



faberlic

ПРИВЫЧКА БЫТЬ №1

## ИСТОРИЯ УСПЕХА

**1997** Основание компании прямых продаж «Русская линия» (Россия)

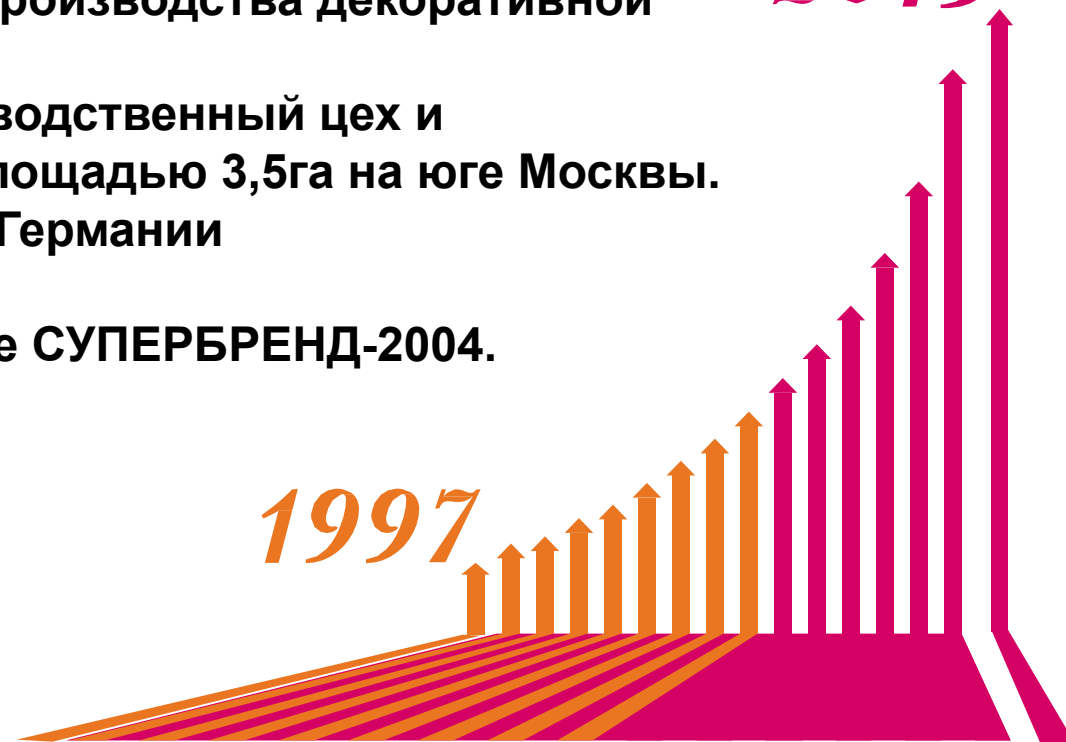
**2001** «Русская линия» переименована в Faberlic. Под брендом Faberlic начинается продажа продукции компании на территории России, Украины, Белоруссии, Казахстана, Азербайджана, Стран Балтии.

**2002-2003** Выход на европейский рынок. Регистрация французского офиса. Старт продаж в Польше. Развитие производства декоративной косметики и парфюмерии. Выкуплены в собственность производственный цех и административное здание общей площадью 3,5га на юге Москвы. Старт продаж в Румынии, Венгрии, Германии

**2004** Компании Faberlic присвоено звание СУПЕРБРЕНД-2004.

**2013**

**1997**



## ИСТОРИЯ УСПЕХА

**2005** Faberlic стал крупнейшей Российской компанией прямых продаж на рынке СНГ и Балтии. Дистрибьютерская сеть Компании насчитывает более 600 000 консультантов. Объем продаж Faberlic опережает темпы роста российского рынка косметики.

