



# РЫНОК БАД В МИРЕ и В РФ

**ЧТО ПРОИСХОДИТ** НА РЫНКЕ БАД?

29 ноября 2022

---

*Марченкова Валентина*



1. Рынок БАДов и МР в мире  
Методология собственных данных рынка РФ
2. Карта рынка БАД в РФ и обзор маркетплейсов
3. Продажи БАД на TOP-6 маркетплейсах за неполные 11 месяцев 2022\*
4. Прочие тренды
5. Прогнозы рынка БАД в мире и в РФ 2022-2025

# 1. ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК БАД, 2021-2027

## ПРОИЗВОДСТВО БАД в мире, 2021



\*Источник: <http://grandviewresearch.com/>

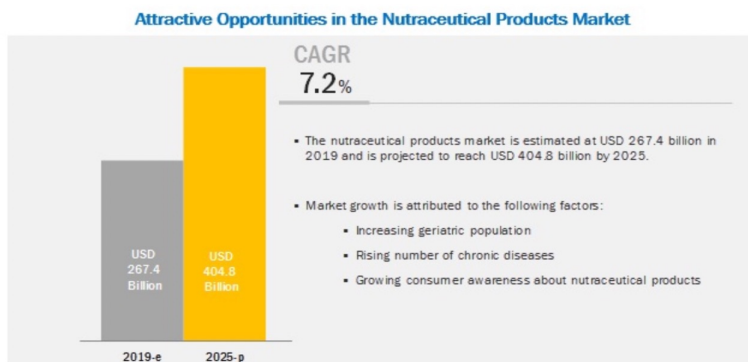
\*Источник: <https://www.marketsandmarkets.com>

🌐 Глобальный рынок БАД по итогам 2021 года достиг 151 млрд.\$.\*

🏆 TOP-15 корпораций производителя БАД в мире по итогам 2021 года: Amway, Herbalife, ADM, Pfizer, Abbott, Nestle, Otsuka, H&H Group, **Arkopharma**, Bayer AG, **Glanbia**, Natures Sunshine, Fancl, **Danisco**, Bionova.\*

🚀 Прогноз продаж мирового рынка БАД  
- до конца 2022 года составит 164 млрд.\$\*  
- до конца 2027 года 220 млрд.\$\*

# 1. ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК НУТРИЦЕВТИКИ, 2021-2025



e - Estimated; p - Projected

Source: Secondary Research, Primary Interviews, Industry Journals, Related Research Publications, Press Releases, and MarketsandMarkets Analysis

- Глобальный рынок **НУТРИЦЕВТИКИ** состоит из 3 сегментов: БАД, функциональное питание и напитки.

- В **2021** году этот рынок составил **310 млрд.\$**

- Рост к **2025** году составит почти **405 млрд.\$\***

# 1. ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК БАД в структуре рынка НУТРИЦЕВТИКИ, 2022-2027

On the basis of type, the nutraceutical products market has been segmented as follows:

- Food
  - Snacks
  - Confectionery products
  - Bakery products
  - Dairy products
  - Infant products
- Beverages
  - Health drinks
  - Energy drinks
  - Juices
- Dietary Supplements
  - Tablets
  - Liquid
  - Powder
  - Others (Softgels, gummies, and chewable products)

Доля % рынка БАД в глобальном рынке НУТРИЦЕВТИКИ год от года снижается  
При этом доля еды и напитков (т.н. functional food & beverages) ежегодно РАСТЕТ

On the basis of source, the market has been segmented as follows:

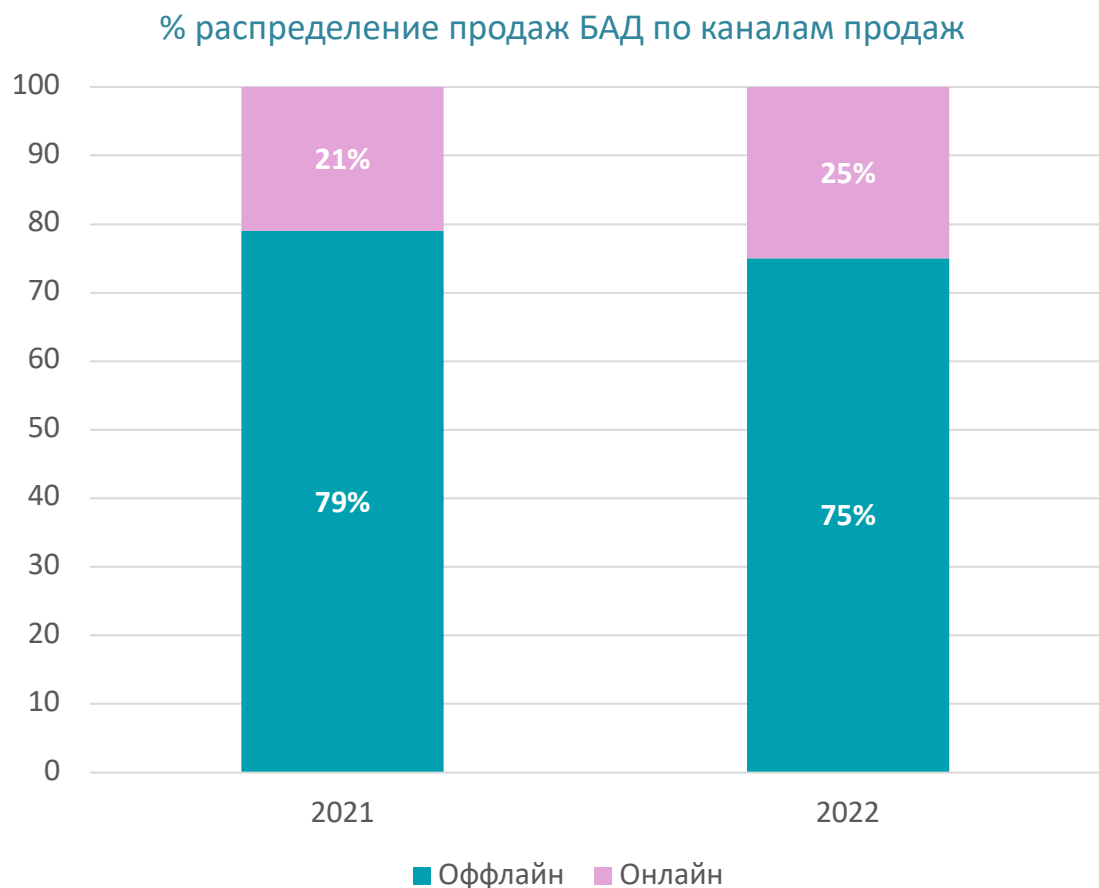
- Probiotics
- Proteins & amino acids
- Phytochemicals & plant extracts
- Fibers & Specialty carbohydrates
- Omega-3 fatty acids
- Vitamins
- Prebiotics
- Carotenoids
- Minerals
- Others (Glucosamine, chondroitin, and polyols)

- Рынок БАД в структуре глобального рынка НУТРИЦЕВТИКИ по итогам 2021 года составил почти 1/2, 49%\*

