

Краткий обзор белорусского рынка косметики

Минск 2013

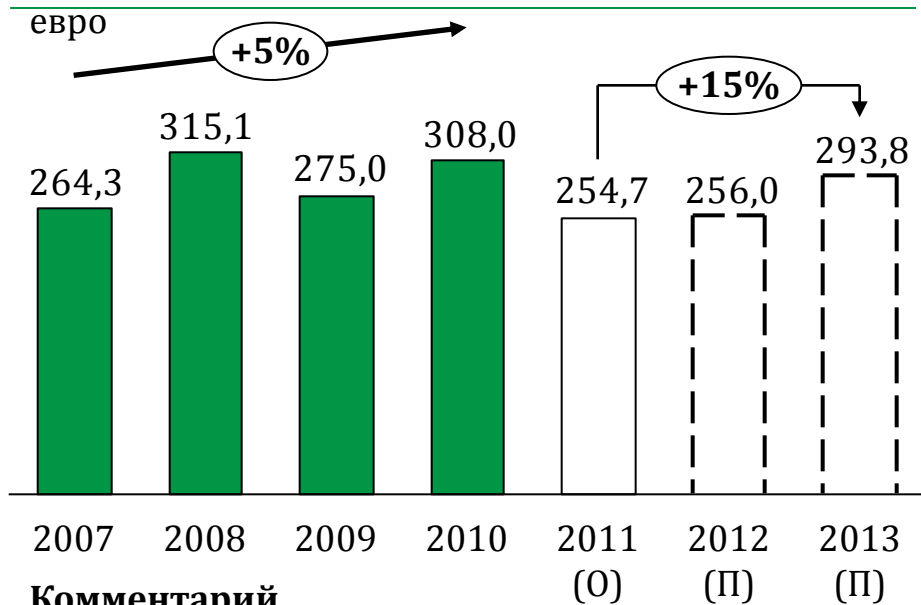
I. Общий обзор рынка

II. Обзор подкатегорий

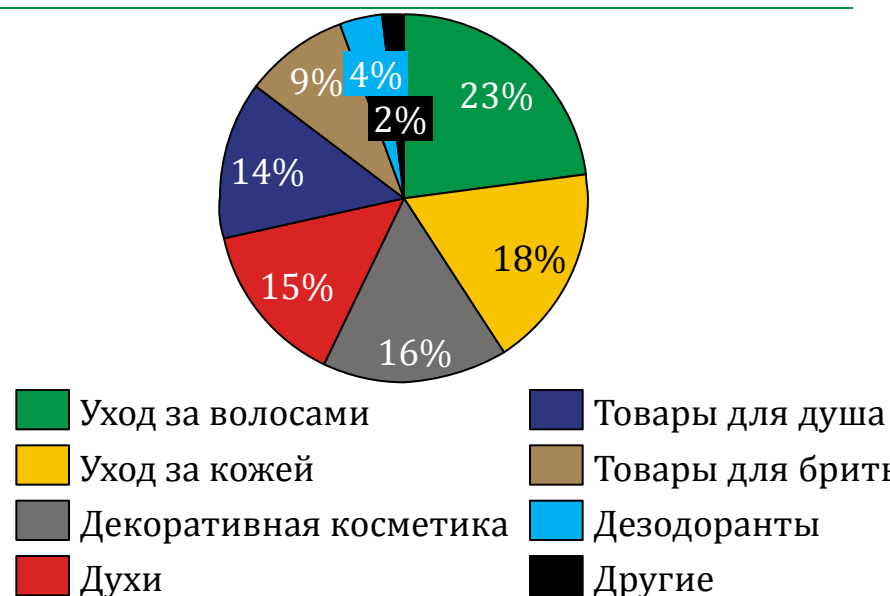
- Средства для ухода за волосами
- Средства для ухода за кожей
- Декоративная косметика
- Духи
- Товары для душа
- Товары для бритья
- Дезодоранты
- Средства для загара
- Депиляторы

Около 40% рынка товаров для ухода за телом занимают средства для ухода за волосами и кожей

