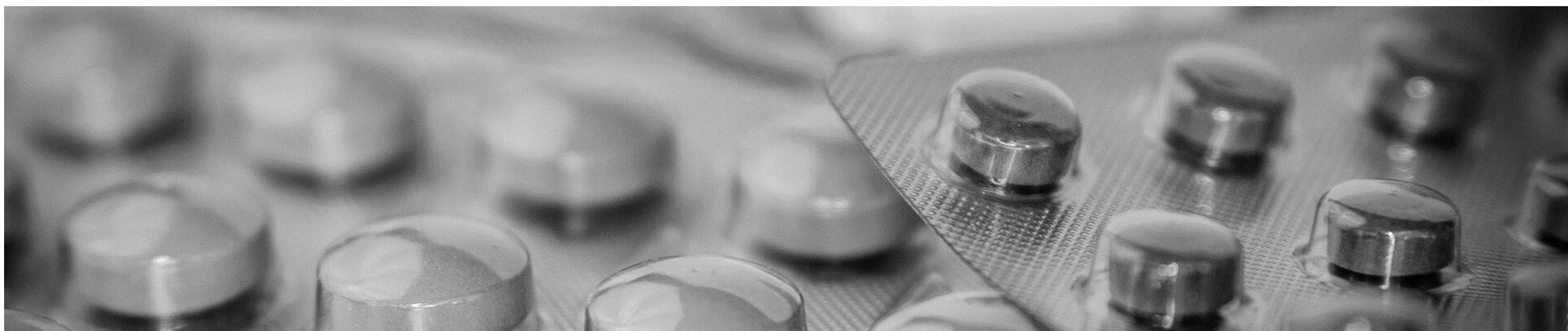
Общий стоимостной объем экспорта БАД из РФ в 2022 году составил **14,2 млн. \$**. По сравнению с 2021 годом, в 2022 году экспорт БАДов из РФ понизился как в натуральном, так и в стоимостном выражении.

Ведущими странами-экспортерами БАДов в РФ в 2022 году выступили Казахстан и Беларусь

Таблица 1 Экспорт биологически активных добавок к пище из России в 2018-2022 гг (млн упак)

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Экспорт (млн упак.)	16,4	18,5	18,3	16,7	11
Динамика (% к предыдущему году)	-0,3	13	-1,1	-8,8	-33,8
Экспорт (млн долл.)	13,2	17,2	17,5	24,3	14,2
Динамика (% к предыдущему году)	26,2	30,2	1,5	39,2	-41,6