- Доля рынка БАД в структуре рынка НУТРИЦЕВТИКИ снизится к 2025 году до 44%

- Действующие компоненты в сегментах рынка нутрицевтики остаются едиными как для БАД так и для еды/напитков

# 1. ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК БАД, каналы продаж 2021-2022



\*Источник: <https://www.marketsandmarkets.com>

- **Онлайн-канал в мировом рынке БАД ежегодно растет и по итогам 2021 года занял 21%, на оффлайн продажи пришлось остальные 79% рынка.\***
- **Прогноз доли онлайн в глобальном рынке БАД в 2022 году составит не менее 25%.\***
- **Доля онлайн в РФ близка к мировому показателю 25%**

# 1. МАРКЕТПЛЕЙСЫ В 2021 ГОДУ ЗАНЯЛИ БОЛЕЕ 50% ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА ОНЛАЙН-ШОППИНГА\*

В отдельных странах могут быть свои лидеры:

- В Индонезии и Таиланде агрегаторы популярнее торговых сетей\*
- Амазон Германия обеспечивает 33% онлайн продаж, в США более 50%\*
- В Австралии, Франции и Колумбии доминирует D2C-модель (покупки напрямую у производителей)\*
- В России, как и в мире, доля TOP-5 МП в общем объеме рынка электронной торговли во II кв. 2022 составила в рублях 44%\*\*



По данным аналитического агентства Digital Commerce 360












в 2021 объём мирового рынка e-commerce составил 4,97 трлн.\$

\*Источник: агентство Wunderman Thompson

\*\* Источник DataInsight

# 1. В КАКИХ ОНЛАЙН-КАНАЛАХ В МИРЕ НАИБОЛЕЕ ЧАСТО ПОКУПАЮТ ФАРМУ?\*

WHEN YOU BUY THE FOLLOWING TYPES OF PRODUCTS ONLINE, WHERE ARE YOU MOST LIKELY TO ACTUALLY PURCHASE?

	HEALTH AND PHARMACEUTICAL	ENTERTAINMENT	TOYS	LUXURY	TECHNOLOGY	BEAUTY	PET CARE	HOME FURNISHINGS	GARDEN PRODUCTS	CLOTHING AND FASHION	MOTORS AND ACCESSORIES	GROCERY
 AT THE WEBSITE OF THE BRAND I WANT	16%	14%	8%	22%	20%	17%	11%	15%	9%	23%	12%	13%
 AMAZON	10%	28%	24%	13%	22%	15%	13%	14%	16%	13%	16%	9%
 OTHER MARKETPLACES (E.G. EBAY)	14%	16%	23%	14%	18%	18%	16%	21%	17%	21%	17%	14%
 RETAILER SITES (E.G. LARGE RETAILERS SUCH AS JOHN LEWIS)	19%	10%	10%	13%	16%	18%	10%	19%	11%	21%	7%	17%
 SOCIAL MEDIA SITES (E.G. FACEBOOK)	4%	8%	5%	4%	4%	6%	5%	4%	5%	6%	4%	4%
 MERCADO LIBRE	2%	6%	8%	3%	6%	4%	5%	5%	7%	3%	8%	1%
 VIA AN AGGREGATOR / DELIVERY APP (E.G. UBER EATS)	5%	2%	2%	1%	1%	2%	3%	1%	2%	1%	2%	18%
 SECOND-HAND SITES	1%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	1%
 OTHER	4%	3%	1%	2%	2%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	3%
 I NEVER BUY THIS PRODUCT ONLINE	23%	9%	12%	20%	8%	14%	22%	14%	22%	6%	22%	19%
 STREAMING (E.G. VIA SPOTIFY, VIDEO LAND, NETFLIX)	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

\*Источник: агентство Wunderman Thompson, по итогам 2021 года



# МЕТОДОЛОГИЯ ДАННЫХ

## АНАЛИТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ПЛАТФОРМЫ AGGREGOR – ЭТО ДАННЫЕ О ПРОДАЖАХ ОНЛАЙН НЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ РОЗНИЦЫ

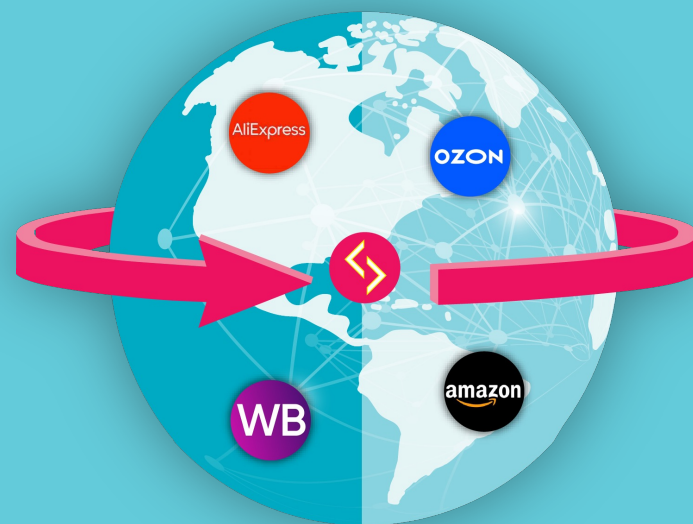
Платформа AggreGor собирает данные путем суммирования продаж всех брендов ОТС, БАД, косметики<sup>\*\*\*</sup>, медицинских изделий (далее МИ), функционального и лечебного питания, парафармацевтической продукции, продающихся **только по системам FBM (FBO)\*** на TOP-6 маркетплейсах (далее МР)\*\*:

- Озон (далее **OZ**)
- Вайлдберрис (далее **WB**)
- ЯндексМаркет (далее **ЯМ**)
- Сбермегамаркет (далее **СММ**)
- Алиэкспресс (далее **Ali**)
- КазаньЭкспресс (далее **KE**)

\* Без учета данных FBS и DBS, которые занимают в структуре продаж не более 20%.

\*\* Система не учитывает продукцию, продажи которой составляют менее 5 000 рублей в месяц на 1 МР.

\*\*\* Косметика учитывается лечебная, аптечная, уходовая, сегмент масс-маркет НЕ учитывается.



[www.aggregator.com](http://www.aggregator.com)

# МЕТОДОЛОГИЯ ДАННЫХ

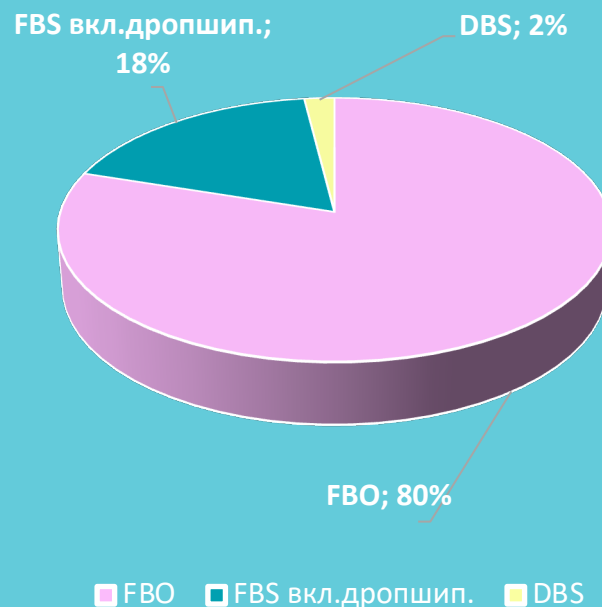
## ВАЖНО!:

- В аналитику AggreGor включены данные\* только FBO продаж\*\*, продажи MP по системам FBS, платформа видит, **однако мы больше НЕ включаем их**, так как возникает много кривотолков. Продажи DBS платформа не видит, но они занимают в структуре продаж не более 2% рынка
- **FBO занимают не менее 80%** (по ряду категорий более 90%) **рынка фармацевтической продукции за исключением ЯМ, поэтому точность наших данных минимум 80%**
- **Самые серьезные расхождения в цифрах могут быть в продажах FBS ЯндексМаркета, так как продажи FBS с доставкой/выдачей в аптеке в структуре продаж ЯМ занимают большую долю, чем продажи FBO ЯМ (FBU)**
- **Мы публикуем данные FBO ЯМ, поэтому цифры, особенно ОТС продукции, меньше**

\* **Без учета данных FBS и DBS**, которые занимают в структуре продаж не более 20%.

\*\* Система не учитывает продукцию, продажи которой составляют менее 5 000 рублей в месяц на 1 MP.

## Распределение продаж на MP между системами доставки, %



- **FBO (FBM)** – система доставки со склада MP
- **FBS** – система доставки со склада продавца через PC маркетплейса
- **DBS** - система доставки со склада продавца напрямую покупателю, минуя PC площадки

## 2. КАРТА РЫНКА РФ АПТЕЧНЫЙ АССОРТИМЕНТ

Аптечный ассортимент в РФ представлен

Розничный сегмент

Гос. сегмент

Фармацевтическая розница

НЕ

Фармацевтическая розница

Оффлайн:  
ДБ, АС, аптеки

Онлайн:  
Интернет-аптеки

Оффлайн:  
Ритейл + Нoreca

Онлайн:  
MP + e-ритейл

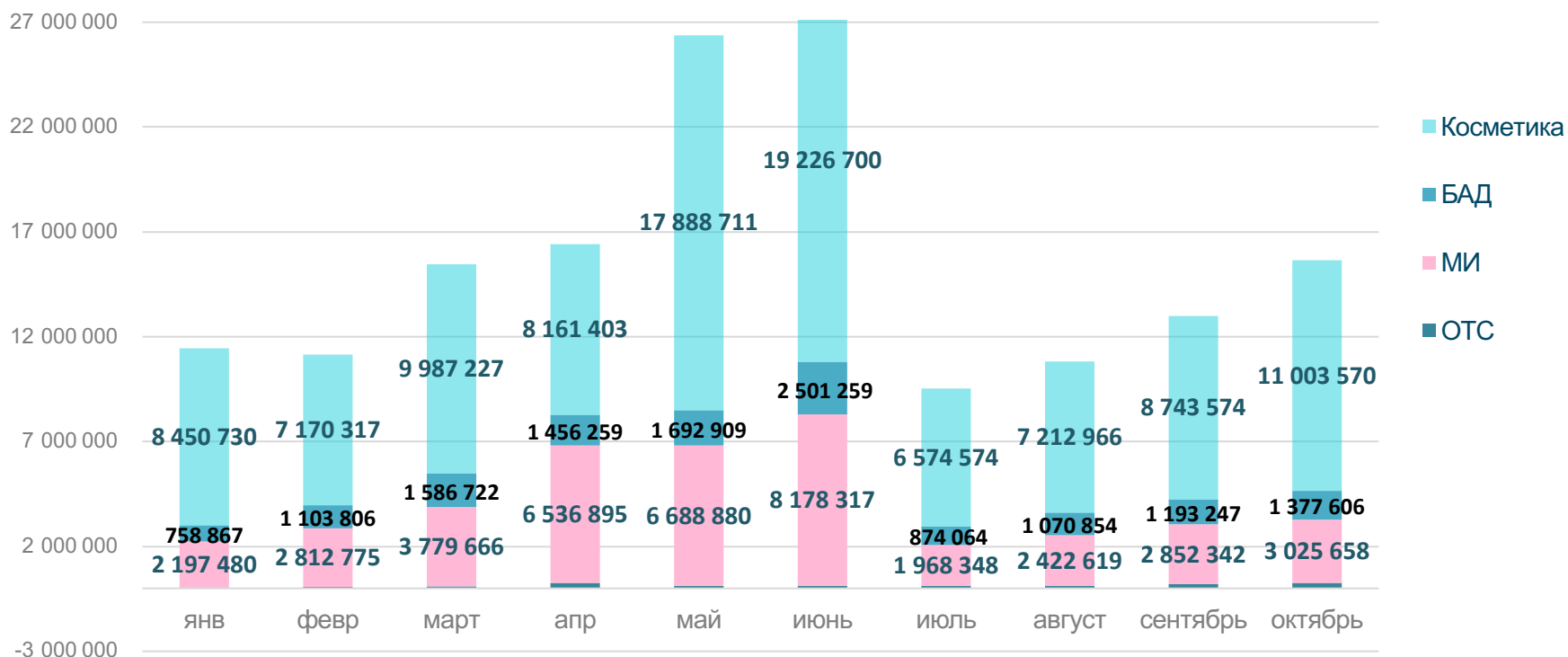
### СУММАРНЫЙ ОБЪЕМ **ОНЛАЙН** РЫНКА **НЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ** РОЗНИЦЫ

по категориям ЛС, БАД, косметики, МИ на TOP-6 MP за **январь-октябрь 2022** года составил:

- ОТС **1 365 млн. руб.** (2021 = 300 млн.руб.)
- БАДы **13,6 млрд. руб.** (2021 = более 6 млрд.руб.)
- Косметика **более 104,4 млрд. руб.**, из них аптечная косметика за 10 месяцев составила **13%, более 13 млрд.руб.** (2021 = 100 млрд.руб.)
- МИ **40,4 млрд. руб.** (2021 итого = более 35 млрд.руб.)

### 3. ФАРМРЫНОК в не ФАРМ E-COMM январь-октябрь 2022

Динамика рынка **ТОР-6 МР**, 1-3 кв. 2022, тыс.руб.



- Прирост по всем категориям **более 300%** к аналогичному периоду 2021\*
- Кривая продаж в 2022 году **НЕ типичная**: пикообразные продажи в мае-июне, осенью по ряду категорий в октябре были продажи менее марта-апреля\*

## 2. ФАРМ.РЫНОК не ФАРМ E-COMM

январь-ноябрь 2022, млрд.руб.