Объем рынка средств для ухода за телом, млн. евро



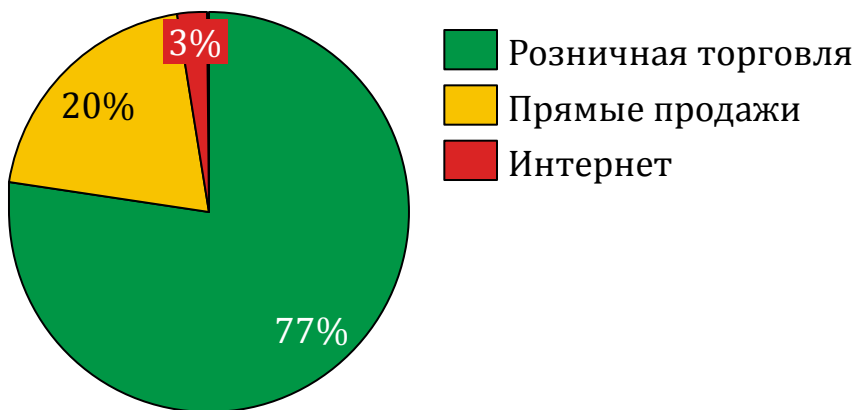
Структура рынка средств для ухода за телом, %



- Белорусский рынок средств для ухода за телом далек от насыщения, и именно поэтому в кризисные годы значительные падения объемов рынка не происходят
- В 2010 году потребление товаров в большинстве категорий либо незначительно сократилось либо показало небольшой рост. Аналогичная ситуация ожидается и в 2012 году
- В 2013 году ожидается умеренный рост рынка

Почти 80% товаров для ухода за телом реализуется через розничную торговлю, в первую очередь через универмаги и рынки

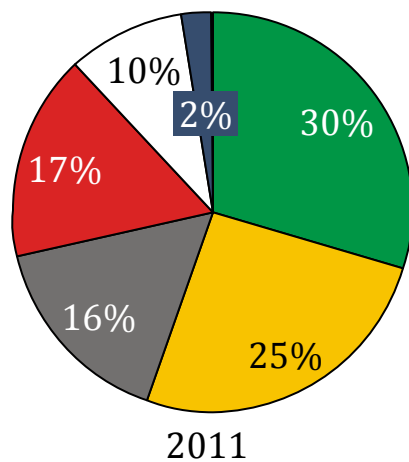
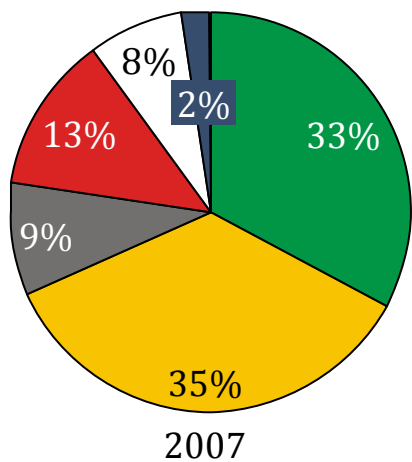
Структура реализации товаров для ухода за телом по каналам продаж, в 2010, %



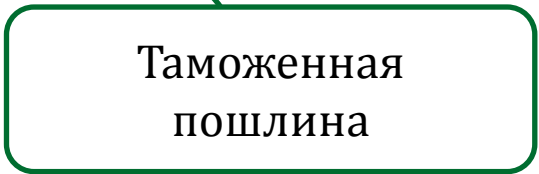
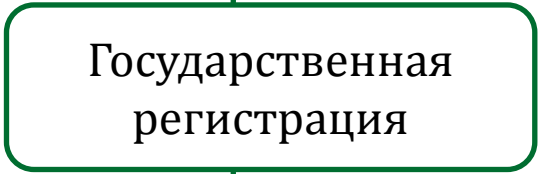
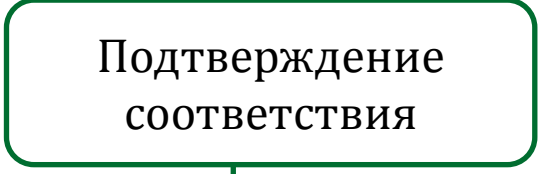
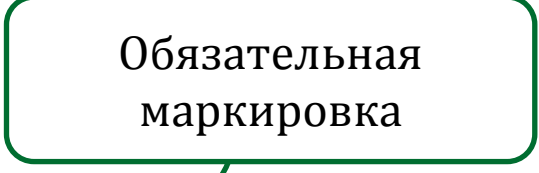
Комментарий

