

## МЕМОРАНДУМ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

---

ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В НАСТОЯЩЕМ БИЗНЕС-ПЛАНЕ СВЕДЕНИЯ ЯВЛЯЮТСЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНОЙ.

НАСТОЯЩИЙ БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯЕТСЯ НА РАССМОТРЕНИЕ НА КОНФИДЕНЦИАЛЬНОЙ ОСНОВЕ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ВОЗМОЖНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРОЕКТА И НЕ МОЖЕТ БЫТЬ ИСПОЛЬЗОВАН ДЛЯ КОПИРОВАНИЯ ИЛИ КАКИХ-ЛИБО ДРУГИХ ЦЕЛЕЙ, А ТАКЖЕ НЕ МОЖЕТ БЫТЬ ПЕРЕДАН ТРЕТЬИМ ЛИЦАМ.

ПРИНИМАЯ НА РАССМОТРЕНИЕ ДАННЫЙ БИЗНЕС-ПЛАН, ПОЛУЧАТЕЛЬ БЕРЕТ НА СЕБЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕ УКАЗАННЫХ УСЛОВИЙ.

ВСЕ ДАННЫЕ, ОЦЕНКИ, ПЛАНЫ, ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ И ВЫВОДЫ, ПРИВЕДЕННЫЕ В НАСТОЯЩЕМ БИЗНЕС-ПЛАНЕ, КАСАЮЩИЕСЯ РАСХОДОВ, ОБЪЕМОВ РЕАЛИЗАЦИИ, ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА, ПРИВЕДЕНЫ НА СЕНТЯБРЬ 2023 ГОДА И ОСНОВЫВАЮТСЯ НА СОГЛАСОВАННЫХ МНЕНИЯХ УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА.

# СОДЕРЖАНИЕ

---

<b>МЕМОРАНДУМ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ</b> .....	<b>1</b>
<b>СОДЕРЖАНИЕ</b> .....	<b>2</b>
<b>1. РЕЗЮМЕ</b> .....	<b>3</b>
<b>2. ОБЗОР РЫНКА ПАРФЮМЕРНО – КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ</b> .....	<b>4</b>
<b>3. ОБЗОР РЫНКА ИНЪЕКЦИОННОЙ КОСМЕТОЛОГИИ В РОССИИ</b> .....	<b>13</b>
<b>4. VIVA PHARMA GROUP</b> .....	<b>22</b>
4.1. О компании.....	22
4.2. Наше присутствие.....	22
4.3. Научные разработки.....	23
4.4. Учебный центр.....	23
4.5. Мезотерапия.....	24
4.6. Контурная пластика.....	25
4.7. Полиревитализация (скоро в продаже).....	25
4.8. My skin chemistry.....	27
4.9. Лифтинговые нити (скоро в продаже).....	30
4.10. ВТРЕЕЛ – Биотехнологии пилингов.....	31
4.11. BIOLINE JATÒ.....	32
4.12. Сотрудничество.....	35
4.13. Контакты.....	35
<b>5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН</b> .....	<b>37</b>
5.1. График продаж, ед.....	37
5.2. График закупок, ед.....	37
5.3. Контрактная цена закупки.....	38
5.4. Сумма закупки (в контрактных ценах), тыс. руб.....	38
5.5. Цена продажи (средняя), руб./ед.....	38
5.6. Сумма дохода (выручки), тыс. руб.....	38
5.7. Прогноз движения денежных средств, тыс. руб.....	39
5.8. Чистая прибыль, тыс. руб.....	39

## ПРИЛОЖЕНИЕ

Финансово – экономические расчеты

## 1. РЕЗЮМЕ

---

**Идея проекта** заключается в производстве и дальнейшей реализации косметической продукции на территории РФ.

Рубеж XX–XXI вв. для парфюмерно-косметической промышленности мира ознаменовался важными территориально-структурными изменениями. Среди основных факторов этих изменений особо выделяются прогресс в сфере Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы НИОКР, а также институциональные изменения в мировой экономике (либерализация внешней торговли, перемещения капиталов). В ходе снижения или упразднения таможенных тарифов в индустрии резко обострилась конкуренция, вызвав серьезные сдвиги в ее макрогеографии (прежде всего, в форме его «дрейфа» в развивающиеся страны) и общее расширение круга стран, которые специализируются на производстве парфюмерно-косметических товаров (появление новых стран-лидеров). Глобальная трансформация в отрасли обусловила углубление специализации компаний и предприятий, повышение ассортиментной гибкости производства, явление «территориально-продуктовой инверсии».

К основным тенденциям косметического рынка можно отнести:

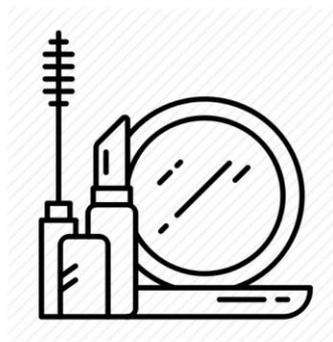
- ✓ растущие компетентность и требовательность потребителей;
- ✓ инновационность парфюмерно-косметической продукции;
- ✓ увеличение доли интернет-торговли;
- ✓ перераспределение покупателей между сегментами;
- ✓ усиление конкуренции и уменьшение доли прямых продаж;
- ✓ увеличение спроса на многофункциональную косметику и косметику, предназначенную для борьбы со старением кожи; использование концепции натуральности косметических средств.

**Вырисовывается четкая стратегия дальнейшей экспансии и завоевания своей доли рынка.**

## 2. ОБЗОР РЫНКА ПАРФЮМЕРНО – КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Потребление парфюмерии и косметики в России

- ✓ Объем рынка – 625 млрд. руб.
- ✓ Среднегодовой темп роста 2017-2022 – 3.9%.
- ✓ Потребление на душу населения – 25 единиц продукции (для сравнения средний показатель по миру – 17).
- ✓ Расходы на душу населения – 69.6 долл. США.



Самый крупный сектор	Уход за кожей <b>148.6 млрд. руб.</b>
Самый быстроразвивающийся сектор	Солнцезащитные средства <b>6.2%</b> (Среднегодовой темп роста 2017-2022)

Лидеры среди брендов по финансовым показателям (доля в рынке, %)