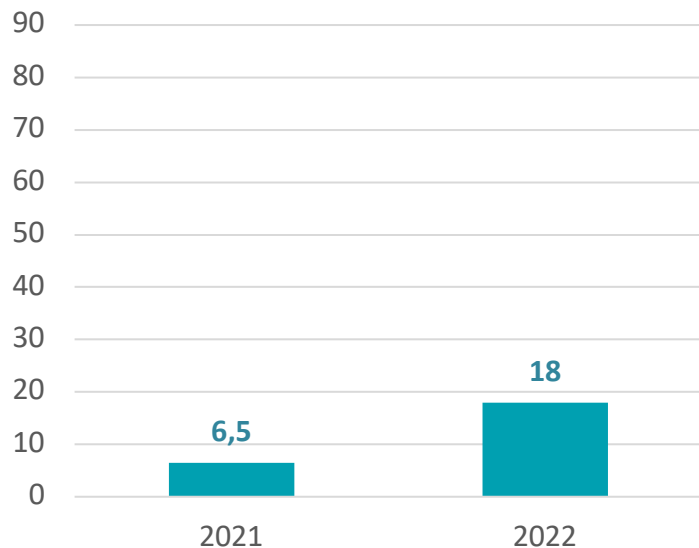
МР	янв	февр	март	апр	май	июнь	июль	авг	сент	окт	ИТОГО 10 мес	ИТОГО 11 мес
БАД	0,8	1,1	1,6	1,5	1,7	2,5	0,9	1	1	1,3	13,6	15,2
КОСМЕТИКА	8,5	7,1	9,9	8,1	17,9	19,2	6,6	7,2	8,7	11	104,4	
МИ	2,1	2,8	3,8	6,5	6,7	8,1	2	2,4	2,8	3	40,4	
ЛС	0,04	0,06	0,09	0,26	0,11	0,12	0,11	0,12	0,19	0,25	1,3	
ИТОГО	11,44	11,06	15,39	16,36	26,41	29,92	9,61	10,7 2	12,69	15,6	159,8	

- БАД выросли более чем в 2 раза % к 10 месяцам 2021\*
- Продажи БАД за неполные 11 месяцев составили 15,2 млрд.руб.
- **ПРОГНОЗ 2022 года – 17,5-18 млрд. руб., рост к 2021 \* 3 раза**

# 3. БАД, ДИНАМИКА РЫНКА 2012-2022

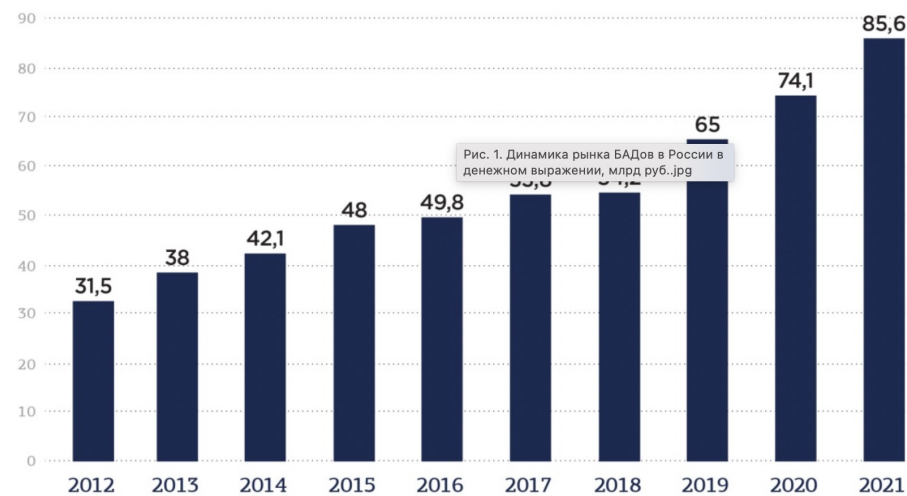
## Динамика рынка БАД общий рынок & МР

Динамика рынка БАД  
на TOP-6 МР, млрд.руб.



По данным компании DSM Group, в 2021 г. емкость коммерческого рынка биодобавок составила 85,6 млрд руб. (+11,3% к 2020 г.) или 341 млн упаковок (+0,9%).

Рис. 1. Динамика рынка БАДов в России в денежном выражении, млрд руб.

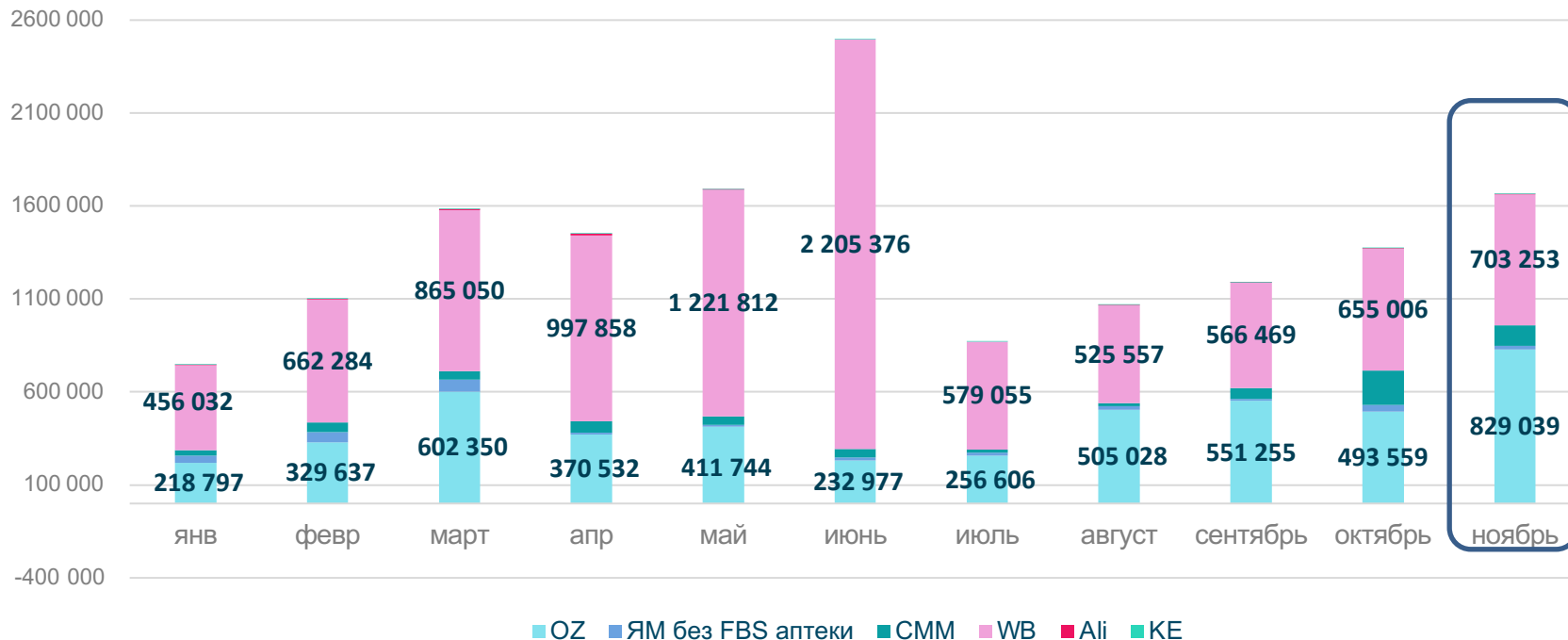


Источник: DSM Group

- Суммарный объем **БАД** за неполные **11 мес. 2022 г.** составил **15,2 млрд. рублей\***
- С высокой вероятностью **продажи на МР в 2022** году составят **18 млрд.руб.**
- С высокой вероятностью **продажи в аптеках в 2022** составят **100 млрд. руб.**
- **Доля рынка онлайн в 2022 г (инет-аптеки + МР)** суммарно составит более **23%**

### 3. БАД, ДИНАМИКА РЫНКА НЕ ФАРМ E-COMM январь-ноябрь 2022

Динамика рынка БАД, янв-окт 2022, тыс. руб.