- Доля прямых продаж незначительно увеличивается в последние годы по причине более глубокого проникновения MLM брендов, таких как Oriflame, Avon, Mary Kay
- За последние 4 года существенно увеличилась доля гипермаркетов, в первую очередь за счет уменьшения продаж через открытые рынки

Структура реализации товаров для ухода за телом по типам магазинов, %



На все импортируемые товары устанавливается 15% таможенная пошлина, кроме того большинство из них подлежат государственной регистрации и подтверждению соответствия

Процедура	Описание
 <p>Таможенная пошлина</p>	<ul style="list-style-type: none"> Таможенная пошлина составляет 15% на все виды товаров
 <p>Государственная регистрация</p>	<ul style="list-style-type: none"> Все товары категории, за исключением бритв и лезвий, подлежат государственной регистрации
 <p>Подтверждение соответствия</p>	<ul style="list-style-type: none"> Дезодоранты, краски, мужские средства для использования до и после бритья не подлежат подтверждению соответствия. Все остальные товары подлежат обязательной декларации по СТБ 1671, 1672, 1673, 1674, 1675 (в зависимости от товара)
 <p>Обязательная маркировка</p>	<ul style="list-style-type: none"> Процедура не требуется

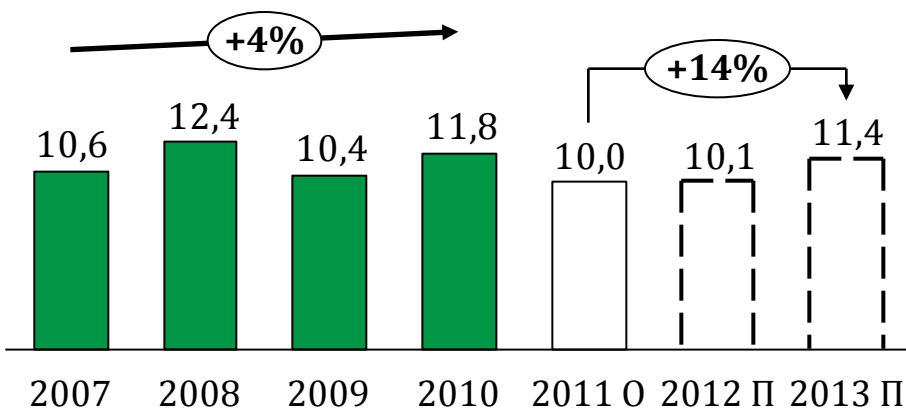
I. Общий обзор рынка

II. Обзор подкатегорий

- Средства для ухода за волосами
- Средства для ухода за кожей
- Декоративная косметика
- Духи
- Товары для душа
- Товары для бритья
- Дезодоранты
- Средства для загара
- Депиляторы

Объяснение используемых обозначений в описании категорий

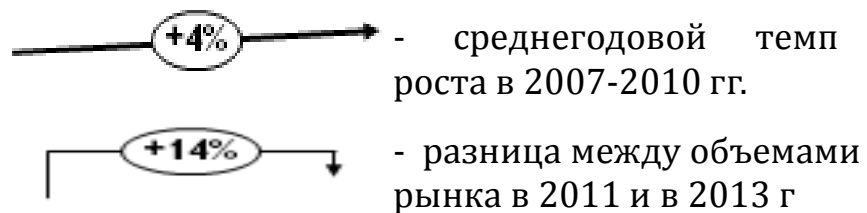
Объем рынка, млн. евро



Топ X брендов

Название бренда	Доля рынка	Ценовой сегмент	Динамика изменения
1. Бренд 1	12,5%	Высокий	↓
2. Бренд 2	6,1%	Средний	=
3. Бренд 3	4,9%	Средний	=
4. Бренд 4	4,8%	Низкий	↑
5. Бренд 5	4,5%	Средний	=