**2010** Рост количества Агентских Пунктов с 200 до 2000. Заказы через интернет.

**2011** Объединение с компаниями EDELSTAR и INFINUM

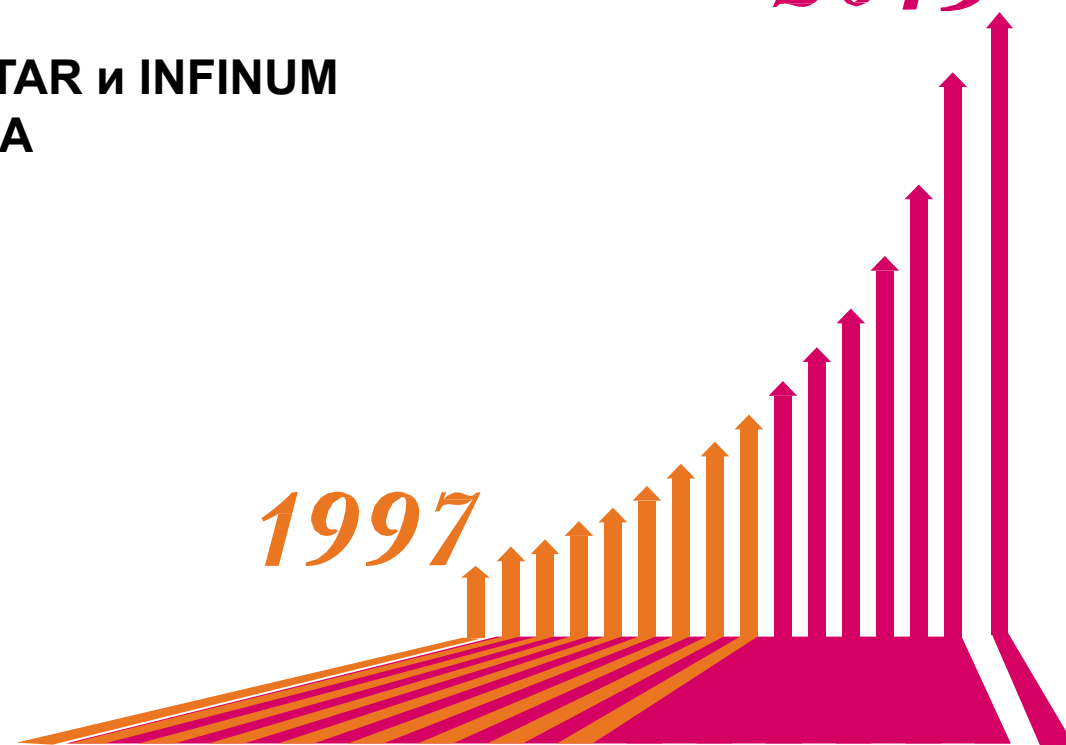
**2011** Объединение с компанией SENGARA

**2012** Увеличение количества АП до 4500

**3**

**2013**

**1997**



✓ Самая крупная объединенная российская компания, успешно работающая на международном рынке

✓ Уникальное собственное производство, аттестованное по GMP и ISO (международным стандартам качества)

✓ Более 30 международных патентов





## Алексей Нечаев

- ✓ Президент Faberlic
- ✓ Успешный предприниматель. Обладает уникальной интуицией
- ✓ Смело идет на введение новых продуктов, необычных для сетевой индустрии и выигрывает.
- ✓ Делает то, что не делают другие, поэтому у нас есть то, чего нет у других



Консультанты – это партнеры и соинвесторы, вместе с которыми мы делаем FABERLIC великой международной компанией

**Алексей Нечаев**

Из 40 000 мировых косметических брендов 86 место в мировом рейтинге

**ТОП-100**



**85**  
NUXE GROUPE  
PARIS

2012 BEAUTY SALES:  
**\$189.3 MILLION (EST.)**  
+147.2 MILLION (EST.)  
+19.6% V. '11 (EST.)

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
Nuxe, Bio-Beauté by Nuxe, Docteur Renaud, Renaud, Collin Resulmé (skin and body care, fragrance).

RECENT HISTORY: Nuxe Groupe's 2012 growth resulted from strong performances worldwide and successful launches. International business—led by Hong Kong, Italy and Belgium—made 34% of company sales. Nuxe opened subsidiaries in Turkey and the U.K. and entered Uruguay, India, Malaysia, Myanmar and Georgia, ending 2012 in 65 countries. The Nuxe brand registered sales of €130.6 million, up 21.6% year-on-year. Bio-Beauté's revenues were €27 million. Docteur Renaud's, €4.5 million, and Collin Resulmé's, €4.4 million, according to estimates. Key launches included Nuissance Jeunesse and Prodiges à Parfum.