AVON

**3.53%**

ORIFLAME  
SWEDEN

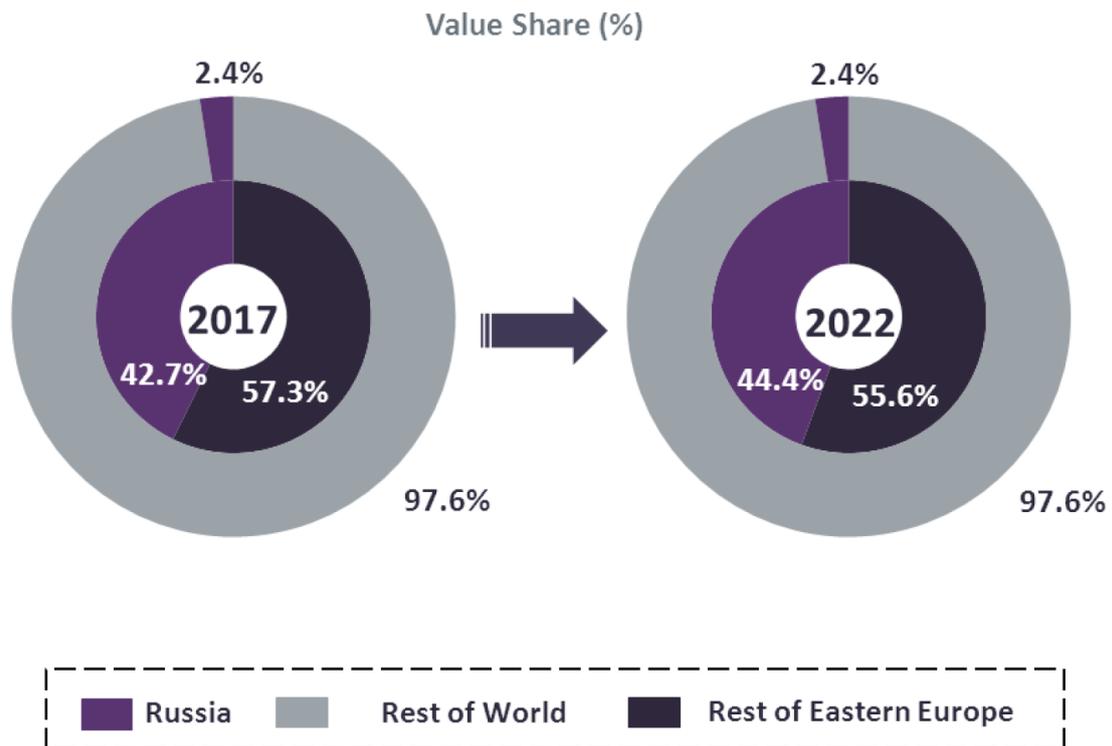
**3.5%**



**2.04%**

## Соотношение и удельный вес России в мире и Восточной Европе по производству парфюмерно- косметической продукции

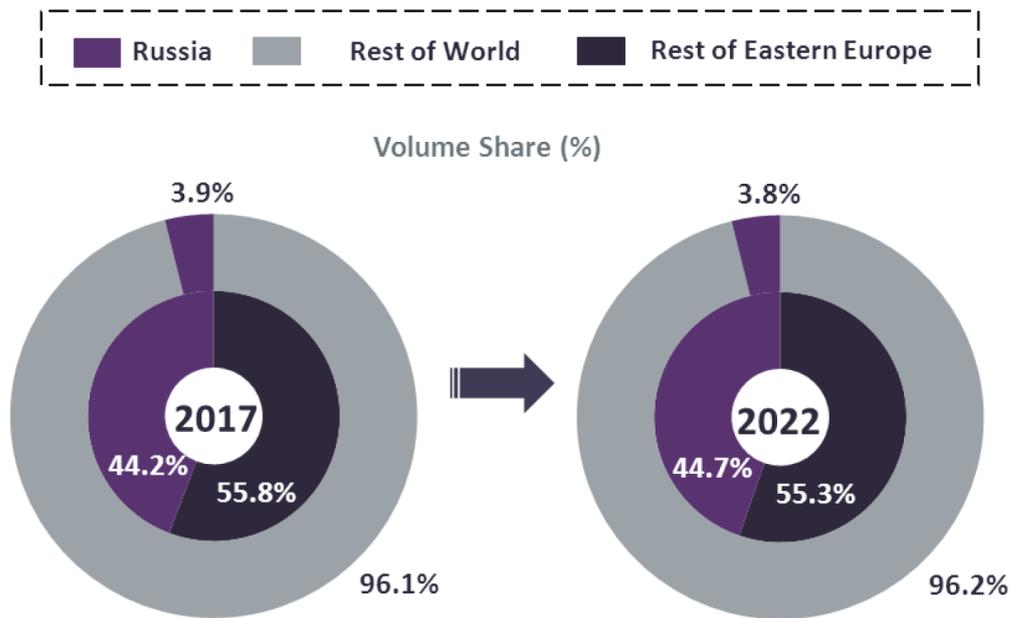
Рисунок 1. Соотношение и удельный вес России в мире и Восточной Европе по производству парфюмерно- косметической продукции, 2017-2022 гг.



Источник: Данные Global Data.

- ✓ Доля России в мировой индустрии – 2,4%
- ✓ Доля России на региональном уровне до 44,4% в 2022 г.
- ✓ Общий рост отрасли в России – 19,6%.

Рисунок 2. Соотношение и удельный вес России в мире и Восточной Европе по производству парфюмерно- косметической продукции, 2017-2022 гг.

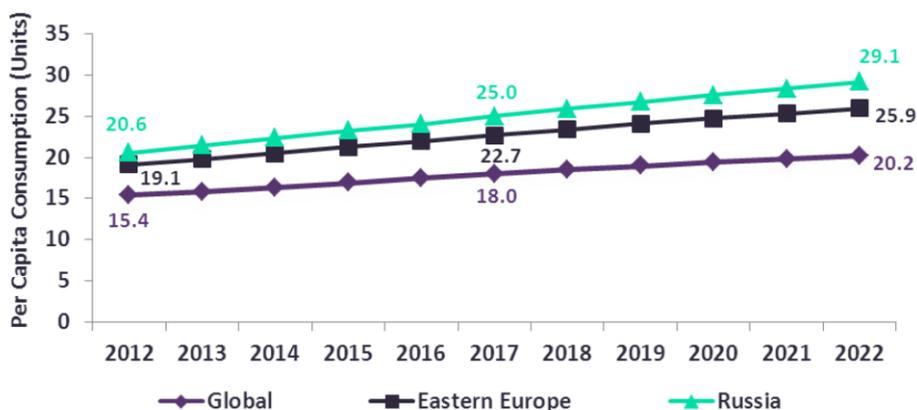


Источник: Данные Global Data. Фераль 2018

- ✓ Объем продукции России в мировой индустрии **3,8%** в 2022 году.
- ✓ Объем продукции России на региональном уровне до **44,7%** к 2022 году.
- ✓ Рост общего объема производства в России – **16 %**, 2017-2022гг.

## Потребление продукции на душу населения в год. Россия в сравнении с Восточной Европой и миром

Рисунок 3. Потребление продукции на душу населения в год. Россия в сравнении с Восточной Европой и миром



Источник: Данные Global Data.

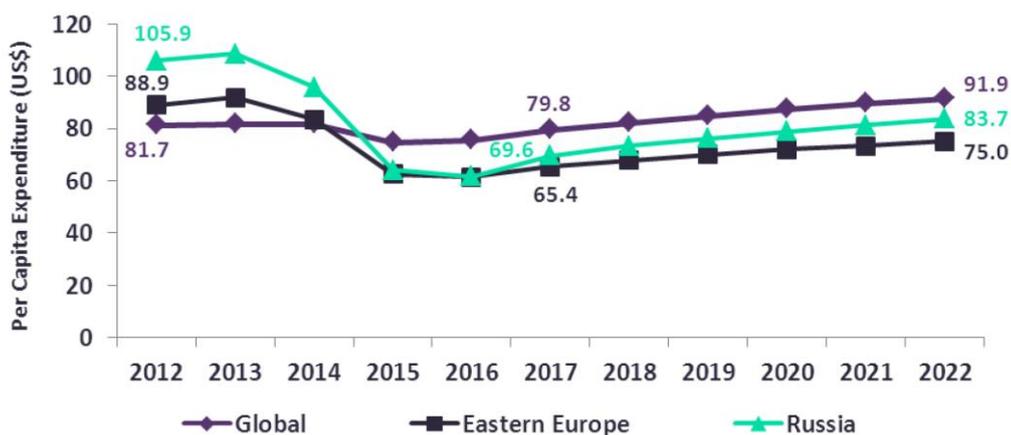
2012 г. – 20,6 единиц.

2017 г. – 25 единиц.

2022 г. рост до 29,1 единиц.

## Расходы на душу населения в год. Россия в сравнении с Восточной Европой и миром

Рисунок 4. Расходы на душу населения в год. Россия в сравнении с Восточной Европой и миром



Источник: Данные Global Data.

2012 г. – 105,9 долл. США.

2017 г. – 69,6 долл. США.

2022 г. рост до 83,7 долл. США.

Рисунок 5. Объем рынка парфюмерно-косметической индустрии



Источник: Данные Global Data.

### Сектора индустрии

Лидирующие сектора	Объем рынка (млрд. руб.), 2017	Среднегодовой темп роста (2017-2022)
Уход за кожей	148.6	5.4%
Парфюмерия	110.9	4.9%
Уход за волосами	98.0	3.5%

Быстро растущие сектора	Объем рынка (млрд. руб.), 2017	Среднегодовой темп роста (2017-2022)
Солнцезащитные средства	5,785.0	6.2%
Средства после загара	940.1	6.2%
Уход за кожей рук	10,158.5	6.1%

Рисунок 6. Изменение доли сектора (объем продаж в млрд.), 2017–2022



Источник: Данные Global Data.

### Потребление единиц продукции на душу населения в сравнении с Восточной Европой и миром

Сектора	Россия	Восточная Европа	Весь мир
Средства по уходу за кожей	7.2	7.2	3.2
Средства личной гигиены	4.5	4.5	4.5
Средства ухода для мужчин	3.7	2.0	1.0
Средства по уходу за волосами	2.7	3.3	2.7
Средства женской гигиены	2.7	2.9	2.9
Средства по уходу за полостью рта	1.8	2.3	2.9
Декоративная косметика	1.5	1.3	1.1
Парфюмерия	0.8	0.6	0.2
Средства по уходу за волосами	0.1	0.1	0.2

Рисунок 7. Факторы выбора салона красоты



Рисунок 8. Профиль потребителя

### Возраст



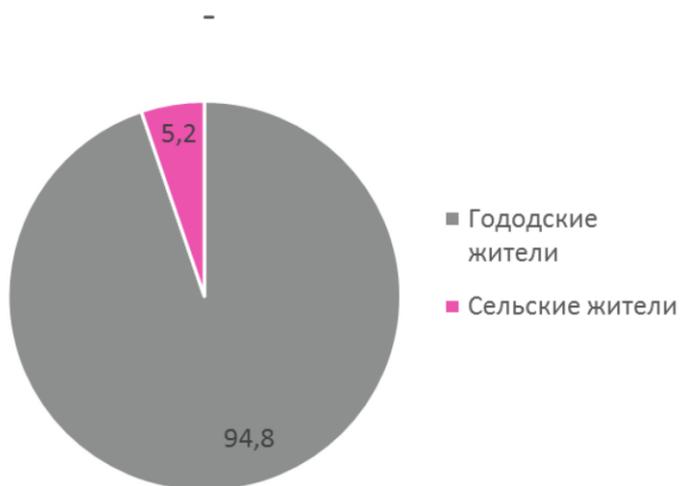
Источник: Данные Global Data.

### Пол



Источник: Данные Global Data.

### Место жительства



Источник: Данные Global Data.

### Образование



Источник: Данные Global Data.

## 3. ОБЗОР РЫНКА ИНЪЕКЦИОННОЙ КОСМЕТОЛОГИИ В РОССИИ

**> 7 млн инъекционных процедур проведено в РФ в 2018 году**

Российский рынок инъекционной косметологии формируется пятью основными сегментами: ботулотоксины, филлеры, биоревитализанты, мезопрепараты и рассасывающиеся нити.

«Текарт» для формирования собственных оценок рынка косметологических инъекций считает первые четыре сегмента (все, кроме нитей), на которые приходится свыше 90% от числа сделанных в 2018 году процедур. При этом оценка производится исходя из объемов реализованной продукции с учётом «серого» сегмента. Наши данные подтверждают исследования Vademecum, методология которых основывается на опросах практикующих косметологов во всех регионах России.