Источник: Федеральная таможенная служба, Таможенный союз ЕАЭС



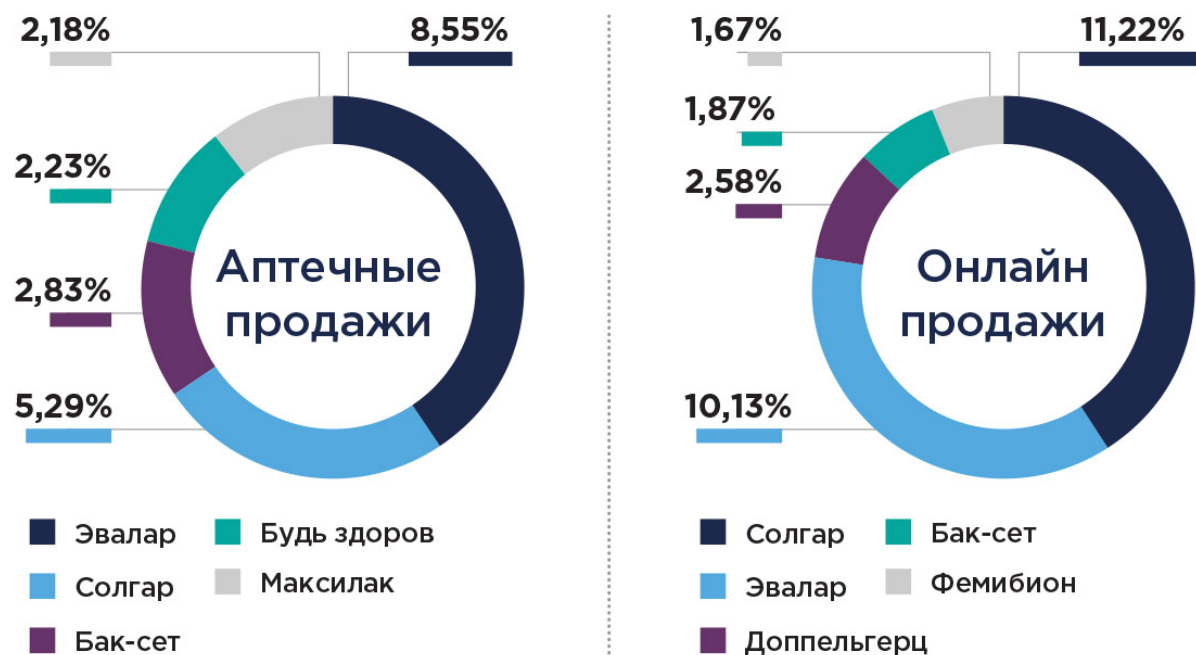
Рейтинг	Производитель	Объем продаж, млн.руб.	Прирост 2022/2021, %	Доля рынка, %	Доля онлайн-сегмента в продажах компании, %
1	Эвалар	14 290	0,3	13,6	15
2	Solgar	8 103	32,3	7,7	37
3	PharmaMed	5 690	25,2	5,4	19
4	Квадрат-С	4 979	57,3	4,7	3
5	ВТФ	3 223	60,0	3,1	4
6	Unipharm	3 027	4,5	2,9	23
7	Stada	2 964	0,9	2,8	18
8	Queisser Pharma	2 439	4,4	2,3	23
9	Dr.Reddy's	2 336	15,4	2,2	21
10	Биннофарм Групп	2 293	-4,3	2,2	10
11	Мирролла	2 155	106,4	2,1	5
12	Bayер	1 739	1,0	1,7	20
13	Аптека Сервис Плюс	1 601	331,2	1,5	5
14	Bausch Health	1 440	2,5	1,4	10
15	Отисифарм	1 349	-14,0	1,3	17
16	Полярис	1 313	39	1,3	8
17	Laboratoires Ineldea	1 138	-7,2	1,1	8
18	VP Laboratory	1 026	71,7	1,0	7
19	The Bountiful Company (NBTY)	986	16,6	0,9	32
20	Аквирон	873	46,6	0,8	36

На рынке биодобавок насчитывается более 1400 производителей, которые выпускают добавки для разных компаний. С каждым годом их число увеличивается. По данным AlphaRM, в 2022 году относительно 2021 года общее количество производителей БАД выросло на 82 компании. Лидирующая пятерка производителей БАД занимает на рынке более 32% стоимостного объема.

Основными производителями/поставщиками импортных БАДов являются США (18%), Германия (8%), Индия (3%), Великобритания (2%), Франция (2%), Швейцария (1%), Италия (1%), Другие страны (9%).

Среди американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar (серия БАД Solgar). На российском рынке на протяжении уже многих лет лидирует отечественная компания «Эвалар» (доля 13,6% в руб.). Ниже представлен топ 20 основных компаний, представляющих свою продукцию в России. В совокупности эти компании занимают порядка 60% всего рынка БАДов в России

Рис.9. Лидирующие бренды БАД в аптечных и онлайн-продажах за 7 месяцев 2023 года



Источник: AlphaRM

Самыми продаваемыми брендами за 7 месяцев 2023 года (по объему продаж) в рамках аптечных продаж стали Эвалар с долей **8,5%** (+12% к предыдущему периоду 2022 года), Солгар – **5,3 %** (+3%) и Бак-сет – **2,8%** (+33%).