**87**  
STYLINGLIFE HOLDINGS  
TOKYO

2012 BEAUTY SALES:  
**\$186.5 MILLION (EST.)**  
\$14.9 BILLION (EST.)  
FLAT V. '11 (EST.)

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
BCL CO.: Cleansing Research, Vecua, Vecua Honey, ClearLent, Tuntur, Avenue, Restogel (skin care), Browlash Ex (makeup), CP COSMETICS: Soigne, Soigne Fierte (skin care), Sotishi, Deltilo (makeup).

RECENT HISTORY: Helping busy StylingLife's 2012 business were the Cleansing Research and Clearlast brands in the mass market. Vecua Honey in department stores and Soigne in professional channels. Cleansing Research Wash Clearing was the company's domestic bestseller for the eighth consecutive year. Hong Kong generated 45% of StylingLife's revenues abroad. Other international markets were Mainland China, Taiwan, Thailand, Malaysia, Singapore, the U.S. and South Korea, which was its fastest-growing, with a 180% year-on-year gain.

**86**  
FABERLIC  
MOSCOW

2012 BEAUTY SALES:  
**\$186.4 MILLION**  
\$79 BILLION RUBLES  
+10.3% V. '11

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
Kislorad (skin, body and hair care), Export (skin care), Infimum, Sengar (skin care)

**88**  
MURAD  
EL SEGUNDO, CALIF.

2012 BEAUTY SALES:  
**\$184.5 MILLION (EST.)**  
+17% V. '11 (EST.)

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
Acne Complex, Age Reform, Age-Proof, Sunscreen, Environmental Shield, Murad

**89**  
HELEN OF TROY  
EL PASO, TEX.

2012 BEAUTY SALES:  
**\$176.6 MILLION (EST.)**  
-1.2% V. '11 (EST.)

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
IDELLE LABS: Pet Plus, InfusionZS, Condition 3-in-1, Ogilvy, Vitapointe, Final Net (hair care), Vitalis (men's hair care), Boat (men's grooming, in the Americas), Sure (deodorant), Sea Breeze (skin care), SkinMilk (face, body and bath care).

RECENT HISTORY: Helen of Troy's 2012 sales were negatively impacted in part by its U.S. business. There, revenues declined for a number of its brands, including InfusionZS, whose sales were down 15.6% year-on-year to \$36.4 million, and Sure, which saw revenues retreat 12.2% to \$35.8 million, according to SymphonyIRI Group. Idelle Labs, the Dabbury, Conn.-based subsidiary of beauty and consumer-products company Helen of Troy, registered an overall personal-care sales decline of 1.2% to \$490.5 million, due to factors including challenging macroeconomic conditions in Europe and Latin America and consumer trading down.

**90**  
PERFUME HOLDING  
MILAN

2012 BEAUTY SALES:  
**\$165.9 MILLION**  
€129 MILLION  
-3% V. '11

**91**  
PAGLIERI  
ALESSANDRIA, ITALY

2012 BEAUTY SALES:  
**\$162.4 MILLION**  
€126.3 MILLION  
+9.2% V. '11

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
Paglieri, Fefe Azzarra, Clio, Labrason, Fefe Azzarra Ritualia (body, bath and skin care; makeup), Schiapparelli (skin care), Saponiello (children's bath and body care), SELECTIVA: Pink Sugar (body and bath care, fragrance, deodorant), Aquolina (makeup, body and bath care).

RECENT HISTORY: Well-received product launches, including Clio's Multimirk bath care, Labrason Uomo men's lip balm and the Saponiello children's bath and body-care line, bolstered Paglieri's 2012 sales. There were also Aquolina's Cokolate body wash and the Fashion bath-care collection. Schiapparelli launched a three-step anti-cellulite treatment. Last year, Paglieri entered Russia and Kuwait and developed its existing partnerships in Croatia and Slovenia. Paglieri expanded Selectiva's business in the U.S. and introduced it in Germany. Italy generated 90% of Paglieri's overall business.