**50% достигает «серый» сегмент рынка инъекционной косметологии**

«Серый» сегмент российского рынка инъекционной косметологии формируется, главным образом, за счёт оборота незарегистрированных или контрафактных препаратов, процедур, выполняемых на дому либо лицами без необходимого образования, деятельности организаций без соответствующих лицензий.

Естественно, ни о какой более-менее точной оценке «серого» сегмента речи не идет. Методологически «Текарт» оценивает лишь оборот незарегистрированной и нелегально поставленной продукции, эта доля снижается в последние годы, что давало бы право говорить об «обелении» рынка, однако, согласно экспертным оценкам, появляются все новые «серые» формы работы, которые, напротив, развиваются вместе с ужесточением нормативной базы и усилением контроля со стороны проверяющих органов.

**Рынок показывает рост «вопреки»**

Законодательные изменения и снижение покупательной способности — главные негативные факторы, определявшие развитие рынка в 2017-2018 гг. Тем не менее, инъекционный рынок смог продемонстрировать «прирост», что свидетельствует об его отложенном потенциале.

В марте 2017 года Минздрав издал приказ № 11н «Об утверждении требований к содержанию технической и эксплуатационной документации производителя (изготовителя) медицинского изделия», в котором говорилось о том, что любое вновь регистрируемое медицинское изделие должно иметь в составе только зарегистрированные в РФ лекарственные элементы и субстанции. Приказ снизил регистрационную активность участников рынка, поэтому в течение года новые инъекционные препараты на рынке практически не появлялись за единичными исключениями. В сентябре 2018 года Росздравнадзор фактически отменил действие приказа своим письмом №10-42735/18.

В дополнение к усложнению регистрации новых препаратов, в мае 2018 года Минздрав ужесточил требования к отделениям пластической хирургии своим приказом № 298н «Об утверждении Порядка оказания медицинской помощи по профилю «пластическая хирургия», а Росздравнадзор инициировал проверки профильных клиник. Эти события также повлияли на рынок

инъекционной косметологии, спровоцировав закрытие ряда клиник.

Покупательная активность населения в рассматриваемом периоде оставалась на низком уровне, некоторое оживление наметилось только к концу 2018 года. Данный фактор, во-первых, не позволил рынку сохранить докризисные темпы роста, а, во-вторых, привел к изменению его структуры за счет повышения интереса к процедурам, дающим немедленный зримый результат, и к процедурам с использованием более дешевых препаратов.

**561 тыс. флаконов — объём «белого» рынка ботулотоксинов**

Объём «белого» рынка ботулотоксинов в 2018 году составил ~ 561 тыс. флаконов, что на 17% больше, чем годом ранее.

Всего в России зарегистрированы 6 препаратов, один из которых — российского производства (Релатокс). Доля отечественной продукции в объёме легальной реализации — 11%. Самый популярный ботулотоксин — Диспорт, занимает 35% «белого» рынка. Рынок ботулотоксинов имеет минимальные показатели «серости» — до 10%.

**1,7 млн шприцев — объём «белого» рынка филлеров**

Объём «белого» рынка филлеров в 2018 году составил 1,7 млн шприцев, что на 0,46% меньше, чем годом ранее.

С учётом «серого» сегмента рынок можно оценить ~ в 2,2 млн шприцев.

Всего Росздравнадзором зарегистрированы 54 торговые марки филлеров от 43 производителей, 3 из которых — отечественные компании. 46% рынка принадлежит французской компании Allergan, которая является лидером 5 лет подряд

**919 тыс. упаковок — объём «белого» рынка биоревитализантов**

Объём «белого» рынка биоревитализантов в 2018 году составил 919 тыс. упаковок, что на 23% больше, чем годом ранее. «Серый» сегмент оценивается в 30-40%.

В Росздравнадзоре зарегистрированы 60 торговых марок биоревитализантов. В 2018 году на российском рынке были представлены биоревитализанты 38 производителей, 5 из которых — отечественные. Наибольший объем официальных продаж совершила корейская компания BNC Korea, на нее пришлось 24% рынка

**817 тыс. флаконов — объём «белого» рынка мезотерапии**

Объём «белого» рынка препаратов для мезотерапии в 2018 году составил ~ 817 тыс. флаконов, что на 30% больше, чем годом ранее. Объем «серого» рынка оценивается в 50%.

В 2018 году на рынке была представлена продукция 27 компаний, из них 5 — отечественных производителей, которые занимают 3% рынка. 27% «белого» рынка мезотерапии занимает корейская компания Caregen с препаратом Dermaheal.

## Российский рынок инъекционной косметологии

«Текарт» оценивает рынок косметических инъекций как сумму наиболее значимых его сегментов: ботулотоксинов, филлеров, биоревитализантов и мезопрепаратов.

Изначально мы рассчитываем все показатели в натуральном выражении — во флаконах, шприцах, упаковках без учёта их объема.

Затем, на основании собственных расчётов, учитывающих собранную статистику, различные косвенные показатели, корпоративные данные и экспертные оценки, мы оцениваем число процедур «белого» и размер «серого» рынка.

Важно отметить, что наша оценка «серого» рынка приводится «снизу», поскольку учитывает, главным образом, оборот незарегистрированных и некоторой доли контрафактных препаратов — ранее именно они формировали большую часть «серого» рынка.

Сегодня многие популярные ранее незарегистрированные препараты получили регистрационные удостоверения или ушли с рынка, и мы получили формальное сокращение «серого» рынка.

Однако, по мнению специалистов, вместе с усилением регуляторной активности и законодательными изменениями, изменяются и формы нелегального бизнеса на рынке косметологических инъекций.

Поэтому ни о каком «обелении» рынка речи не идёт, мало того, ряд экспертов считает, что «серый» рынок, напротив, увеличивается.

Базовые данные для расчёта показателей за 2018 год:

Сегмент рынка	Объём «белого» рынка	Доля «серого» сегмента
Ботулотоксины	561 тыс. флаконов	<10%
Филлеры	1,7 млн шприцев	30%
Биоревитализанты	919 тыс. упаковок	40%
Мезопрепараты	817 тыс. флаконов	50+%

Объём российского рынка инъекционной косметологии в 2018 году специалисты «Текарт» оценили в ~ 7 млн процедур (с учётом «серого» сегмента).

Действительные темпы роста рынка посчитать сложно, поскольку из-за изменчивости и большого веса «серого» сегмента меняются подходы к формированию показателей. Мы имеем конкретные темпы роста «белого» рынка в каждом из изучаемых сегментов, а также экспертные оценки общей динамики отрасли. Так, участники рынка полагают, что российская инъекционная косметология прибавила 4-10% в 2018 г.

**Наибольшее влияние на рынок инъекционной косметологии оказывают следующие отрицательные факторы:**

- ✓ **снижение уровня жизни населения** за счет опережающего роста тарифов и цен в сравнении с ростом зарплат, пособий, пенсий и т. п. Кроме того, присутствует эффект "привыкания" к кризису, санкциям, нестабильной экономической обстановке, что изменяет потребительское поведение.  
В 2018-2019 гг. наметились признаки восстановления покупательной способности населения, в первую очередь, в высокодоходных группах населения, однако массовый потребитель по-прежнему является максимально чувствительным к цене приобретаемых товаров и услуг;
- ✓ **нормативные изменения**, усиление регуляторного контроля. В первую очередь, речь идет о приказе Минздрава № 11н от марта 2017 г., который усложнил регистрацию новых медизделий. Барьер был снят письмом Росздравнадзора № 10-42735/18 от сентября 2018 г.  
Кроме того, влияние оказал приказ Минздрава № 298н от мая 2018 г., который ужесточил требования к оказанию услуг по профилю «пластическая хирургия». В 2019 г. обсуждаются изменения к порядку оказания услуг по профилю «косметология», что ограничит деятельность среднего медперсонала;
- ✓ **конкуренция со стороны аппаратных методик**, так же, как инъекции, дающих быстрый визуальный эффект, которые получили широкое распространение и значительно подешевели за последние годы.



**~ 7 млн  
процедур  
за 2018 год**

**+ 4-10%**

Наибольшее положительное влияние оказывают следующие факторы:

- ✓ **взросление населения, снижение возраста первого обращения** за инъекционными процедурами, **рост количества клиентов-мужчин** увеличивают численность потенциальных потребителей;
- ✓ **смещение** спроса от хирургических эстетических операций к инъекционным методикам;
- ✓ **культ красоты и молодости**, изменение образа жизни и ценностей населения, широкое знание потенциальной аудитории об инъекциях.



**Рынок ботулинотерапии — крупнейший сегмент российского рынка косметологических инъекций**

- ✓ Российский рынок ботулотоксинов, по данным «Текарт», прибавил 17% к уровню 2017 г. и достиг в 2018 г. показателя в 561 тыс. флаконов (без учета «серого» сегмента).
- ✓ В 2018 году на «белом» рынке ботулотоксинов была представлена продукция **6 производителей**. Каждый производитель поставлял только одну ТМ препарата:

- Allergan Pharmaceuticals (США / Ирландия) – **Botox / Ботокс**;
  - Ipsen Biopharm – **Disport / Диспорт** (Франция / Великобритания);
  - Merz Pharma – **Xeomin / Ксеомин** (Германия);
  - Lanzhou Institute of Biological Products (Китай) – **Lantox / Лантокс**;
  - «Микроген» (Россия) – **Relatox / Релатокс**;
  - Hugel Inc (Корея) – **Botulax / Ботулакс**.
- ✓ Наиболее популярными были ботулотоксины **Диспорт** и **Ксеомин** (35% и 26% соответственно). Ксеомин вытеснил со второго места Б отокс, находившийся на данной позиции с 2015 года.
  - ✓ Китайский ботулотоксин **Лантокс** традиционно занимает последнее место с долей рынка 0,2%. Его «обошел» даже зарегистрированный в 2017 г. корейский **Ботулакс**, занявший 5% «белого» рынка в 2018 г.
  - ✓ Российский ботулотоксин Релатокс присутствует на рынке с 2014 года. Его продажи демонстрируют стабильный ускоренный рост. Так, если по итогам 2014 года Релатоксу удалось занять лишь 1% рынка, то в 2018 г. - уже **11%**.