Легенда

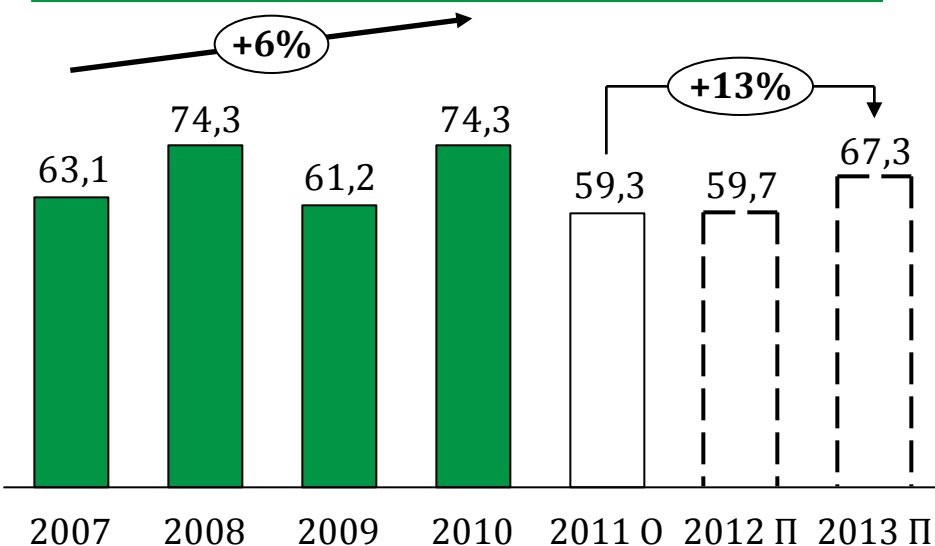


Легенда

- Бренд 1 – иностранный бренд
- Бренд 4 – белорусский бренд**
- 12,5% / 4,8% - доля бренда на рынке в стоимостном выражении
- Средний / **Низкий** – ценовой сегмент (определен на основе средней цены в категории)
- ↓ ↑ - Рост / падение рыночной доли бренда, превышающий 0,5% рынка за последние 3 года
- = / = - Показывает отсутствие роста / падения рыночной доли бренда, превышающих 0,5% за последние 3 года

Почти половину рынка средств для ухода за волосами занимают шампуни, в то время как ни одна из остальных категорий не имеет долю более 17%

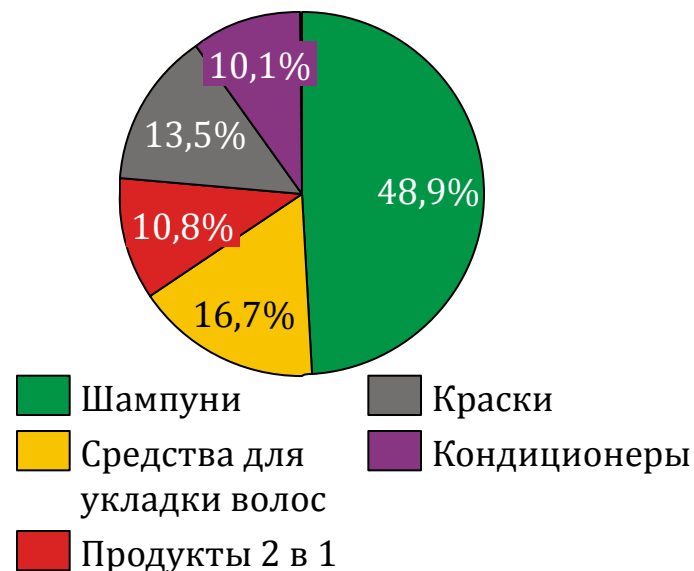
Объем рынка средства для ухода за волосами, млн. евро



Комментарий

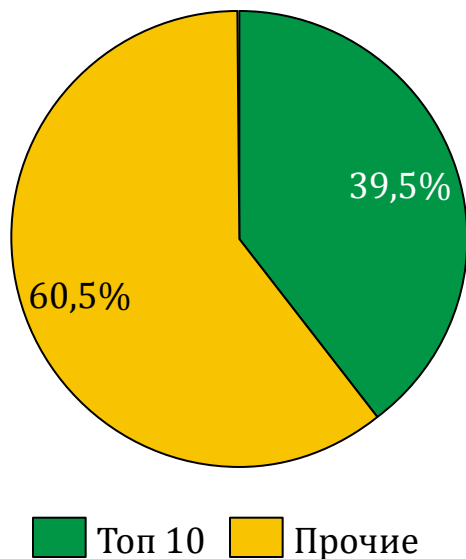
- Кризисы в 2009 и 2011 гг. заставили покупателей переключиться на товары из более низких ценовых сегментов, однако потребление в натуральном выражении сократилось незначительно
- Обыкновение шампуни считаются у потребителей предметом первой необходимости и занимают 49% всего рынка
- Доля средств для укладки волос в последние годы снижается, в основном по причине изменения тенденций в моде и падения уровня доходов населения