**92**  
MURAD

2012 BEAUTY SALES:  
**\$162.4 MILLION**  
€126.3 MILLION  
+9.2% V. '11

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
MORIS PROFUM: Fenera, La Perla, Grigoparis, Sergio Tacchini, Duoni, Fiorucci, Bois 1920, Morris, Genny, Ochiwedi (fragrance), Addressio, Colonial (skin and body care), PERFUME HOLDING: Benetton, John Galiano, Isoberg (fragrance).

RECENT HISTORY: The negative impact of the ongoing economic crisis in Italy, where 30% of Perfume Holding's 2012 sales were generated, was mitigated by the firm's expansion into markets such as China and the development of fragrance brands Ferrar—its top seller—and La Perla. The company discontinued some fragrance licenses, such as Krigia, Breil and Laura Toratto. Well-received scent launches included Ferrar Red Power, La Perla in Rosa, Isoberg Burning Ice, Sergio Tacchini Club and Colonial Selective Elite.

**93**  
MURAD

2012 BEAUTY SALES:  
**\$162.4 MILLION**  
€126.3 MILLION  
+9.2% V. '11

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
MORIS PROFUM: Fenera, La Perla, Grigoparis, Sergio Tacchini, Duoni, Fiorucci, Bois 1920, Morris, Genny, Ochiwedi (fragrance), Addressio, Colonial (skin and body care), PERFUME HOLDING: Benetton, John Galiano, Isoberg (fragrance).

RECENT HISTORY: The negative impact of the ongoing economic crisis in Italy, where 30% of Perfume Holding's 2012 sales were generated, was mitigated by the firm's expansion into markets such as China and the development of fragrance brands Ferrar—its top seller—and La Perla. The company discontinued some fragrance licenses, such as Krigia, Breil and Laura Toratto. Well-received scent launches included Ferrar Red Power, La Perla in Rosa, Isoberg Burning Ice, Sergio Tacchini Club and Colonial Selective Elite.

**94**  
MURAD

2012 BEAUTY SALES:  
**\$162.4 MILLION**  
€126.3 MILLION  
+9.2% V. '11

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
MORIS PROFUM: Fenera, La Perla, Grigoparis, Sergio Tacchini, Duoni, Fiorucci, Bois 1920, Morris, Genny, Ochiwedi (fragrance), Addressio, Colonial (skin and body care), PERFUME HOLDING: Benetton, John Galiano, Isoberg (fragrance).

RECENT HISTORY: The negative impact of the ongoing economic crisis in Italy, where 30% of Perfume Holding's 2012 sales were generated, was mitigated by the firm's expansion into markets such as China and the development of fragrance brands Ferrar—its top seller—and La Perla. The company discontinued some fragrance licenses, such as Krigia, Breil and Laura Toratto. Well-received scent launches included Ferrar Red Power, La Perla in Rosa, Isoberg Burning Ice, Sergio Tacchini Club and Colonial Selective Elite.

**95**  
MURAD

2012 BEAUTY SALES:  
**\$162.4 MILLION**  
€126.3 MILLION  
+9.2% V. '11

SUBSIDIARIES + MAIN BRANDS:  
MORIS PROFUM: Fenera, La Perla, Grigoparis, Sergio Tacchini, Duoni, Fiorucci, Bois 1920, Morris, Genny, Ochiwedi (fragrance), Addressio, Colonial (skin and body care), PERFUME HOLDING: Benetton, John Galiano, Isoberg (fragrance).

RECENT HISTORY: The negative impact of the ongoing economic crisis in Italy, where 30% of Perfume Holding's 2012 sales were generated, was mitigated by the firm's expansion into markets such as China and the development of fragrance brands Ferrar—its top seller—and La Perla. The company discontinued some fragrance licenses, such as Krigia, Breil and Laura Toratto. Well-received scent launches included Ferrar Red Power, La Perla in Rosa, Isoberg Burning Ice, Sergio Tacchini Club and Colonial Selective Elite.