НПО «Микроген» — производитель препарата — регулярно инвестирует в клинические испытания и расширение производства. Согласно данным компании, по итогам 2018 года Релатокс стал самым востребованным препаратом в структуре продаж НПО «Микроген».

- ✓ Ботулотоксины — единственные препараты из изучаемых, которые широко применяются не только в косметологии, но и в **медицине**. В связи с этим в сегменте наибольшее число исследований и испытаний, направленных на расширение областей использования и повышение удобства работы с препаратами для врачей разных специализаций.
- ✓ Только в области ботулинотерапии действует **профессиональное объединение** — Межрегиональная общественная организация специалистов ботулинотерапии (МООСБТ, создана в 2008 г.).



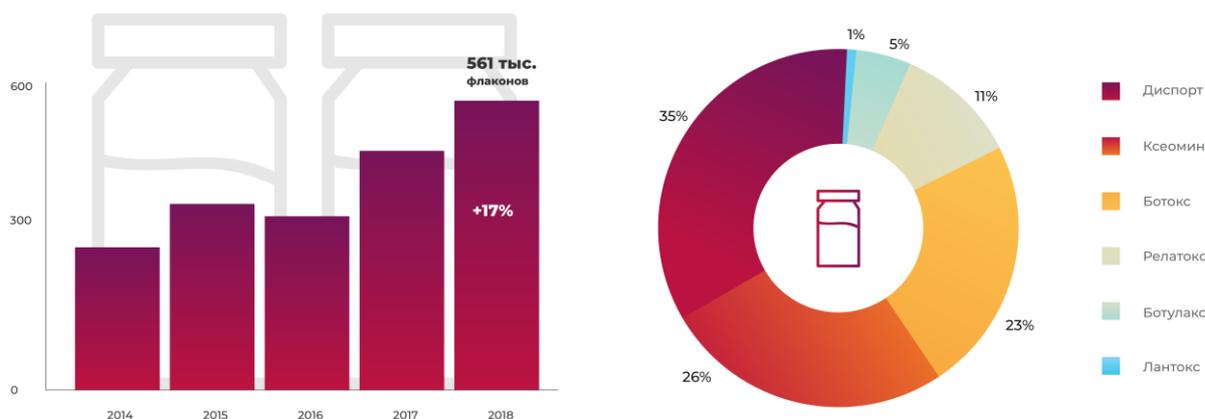
**561 тыс.  
флаконов  
за 2018 год**

**+ 17%**

Исследование «Белый» рынок



Рисунок 9. Объем, динамика и структура «белого» рынка ботулотоксинов в России



Источник: Расчеты «Текарт».

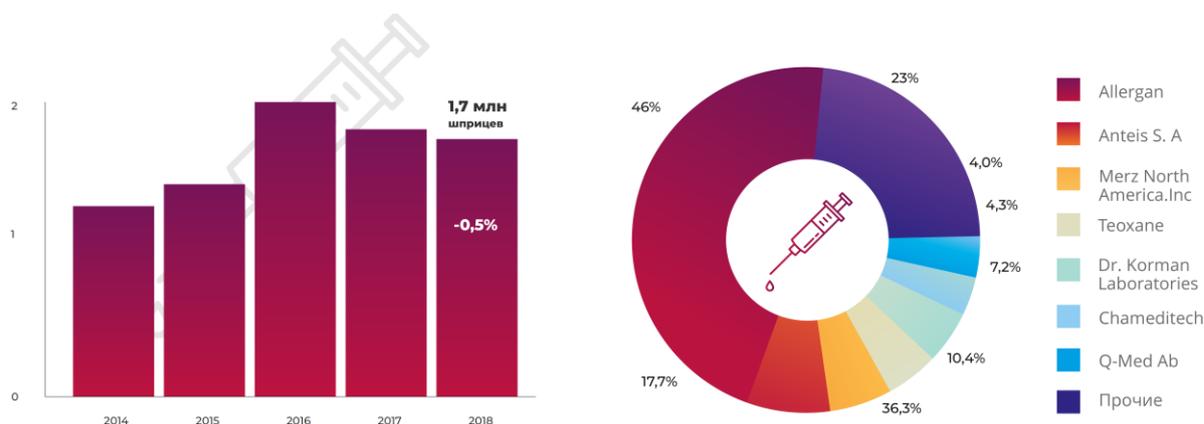
### Рынок филлеров — сегмент рынка косметологических инъекций с наибольшей конкуренцией

- ✓ «Белый» рынок филлеров в РФ в 2018 г. оценивался «Текарт» в **1,7 млн шприцев**. По сравнению с 2017 г. официальное потребление практически осталось неизменным (фактически **-0,46%**).  
С учётом «серого» сегмента объем рынка превысил **2,2 млн шприцев**.
- ✓ В 2018 г. на «белом» рынке филлеров была представлена продукция **40 производителей**.  
Всего же регистрационные свидетельства Росздравнадзора имеют 54 торговые марки филлеров от 43 производителей.
- ✓ Около **70%** потребления «белых» филлеров в 2018 г. составляют препараты французского, швейцарского и корейского происхождения.
- ✓ Лидерство на рынке в течение всего периода исследования рынка филлеров «Текарт» (т. е. с 2011 г.) принадлежит французской компании **Allergan**. В 2018 году на нее пришлось **45,8% продаж**.
- ✓ Группа «преследователей» меняется каждый год. В 2018 году в нее вошли:
  - Anteis S.A;
  - Merz North America;
  - Teoxane S.A.;
  - Dr. Korman Laboratories;
  - Chameditech;
  - Q-Med Ab.



- ✓ На ТОП-3 производителей пришлось почти 60% рынка, на ТОП-5 – около 70%, на ТОП-10 – 84%.
- ✓ Наиболее популярный в 2018 г. филлер – **Juvederm** (Allergan). В тройку лидеров вошли так же **Belotero** (Anteis S.A) и **Radiesse** (Merz North America). На их долю пришлось около 55% «белого» рынка. Торговые марки из ТОП-3 занимают около 55%, а из ТОП-10 - более 75% рынка.
- ✓ Российская продукция занимает незначительную долю в общей легальной реализации филлеров, однако темпы прироста сегмента превышают общеотраслевые (+10-15% ежегодно).
- ✓ Всего в РФ работают 3 производителя, выпускающие 4 торговые марки филлеров: «МКС-Лаборатория» с препаратами **Amaline** и **Reneall**, «Лаборатория Тоскани» с препаратом **Hyaluform filler**, «Диарси Центр» с препаратом **Femegyl**.

Рисунок 10. Объем, динамика и структура «белого» рынка филлеров в России



Источник: Расчеты «Текарт».

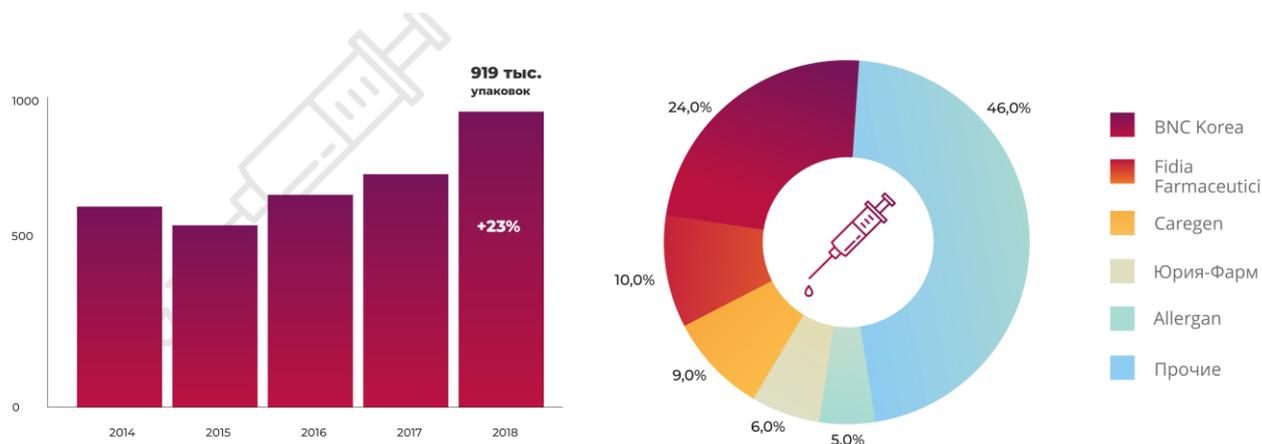
### Рынок биоревитализантов — сегмент российского рынка косметологических инъекций со значимой долей отечественного производства

