

**Аналитический отчет**

**DISCOVERY RESEARCH GROUP**

**Анализ рынка спортивного питания в России**



Copyright © Июль 2013 (Москва, Discovery Research Group)

[1. Список таблиц и диаграмм 2](#_Toc377460951)

[Таблицы: 2](#_Toc377460952)

[Диаграммы: 3](#_Toc377460953)

[2. Классификация и основные характеристики спортивного питания 4](#_Toc377460954)

[3. Основные показатели состояния российского рынка 6](#_Toc377460955)

[6.1. Объём рынка спортивного питания 6](#_Toc377460956)

[6.2. Показатели производства спортивного питания 6](#_Toc377460957)

[6.3. Тенденции и перспективы рынка спортивного питания 6](#_Toc377460958)

[4. Импортно-экспортные операции на российском рынке 7](#_Toc377460959)

[1.1. Импорт спортивного питания в Россию 7](#_Toc377460960)

[1.1.1. Импорт спортивного питания в Россию в разбивке по товарным категориям 7](#_Toc377460961)

[1.1.2. Импорт спортивного питания в Россию в разбивке по брендам 8](#_Toc377460962)

[1.2. Экспорт спортивного питания из России 12](#_Toc377460963)

[5. Конкурентная ситуация на рынке 13](#_Toc377460964)

[6. Изучение потребительских предпочтений 14](#_Toc377460965)

[7. Профили ведущих игроков 17](#_Toc377460966)

[1.3. Отечественные производители спортивного питания 17](#_Toc377460967)

[ООО «АРТ Современные научные технологии» 17](#_Toc377460968)

[ООО НПК «АКТИФОРМУЛА» 17](#_Toc377460969)

[1.4. Зарубежные производители спортивного питания 17](#_Toc377460970)

[OPTIMUM NUTRITION 17](#_Toc377460971)

[BSN 17](#_Toc377460972)

[ULTIMATE NUTRITION 17](#_Toc377460973)

[WEIDER 17](#_Toc377460974)

[ATLANTIC MULTIPOWER 17](#_Toc377460975)

1. Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 5 таблиц и 8 диаграмм.

Таблицы:

[Таблица 1. Объем импорта спортивного питания в Россию по категориям в 2011-2013 (янв-сент) гг., млн. $ и млн руб. 19](#_Toc375738897)

[Таблица 2. Импорт спортивного питания в Россию в стоимостном выражении в разбивке по производителям (брендам) в 2011 г., млн $ и млн руб. 21](#_Toc375738898)

[Таблица 3. Импорт спортивного питания в Россию в стоимостном выражении в разбивке по производителям (брендам) в 2012 г., млн $ и млн руб. 22](#_Toc375738899)

[Таблица 4. Импорт спортивного питания в Россию в стоимостном выражении в разбивке по производителям (брендам) в 2013 (янв-сент) г., млн $ и млн руб. 24](#_Toc375738900)

[Таблица 5. Объем экспорта спортивного питания из России по категориям в 2011-2013 (янв-сент) гг., тыс. $ и тыс. руб. 26](#_Toc375738901)

Диаграммы:

[Диаграмма 1. Структура объёма импорта спортивного питания по товарным категориям в 2012 г. в стоимостном выражении, % 20](#_Toc375738921)

[Диаграмма 2 Структура объема импорта спортивного питания по брендам в 2011 году в стоимостном выражении, %. 22](#_Toc375738922)

[Диаграмма 3 Структура объема импорта спортивного питания по брендам в 2012 году в стоимостном выражении, %. 23](#_Toc375738923)

[Диаграмма 4 Структура объема импорта спортивного питания по брендам в 2013 году (янв-сент) в стоимостном выражении, %. 25](#_Toc375738924)

[Диаграмма 5. Рыночные доли брендов спортивного питания в России в 2012 г., % 28](#_Toc375738925)

[Диаграмма 6. Популярность источников информации о спортивном питании, % 30](#_Toc375738926)

[Диаграмма 7. Факторы, влияющие на решение о покупке спортивного питания, % 30](#_Toc375738927)

[Диаграмма 8. Предпочтения потребителей по видам спортивного питания, % 31](#_Toc375738928)

1. Классификация и основные характеристики спортивного питания

Спортивное питание обладает спорной репутацией среди российских потребителей. Многие придерживаются точки зрения, что спортивное питание — это химические вещества, вредящие здоровью. Другие же считают их неотъемлемыми составляющими сбалансированного питания спортсменов. Подобные полярные мнения вызывают большой интерес с категории спортивного питания как со стороны атлетов, так и со стороны медиков.

