



# РЫНОК ПАРФЮМЕРНО- КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Белгород



## Оглавление

<b>1. Общая характеристика парфюмерно-косметического рынка.</b>	
<b>Ключевые показатели.</b> .....	3
<b>1.1. Ключевые показатели</b> .....	6
<b>1.2. Производство парфюмерно-косметических средств в РФ</b> .....	9
<b>1.3. Факторы, влияющие на развитие парфюмерно-косметического рынка</b> .....	9
<b>2. Продуктовая сегментация</b> .....	10
<b>3. Ключевые игроки российского рынка</b> .....	12
<b>4. Тренды парфюмерно-косметического рынка</b> .....	13
<b>5. Каналы продаж</b> .....	14
<b>6. Сегменты рынка</b> .....	16
<b>6.1. Сегмент рынка «Косметические средства по уходу за кожей лица и тела»</b> .....	16
<b>6.2. Сегмент рынка «Средства для принятия ванны и душа»</b> .....	17
<b>6.3. Сегмент рынка «Солнцезащитная косметика»</b> .....	18
<b>6.4. Сегмент рынка «Уход за волосами»</b> .....	18
<b>7. Органическая косметика</b> .....	18
<b>7.1. Бренды органической косметики, представленные на российском рынке</b> .....	20
<b>7.2. Мицеллярная вода</b> .....	22
<b>7.3. Молочко для снятия макияжа</b> .....	22
<b>7.4. Скраб для тела</b> .....	23
<b>7.5. Крем для лица: увлажняющий, лифтинг</b> .....	23
Крем-лифтинг "Интенсивное восстановление" .....	24
<b>7.6. Гель для душа</b> .....	24
<b>7.7. Гель для интимной гигиены</b> .....	24
<b>7.8. Крем для тела</b> .....	25
<b>7.9. Крем для рук</b> .....	25
<b>8. Экспорт парфюмерно-косметической промышленности</b> .....	26
<b>9. Действующая система государственного регулирования в сфере парфюмерно-косметической промышленности</b> .....	27
<b>10. Основные тенденции развития рынка и перспективные регионы для экспорта</b> .....	30

# 1. Общая характеристика парфюмерно-косметического рынка.

## Ключевые показатели.

Парфюмерно-косметическая продукция включает широкий перечень наименований, которые можно объединить в **три основные группы**:

- косметические средства;
- средства гигиены полости рта;
- парфюмерия.

Парфюмерно-косметическая промышленность составляет около 0,1% в валовом внутреннем продукте (далее – ВВП). В отрасли занято около 4% в общей численности сотрудников организаций химического комплекса. Налоговая нагрузка компаний-производителей оценивается на уровне 11,3%.

По данным, представленным в Стратегии развития российского косметического рынка, парфюмерно-косметическая промышленность является высокотехнологичной отраслью химического комплекса и **занимает около 3,5% в объеме химического производства России.**

Уровень развития смежных отраслей (сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности, подотраслей химической промышленности) оказывает прямое влияние на конкурентоспособность парфюмерно-косметической продукции. В настоящее время **в отпускной цене предприятия не менее 40% составляет сырье и упаковка**, что свидетельствует о потерях российской экономики в условиях высокой импортозависимости от внешних поставок (**в обеспечении сырьем – до 90%, первичной упаковкой – до 70%**) и значительном потенциале по увеличению добавленной стоимости. Продукция парфюмерно-косметической промышленности и ингредиенты, используемые в производстве, относятся к высоким переделам химического производства, что в целом отвечает стратегическим приоритетам по увеличению глубины переработки в химической промышленности России.

### Сложности развития отрасли

**1. Научно-технологическое отставание и низкая коммерциализация разработок косметической продукции.**

Создание новой парфюмерно-косметической продукции сопровождается высокими финансовыми затратами на НИОКР, тестирование, подтверждение безопасности и эффективности продукции. В среднем **российские компании тратят не более 1% на НИОКР в объеме выручки, при этом доля расходов зарубежных компаний-лидеров достигает 2-4%.**

В России **недостаточно сформирована система сотрудничества с научно-исследовательскими институтами и центрами при разработке продукции парфюмерно-косметической промышленности.** Особые сложности возникают у малого и среднего бизнеса, не имеющего достаточно ресурсов вести инвестиционно-емкие НИОКР и коммерциализировать разработки. Компании сталкиваются с трудностями получения нормативной технической документации для подтверждения соответствия продукции заявленной эффективности на внутреннем и внешнем рынках.

