

# РОССИЙСКИЕ ПОТРЕБИТЕЛИ И БАДЫ

## ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНДОВ

**Анастасия Жарикова**

Старший исследователь, Healthcare, Ipsos в России



Биологически активные добавки (БАДы) – все еще сравнительно новая культура для России. Относительно развитых рынков Японии, США и Индии, где потребление достигает 50-90%, российские потребители только начинают знакомиться с различными витаминными комплексами. Они изучают возможности пищевых добавок, отношение к ним и среди знакомых, и среди лидеров мнений. Что стимулирует интерес к пищевым добавкам и какое будущее может ждать эту нишу, обсудим в этой статье.

Зарождение интереса к теме витаминизации началось в 1972 году с началом профилактических мероприятий на государственном уровне. В то время акцент делали на повышении витамина С в рационе граждан, чтобы восполнить дефицит, порождаемый отсутствием круглогодичного доступа к овощам и фруктам. Позднее, в 2008 году, заметив недостаток витаминов В, С, Е, D, в России повысили норму их потребления и озаботились микронутриентной ценностью продуктов, потребляемых населением<sup>1</sup>. Сейчас то, чего не хватает в пище, можно пополнить за счет широкого спектра пищевых добавок. Но не только это становится причиной приема БАДов.

Последние несколько лет заметен рост сегмента БАДов в натуральном и денежном выражении. Толчком для этого послужил интерес гигантов фармацевтической отрасли к пищевым добавкам. Ранее не занятая никем ниша, развитая на западе и востоке, начала формироваться и в России. Почему так произошло? Что начало стимулировать потребителей принимать различного рода витамины и пищевые добавки? И кто является целевой аудиторией этой растущей сферы?

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БАДОВ – ЗРЕЛЫЕ ЖЕНЩИНЫ

Сейчас основной аудиторией потребителей пищевых добавок являются женщины среднего и старшего возраста: активные, работоспособные, по-разному заботящиеся о себе. Кто-то из них нацелен на активный образ

<sup>1</sup> С-витаминизация или витаминно-минеральные комплексы? Медконтакт. 12.05.2016

жизни, поддержание энергии для привычных дел и занятий. Другие сконцентрированы на поддержании гармонии и баланса во всех сферах своей жизни. Третьи ориентированы на сохранение и поддержание привлекательности, красоты, сексуальности. Все эти сферы активно поддерживаются направлениями пищевых добавок.

Снижение тренда на общепринятую, традиционную женственность<sup>2</sup> и мужественность в России позволяют предположить, что женскую аудиторию через несколько лет «разбавят» заботящиеся о себе молодые люди.

## МЕСТО БАДОВ В ЖИЗНИ РУССКОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬНИЦЫ

### Региональные особенности мотивируют на поддержание организма

Климатические условия северных регионов с низкой инсоляцией, в которых по большей части расположена Россия, экономические кризисные условия, депрессивные состояния населения – это и иные факторы подталкивают женщин к поиску средств для нормализации состояния. Это не только обогащение рациона витаминами, но и снижение стрессовых факторов, повышение бодрости и работоспособности. За последние два года пандемии в списке потребляемых БАДов лидируют добавки для повышения уровня иммунитета.<sup>3</sup>

### Тренд на well-being

Все больше россиян поколения Silver Age, играющих значимую роль в экономическом и демографическом развитии страны, желают дольше оставаться работоспособными. По сравнению с представителями остальных поколений они наиболее мотивированы на поддержание здорового образа жизни, регулярные медицинские обследования<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Женская красота и новое Викторианство. Ipsos Flair Russia. 2021

<sup>3</sup> Ipsos. Исследование РосИндекс (HealthIndex). 2021/Q2. Россияне 16+, города с населением 100 тыс+

<sup>4</sup> Ipsos. Исследование РосИндекс (HealthIndex). 2021/Q1. Россияне 16+, города с населением 100 тыс+

Кроме того, по данным исследования Ipsos Global Advisor 2021, ментальное здоровье так же важно, как и физическое<sup>5</sup>. Для сохранения ментального здоровья большое значение имеет эмоциональный комфорт, поддержание которого женщины ищут, в том числе в пищевых добавках, в зависимости от потребностей: витаминно-минеральные комплексы, витамины для красоты, очищение организма, похудение. Немаловажную роль в условиях повышенной тревожности из-за пандемии играют и успокоительные препараты.