Структура рынка средства для ухода за волосами, %



Рынок средств для ухода за волосами очень высококонкурентен, а доля белорусских производителей на рынке составляет около 20%

Суммарная доля ТОП-10 брендов в 2010, %



Топ 10 брендов

Бренд	Рыночная доля	Ценовой сегмент	Динамика
1. Belita	7,1%	Низкий	=
2. Palette	5,2%	Средний	↑
3. Pantene	4,8%	Средний	↑
4. Sunsilk	3,8%	Средний	↑
5. Londa	3,7%	Средний	=
6. Schauma	3,1%	Низкий	=
7. Nivea Hair Care	3,1%	Средний	↑
8. Elsve	3,1%	Высокий	↑
9. Viteks	2,9%	Низкий	↑
10. Gliss Kur	2,7%	Средний	↑

Комментарий

- Белорусские производители продают свою продукцию под небольшим количеством брендов, в то время как иностранные производители зачастую используют несколько брендов, именно по этой причине Belita обладает самой большой рыночной долей
- Рост продаж в 2012-2013 году будет обеспечен за счет увеличения количества товаров в средней и низкой ценовой категории

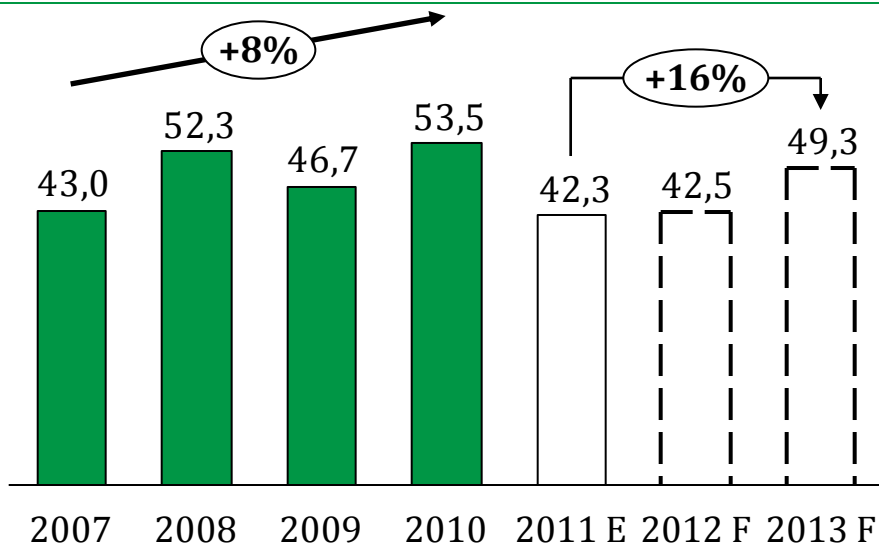
I. Общий обзор рынка

II. Обзор подкатегорий

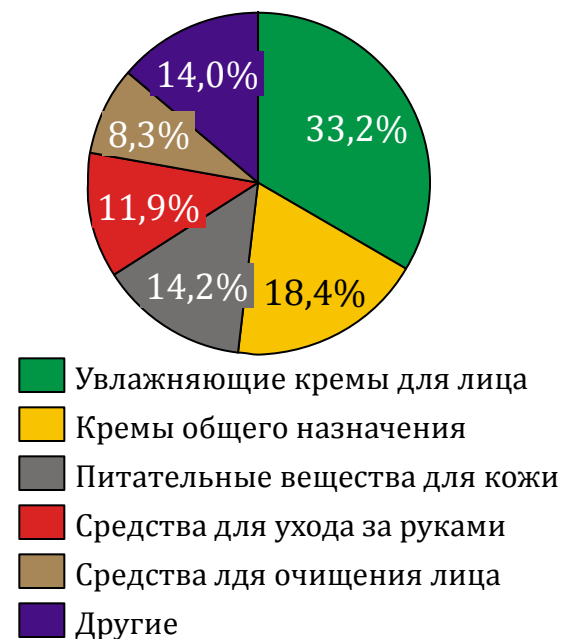
- Средства для ухода за волосами
- Средства для ухода за кожей
- Декоративная косметика
- Духи
- Товары для душа
- Товары для бритья
- Дезодоранты
- Средства для загара
- Депиляторы

Треть объемов продаж средств для ухода за кожей составляют увлажняющие кремы для лица, также в последние годы растет потребление питательных веществ для кожи