**Инновационность парфюмерно-косметической продукции также определяется разработками новых ингредиентов, используемых в производстве.**

**2. Низкая обеспеченность отрасли косметическими ингредиентами российского производства.**

В производстве косметической продукции в России используется около **4000 ингредиентов** (индивидуальных веществ и зарегистрированных смесей). Выделяется две группы:

- основные (базовые) ингредиенты;
- функциональные и биологически активные вещества.

Косметические ингредиенты имеют природное или синтетическое происхождение. Последняя группа относится к продукции малотоннажной и среднетоннажной химии, находящейся в ведении Минпромторга России. В плане мероприятий («дорожной карте») по развитию производства малотоннажной химии в Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденным Распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 декабря 2017 года № 2834-р, «вещества для косметики» не включены в перечень приоритетных направлений малотоннажной химии для получения государственной поддержки.

Производство ингредиентов природного происхождения с высокой маржинальной стоимостью может стать новой нишей для развития предпринимательской деятельности как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Для России в целом характерен высокий потенциал для развития с учетом благоприятных природно-климатических условий, сохранившейся пока научно-исследовательской базы и кадров. В настоящее время на российском рынке в большом объеме представлено природное сырье из стран Европы и Юго-Восточной Азии. Доля импорта оценивается на уровне 70-85%.

В среднем уровень импортозависимости в поставках ингредиентов для косметической отрасли составляет 90%, в отдельных категориях достигает 100%: душистые вещества, консерванты, ультрафиолетовые фильтры, тропические масла, глицерин, натуральные жирные кислоты, жирные спирты, соли жирных кислот и так далее. Перечень перспективных направлений для развития компетенций внутри страны приведен в таблице.

#### **Перспективные направления для развития российского производства ингредиентов, в том числе для косметической отрасли**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование</b>
1.	Биотехнологические продукты
2.	Глицерин
3.	Изопропилмирикат
4.	Изопропилпальмитат
5.	Кокаמידопропилбетаин
6.	Красители природные
7.	Лаурилглюкозид
8.	Масла минеральные, в том числе высоковязкое (65-75 сПз)
9.	Масло касторовое
10.	Масла растительные
11.	Мочевина
12.	Натуральные жирные спирты, эфиры жирных кислот, воски
13.	Натуральные жирные кислоты
14.	Отдушки парфюмерные
15.	Продукты переработки водорослей
16.	Продукты вторичной переработки пищевого сырья (виноделие, морские беспозвоночные)
17.	Пропиленгликоль
18.	Сложные эфиры натуральных жирных кислот
19.	Соли жирных кислот
20.	Сорбитол
21.	Сырье животного происхождения
22.	Сырье минеральное (глины)
23.	Цетеариловый спирт
24.	Экстракты растительные
25.	Эфирные масла

**В условиях отсутствия локального производства широкого перечня ингредиентов соответствующего объема, качества и номенклатуры высокая зависимость от импортных поставок негативно сказывается на конкурентоспособности российской косметической промышленности на внутреннем и внешних рынках. Без обеспечения производителей отечественными ингредиентами устойчивое развитие отрасли в долгосрочной перспективе представляется невозможным.**

**Развитию производства сырьевой базы в России препятствует ряд ограничений, в том числе:** научно-технологическое отставание от мировой практики (по большинству видов ингредиентов), недостаточное взаимодействие науки и бизнеса, отсутствие алгоритма вывода на рынок ингредиентов для косметики.

Реализация данных инициатив требует деятельного межведомственного взаимодействия и государственного участия в рамках действующих программ и их интеграции с целями по развитию производства ингредиентов для отрасли.