Рынок спортивного питания тесным образом связан с популярностью активного образа жизни и долей населения, регулярно занимающегося спортом и фитнесом. Россия по этому показателю в несколько раз уступает развитым странам, однако последние тенденции позволяют говорить об активном проникновении спорта в жизнь россиян. На данный момент спортивное питание позиционируется как комплекс пищевых добавок, применяемых как профессиональными спортсменами, так и людьми, которые занимаются спортом для поддержания хорошей формы. Но одной физической нагрузки мало - человек при обычном рационе питания никогда не получит сбалансированный набор пищевых элементов, способствующих мышечному и силовому росту, сжиганию жира. В такой набор входят креатин, протеин, аминокислоты, карнитин, витамины, минеральные вещества и многие другие элементы.

Условно, спортивное питание представляет собой одно или несколько каких-либо пищевых веществ в концентрированной форме. Основные виды спортивного питания группируют как по назначению, так и по составу.

В зависимости от ***назначения*** выделяют следующие группы спортивного питания:

***По составу*** спортивное питание можно разделить на следующие группы:

У россиян наибольшей популярностью пользуется … - его употребляет треть покупателей спортивного питания. Рассмотрим более подробно состав и функциональность наиболее популярных видов спортивного питания.

1. **Протеин**
2. **Гейнер**
3. **Заменители пищи**
4. **Комплексные аминокислоты**
5. **BCAA аминокислоты**
6. **Аргинин**
7. **Глутамин**
8. **Креатин**
9. **Витаминно-минеральный комплекс**
10. **Предтренировочные комплексы**
11. **Жиросжигающие средства**
12. **Препараты укрепления суставов и связок**

.

1. Основные показатели состояния российского рынка

6.1. Объём рынка спортивного питания

По оценкам Всемирной Федерации индустрии спортивных товаров (WFSGI) российский рынок спортивного питания является перспективным и динамично развивающимся.

Сложность оценки объема и структуры российского рынка спортивного питания обусловлена следующими факторами:

1. Высокой долей прямых продаж вне розничной торговли
2. Размытостью границ рынка – рынок спортивного питания сложно разграничить с рынком биологически активных добавок и витаминов
3. Наличие «серого» сектора, где реализуются поддельные товары.

Российский рынок спортивного питания представляет собой большей частью теневым рынком и трудно поддается оценке.

* 1. Показатели производства спортивного питания
	2. Тенденции и перспективы рынка спортивного питания
1. Исследование рынка спортивного питания компании Datamonitor показало, что в последние годы именно рядовой потребитель стал ключевой фигурой, двигающий этот рынок вперед. Появление этого относительно нового потребительского тренда оказывает влияние не только на развитие данной категории продуктов, но и на продуктовый рынок в целом.

Также можно выделить сдерживающие факторы роста рынка спортивного питания:

* Бытующее представление о вредности спортивного питания;

…

1. Импортно-экспортные операции на российском рынке

Рынок спортивного питания в России практически полностью составляют товары, ввезённые в страну. Итоги 2012 г. показали, что и в этом году лидером поставок продуктов спортивного питания остались США, на чью долю пришлось порядка 70%.

* 1. Импорт спортивного питания в Россию
		1. Импорт спортивного питания в Россию в разбивке по товарным категориям

Наиболее крупной товарной категорией, представленной на российском рынке спортивного питания, являются разнообразные …. За 2012 год в страну было импортировано продукции на … млн руб. (в розничных ценах), а за 9 месяцев 2013 года объёмы превысили показатели предыдущего года.

Таблица 1. Объем импорта спортивного питания в Россию по категориям в 2011-2013 (янв-сент) гг., млн. $ и млн руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Товарная группа** | **2011** | **2012** | **2013 (9 мес.)** |
| **млн $** | **млн. руб.** | **млн $** | **млн. руб.** | **млн $** | **млн. руб.** |
| Аминокислотные комплексы | 8,35 | 245,36 | 8,58 | 266,56 | 9,13 | 289,09 |
| Витаминно-минеральные комплексы | … | … | … | … | … | … |
| Глутамин | … | … | … | … | … | … |
| Жиросжигатели | … | … | … | … | … | … |
| Изотоники | … | … | … | … | … | … |
| Креатин | … | … | … | … | … | … |
| Многокомпонентные протеиновые комплексы | … | … | … | … | … | … |
| Протеиновые смеси | … | … | … | … | … | … |
| Спортивные батончики | … | … | … | … | … | … |
| Спортивные напитки | … | … | … | … | … | … |
| Энергетики | … | … | … | … | … | … |
| **Итого** | … | … | … | … | … | … |