Объем рынка средства для ухода за кожей,
млн. евро



Структура рынка средства для ухода за кожей в 2010 г, %

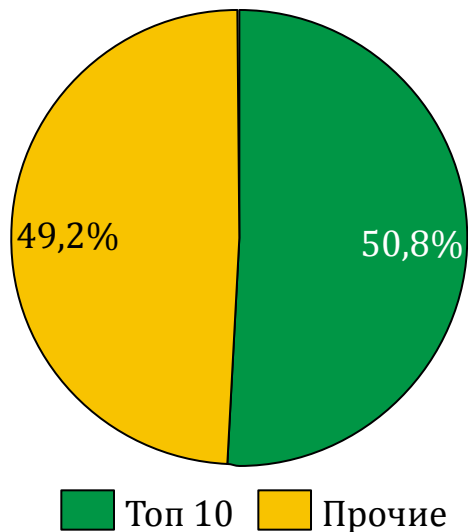


Комментарий

- Некоторые из продуктов считаются предметами первой необходимости в Беларуси, и поэтому их объем потребления в натуральном выражении не падает даже в кризисные годы: покупатели переходят на более дешевые товары
- В 2010 году самой быстрорастущей категорией были питательные вещества / продукты против старения

MLM компании, такие как Oriflame и Avon, являются лидерами рынка средств для ухода за кожей с суммарной долей около 20%

Суммарная доля ТОП-10 брендов в 2010, %



Топ 10 брендов

Бренд	Рыночная доля	Ценовой сегмент	Динамика
1. Oriflame	12,5%	Средний	↓
2. Avon	6,1%	Средний	=
3. Garnier	4,9%	Средний	=
4. Viteks	4,8%	Низкий	↑
5. Nivea	4,5%	Средний	=
6. Belita	3,9%	Низкий	↑
7. Faberlic	3,8%	Средний	=
8. L'Oreal Paris	3,6%	Высокий	=
9. Черный жемчуг	3,5%	Средний	=
10. Eveline	3,2%	Средний	=

Комментарий

- Местные и российские производители работают в основном в нижнем и среднем ценовом сегменте, в то время как транснациональные компании – в верхнем среднем и высоком
- Ожидается, что местные производители, имея хорошее соотношение цены и качества товаров, могут навязать серьезную конкуренцию ТНК на местном рынке: уже в 2010 году они существенно увеличили объемы продаж и свою долю рынка



Дисклеймер

Обзор был подготовлен ООО «ИК «ЭНТЕР» (далее EnterInvest).

Данная презентация является частью обзора и содержит только отдельные разделы полной версии.

При подготовке обзора была использована информация, находящаяся в открытом доступе, информация, предоставленная партнерскими организациями, а также экспертные оценки. Используемые источники считаются надежными, однако информация не прошла независимую проверку, что не позволяет авторам гарантировать полноту и точность исследования.

Обзор не является рекомендацией инвестировать в отрасль, так как он не учитывает специфику инвестиционных целей, финансовое положение и частные интересы лиц, которые могут получить этот обзор.

Более подробная информация о ситуации в отрасли может быть получена от EnterInvest по запросу.

Данный обзор не может быть воспроизведен, скопирован (полностью или частично) или передан третьим лицам без письменного согласия EnterInvest.

Контактная информация:



Минск, Беларусь

ИК «Энтер» ООО
34-210 ул. Щербакова
Тел.: +375 17 266 95 04
Моб.: +375 44 761 28 62
Факс: +375 17 230 95 11
e-mail: info@enter-invest.com



Для получения более подробной информации обращайтесь:

Олег Чанов
Партнер,
Management Consulting

ул. Щербакова, 34-214
Тел.: +375 17 266 95 04
Моб.: +375 29 652 20 14
Факс: +375 17 230 95 11
e-mail: oc@enter-invest.com

Олег Андреев
Управляющий директор,
Investment Banking

ул. Щербакова, 34-210
Тел.: +375 17 266 95 04
Моб.: +375 44 744 99 68
Факс +375 17 230 95 11
e-mail: oa@enter-invest.com

Андрей Матявин
Директор по развитию,
EnterInvest

ул. Щербакова, 34-210
Тел.: +375 17 266 95 04
Моб.: +375 44 794 64 90
Факс +375 17 230 95 11
e-mail: am@enter-invest.com