### **3. Низкая обеспеченность отрасли упаковкой российского производства.**

**В среднем доля упаковки российского производства для нужд отрасли составляет около 30%. Критически высокий уровень импортозависимости характерен для комплектующих, таких как активаторы, дозаторы (диспенсеры), колпаки, спрей-колпаки, аэрозольные клапаны и прочие.**

Пластиковая упаковка как основной вид упаковки, используемый в косметической промышленности, в России выпускается 11 компаниями. Некоторые крупные компании-производители обладают собственным производством упаковки, однако в основном на рынке преобладает модель закупки у сторонних поставщиков. **Около 50% импортных поставок упаковки из пластика приходится на Белоруссию, Китай, Польшу.**

**Другим востребованным видом упаковки является стеклянная банка и флаконы.**

**Сдерживающими факторами развития конкурентоспособного производства металлической упаковки для аэрозольной продукции являются отсутствие производства лакокрасочных материалов для металлической упаковки (грунтов, покрывных лаков, офсетных красок и лаков для внутренней лакировки), почти полная зависимость от импортных поставок базового сырья – белой жести.**

### **4. Недостаточная конкурентоспособность условий для ведения бизнеса.**

**Недостаточная конкурентоспособность ведения бизнеса в России обусловлена высокими процентными ставками, рядом регуляторных ограничений и высокими импортными пошлинами в других странах. В России наблюдается высокий уровень импортозависимости в поставках производственного оборудования для парфюмерно-косметической промышленности, отличающегося высокой стоимостью.**

С учетом сравнительно невысоких затрат на трудовые ресурсы и наличия производственных мощностей существуют благоприятные условия для развития **контрактного производства в России.** Данная модель применяется отдельными компаниями, в частности, успешным примером является Группа Арнест, на мощностях которой на контрактной основе производится более 50% аэрозольной продукции, в том числе бытовой химии, продаваемой в странах Содружества Независимых Государств (далее – СНГ).

**5. Ограничение производства спиртосодержащей косметической продукции, в том числе парфюмерии.**

**6. Невысокая узнаваемость российской парфюмерно-косметической продукции, в том числе российских брендов, и слабое позиционирование.**

**В среднем доля затрат на сбыт и продвижение парфюмерно-косметической продукции отечественных производителей составляет до 15%, для сравнения за рубежом компании тратят не менее 25% от объема выручки.**

#### **7. Недостаток квалифицированных кадров.**

Обеспечение кадрами является одним из обязательных условий формирования конкурентоспособной отрасли. В парфюмерно-косметической промышленности наблюдается потребность в кадрах на всех этапах создания продукции, в том числе в технологах-разработчиках, производственном персонале, особенно в инженерных кадрах.

#### **8. Несовершенство системы статистического и информационно-аналитического учета.**

Существующая система статистического и информационно-аналитического учета в парфюмерно-косметической промышленности на сегодняшний день не обеспечивает оценки динамики и текущего состояния отрасли по различным параметрам. В настоящее время затруднен достоверный учет ключевых показателей, таких как: объем розничных продаж парфюмерно-косметической продукции на внутреннем рынке в разрезе продуктовых сегментов и импортной/российской продукции, объем российского производства в отпускных ценах, в том числе выпуска продукции иностранными компаниями, локализовавшими производство в России.

Использование признанных зарубежных информационных ресурсов демонстрирует значительное расхождение данных с официальными российскими источниками в силу разных подходов к номенклатурному перечню продукции и различию методов учета. Различные оценки рынка парфюмерно-косметической продукции обусловлены также отраслевыми особенностями: широкая и ежегодно обновляемая номенклатура продукции, представленная в разных ценовых сегментах, высокая доля контрактного производства (возможность двойного учета), отсутствие установленной системы оценки рынка, многообразие каналов продаж (сетевой маркетинг, салоны красоты и интернет-торговля).