- ✓ «Белый» рынок биоревитализантов в РФ в 2018 г., согласно исследованиям «Текарт», достиг показателя в **919 тыс. шприцев**, что на **23%** больше, чем в 2017 г. Доля «серого» сегмента достигает **30-40%**.
- ✓ В настоящее время в реестре зарегистрированных в России медицинских изделий насчитывается более **60 препаратов** для биоревитализации.
- ✓ В продаже в 2018 г. была представлена продукция **33** зарубежных и **5** российских производителей.
- ✓ Биоревитализанты — единственный сегмент рынка косметологических инъекций, где российским производителям принадлежит значимая доля рынка. В 2018 г. - **16%**.
- ✓ Российские препараты для биоревитализации: **Гиалуформ** («Лаборатория Тоскани»), **Эвгулон** («Тульская Индустрия ЛТД»), **OutLine Gel** («Химполимед»), **Риниалм** («СЛС»), **Амалайн** («МКС-Лаборатория»), **РЕВИ** («МКС-Лаборатория»).
- ✓ Более половины официальных продаж биоревитализантов приходится на пять зарубежных производителей:
  - **BNC Korea** (Корея);

- Fidia Farmaceutici (Италия);
  - Caregen (Корея);
  - Юрия-Фарм (Украина);
  - Allergan (Франция).
- ✓ Наибольшей популярностью в 2018 г. пользовались биоревитализанты **Meso-Wharton P199** (BNC Korea) и **IAL System** (Fidia Farmaceutici) — их доли 11% и 10% соответственно. Третье место занял бренд **Aquashine** (Caregen) — 9%.
  - ✓ Основной тенденцией последних лет является **передел рынка**: сокращается доля наиболее популярной в прошлом итальянской продукции, при этом растут поставки биоревитализантов производства Южной Кореи.
  - ✓ Для рынка биоревитализации характерна **изменчивость**: расширяются линейки препаратов, появляются новые продукты, ежегодно меняется структура продаж в разрезе торговых марок.



Рисунок 11. Объем, динамика и структура «белого» рынка биоревитализантов в России



Источник: Расчеты «Текарт».

### Рынок мезотерапии — самый сложный для оценки сегмент российского рынка косметологических инъекций

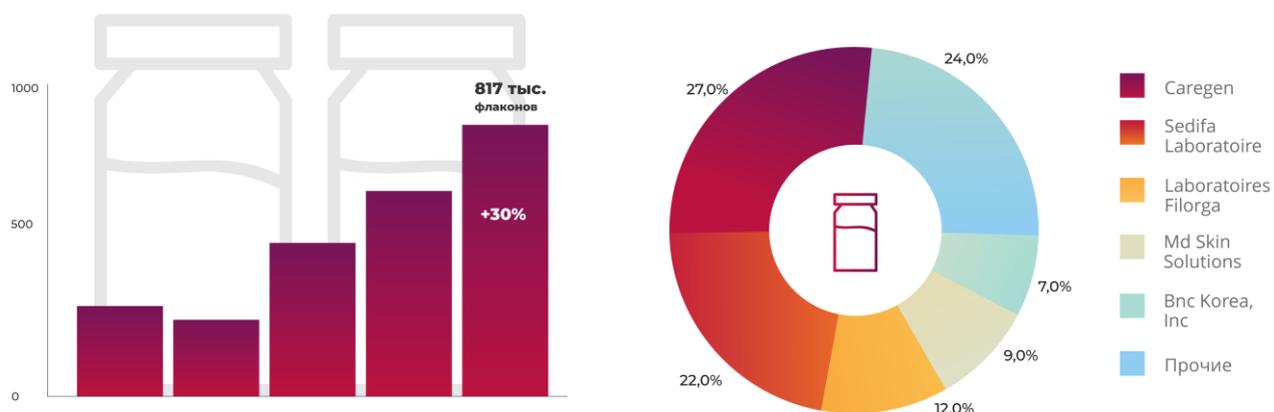
- ✓ Объем «белого» рынка мезопрепаратов в России в 2018 г. «Текарт» оценивает ~ в **817 тыс. флаконов**. Это на **30%** выше уровня предыдущего года. Рынок развивается довольно динамично, регулярно появляются новые препараты, которые при своей относительно невысокой цене обещают ощутимый эффект.
- ✓ Рынок мезопрепаратов труден для анализа, поскольку на нем оборот имеет **более 100 наименований** различных мезопрепаратов, только 15% из которых имеют регистрационные удостоверения Росздравнадзора.

- ✓ Размер «серого» рынка составляет ~ 50%.
- ✓ Официально можно проследить поставки **27 участников рынка**, среди которых 22 иностранные компании и 5 – российские.
- ✓ Среди лидеров рынка – только зарубежные производители, поставляющие по одной торговой марке препаратов на рынок:
  - **Caregen** (Корея) с препаратом **Dermaheal** занимают 27% рынка;
  - **Sedifa Laboratoire** (Монако) с препаратом **Conjonctyl** – 22% рынка;
  - **Laboratoires Filorga** (Франция) с препаратом **NCTF 135** – 12% рынка;
  - **MD Skin Solutions** (Люксембург) с препаратом **Mesoline** – 9% рынка;
  - **BNC Korea** (Корея) с препаратом **Mesosculpt** – 7% рынка.
- ✓ В России производством мезопрепаратов занимаются следующие компании:
  - **Martinex Group** (Гиалуформ мезолифт, Скинасил);
  - **NMTC International** (Amalain, Revi);
  - **«Химполимед»** (OutLine Gel);
  - **«НовоНексус»** (Интенсивная омолаживающая сыворотка);
  - **«Космотерус»** (Гиатулон М).

Суммарно на них приходится **3% рынка**.
- ✓ В структуре продаж в разрезе объема флаконов почти 60% приходится на мезококтейли объемом **5 мл**. Тенденцией последних лет является смещение спроса на флаконы увеличенного объема.



Рисунок 12. Объем, динамика и структура «белого» рынка мезопрепаратов в России



Источник: Расчеты «Текарт».

## 4. VIVA PHARMA GROUP

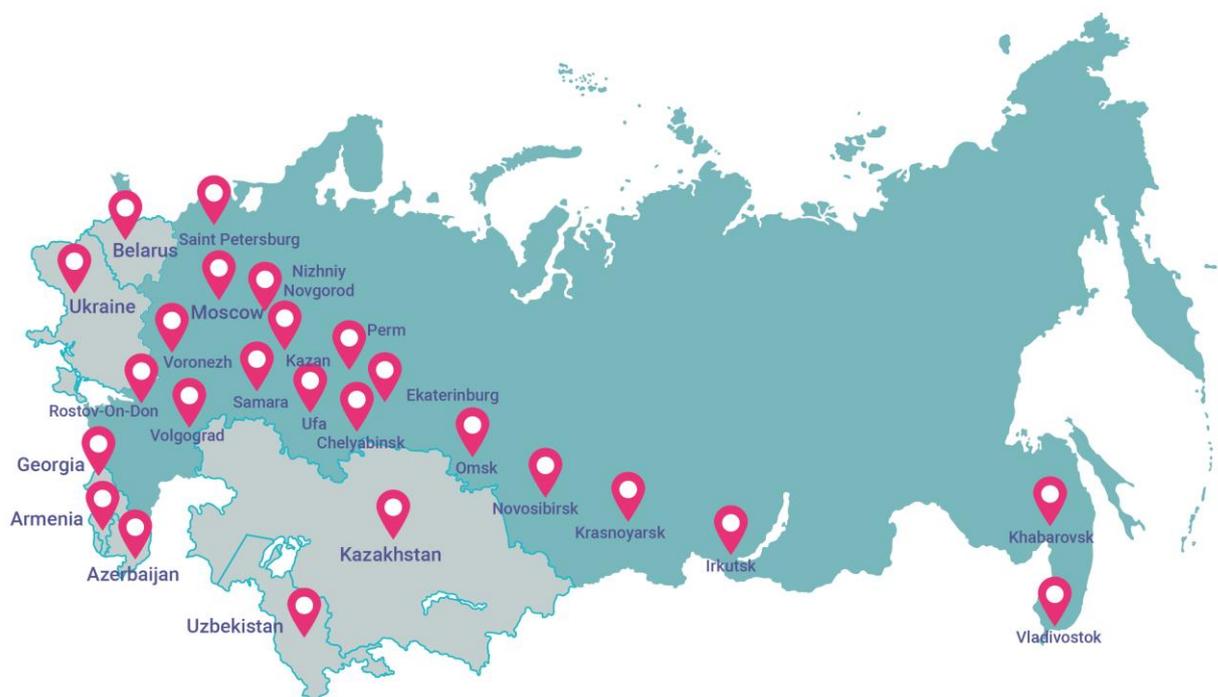
### 4.1. О компании

Международная компания полного цикла – от научных разработок инновационных препаратов в сфере профессиональной косметологии и их производства до обучения специалистов и дистрибуции косметологических препаратов.

Наша компания берет свое начало от дерматологов и кандидатов медицинских наук Американского Медицинского центра Montefiore Medical Centre (New York). Большинство продуктов компании являются собственными разработками при своей лаборатории, которые создаются в соответствии с желанием и нуждами клиентов

**Наша миссия – Создавать инновационные препараты для красоты и здоровья**

### 4.2. Наше присутствие



### 4.3. Научные разработки

Мы используем только современное фармацевтическое производство на самых передовых международных инновационных производственных площадках, которые наши специалисты специально отбирают по различным критериям (соответствие международным фармацевтическим стандартам GMP, FDA и менеджменту качества ISO, наличие современного оборудования и предварительный многоуровневый контроль качества), чтобы получить высококлассную, безопасную и эффективную продукцию.



Все препараты производятся на фармацевтических заводах, которые уже имеют передовые технологии производства препаратов фармацевтического качества и международную систему сертификации по всем европейским и американским стандартам качества (GMP, FDA).

### 4.4. Учебный центр

**УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР VIVA PHARMA GROUP** – подразделение компании для обучения специалистов эстетической медицины технологиям работы с препаратами, правилам и методикам их использования.