Характерный культурный подход женщин к заботе о здоровье и красоте – это распространенный в России метод домашнего ухода и лечения. Традиционные компоненты в виде отваров, растений, экстрактов легли в основу построения и крупных отечественных косметических брендов, и лекарственных препаратов. Это позволяет «упаковать» готовые народные рецепты в удобную для современной женщины форму выпуска.

**Применение пищевых добавок, в основе которых лежат продукты натурального происхождения, дает прежде всего ощущение безопасности.**

Страх долгосрочных побочных эффектов от потребления синтетических препаратов – распространенное явление. Именно исходя из этого страха, формируются предпочтения «мягких» средств и лекарственных препаратов, а пищевые добавки на этом фоне воспринимаются как профилактические средства или средства с наиболее деликатным механизмом действия. Длительные и в то же время «натуральные» курсы препаратов позволяют работать с перспективой на будущее, то есть превентивно.

Фармацевтические компании реагируют на потребность рынка в производстве более «натуральных» средств и создают зонтичные бренды, отвечающие на запрос потребителей. Приоритетно это противогрибковые препараты, успокоительные средства, защита зрения, здоровье ЖКТ и др.

## **Поддержание иммунитета больше не сезонный тренд**

Россия входит в ТОП-5 стран по заболеваемости и смертности от Covid-19<sup>6</sup>,

<sup>5</sup> Ipsos. World mental Health day 2021: A Global Advisor survey.

<sup>6</sup> Коронавирус в мире: данные по странам и регионам. BBC. 12.11.2021

а охват вакцинации все еще низкий<sup>7</sup>, за счет чего задача поддержания иммунитета будет сопровождать пики пандемии и работать в периоды затишья в рамках уже упомянутого превентивного подхода к здоровью. При большой загруженности медицинских работников и страхе посещения поликлиник и больниц из-за возможности заразиться, россияне меньше посещают врачей. Регулярные визиты к врачам все еще нечастое явление, в отличие от самолечения. Здесь вступают в игру профилактические препараты, поднимающие иммунитет<sup>8</sup>, и в отличие от постоянно появляющихся новых лекарственных препаратов натуральные средства не теряют своей актуальности.

## ДАЛЬНЕЙШИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ БАДОВ

Появление БАДов за пределами аптек ново для российских потребителей, но способствует развенчанию популярного заблуждения, что БАД – это лекарственное средство. Четкое разделение между БАДами и лекарствами позволяет более ясно взглянуть на функции этих препаратов и в то же время увеличить их доступность.

Новые формы выпуска могут появиться за счет развития других продуктовых сфер. В одной из статей предыдущего выпуска Ipsos Flair 2021 витаминным комплексам прогнозировали производство в формате электронных испарителей по аналогии с ингаляторами<sup>9</sup>. С ростом полярности испарительных систем это возможно.

Стоит ожидать, что с ростом внимания к здоровью больше людей будет осознанно подходить к приему БАДов и проходить обследования перед началом их приема. Развивающийся персонафицированный подход может превратиться в создание индивидуальной формулы «одной волшебной таблетки», которая будет одновременно действовать во всех желаемых направлениях. На рынке косметики персонализированные формулы уже существуют, например, персонализированная косметика OpenFace. Почему бы и витаминам не попробовать?

<sup>7</sup> Как идет вакцинация в различных странах мира. Интерактивная карта. BBC. 12.11.2021

<sup>8</sup> Ipsos. Исследование HealthIndex. 2020/Q2, 2021/Q2. Россияне 16+, города с населением 100 тыс+

<sup>9</sup> Прошлое, настоящее и будущее никотиновой категории. Ipsos Flair Russia. 2021

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

### РОССИЙСКИЕ ПОТРЕБИТЕЛИ И БАДЫ.

#### ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНДОВ

- Традиционные и натуральные подходы к здоровью и красоте с годами не теряют своей актуальности в России. Они вписываются в новые тренды и легко адаптируются к разным сферам, в том числе предлагая решения в форме БАДов: поддержание иммунитета во время пандемии, уход за собой, тренд на экологичное потребление, здоровое и полноценное питание, поддержание работоспособности, ментальное здоровье и др.
- «Упакованная/готовая» натуральность, олицетворяя собой столь ценную в наше время безопасность, делает возможным для современной женщины совмещать «народные средства» с современными, удобными формами выпуска.
- Будущее БАДов может развиваться в направлении новых форм выпуска, в том числе ингаляционных, и в то же время идти по пути создания персонализированных формул.