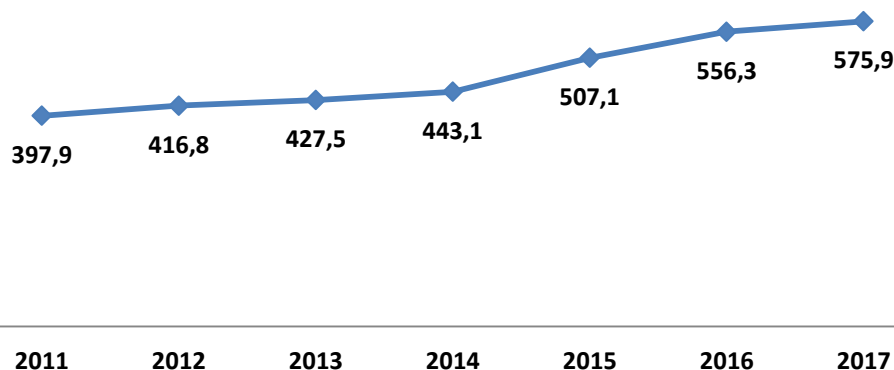
### **1.1. Ключевые показатели**

Согласно Стратегии развития российского косметического рынка, потребление парфюмерно-косметической продукции в России с **2011 года показывает положительную динамику в денежном выражении, достигнув к 2017 году 575,9 млрд руб.** В абсолютных показателях объемы рынка оставались неизменными либо снижались.

**Российский рынок парфюмерно-косметической продукции занимает около 3% в объеме мирового рынка и входит в число пяти крупнейших по объему рынков Европы.** Россия является крупнейшим рынком сбыта косметики и туалетно-косметических принадлежностей в Восточно-Европейском регионе.

## Динамика потребления продукции парфюмерно-косметической промышленности в России, в розничных ценах, млрд руб.

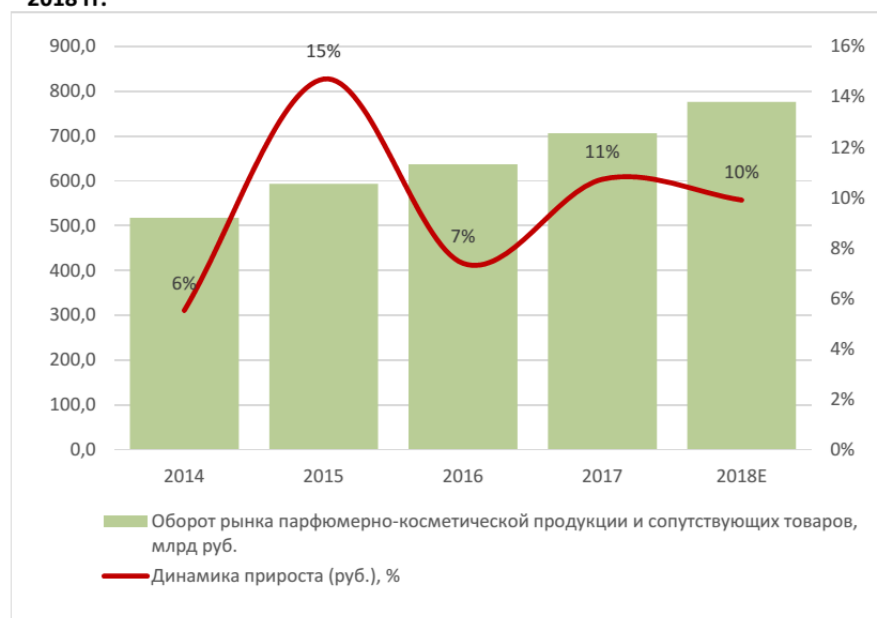
Динамика потребления продукции парфюмерно-косметической промышленности в России, в розничных ценах, млрд руб.



Источник: Стратегия развития российского косметического рынка

По данным экспертов профессионального журнала **Cosmetics in Russia**, объем российского рынка парфюмерии и косметики в 2018 году составил около 654 млрд рублей. По данным Глобального агентства по исследованию данных, к 2023 году он достигнет показателя в 830 миллиардов рублей. \*Необходимо отметить, что данные разных источников по объему рынка отличаются.

Динамика объема российского парфюмерно-косметического рынка, 2014-2018 гг.