Современная система обучения по всем направлениям эстетической косметологии:

- ✓ семинары, вебинары, мастер-классы, постановки руки;
- ✓ инновационные, сочетанные и авторские методики;
- ✓ разбор клинических случаев и нестандартных методов;
- ✓ индивидуальный подход, консультационная поддержка.

**Преподаватели** – высококвалифицированные специалисты – практически используют свои знания в работе и делятся своим опытом и знаниями с участниками семинаров.



## 4.5. Мезотерапия

### MANIFICARE

#### ЧТО ТАКОЕ MANIFICARE?

Manificare – это спектр из пяти космецевтических процедур, предназначенных для определенных целей:



✓  
витализатор для волос, для лечения выпадения волос (кожа головы) - HAIR VITALIZER



✓  
отбеливание и осветление для борьбы с гиперпигментацией - Whitening & Brightening



✓  
регенерация дермы и разглаживание морщин DermaBooster 50 (для оживления кожи лица)



✓  
контур вокруг глаз (омолаживает, питает, защищает, убирает мешки под глазами) - Eye Contour



✓  
CelluSlim, средство для похудения (тело)

#### ПО КАКИМ ПОКАЗАНИЯМ?

Manificare – эффективная альтернатива для лечения целлюлита, удаления растяжек, алопеции и омоложения лица/шеи/рук. В отличие от хирургического вмешательства, Manificare практически безболезнен, не требует времени на послеоперационное

восстановление, не требует тяжелых повязок и анестезии. У пациентов нет перерывов в повседневной жизни, при этом они получают результаты натуральной косметики.



#### РЕЗУЛЬТАТЫ НЕМЕДЛЕННЫЕ?

Результаты проявляются сразу после первого сеанса, но пациенты замечают видимое улучшение через два-три сеанса.



## 4.6. Контурная пластика

### ФИЛЕРЫ DERMAFILL

DERMAFILL – инновационные монофазные филлеры от французского производителя на основе гиалуроновой кислоты с идеальным балансом эластичности и пластичности.

Филлеры для коррекции всех типов морщин, омоложения кожи и ремоделирования лица. Безопасность филлеров гарантирована технологией X-LAB Technology.

Динамическая структура геля обеспечивает идеальные реологические свойства филлера:

- ✓ гомогенные частицы обеспечивают равномерность и легкость распределения филлера в тканях;
- ✓ уровень BDDE < 0,01 ppm, что в 10 раз ниже допустимых показателей, что гарантирует высокую безопасность филлера;
- ✓ минимальная постпроцедурная отечность.



## 4.7. Полиревитализация (скоро в продаже)

### VIVA CELL

ЛИНИЯ ПОЛИРЕВИТАЛИЗАНТОВ VIVA CELL – это инновационный российский продукт, который производится по программе импортозамещения по заказу фармацевтической компании «ВИВА ФАРМА Групп». Производитель препаратов ООО «Лаборатория Тоскани», Россия.



ООО «ВИВА ФАРМА Групп» совместно с ООО «Лаборатория Тоскани» является разработчиком линейки полиревитализантов VIVA CELL. Вся продукция сертифицирована.



Коллекция эксклюзивных anti-age препаратов таргетированного действия на основе гиалуроновой кислоты, обогащенных витаминами, аминокислотами и другими активными компонентами, предназначенная для профессионального применения в эстетической медицине, от фармацевтической компании «ВИВА ФАРМА Групп».26

Полиревитализация VIVA CELL представляет собой сочетание методик биоревитализации и мезотерапии, которое предполагает использование комплексных формул на основе гиалуроновой кислоты, обогащенных витаминами, аминокислотами и другими активными компонентами, созданных для регенерации, восстановления и обновления кожи.

### Таргетированное действие препаратов линии VIVA CELL



хроностарение старение \ комплексное омоложение кожи восстановление поврежденных структур \ неэкологогенез гидробаланс \ эластичность и тургор \ морщины и складки тон кожи \ пигментация \ отеки \ сосудистые проявления, рубцы, стрии



фотостарение \ экология \ городской стресс \ УФ-защита гидробаланс \ экстремальная сухость \ гипоксия тканей укрепление иммунных и барьерных свойств кожи \ пастозность отеки и темные круги под глазами \ мелазма, хлоазма нарушения меланогенеза \ дефекты кожного профиля



деформационные изменения \ птоз \ дряблость кожи биологическое старение кожи с избыточными ЛЖО \ целлюлит нарушение микроциркуляции \ сосудистые проявления гиперпигментация \ проблемная кожа \ угревая болезнь воспалительные элементы \ постакне \ ревитализация волосистой части головы \ поредение волос

### Особенности шприцевых и флаконных форм VIVA CELL

Линия VIVA CELL представлена 6 препаратами шприцевой и флаконной форм выпуска, содержащими прозрачные гелеобразные субстанции различной вязкости и концентрации гиалуроновой кислоты, обогащенными аминокислотами, витаминами и другими активными компонентами, что позволяет дифференцированно подходить к решению различных косметологических задач как в монотерапевтических курсах так и в эффективной комбинаторике при создании индивидуальных косметологических программ.



Форма выпуска	ШПРИЦЫ	ФЛАКОНЫ
Концентрация гиалуроновой	14 мг/мл	8 мг/мл
Объем	1,5 мл	5мл
Частота процедур	1 раз в 3 недели	1 раз в 2 недели
Длительность курса	2-3 процедуры	3-5 процедур (для лица) 3-8 процедур (для волосистой части)

## 4.8. My skin chemistry

MY SKIN CHEMISTRY – это научно разработанное решение по уходу за кожей, которое включает препараты как для персонального, так и для профессионального использования. Наши лаборатории выбирают новые ингредиенты и исследуют различные специфические формулы с целью разработки наилучших средств для получения наилучших результатов. Максимальная эффективность обеспечивается благодаря выбору инновационных соединений и передовых технологических решений.



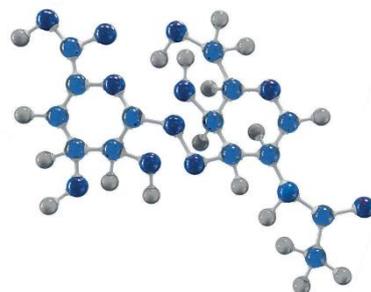
My Skin Chemistry включает 4 специализированных линейки препаратов для решения всевозможных проблем.

Все средства My Skin Chemistry изготавливаются в соответствии со стандартом ISO Надлежащей производственной практикой для косметики (ISO 22716). Кроме того, компания «Лем» (Lem) имеет сертифицированную систему контроля качества, обеспечивающую самый высокий уровень безопасности и качества (ISO 13485 – ISO 9001)

### Фрагментированная ультразвуком гиалуроновая кислота

ГИАЛУРОНОВАЯ КИСЛОТА формирует поддерживающую структуру кожи, способствуя увлажнению, повышению упругости и эластичности.

Как правило, молекулы высокой массы оказывают укрепляющее и увлажняющее действие; а молекулы более низкой массы скорее выполняют функцию филлера: они теряют свои чисто увлажняющие свойства и стимулируют физиологические функции в более глубоких тканях.



Использование низкомолекулярной, средне молекулярной (400–1000 кДа) и высокомолекулярной (1800–2200 кДа) гиалуроновой кислоты обеспечивает улучшенное распределение молекул, благодаря чему достигается множественное действие.

Высокомолекулярная гиалуроновая кислота оказывает сильно выраженное увлажняющее действие и повышает эластичность; среднемолекулярная гиалуроновая кислота выступает в качестве наружного филлера, сокращая морщины и дефекты, мгновенно наполняя и разглаживая кожу; низкомолекулярная гиалуроновая кислота оказывает аугментирующее действие и улучшает структуру.

## Запатентованная смесь гиалуроновой кислоты в линейке My Skin Chemistry

### Результаты, полученные при исследовании смеси в университете Павии (Италия)

- ✓ Результаты испытания In vitro показали значительное уменьшение интерлейкина-8 в кератиноцитах человека после воздействия ЛПС. Уменьшение концентрации ИЛ-8 достигает 51,84 % для запатентованного состава ГК. Не наблюдалось уменьшения концентрации провоспалительных цитокинов при применении смеси ГК без фрагментов размером 50 кДа.
- ✓ Результаты не зависели от дозы: это значит, что даже низкие концентрации смеси дают наилучшие результаты. В действительности, смесь можно вводить в большинство косметических и медицинских препаратов, при этом получая сильное наружное действие даже при очень низких концентрациях.
- ✓ Исследования и публикации указывают на то, что применение этой специальной смеси ГК может уменьшить побочные эффекты дерматологических процедур, таких как мезотерапия, пилинг и лазер.
- ✓ Постоянное применение смеси низкой концентрации в любых препаратах для наружного применения может уменьшить вред от преждевременного старения, связанного с локализованным воспалением гиперчувствительной кожи, склонной к атопическому дерматиту или возникновению гиперреакций, таких как покраснение, растрескивание и дискомфорт.



### Beauty method



**BEAUTY METHOD** — это полная линейка косметических средств для персонального использования, которые решают всевозможные задачи.

### Renix



**RENIUX** — это особая линейка препаратов My Skin Chemistry, которая позволяет персонализировать решение для получения оптимальных результатов при использовании после косметологических процедур или в качестве самостоятельной терапии.

### Ultimate



**ULTIMATE** — это инновационная линейка препаратов My Skin Chemistry, которые используются в качестве филлеров, но с применением наружной процедуры.