На маркетплейсах активно продавали свою продукцию компании Солгар с долей **11,1%** (+30%), Эвалар – **10,1%** (+32%) и Доппельгерц – **2,6%** (+12%).



Таблица 3 - ТОП-10 брендов на Ozon и Wildberries за 6 месяцев 2023 года

Рейтинг	Название	Продажи	Оборот, млн.руб.	Название	Продажи	Оборот, млн.руб.
1	Эвалар	697 136	434 412 748	Эвалар	463 056	264 136 662
2	GLS Pharmaceuticals	770 492	317 534 842	Жизнибек	132 943	193 816 133
3	Solgar	42 442	61 029 627	GLS Pharmaceuticals	409 865	183 269 527
4	Maxler	60 095	60 636 118	VitaMeal	153 015	89 053 287
5	Miopharm	143 810	59 532 127	Miopharm	209 357	80 853 335
6	Unipharm	97 620	48 517 008	LeafToGo	48 928	66 780 390
7	Natrol	34 862	47 796 648	MAXLER	51 060	50 596 551
8	Eqville	85 516	43 493 585	PWR ultimate power	61 765	44 531 618
9	NORWEGIAN Fish Oil	18 211	39 405 713	Витамир	127 210	40 910 303
10	1WIN	61 915	35 255 225	1WIN	57 105	40 277 461

Источник: Фармпро, AlphaRM

Рост таких дистанционных каналов продаж БАД, как Wildberries составил за первые 9 месяцев 2023 года +102%, а OZON - +256%. Такие бренды как Эвалар, GLS Pharmaceuticals, Миофарм, 1WIN и Maxler входят в ТОП-10 и на Ozon, и на Wildberries. На обеих площадках лидером по обороту является бренд Эвалар, этот же бренд лидирует по продажам на Wildberries. А вот на Ozon конкуренцию ему составляет GLS Pharmaceuticals с 770,5 тысячами продаж за 6 месяцев.



В 2023г в онлайн на 3-ю строчку впервые выходят БАД, влияющие на репродуктивную систему.

В 2023г изменился спрос с «ковидных» БАД в сторону «антистрессовых» + стабильно популярные БАД категорий коллаген, пробиотики: БАДы для нервной системы показали рост +23%, для сердца +28%, магний +16%, а также коллаген (+30%) и пробиотики (+23%). Наряду с этим уменьшился спрос на БАДы с витамином С (-0,5%), а с витамином D – рост всего лишь на +0,5%.

Рис. 10. ТОП 3 категорий БАД в аптеках в 2023 году

Структура потребления БАД по назначению

Действующие на организм в целом

% доли рынка категории БАД - В ЦЕЛОМ **34,1%**

% доли рынка категории БАД - ОНЛАЙН **31,1%**

Действующие на пищеварительную систему

В ЦЕЛОМ **15%**

ОНЛАЙН **19,7%**

Влияющие на репродуктивную систему

В ЦЕЛОМ **12,7%**

ОНЛАЙН **7,5%**

Источник: данные Milamed

Таблица 4 - ТОП 4 категории БАД на МП за 9 месяцев 2023 года

Категория	Продажи	Средняя стоимость	Доля рынка
Омега	1 972 370 шт	845 руб.	13%
Аминокислоты	1 413 709 шт	749 руб.	9%
Коллаген	1 271 858 шт	885 руб	8%
Похудение	1 194 813 шт	673 руб.	8%

Источник: данные Milamed

Производители брендованных БАД не первый год обращают внимание на конкуренцию со стороны собственных торговых марок (СТМ) аптечных сетей. В последние два года она стала нарастать.

В **2022** году общая выручка аптечных сетей с наиболее объемными продажами СТМ биодобавок выросла по сравнению с 2021 годом на **52%** в рублях и на **27%** в упаковках. В 2023 году эта тенденция сохранилась.