Объем парфюмерно-косметического рынка включает розничные продажи косметических средств, парфюмерии, средств гигиены, косметических аксессуаров, техники для красоты и здоровья, сопутствующих товаров, продающихся в парфюмерно-косметических магазинах, в том числе в магазинах, торгующих профессиональной косметикой и техникой.

Источник: Росстат, ФТС, СБИС, оценка M.A. Research

Среди основных трендов парфюмерно-косметического рынка последних лет (данные за 2018 год, <https://advgroup.ru/>) – снижение доли расходов на декоративную косметику и парфюмерию и увеличение расходов на уходовую косметику для лица. В категории наблюдается рост продукции, которая позиционируется как натуральная, а также все большие обороты набирает антивозрастная косметика.

Главным драйвером развития уходовой косметики являются маски для лица. Маски для лица не только привлекли новых покупателей в категорию, но и смогли увеличить частоту и размер покупки, в то время как декоративная косметика страдает от снижения потребления (в основном за счет сокращения частоты покупок). Среди наиболее результативных категорий помимо ухода за лицом – дезодоранты.

Средства по уходу за волосами остаются самой часто покупаемой категорией и занимают около четверти расходов потребителей на средства персонального ухода. Наблюдается небольшое снижение продаж средств по окрашиванию волос.

Косметика для загара сохраняет свою долю, несмотря на небольшое снижение продаж в штуках. Мужская косметика для бритья продолжает снижаться в связи с падением частоты покупок. Среди основных причин – возвращение моды на бороду.

Пеномоющая косметика занимает около 11% затрат потребителей на средства персонального ухода и демонстрирует падение объемов продаж. Основным источником падения категории является туалетное мыло, при этом сокращение зафиксировано только в сегменте твердого мыла, в то время как продажи жидкого туалетного мыла растут за счет переключений с твердого сегмента. Стоит также отметить, что увеличиваются продажи упаковок жидкого мыла большого размера (500 мл и 500+ мл), таким образом, падение продаж в штуках вызвано перераспределением затрат на средства с длительным сроком пользования.

Продажи и потребление в категории средств по уходу за телом незначительно упали. Средства для гигиены полости рта демонстрируют небольшой рост объема продаж.

За исключением профессиональной косметики, во всех сегментах косметического рынка лидируют транснациональные компании. Среди торговых сетей Л'Этуаль сохраняет лидерство. Вырос вес сети «Магнит Косметик». Общая доля двух лидеров составляет 61%. В топ-10 появились — Wildberries, «Лента», «Ашан», «Золотое яблоко».

По данным компании BusinesStat, в 2019 году рейтинг крупнейших стран-импортеров возглавили Франция, Италия, Германия, Южная Корея и Польша.

Основными российскими импортерами косметических средств в 2019 году являлись: Москва, Санкт-Петербург, Московская область, Приморский край и Краснодарский край.

Наиболее активными потребителями российских косметических средств стали потребители Республики Беларусь, Казахстан и Украины. В структуре экспортных операций по регионам получения ключевые позиции заняли: Москва, Московская область, Санкт-Петербург.



## 1.2. Производство парфюмерно-косметических средств в РФ

Показатель	Ед. измер.	2016	2017	2018	Темп роста 2018/2017, %
Духи, тыс. шт.	тыс. шт.	6158	11858	5534	46,7
Средства для макияжа губ и глаз	млн шт.	42,6	108	98,2	90,9
Пудра косметическая или туалетная	тыс. шт.	3085	7479	9318	124,6
Средства для ухода за кожей, макияжа или защитные средства для кожи (включая солнцезащитные и для загара), не включенные в другие группировки,	млн шт.	641	589	619	105,1
Шампунь, лаки для волос, средства для завивки или распрямления волос	млн шт.	494	476	489	102,7
Пасты зубные	млн шт.	278	290	285	98,3

Источник: Росстат

Производство парфюмерно-косметических средств в РФ характеризуется следующими показателями. После значительного роста производства духов в 2017 году произошло снижение более чем на 50% в 2018: российскими компаниями выпущено 5534 тыс. штук духов.