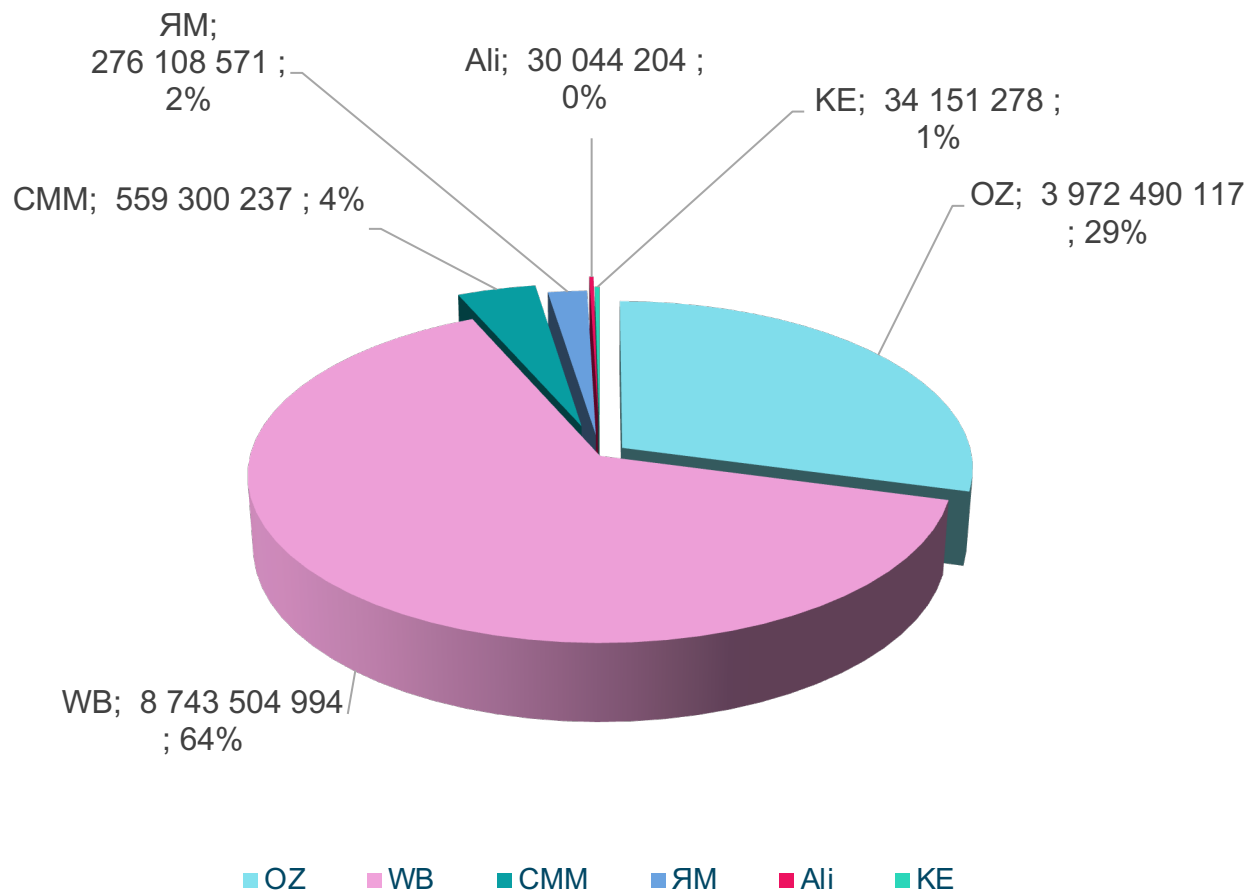


- Суммарный объем **БАД** за неполные **11 мес. 2022 г.** составил **15,2 млрд. рублей\***
- Рост к аналогичному периоду 2021 года более чем 2-х кратный, лидер суммарно за год по прежнему **WB**
- Однако в ноябре **OZ** занял лидирующие позиции в продажах БАД, ??? ПРИЧИНА – блокировка карточек БАД **WB**

\*Источник: AggreGor

### 3. РЫНОК БАД в НЕ ФАРМ E-COMM ДОЛИ МР январь-октябрь 2022

Продажи БАД, МР, январь-октябрь 2022, рубли



- Суммарно за год лидирует площадка WB с долей 64%, на 2-м месте OZ с долей 29%
- В НОЯБРЕ ЛИДЕР ОЗОН!!!
- Доля **прочих МР**, кроме 2 лидеров, по итогам 10 мес 2022 **выросла с 2% до 7%**



### 3. ПРОДАВЦЫ/ТМ БАД в АПТЕКАХ и на МР 2021



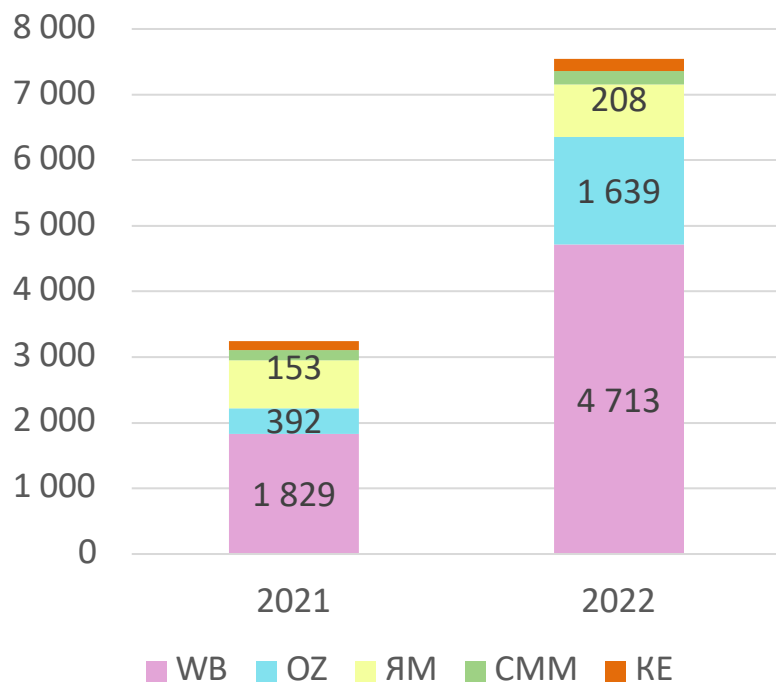
Начиная с 2020 года основным фактором роста потребления БАДов стала пандемия COVID-19. По подсчётам ВЦИОМ, в течение 2021 года более 52% россиян принимали витамины, минеральные вещества или аминокислоты.

На конец 2021 года аптеки предлагали порядка 3040 брендов БАД, выпуском которых занимались 1055 производителей. БАДы от российского производителя занимают 77,5% в натуральном выражении, в денежном – 51,7%.