**Примечание: перевод $ в рубли осуществлялся по среднему курсу года:**

**2011 год – 29,39 руб.**

**2012 год – 31,07 руб.**

 **2013 год – 31,68 руб.**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 1. Структура объёма импорта спортивного питания по товарным категориям в 2012 г. в стоимостном выражении, %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Как видно из представленной выше диаграммы практически половину от общего объёма импортных поставок занимают ... Их популярность объясняется широким спектром применения: для снижения жировой массы тела, для стимуляции роста мышц, а также с целью поддержания здоровой физической формы и т.д.

* + 1. Импорт спортивного питания в Россию в разбивке по брендам

Рассмотрим структуру импорта спортивного питания в разбивке по брендам/производителям в каждый из годов.

Таблица 2. Импорт спортивного питания в Россию в стоимостном выражении в разбивке по производителям (брендам) в 2011 г., млн $ и млн руб.

|  |  |
| --- | --- |
| **БРЕНД** | **2011** |
| **млн $** | **млн руб.** |
| OPTIMUM NUTRITION | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| ПРОЧИЕ | … | … |
| **ИТОГ** | … | … |

**Примечание: перевод $ в рубли осуществлялся по среднему курсу 2011 года – 29,39 руб.**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 2 Структура объема импорта спортивного питания по брендам в 2011 году в стоимостном выражении, %.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Лидерами по объёму поставок в 2011 году являются бренды Optimum Nutrition и …. Их доли в структуре импорта, соответственно, … %. Незначительно отстаёт бренд … (10%).

Таблица 3. Импорт спортивного питания в Россию в стоимостном выражении в разбивке по производителям (брендам) в 2012 г., млн $ и млн руб.

|  |  |
| --- | --- |
| **БРЕНД** | **2012** |
| **млн $** | **млн руб.** |
| NUTRILITE | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| ПРОЧИЕ | … | … |
| **ИТОГ** | … | … |

**Примечание: перевод $ в рубли осуществлялся по среднему курсу 2012 года – 31,07 руб.**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 3 Структура объема импорта спортивного питания по брендам в 2012 году в стоимостном выражении, %.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

 В 2012 году лидерами по поставкам спортивного питания в стоимостном выражении стали бренды … (14,57%) и … (11,69%).

Таблица 4. Импорт спортивного питания в Россию в стоимостном выражении в разбивке по производителям (брендам) в 2013 (янв-сент) г., млн $ и млн руб.

|  |  |
| --- | --- |
| **БРЕНД** | **2013 (9 мес.)** |
| **млн $** | **млн руб.** |
| OPTIMUM NUTRITION | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| … | … | … |
| ПРОЧИЕ | … | … |
| **ИТОГ** | … | … |

**Примечание: перевод $ в рубли осуществлялся по среднему курсу 2013 года – 31,68 руб.**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

По данным ФТС РФ, в 2013 году (янв-сент) лидерами являются Optimum Nutrition (17,14%) и … (11,73%).

Диаграмма 4 Структура объема импорта спортивного питания по брендам в 2013 году (янв-сент) в стоимостном выражении, %.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

* 1. Экспорт спортивного питания из России

Показатели экспорта спортивного питания незначительны в сравнении с объёмами импорта. В основном, российские производители ориентированы на отечественный рынок.

Таблица 5. Объем экспорта спортивного питания из России по категориям в 2011-2013 (янв-сент) гг., тыс. $ и тыс. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Товарная группа** | **2011** | **2012** | **2013 (9 мес.)** |
| **тыс. $** | **тыс. руб.** | **тыс. $** | **тыс. руб.** | **тыс. $** | **тыс. руб.** |
| АМИНОКИСЛОТНЫЕ КОМПЛЕКСЫ | - | - | - | - | - | - |
| ГЛУТАМИН | - | - | - | - | - | - |
| КРЕАТИН | - | - | - | - | - | - |
| ПРОТЕИНОВЫЕ СМЕСИ | - | - | - | - | - | - |
| СПОРТИВНЫЕ БАТОНЧИКИ | - | - | - | - | - | - |
| **Итого** | - | - | - | - | - | - |