В 2018 году почти на 10% сократилось производство средств для макияжа для губ и глаз. Объем производства составил 98,2 млн штук. Почти на 25% увеличилось производство косметической пудры и составило 9318 тыс. штук. Производство средств для ухода за кожей, макияжа и солнцезащитных средств для кожи выросло на 5%, составив 619 млн штук. Производство средств по уходу за волосами выросло незначительно – на 2,7%. Российские предприятия выпустили 489 млн штук средств. Незначительно сократилось производство зубных паст – с 290 млн штук в 2017 до 285 млн штук в 2018 году.

## 1.3. Факторы, влияющие на развитие парфюмерно-косметического рынка

Развитие рынка парфюмерно-косметической продукции происходит **под влиянием совокупности факторов.**

**Падение реальных располагаемых доходов граждан**, наряду с высокой динамикой цен, способствовали снижению потребительской активности в целом и повлияли на стратегию выбора потребителей. Данные тенденции были выражены в рационализации выбора потребителей, переключении на более дешевые товары в категории, поиске более выгодных предложений с привлекательной ценой.

Другим фактором, негативно повлиявшим на структурные изменения на рынке, стали **регуляторные изменения**. С вступлением России во Всемирную торговую организацию (далее – ВТО) в 2012 году таможенные пошлины на ввоз парфюмерно-косметической продукции в среднем упали с 15% до 6,5%, что привело к увеличению объемов импортных поставок.

**Демографические факторы** в условиях стабильных показателей численности населения в первую очередь оказывают влияние на продуктовую сегментацию рынка парфюмерно-косметической продукции.

**Общая численность населения России по состоянию на 2017 год составляет 146,8 млн человек и к 2030 году сохранится на том же уровне. Объем потребления парфюмерно-косметической продукции на душу населения в целом соответствует среднемировым показателям 60 долл. на человека.**

Наиболее широкое потребление парфюмерно-косметической продукции наблюдается среди женщин в возрасте от 20 до 60 лет, составляющих около 30% всего населения страны. Активными покупателями косметики выступают лишь 8-10% мужчин в России.

Оценивая особенности потребления по возрастному фактору, стоит отметить, что аудитория потребителей молодеет за счет расширения использования средств парфюмерно-косметической промышленности среди детей и подростков. С учетом «старения рождаемости» (увеличения среднего возраста мам), наблюдаемого в России, существенно меняются финансовые возможности и предпочтения женщин с маленькими детьми. Данная тенденция сохранится в долгосрочной перспективе. Привлекательной для отрасли к 2030 году также станет растущая группа населения в возрасте старше 55 лет.

В настоящее время около 74% населения России проживает в городах. Для городского населения характерен более широкий доступ и уровень проникновения каналов сбыта, выступающих одним из драйверов развития рынка.

## 2. Продуктовая сегментация

Особенности потребительского спроса на парфюмерно-косметическую продукцию варьируются в зависимости от продуктовой категории. В настоящее время более 56% спроса формируют средства по уходу за кожей (лица, тела), парфюмерия, средства для волос.



Источник: Стратегия развития российского косметического рынка

**Сегментация российского рынка парфюмерно-косметической продукции по основным категориям, в розничных ценах, 2017, млрд руб., %**

<b>Продуктовые категории</b>	<b>Доля в объеме рынка, %</b>	<b>Доля в объеме рынка, млрд руб.</b>
Средства по уходу за кожей (лица, тела)	22,3%	128,426
Парфюмерия	17,4%	100,207
Средства для волос (для мытья и ухода, окрашивания, укладки, химической завивки и выпрямления)	16,4%	94,448
Декоративная косметика	13,8%	79,474
Средства для принятия ванны и душа в том числе твердое туалетное мыло	9%	51,831
Средства гигиены полости рта	7%	40,313
Дезодоранты и антиперспиранты	4,8%	27,643
Детская косметика	2,9%	16,701
Средства для/после бритья	2,2%	12,67
Средства для ногтей	1,4%	80,63
Наборы прочие	1,2%	6,911
Солнцезащитная косметика	0,9%	5,183
Средства для удаления волос	0,7%	4,031

В России динамично развивается рынок **профессиональной косметики**, представленный преимущественно в сегментах «Средства для волос» (для мытья и ухода, окрашивания, укладки) и «Средства по уходу за кожей».