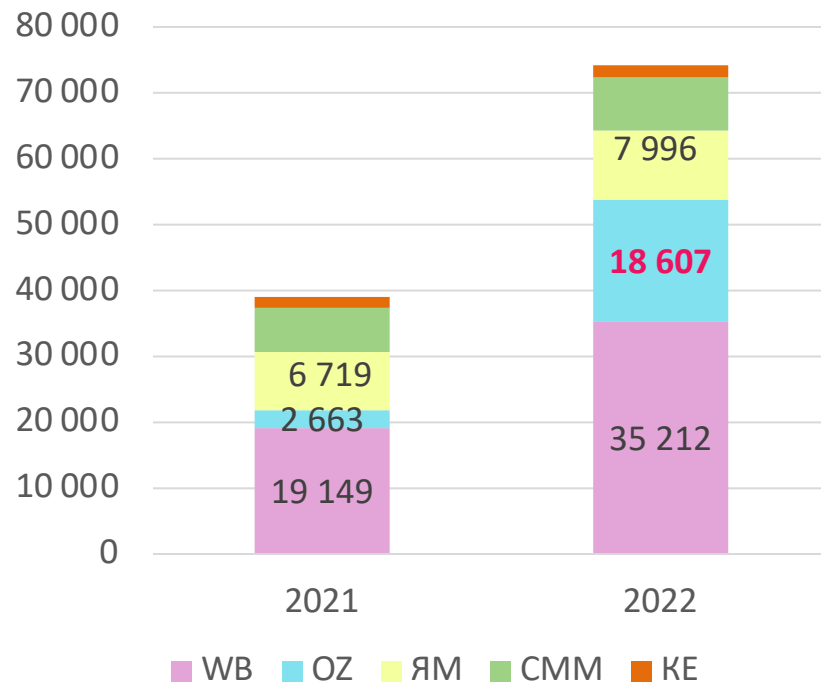
- **На начало 2022 года количество брендов и производителей/продавцов в аптеках и на маркетплейсах был СОПОСТАВИМ.**
- **В ноябре 2022 года произошел КРАТНЫЙ рост кол-ва ТМ на всех МР!!**

### 3. ПРОДАВЦЫ/ТМ БАД на МР 2021-2022

Кол-во продавцов МР 2021-2022



Кол-во ТМ МР 2021-2022



- **Число продавцов выросло кратно на всех площадках.**
- **Самый серьезный рост ТМ произошел на OZ**
- **Рост конкуренции рынка БАД** как в оффлайне, так и в онлайн обусловлен **3 факторами: пандемия в виде роста собственно онлайн + рост категорий около ковида** (иммунитет, витамин Д, ПНЖК, кожа/волосы/ногти и т.п.), **блокировка I-Herb.**

### 3. TOP-10 наиболее покупаемых категорий БАД, 2020-2021, руб.

Рис. 3. ТОП-10 самых покупаемых/востребованных БАД, млрд руб.



Источник: AphaRM

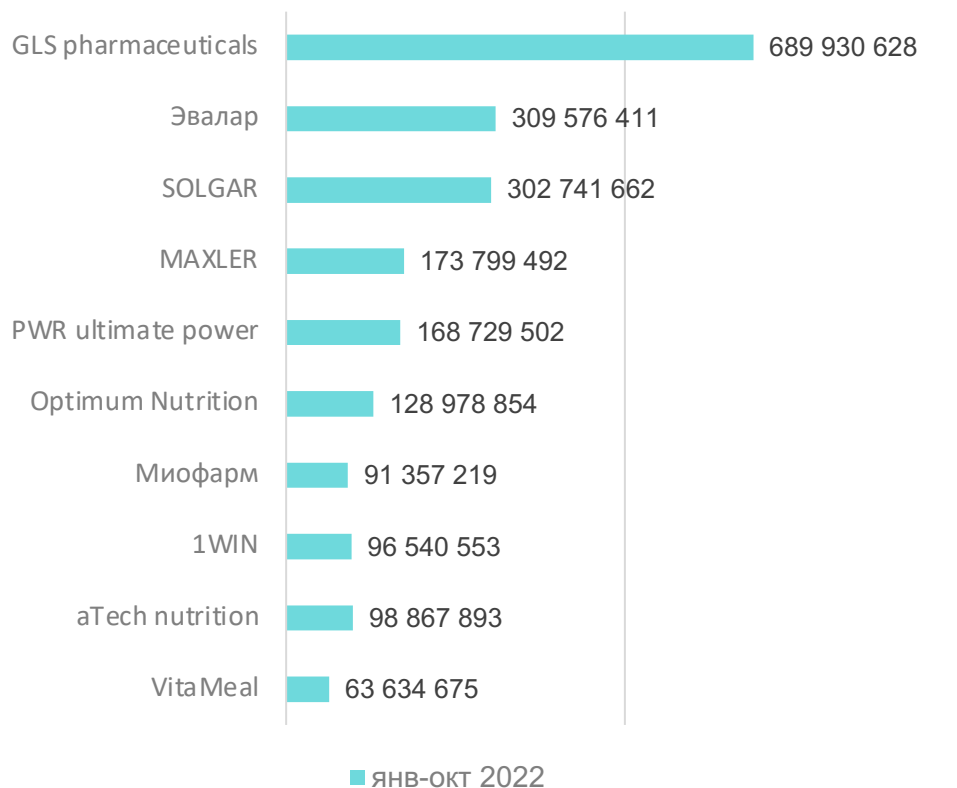
- **БАДы МОНО**  
**БАДы ВМК**  
**БАДы на основе Омега-3**
- **ВХОДЯТ**  
**в ТОП-3**  
**наиболее продаваемых**  
**категорий**  
**как в онлайн,**  
**так и в оффлайн**

### 3. TOP-10 категорий 2-го уровня БАД на TOP-6 МР, 1-3 кв. 2022

№	КАТЕГОРИЯ	Продажи, руб.	Продажи, шт	Средняя стоимость, руб.	Доля рынка, %
1	Омега	831 308 569	1 024 244	812	7%
2	Похудение	427 488 009	576 546	741	4%
3	Коллаген	402 482 501	385 094	1 045	3%
4	Витамин Д	375 616 677	674 917	557	3%
5	Магний/ Нервная система	363 613 639	601 225	605	3%
6	Кожа/волосы/ ногти	320 511 860	414 237	774	3%
7	ВМК для мужчин	310 366 447	325 111	955	3%
8	Общие ВМК	266 307 718	422 419	630	2%
9	БАД для иммунитета	169 348 188	252 426	671	1%
10	ВМК для женщин	148 107 248	229 523	645	1%

- **В ТОП-10** категорий БАД в онлайнe в **2022** году попали препараты **Магния/для нервной системы:**
- **БАД ВМК для М** по итогам 3-х кварталов опередили в выручке **общие ВМК & ВМК для Ж**
- Продукция **коллагена в 2021 году** была лидером, в **2022** году сместилась на 3-е место