### Bioreg

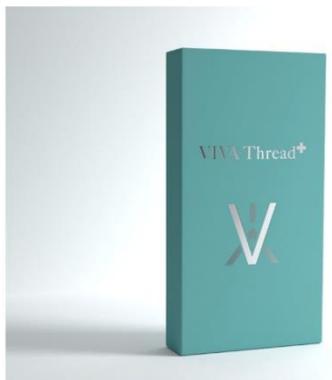


Стерильные флаконы линейки **BIOREG** для профессионального применения разработаны для реализации широкого ряда решений, удовлетворяющих любые эстетические потребности.

## 4.9. Лифтинговые нити (скоро в продаже)

### VIVA THREAD

ЛИФТИНГОВЫЕ НИТИ VIVA THREAD разработаны нашей научно-исследовательской командой VIVA PHARMA Group. Для поддержания качества на высшем уровне мы строго контролируем процессы стерилизации и сушки, а также другие процедуры в соответствии со стандартами ISO.



Являясь лидером на мировом рынке бьюти-услуг, компания VIVA PHARMA Group постоянно совершенствует свои продукты, адаптируясь под потребности клиентов. Наша команда старается удовлетворить желания клиентов, следуя четырем ключевым ценностям: **инновации, безопасность, качество и эффективность.**

НИТИ	Клиническая эффективность нитей VIVA Thread
БЕЗОПАСНОСТЬ	100% биodeградируемый материал, такой как PDO (полидиоксанон).
ЭФФЕКТИВНОСТЬ	Мононити показали высокую эффективность в омоложении кожи и укреплении кожного каркаса. Зубчатые нити Cog обеспечивают выраженный лифтинг-эффект, подтягивая провисшую кожу.
УВЕЛИЧЕННЫЙ ПЕРИОД ДЕГРАДАЦИИ	Продолжительный период деградации благодаря инновационным технологиям в производственном процессе.
СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ	Полноценная линейка продукции для каждого показания к применению.
МИРОВОЙ СТАНДАРТ	Гарантия стандарта высшего качества: процесс производства контролируется строго в соответствии со стандартами CE, ISO13485, KFDA и GMP

## 4.10. ВТРЕЕЛ – Биотехнологии пилингов

ВТреел – ведущая российская лаборатория, не имеющая аналогов на территории СНГ.

Компания специализируется на лучших современных разработках мировой косметологии. Продукция бренда создана на основе высокоэффективных пептидных комплексов и натуральных природных ингредиентах, быстро улучшает качество и состояние кожи. Все косметические средства марки **ВТрееЛ** являются профессиональными и характеризуются мгновенным результатом, который заметен уже после первого применения. Особое внимание лаборатория уделяет разработке новых 100% экологически натуральных косметических продуктов на основе трав Сибири, которые в дуэте с лучшими современными научными разработками создают уникальные по своему качеству и воздействию продукты.



Наши преимущества:

- ✓ Сырье высочайшего качества из Европы и Азии, натуральные экстракты растений России – объединяются в уникальные формулы косметических средств, разработанные лабораторией **ВТрееЛ**.
- ✓ В связи с тем, что разработка и производство продукции ведутся в России, бренд имеет высокую экономическую конкурентоспособность, стабильность в поставках и приятные цены.
- ✓ Наличие большого ассортимента ультрасовременных активов и сырья на собственных складах – позволяет в кратчайшие сроки разработать и запустить в производство высокоэффективные косметические средства, которые не имеют аналогов в России и СНГ.

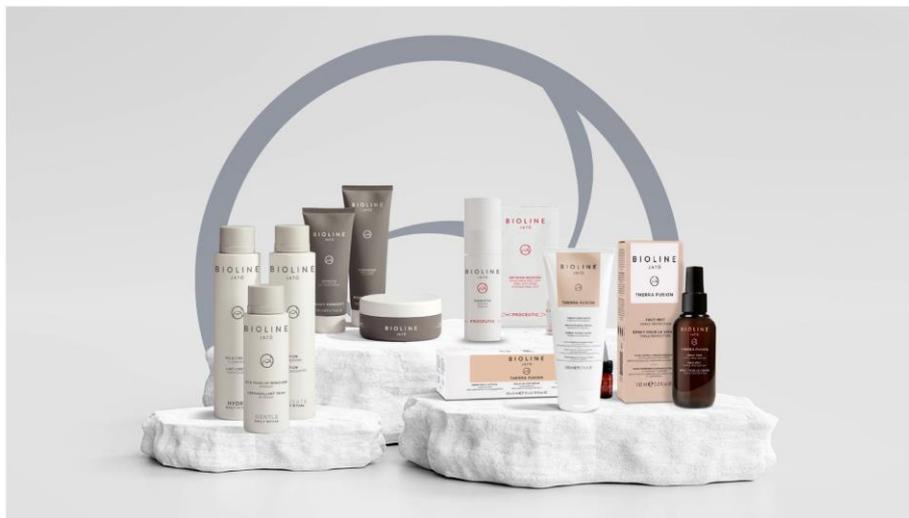


Наши преподаватели проводят специальные семинары для косметологов, массажистов, эстетистов, а также начинающих специалистов индустрии красоты. Бренд ВТрееЛ организует не только очные семинары для косметологов в Москве и региональных представительствах, но и приглашает на программы дистанционного обучения



#### 4.11. BIOLINE JATÒ

МЫ ПРЕДСТАВЛЯЕМ БУДУЩЕЕ КОСМЕТИКИ КАЖДЫЙ ДЕНЬ



Сегодня Bioline Jatò — это международный бренд, который работает через дистрибьюторов и партнеров в более чем 40 странах мира.

Секрет красоты:

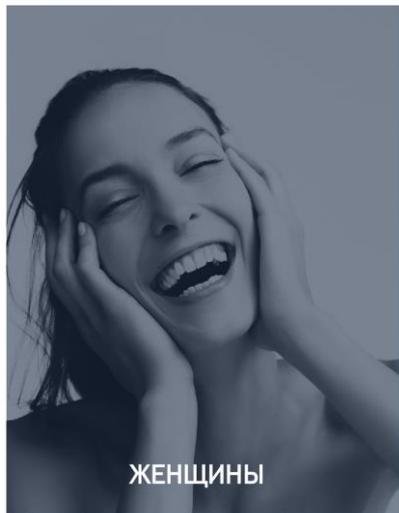
- ✓ качество;
- ✓ исследования;
- ✓ профессионализм.



**BIOLINE**  
JATÒ

Это основополагающие ценности компании, которая вот уже 40 лет объединяет постоянные научные исследования в своих продуктах с консолидированным методом, способным оптимизировать результаты и гарантировать результаты.





ЖЕНЩИНЫ

Красота – это еще и вопрос характера, как знают женщины Bioline Jatò. Современные, сильные и многогранные, это женщины, которые умеют выбирать свой путь и планировать оригинальные маршруты, не забывая при этом о нотке иронии.



ИССЛЕДОВАНИЯ

Сотрудничая с биологами, фармацевтами, химиками, косметологами и профессионалами отрасли, Bioline Jatò разрабатывает эффективные, безопасные и изысканные формулы красоты, основанные на использовании натуральных активных ингредиентов в сочетании с самыми передовыми биотехнологиями.



ОБУЧЕНИЕ  
И ОБРАЗОВАНИЕ

Опытные руки раскрывают потенциал продуктов, повышая качество эксклюзивных составов, которые сочетают в себе натуральные активные ингредиенты с передовыми косметическими биотехнологиями для получения немедленных и долгосрочных результатов в области красоты и хорошего самочувствия.



УЧАСТИЕ В  
КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ  
ВЫСТАВКАХ



СТАЖИРОВКИ ВРАЧЕЙ С  
ВЬЕЗДОМ НА ЗАВОД  
ПРОИЗВОДИТЕЛЯ



СЕМИНАРЫ И МАСТЕР-  
КЛАССЫ В УЧЕБНЫХ ЦЕНТРАХ  
VIVA PHARMA GROUP

## 4.12. Сотрудничество

**ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ НА ВЗАИМОВЫГОДНЫХ УСЛОВИЯХ СПЕЦИАЛИСТОВ, МЕДИЦИНСКИЕ ЦЕНТРЫ И ДИСТРИБЬЮТОРСКИЕ КОМПАНИИ.**

В основе нашей работы – надежные и долгосрочные отношения с Клиентами, высокое качество продукции и успешные образовательные программы в области эстетической медицины с участием ведущих российских и зарубежных специалистов.

Наши ожидания от сотрудничества – совместная активная работа по продвижению бренда.

Сотрудники нашей компании готовы обучить и предоставить любую консультацию по продукции специалистам, а также оказать поддержку в сфере продвижения и продаж нашим дистрибьюторам.



Начните сотрудничество с нами, и вы приобретете:

- ✓ Надежного и стабильного партнера.
- ✓ Идеальное сочетание цены и продукции самого высокого качества.
- ✓ Рекламную и маркетинговую поддержку.
- ✓ Современный, качественно продуманный сервис.
- ✓ Индивидуальный подход и многое другое.