В рублях продажи СТМ за три квартала этого года выросли на 56%, а в упаковках - на 45%. При этом общие продажи БАД в аптеках растут уже не так значительно: на 16% в рублях и на 6% в упаковках. Конкуренция за потребителя в следующем году может обостриться еще больше, считают участники рынка.

По данным исследования, которое провели эксперты Высшей школы экономики, доля незаконного оборота БАД в России составляет более **45%** (**466** млн. упаковок).

Так, на одном из популярных маркетплейсов только при поисковом запросе «витамины для женщин» предлагается более 58 000 вариантов

товаров в категории БАД к пище. По данным специалистов СРО «Союз производителей БАД», многие из них имеют схожий состав и на первый взгляд действительно являются БАД различных производителей и брендов. Однако только 3 из 8 являются БАД в соответствии с законодательством и имеют СГР. Другие 5 – это пищевые добавки/комплексные пищевые добавки, которые не имеют никакого отношения к специализированной пищевой продукции.

Отмечается рост предложения «псевдоБАД», не прошедших государственную регистрацию. Зачастую подобные продукты содержат лекарственные субстанции и запрещенные компоненты (в т. ч. ядовитые, сильнодействующие, психотропные и наркотические вещества). Согласно нормам законодательства (статья 8 ТР ТС 029) розничная реализация данных категорий (комплексные добавки и прочее) запрещена. Потребителя вводят в заблуждение с точки зрения неверной идентификации категории продукта и подлога Декларации соответствия в качестве подтверждающего документа.



Подобная ситуация характерна для всех маркетплейсов и интернет-магазинов, реализующих БАД.

Сегодня производители БАД обязаны иметь свидетельство о государственной регистрации. Наличие знака ЕАС на этикетке продукта означает, что он соответствует необходимым стандартам. Со свидетельством о государственной регистрации можно ознакомиться на сайтах Роспотребнадзора, Евразийской экономической комиссии, а также на сайтах крупных производителей в карточке продукта.

Для выявления контрафакта и фальсификата с 1 октября 2023 г. производителей БАД обязали наносить на продукцию коды маркировки. После внедрения обязательной маркировки, по подсчётам ВШЭ, **доходы** легальных производителей **вырастут** до **2,2 млрд** рублей в год и около 700 млн рублей - дополнительные поступления в бюджет.

С 1 марта 2024 г. в информационную систему нужно вносить сведения о выводе БАД из оборота, а с 1 мая 2024 г. все участники рынка должны предоставлять сведения об обороте добавок.

Пилотный проект по маркировке БАД начался еще в мае 2021 года. В рамках эксперимента **эмитировано** более **38 млн** кодов, нанесено более **5,3 млн**. Выведено из оборота более 29 тысяч кодов. Участниками сформировано **9 092** карточки товара. Подписано и верифицировано **5013** карточек БАД. Протестированы все формфакторы БАД.



Так ОАО «Фармстандарт-Уфавита» протестировало нанесение на крутку («Асвитол»). Также решение для данного формфактора протестировали «Марбиофарм», «Фарминдурстрия» и др. Протестирован прямой способ нанесения на производстве, типографский и стикерование.

«Фармстандарт» протестировал нанесение на гематоген методом стикерования на автоматизированных линиях. «Фарм-про» добровольно дооборудовали свои линии гематогена и аскорбиновой кислоты для прямого нанесения кодов маркировки на пленку (флоупак). «Полярис» добровольно подготовился к обязательной маркировке, совместно с ЦРПТ было протестировано прямое нанесение кода маркировки на тубы.

«На Эвалар» запущена производственная линия упаковки в картонный короб. Компания Solgar провела успешные испытания на своем производстве и уже завершила подготовку к маркировке в обязательном режиме. Постепенно, рынок начинает наполняться маркированными товарами, которые потребитель может приобрести в розничных точках и аптеках, проверив качество товара посредством мобильного приложения. Протестированы полные цепочки прослеживаемости - Производитель (Импортер) - Дистрибьютор - Аптека, а также частичное выбитие БАД в розничной сети. Всего же системой эксперимента обработано 609 чеков с реализованными маркированными БАД.