У Faberlic есть то, что  
нужно каждой семье



*Отличное качество, доступная цена*

✓ КОСМЕТИКА

✓ ПАРФЮМЕРИЯ

✓ ОДЕЖДА

✓ СРЕДСТВА  
ГИГИЕНЫ

✓ БЕЗОПАСНЫЕ  
МОЮЩИЕ  
СРЕДСТВА

✓ ЗДОРОВОЕ  
ПИТАНИЕ, ЧАИ







## «Звездные продукты»



**30** продуктов,  
которые изменят  
вашу жизнь

# ТРИ ВОЗМОЖНОСТИ:

- 1** Стать клиентом, покупать товары по каталогу
- 2** Зарегистрироваться как привилегированный покупатель, получать скидку 20-26%
- 3** Стать консультантом, зарабатывать с Фаберлик

## Почему выгодно стать клиентом:

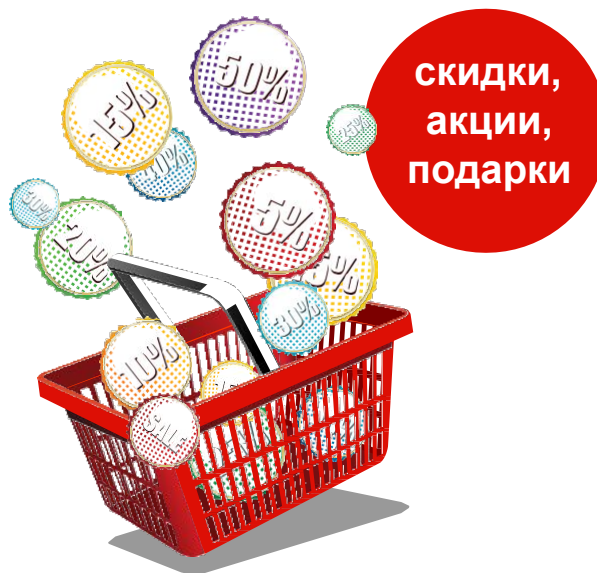


огромный выбор  
продуктов для жизни



заказ не выходя  
из дома

Профессиональный  
Консультант  
обслуживает вас дома  
или на работе



хорошее качество  
по доступной цене



консультант доставит  
туда, куда мне удобно

# Почему выгодно стать привилегированным покупателем:

20-26%



- ✓ Скидка 20%-26%
- ✓ Бесплатная регистрация
- ✓ Самостоятельный заказ через сайт или по телефону
- ✓ Самостоятельное получение в одном из 4 500 пунктов
- ✓ Доставка от 2 х до 5-ти дней.
- ✓ Акции, скидки, накопительная программа с подарками



# Почему выгодно стать консультантом:



**Получение  
розничного  
дохода**

**Доход от  
товарооборот  
а твоей  
команды**

**Стабильный  
заработок и  
крупные  
разовые бонусы**

**Возможность  
открытия  
собственного  
АП**



## Почему выгодно стать консультантом:

- ✓ Известность марки – доверие клиентов
- ✓ Эффективность продукта – повторные покупки
- ✓ Удобная система заказов
- ✓ Личный кабинет на сайте
- ✓ Легальность, прозрачность бизнеса
- ✓ Выплаты вознаграждения 17 раз в год

## Деятельность консультанта:

- ✓ Продажа товаров по каталогу, обслуживание клиентов – получение розничного дохода
- ✓ Регистрация привилегированных покупателей и консультантов
- ✓ Получение процента от их товарооборота
- ✓ Возможность открыть Агентский пункт

**Хотите  
стать  
клиентом  
Фаберлик?**

Получать  
товары там где  
вам удобно,  
тогда, когда вы  
хотите...

**Не любите  
переплачивать?**

Регистрируйтесь как  
потребитель,  
покупайте с  
дополнительной скидкой!

**Интересует  
заработок**

**?  
Станьте  
консультантом  
Фаберлик,  
начните  
знакомство  
с  
основами  
бизнеса**

**Обратитесь к вашему консультанту!**

**Прямо сейчас!**