### 3. TOP-10 ТМ БАД, РЫНОК НЕ ФАРМ Е-CОММ январь – октябрь 2022, руб.



РЕЙТИНГ 2021	БРЕНД	ПРОДАЖИ МЛРД.РУБ.	
		2020	2021
1	SOLGAR	5,1	5,9
2	ДОЛЛЕЛЬГЕРЦ	2,1	2,4
3	БАК-СЕТ	1,8	2,4
4	МАКСИЛАХ	1,9	2,3
5	ДЕТРИМАКС	1,9	2,0
6	ВИТАМИН С	1,5	2,0
7	ФЕМИБИОН	1,7	1,9
8	БУДЬ ЗДОРОВ	1,1	1,7
9	ВИТАМИН D3	0,7	1,6
10	Витрум	1,5	1,4

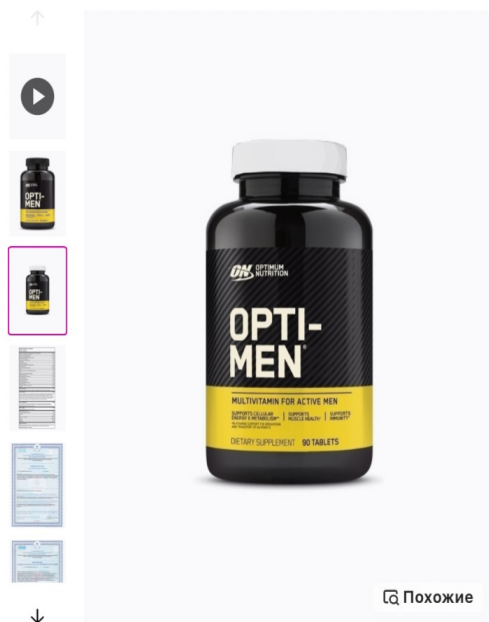
- Суммарно **TOP-10 ТМ** продано за 10 месяцев на **2,12 млрд. руб.\***

- Лидеры **TOP-10 на МР** и в оффлайне сильно разнятся

### 3. БАД из категории ВМК для мужчин ЛИДЕР по ОБЪЕМУ продаж на TOP-6 МР по итогам 1-3 кв. 2022

#### Optimum Nutrition / Витамины Opti Men 90 таблеток

★★★★★ 2 075 отзывов Артикул: 8953693 Купили более 70 800 раз



#### Дополнительная информация

Вес товара с упаковкой (г) ----- 160 г  
Количество капсул/таблеток ----- 90 шт.  
Ширина упаковки ---- 6.9 см  
Высота упаковки ---- 12.4 см  
Длина упаковки ----- 6.9 см  
[Все характеристики](#)

[Все товары Optimum Nutrition >](#)  
[Все витаминные комплексы Optimum Nutrition >](#)  
[Все витаминные комплексы в категории >](#)

Бесплатная доставка



2 149 Р ~~2 559 Р~~

[Добавить в корзину](#)

[Купить сейчас](#)

19-21 ноября доставит Wildberries со склада Новосёлки WB

История цены от 1 818 Р до 2 149 Р

15.05.2022

10.11.2022

- Самый продаваемый продукт на TOP-6 МР – из категории БАД для мужчин - БАД ОРТИ МЕН бренда Optimum nutrition.

- Продажи за 9 мес. 2022 года составили 64 млн. руб.

## 4. МАРКИРОВКА рынка БАД решит проблему НЕКОНТРОЛИРУЕМОГО оборота БАД в e-commerce

По данным Центра стратегических разработок (ЦСР), торговля через интернет незарегистрированными БАДами растет ежегодно. При этом четвертая часть БАДов, продаваемых онлайн, не имеет регистрации. По данным ЦСР, в каждой третьей добавке превышена дозировка действующих элементов, каждая четвертая не проходила регистрацию, в каждой пятой содержатся опасные вещества, запрещенные Техрегламентом ЕАЭС.

Рис. 9. Количество выявленных несоответствий требованиям к реализации БАД



Рис. 9. Количество выявленных несоответствий требованиям к реализации БАД.jpg

Наиболее часто встречающимся несоответствием требованиям к реализации БАД являлось предложение продукции с завышенными дозировками активных веществ.

- **Падение продаж на WB в ноябре 2022 года** (в разгар распродаж) было связано с **требованием** площадки **подтвердить СГР** и состав БАД
- Введение **маркировки** частично **решит вопрос неконтролируемого оборота БАД на МР**

## 4. ДОЛЯ СТМ в рынке БАД растет

Доля СТМ в продаже Фармы пока остается незначительной. В то время как доля СТМ на сегменте БАДов стремительно растет