## 4.13. Контакты

### Контакты

- +7 (985) 032 42 50 (отдел продаж, Москва)
- +7 (914) 777 32 21 (Хабаровск)
- +7 (914) 582 51 59 (Благовещенск)
- +7 (914) 703 80 74 (Владивосток)
- +7 (913) 986 45 13 (Новосибирск, Омск, Красноярск)

**АДРЕС:** БЦ «Сириус Парк» Каширское ш., 3, корп. 2, стр. 4, Москва, 115230

**E-MAIL:** [info@viva-pharma.group](mailto:info@viva-pharma.group)

**САЙТ:** [www.viva-pharma.group](http://www.viva-pharma.group)

[www.dermafill-manificare.ru/](http://www.dermafill-manificare.ru/)

**ВКОНТАКТЕ:** [www.vk.com/viva\\_pharma\\_group](http://www.vk.com/viva_pharma_group)

**ИНСТАГРАМ:** [@viva\\_pharma\\_group](https://www.instagram.com/viva_pharma_group)

**FACEBOOK:** [www.facebook.com/vivapharma.group/](http://www.facebook.com/vivapharma.group/)

**TELEGRAM:** [t.me/viva\\_pharma\\_group](https://t.me/viva_pharma_group)

## 5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### 5.1. График продаж, ед.

НАИМЕНОВАНИЕ	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
<b>Бренд</b>					
Viva Cell	29 961	43 389	49 898	56 865	64 822
Bioline Jato	12 110	17 620	20 263	23 092	26 323
My Skin Chemistry	9 718	14 349	16 502	18 806	21 437
Dermafill	3 465	5 000	5 750	6 553	7 470
Manificare	2 360	3 405	3 916	4 462	5 087
<b>Итого, ед.</b>	<b>57 613</b>	<b>83 763</b>	<b>96 328</b>	<b>109 778</b>	<b>125 139</b>

### 5.2. График закупок, ед.

НАИМЕНОВАНИЕ	Запас на 2023. 10- 12 мес.	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
<b>Бренд</b>						
Viva Cell	160%	47 082	53 951	50 349	71 350	66 545
Bioline Jato	180%	19 255	21 909	20 446	28 974	27 023
My Skin Chemistry	220%	15 150	17 842	16 651	23 596	22 007
Dermafill	160%	5 509	6 217	5 802	8 222	7 668
Manificare	160%	3 751	4 234	3 951	5 599	5 222
<b>Итого, ед.</b>	<b>9</b>	<b>90 747</b>	<b>104 153</b>	<b>97 198</b>	<b>137 742</b>	<b>128 465</b>

## 5.3. Контрактная цена закупки

НАИМЕНОВАНИЕ	"0"	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
<b>Бренд</b>						
Viva Cell (руб./ед.)	1 100,0	1 100,0	1 155,0	1 212,8	1 273,4	1 337,1
Bioline Jato (euro/ед.)	14,37	14,37	14,37	14,37	14,37	14,37
My Skin Chemistry (euro/ед.)	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00
Dermafill (euro/ед.)	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
Manificare (euro/ед.)	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00

## 5.4. Сумма закупки (в контрактных ценах), тыс. руб.

НАИМЕНОВАНИЕ	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
<b>Бренд</b>					
Viva Cell	51 790	62 314	61 060	90 857	88 974
Bioline Jato	31 146	35 684	33 495	47 761	44 807
My Skin Chemistry	22 173	26 289	24 677	35 187	33 011
Dermafill	19 845	22 548	21 166	30 180	28 313
Manificare	13 514	15 356	14 414	20 553	19 282
<b>Итого</b>	<b>138 468</b>	<b>162 191</b>	<b>154 812</b>	<b>224 539</b>	<b>214 387</b>

## 5.5. Цена продажи (средняя), руб./ед.

НАИМЕНОВАНИЕ	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
<b>Бренд</b>					
Viva Cell	3 000	3 150	3 308	3 473	3 647
Bioline Jato	6 217	6 254	6 292	6 330	6 368
My Skin Chemistry	4 011	4 035	4 059	4 084	4 108
Dermafill	6 638	6 678	6 718	6 759	6 799
Manificare	9 747	9 805	9 864	9 924	9 983

## 5.6. Сумма дохода (выручки), тыс. руб.

НАИМЕНОВАНИЕ	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
<b>Бренд</b>					
Viva Cell	89 884	136 676	165 036	197 484	236 374
Bioline Jato	75 345	110 216	127 511	146 172	167 651
My Skin Chemistry	39 009	57 908	66 994	76 799	88 084
Dermafill	23 018	33 394	38 634	44 288	50 796
Manificare	23 016	33 391	38 631	44 285	50 792
<b>Итого</b>	<b>250 271</b>	<b>371 584</b>	<b>436 806</b>	<b>509 029</b>	<b>593 697</b>

## 5.7. Прогноз движения денежных средств, тыс. руб.

НАИМЕНОВАНИЕ	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	ИТОГО
<b>Операционный денежный поток</b>	<b>-14 087</b>	<b>19 003</b>	<b>72 796</b>	<b>29 431</b>	<b>61 123</b>	<b>168 265</b>
<b>Поступления по операционной деятельности</b>	<b>250 273</b>	<b>371 587</b>	<b>436 809</b>	<b>509 072</b>	<b>593 700</b>	<b>2 161 440</b>
Поступления от продаж	250 273	371 587	436 809	509 072	593 700	2 161 440
Viva Cell	89 884	136 676	165 036	197 484	236 374	825 455
Bioline Jato	75 345	110 216	127 511	146 191	167 651	626 913
My Skin Chemistry	39 009	57 908	66 994	76 809	88 084	328 804
Dermafill	23 018	33 394	38 634	44 294	50 796	190 134
Manificare	23 018	33 394	38 634	44 294	50 796	190 134
<b>Выплаты по операционной деятельности</b>	<b>264 360</b>	<b>352 584</b>	<b>364 013</b>	<b>479 641</b>	<b>532 577</b>	<b>1 993 175</b>
Арендная плата	7 350	9 150	9 150	9 150	9 150	43 950
Издержки на маркетинг	23 876	35 489	41 749	48 692	56 830	206 637
Прямые затраты	196 067	238 531	233 048	327 525	368 063	1 363 235
Выплата заработной платы	25 320	29 631	31 113	32 668	34 302	153 033
<b>Налоги</b>	<b>11 747</b>	<b>39 783</b>	<b>48 953</b>	<b>61 605</b>	<b>64 232</b>	<b>226 319</b>
НДС	0	0	0	0	0	0
Налог на имущество	0	0	0	0	0	0
Отчисления с ФОТ	11 747	14 672	15 406	16 176	16 985	74 985
Налог на прибыль/Налог по УСН	0	25 111	33 547	45 429	47 247	151 334
<b>= Свободный денежный поток (free cash flow)</b>	<b>-14 087</b>	<b>19 003</b>	<b>72 796</b>	<b>29 431</b>	<b>61 123</b>	<b>168 265</b>
Поступления собственных средств	6 000	0	0	0	0	6 000
Поступления кредитов	30 000	0	0	0	0	30 000
Возврат кредитов	11 000	8 000	8 000	6 000	6 000	39 000
Выплата процентов по кредитам	4 863	3 739	2 559	1 480	520	13 161
<b>Итого финансовый денежный поток</b>	<b>20 137</b>	<b>-11 739</b>	<b>-10 559</b>	<b>-7 480</b>	<b>-6 520</b>	<b>-16 161</b>
<b>Денежные средства на начало периода</b>	<b>0</b>	<b>6 050</b>	<b>13 313</b>	<b>75 550</b>	<b>97 501</b>	<b>0</b>
<b>Денежные средства на конец периода</b>	<b>6 050</b>	<b>13 313</b>	<b>75 550</b>	<b>97 501</b>	<b>152 104</b>	<b>152 104</b>

## 5.8. Чистая прибыль, тыс. руб.

НАИМЕНОВАНИЕ	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	ИТОГО
<b>Выручка</b>	<b>250 273</b>	<b>371 587</b>	<b>436 809</b>	<b>509 072</b>	<b>593 700</b>	<b>2 161 440</b>
Общая выручка	250 273	371 587	436 809	509 072	593 700	2 161 440
<b>Издержки</b>	<b>259 035</b>	<b>319 046</b>	<b>321 154</b>	<b>422 919</b>	<b>472 699</b>	<b>1 794 854</b>
Издержки подготовительного периода	0	0	0	0	0	0
Прямые издержки	193 896	235 978	230 652	324 303	364 856	1 349 684
Наименование	7 350	9 150	9 150	9 150	9 150	43 950
Издержки на маркетинг	19 897	29 574	34 791	40 577	47 359	172 198
Заработная плата	25 320	29 631	31 113	32 668	34 302	153 033
НДФЛ	3 783	4 428	4 649	4 881	5 126	22 867
Отчисления в страховые, пенсионный фонды	8 789	10 286	10 800	11 340	11 907	53 122
<b>ЕБИТДА</b>	<b>-8 762</b>	<b>52 540</b>	<b>115 655</b>	<b>86 152</b>	<b>121 002</b>	<b>366 587</b>
Проценты по кредиту	5 220	3 641	2 461	1 400	440	13 161
Амортизация	0	0	0	0	0	0
Налог на имущество	0	0	0	0	0	0
<b>Налогооблагаемая прибыль</b>	<b>-13 982</b>	<b>48 899</b>	<b>113 194</b>	<b>84 752</b>	<b>120 562</b>	<b>353 425</b>
Налог на прибыль	3 456	24 559	39 754	40 657	56 161	164 586
Налог	0	0	0	0	0	0
<b>Чистая прибыль</b>	<b>-17 437</b>	<b>24 341</b>	<b>73 440</b>	<b>44 095</b>	<b>64 401</b>	<b>188 839</b>
<b>Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	<b>-17 565</b>	<b>6 776</b>	<b>80 216</b>	<b>124 311</b>	<b>188 711</b>	<b>188 711</b>

## ПРИЛОЖЕНИЯ. ФИНАНСОВО – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РАСЧЕТЫ

---