Постепенно, рынок начинает наполняться маркированными товарами, которые потребитель может приобрести в розничных точках и аптеках, проверив качество товара посредством мобильного приложения. Также проведен успешный эксперимент по выбитию маркированных БАД с маркетплейсом Ozon - на площадке уже можно приобрести промаркированные биоактивные добавки. Кроме того, производители активно тестируют заполнение атрибутов из в рамках планируемой интеграции с ФГИС «ВетИС», что обеспечит подтверждение качества продукции и сырья, используемого при производстве БАД.

В целом, внедрение маркировки БАД обеспечит прослеживаемость, станет важной гарантией качества и безопасности для потребителей, а также расширит аналитические возможности. Но проблема недостоверного декларирования отдельными недобросовестными экспортерами не потеряла свою остроту.

Кроме того, оператор системы маркировки «Честный знак» Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ) и Тихоокеанский институт биоорганической химии им. Елякова подписали соглашение о создании на Дальнем Востоке первого в России центра по контролю за качеством БАД.



Эксперты СРО «Союз производителей БАД» разработали следующие предложения по легализации БАД и развитию российского рынка:

- Ревизия единого реестра сертификатов соответствия и деклараций о соответствии, с целью выявления и аннулирования недостоверно оформленных деклараций.
- Исключение возможности самостоятельного оформления деклараций на соответствие ТР ТС 029 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств».
- Ускорение принятия проекта закона № 1190171-7 (Неверов С.И., Петров А.П.) – о внесудебном ограничении доступа к информации о продаже незарегистрированных БАД к пище и спортивного питания в сети интернет. Ускорение получения отзыва Правительства Российской Федерации.
- Таким образом, российский рынок БАД показывает уверенную тенденцию наращивания объема внутреннего производства и замещения импортных поставок.

Текущие показатели объема внутреннего производства БАД рынка являются рекордными. Активный интерес россиян к здоровому образу жизни стал серьезным драйвером роста рынка биологически активных добавок. Даже несмотря на сокращение поставок со стороны крупных иностранных компаний, доля граждан, регулярно употребляющих БАДы, ежегодно увеличивается на 5%. Свою роль в этом играет не только активность отечественных производителей, регулярно выводящих на рынок свои новинки, но развитие онлайн-торговли – покупка БАДов через интернет становится все более популярной тенденцией.

Вместе с тем, в настоящее время в России отсутствует полноценная нормативная система, которая могла бы регулировать стремительно растущую сейчас индустрию биологически активных добавок. Например, вступление в силу нового технического регламента с 1 января 2021 года привело к упразднению СанПиН, регулировавшего гигиенические требования к организации производства и обороту БАД. Это приводит к развитию различных форм «серого» рынка, что ставит под угрозу здоровье потребителей. Согласно исследованиям, почти половина добавок, которые обращаются на рынке, не соответствуют требованиям безопасности.



Свяжитесь с нами

По вопросам проведения аналитических исследований



ОЛЕГ ПАХОМОВ

Руководитель
практики Управленческого консалтинга

☎ +7 (495) 740-16-01

✉ pakhomov@delprof.ru

🌐 www.delprof.ru

По вопросам подготовки экспертных комментариев и статей



АЛЕКСАНДРА ПАШКЕВИЧ

Заместитель директора
Департамента маркетинга и PR

☎ +7 (495) 740-16-01 (доб. 1048)

✉ pashkevich@delprof.ru

🌐 www.delprof.ru

Представленные в документе мнения учитывают ситуацию на дату публикации материала и могут быть неактуальными на момент прочтения. Документ носит исключительно ознакомительный характер и не может служить основанием для вынесения профессионального суждения. Группа «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» не несет ответственности за действия, совершенные на основе изложенной в документе информации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.