**Примечание: перевод $ в рубли осуществлялся по среднему курсу года:**

**2011 год – 29,39 руб.**

**2012 год – 31,07 руб.**

 **2013 год – 31,68 руб.**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

1. Конкурентная ситуация на рынке

На российском рынке реализуется спортивное питание как отечественного производства, так и зарубежного. Считается, что зарубежные препараты качественнее, так как по оценкам специалистов в отечественном спортивном питании не всегда присутствуют заявленные в нем компоненты. Однако отечественные продукты стоят дешевле, что делает их более доступными для широких масс. Стоит учитывать, что авторитет спортивного питания импортного производства подрывает наличие подделок известных зарубежных продуктов и невысокое качество малоизвестных производителей

Диаграмма 5. Рыночные доли брендов спортивного питания в России в 2012 г., %

Источник: Euromonitor

Таким образом, представляется возможным произвести ценовую сегментацию. На российском рынке спортивного питания можно выделить 3 ценовые группы:

* Высокая ценовая группа.
* Средняя ценовая группа. В эту группу попали три марки (СШАНизкая ценовая группа, внутри которой можно выделить две подгруппы:
* Дешёвое спортивное питание
* Очень дешевое спортивное питание
1. Изучение потребительских предпочтений

Сегментацию потребителей представляется возможным произвести на основании нескольких параметров:

1. Уровень профессионализма в спорте:
2. Цель использования спортивного питания:

Подобные классификации потребителей позволяют более адресно, а значит и более эффективно, производить целевое позиционирование продукта.

Также для эффективного продвижения продукции на рынке важно идентифицировать потенциальные источники, откуда может получить информацию о продуктах потенциальный покупатель.

Диаграмма 6. Популярность источников информации о спортивном питании, %

 Источник: РБК.research

 При принятии решения о приобретении определённых продуктов спортивного питания покупатель руководствуется следующими факторами:

Диаграмма 7. Факторы, влияющие на решение о покупке спортивного питания, %

Источник: профильный журнал IRON HEALHT

Таким образом, ключевое значение при выборе продукции отдаётся репутации бренда. Безусловно, восприятие бренда – это комплексное понятие, включающее репутацию производителя, рекламные кампании в средствах массовой информации, набор ассоциаций и прочее.

Диаграмма 8. Предпочтения потребителей по видам спортивного питания, %

Источник: профильный журнал IRON HEALHT

Предпочтения потребителей к тому или иному продукту спортивного питания в основном зависит от того, с какой целью употребляется этот продукт.

Большинство российских потребителей отдают свое предпочтение импортному товару.

…

1. Профили ведущих игроков
	1. Отечественные производители спортивного питания

ООО «АРТ Современные научные технологии»

Компания «АРТ Современные научные технологии» - ведущий российский производитель специализированного питания. Компания была основана в 1998 г. и в настоящее время выпускает широкий ассортимент (более 200 наименований) продукции таких брендов, как Ironman, XXI Power, MD, Лэди Фитнес, Artlab, Shaper, Юный Атлет, Лидер.

Цехи по производству спортивного питания расположены в России, Московская область, Солнечногорский район, деревня Голиково, КФН "Надежда". Помимо продвижения собственных брендов компания оказывает услуги по разработке и производству любой другой продукции, согласующейся с производственными возможностями завода.

Наиболее популярный бренд Ironman. Среди продукции присутствуют аминокислоты, анаболические формулы, витамины, гейнеры, креатин, протеин, жиросжигатели, средства для суставов, энергетики, спортивные батончики и напитки. По качеству продукции бренд Ironman лидирующий на российском рынке.

Бренд XXI Power пользуется относительно низкой популярностью, по сравнению с Ironman. Часто встречаются негативные отзывы, связанные с плохим качеством продукции и неоправданно высокой стоимостью. Бренд специализируется на жиросжигателях.

ООО НПК «АКТИФОРМУЛА»

* 1. Зарубежные производители спортивного питания

OPTIMUM NUTRITION

BSN

ULTIMATE NUTRITION

WEIDER

ATLANTIC MULTIPOWER

**Агентство маркетинговых исследований**

**DISCOVERY RESEARCH GROUP**

**125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, 2 этаж**

**БЦ «Головинские пруды»**

**Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14**

**Факс: +7 (495) 601-91-49**

**e-mail: research@drgroup.ru**

**www.drgroup.ru**

**Схема проезда**