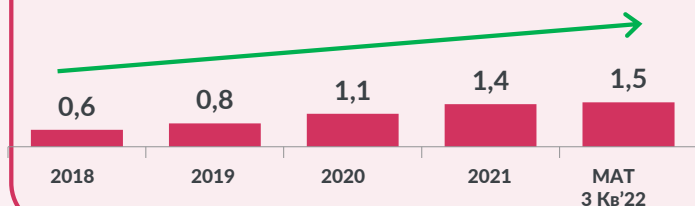


Значимость частных марок (СТМ): Фарма vs. FMCG

### Фарма

Средняя цена СТМ  
на МАТ 3 Кв'22

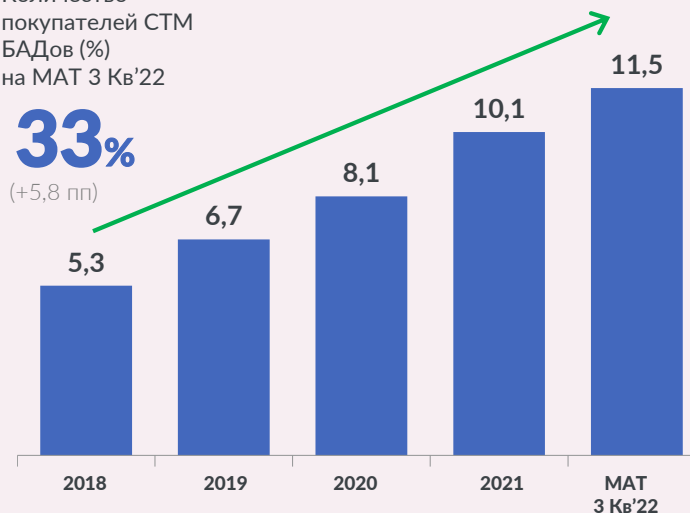
**155 руб.**



### БАДы

Количество  
покупателей СТМ  
БАДов (%)  
на МАТ 3 Кв'22

**33%**  
(+5,8 пп)



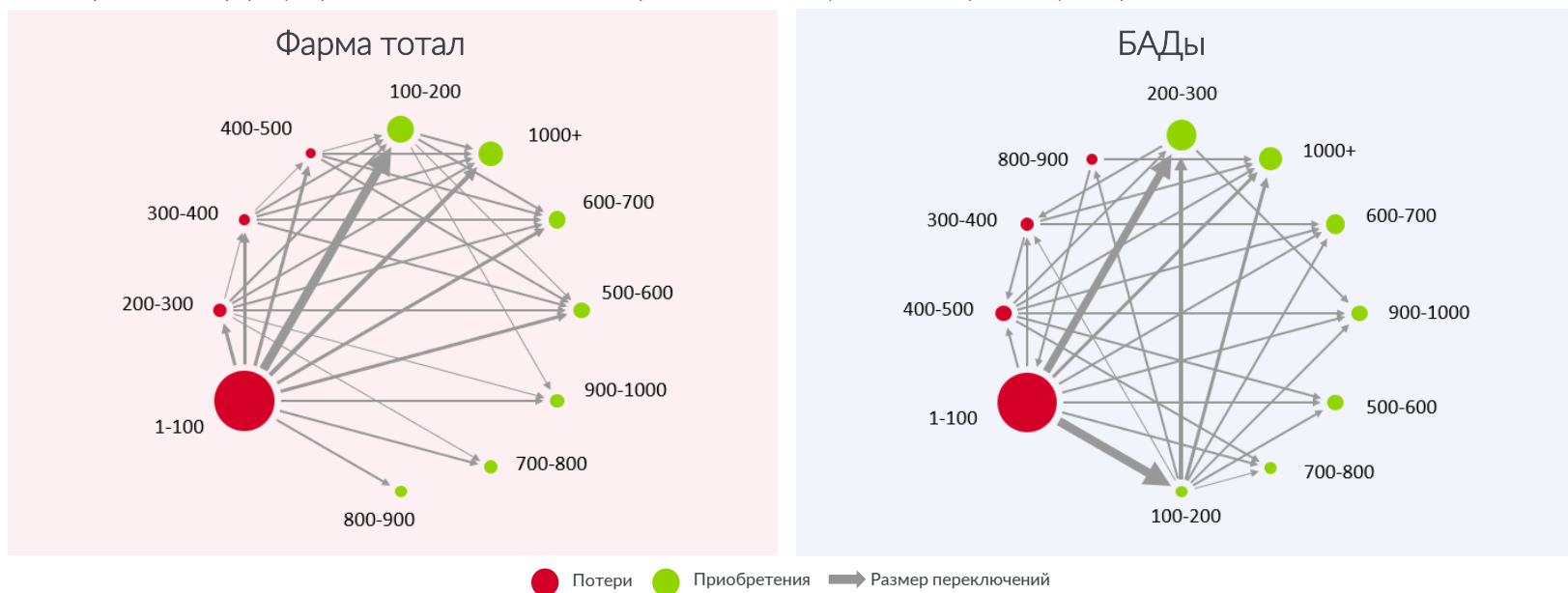


## 4. РАСТЕТ СРЕДНЯЯ ЦЕНА в рынке БАД

В период кризиса ДХ стали уходить от доступных дешевых препаратов, а запасались более дорогими средствами



Фарма и БАДы | Ценовые сегменты, переключения | Объем (упак.) | Март-Сент'22 vs. ЯА



23-Nov-22

GfK Consumer Panel 20 000

© GfK

7

### Причины роста средней цены БАД в РФ:

- стоимость сырья;
- процесс маркировки;
- общая инфляция
- **рост СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ**

\*Источник: GfK

## 5. ПРОГНОЗЫ в МИРЕ



- Рынок БАД в мире растет и достигнет к 2027 году 220 млрд.\$
- Доля онлайн в мировом рынке БАД ежегодно растет и по итогам 2022 года достигнет 25%
- Мировой рост цены средней упаковки БАД связан с энергокризисом + ростом себестоимости сырья (предпочтение натуральному)
- Рост сегмента не БАД (функциональное питание) из за старения населения, хронических заболеваний и возрастающей популярности ЗОЖ
- Рост прочих рынков (кроме США, Европы и Японии, особенно Китай и Индия) обеспечит положительную динамику рынка БАД в ближайшие годы

- Рынок БАД в мире по итогам 2021 года составил 151 млрд.\$
- По итогам 2022 года рынок БАД составит не менее 170 млрд.\$, растет доля стран Азии (Китай, Индия)
- Доля онлайн-продаж БАД в мире по итогам 2022 составит не менее 25%

## 5. ПРОГНОЗЫ в РФ



- Рынок не фармацевтической онлайн розницы растет кратно по всем категориям
- **БАДы в 2022** с высокой вероятностью достигнут продаж на **ТОР-6 МР** по системе FBO **не менее 17-18 млрд.** (6 млрд. руб. 2022 было в 2021)
- **Кратно возросшее кол-во ТМ и продавцов** в онлайн приведут к возрастающим бюджетам и стоимости продвижения на МР
- Средняя **цена упаковки будет расти**
- **ТОР-10 ТМ** в оффлайне и онлайн разнятся
- Доля **продаж БАД через онлайн** (инет-аптеки + МР) в **2022** году приблизится к общемировой и составит не менее **23%**

### **Драйверы роста БАД на МР в РФ:**

- Уход крупного игрока
- Дефектура в оффлайне
- Возможные банкротства оффлайн точек продаж
- Высокие «стоимости контрактов» в сетях (ритейл и аптечных)
- Снижение SOCIAL-продаж в 2022

- **РЫНОК БАД в РФ по итогам 2021 года (аптеки + МР) с высокой вероятностью составит не менее 100 млрд.руб.**
- **РЫНОК БАД НА ТОР-6 МР в 2022 году вероятно достигнет отметки 18 млрд.руб.**
- **Доля онлайн составит не менее 25%, из них**
  - **10-11% доля инет-аптек + МР с точкой выдачи в аптеке (FBS Яндекса и Сбера)**
  - **15-18% доля МР с точкой выдачи в ПВЗ**

## 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



3

### Консалтинг:

- маркетинг
- регистрация
- сопровождение



# AggreGor



# AGGREGOR – ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОНЛАЙН ДИСТРИБЬЮЦИИ

## МЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕМ:

- ДОСТУП К **ТОР-20 ПЛОЩАДКАМ** РФ, KZ, отдельно UAE + Brazil



# AggreGor



**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 дистрибьюции и продвижения фармацевтической продукции
- ➔ Мы понимаем сложности законной работы (61 ФЗ, закон о рекламе, соблюдение GDP и т.п.)
- ➔ Мы единственные, кто предоставляет аналитику фармацевтической продукции на МР с полными классификаторами категорий, субкатегорий, долей рынка и т.п.
- ➔ Мы работаем по договору купли-продажи, гарантируем планы продаж
- ➔ Мы забираем товар с вашего склада и дальше организуем все сами
- ➔ Мы решаем все вопросы стратегии, регистрации и логистики при выведении на зарубежные МР

Мы –  
**1-Й ОН-ЛАЙН  
ДИСТРИБЬЮТОР  
В ОТРАСЛИ**

**5 В 1:**

- **ДИСТРИБЬЮЦИЯ**
- **ФАРМ. ПРОДВИЖЕНИЕ на НЕ фарм площадках**
- **АНАЛИТИКА**

+

- **Регистрация**
- **Экспорт**



# КЛИЕНТЫ КОМПАНИИ 2020-2022



# КОНТАКТЫ



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

**Наш  
ТГ канал**



**CEO** **Марченкова Валентина**

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

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

**Тел:** + 7 (495) 369 08 16

**Тел:** 8 800-100-58- 16

**Моб:** +7 (916) 988 20 20







---

**БЕРЕГИТЕ СЕБЯ И  
СВОИХ БЛИЗКИХ!**