Еще одной отличительной чертой рынка является **увеличение объема реализации парфюмерно-косметической продукции под собственной торговой маркой** (далее - СТМ), выпускаемой крупными розничными сетями. Косметика является одним из перспективных сегментов с текущей долей продукции СТМ в денежном выражении **около 4%**<sup>1</sup>.

Рынок парфюмерно-косметической продукции также характеризуется **активным развитием продуктового предложения** – высокой диверсификацией по продуктовым и ценовым категориям, постоянным расширением и обновлением ассортимента.

**Продуктовая линейка российских компаний-производителей**, как правило, включает **пять и более категорий**.

**Наиболее широкая номенклатура парфюмерно-косметической продукции отечественных брендов представлена в сегментах:**

- «Средства по уходу за кожей (лица и тела)»,
- «Средства для волос»,
- «Средства для принятия ванны и душа».

**Российская парфюмерно-косметическая продукция, включая произведенную на территории страны зарубежными компаниями, занимает около 20-30% в общем объеме рынка**<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> По данным Nielsen

<sup>2</sup> Экспертная оценка в розничных ценах - на основе данных Euromonitor. Оценка доли парфюмерно-косметической продукции российского производства в отпускных ценах (по данным ФТС России и Росстата) достигает 50-60%.

Наиболее динамичное развитие наблюдается в категориях:

- средств по уходу за кожей и волосами,
- средств гигиены полости рта,
- средств для принятия ванны и душа,

Наиболее слабо развиты производство парфюмерии и декоративной косметики.

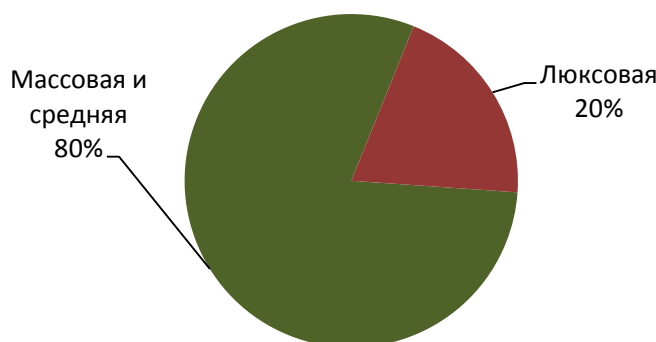
Парфюмерно-косметическая продукция представлена в трех ценовых категориях:

- массовой,
- средней,
- люксовой<sup>3</sup>.

Наибольшим спросом пользуются первые две группы с суммарной долей около 80% в общем объеме продаж.

За последние пять лет в структуре продаж кардинальных изменений не произошло — на масс-маркет приходится ≈80%, на косметику класса люкс — ≈20%. Среди косметических сегментов структура также изменилась незначительно.

Сегментация рынка по ценовой категории



Источник: Стратегия развития российского косметического рынка

### 3. Ключевые игроки российского рынка

В парфюмерно-косметической промышленности России функционируют около 450 компаний, из них около 97% – компании малого и среднего бизнеса. Значимая роль малого бизнеса, с одной стороны, свидетельствует о развитой конкурентной среде, с другой стороны, подтверждает высокое влияние уровня развития предпринимательской активности и институциональной среды на состояние отрасли. В настоящее время преобладающий объем выручки российских предприятий-производителей парфюмерно-косметической промышленности (около 75%) формируют крупные и средние компании.

Ключевые компании-производители располагают производственные мощности вблизи основных регионов-потребителей – Москвы и Санкт-Петербурга. В общем объеме выручки около 65% приходится на предприятия Москвы и Московской области, около 13% - на Санкт-Петербург и Ленинградскую область.

<sup>3</sup> Сегментация осуществляется по критерию стоимости единицы продукции. В рамках данного документа на основе экспертной оценки принято следующее распределение категорий (массовая – менее 200 руб. за единицу, средняя – от 200 до 1500 руб., люксовая – выше 1500 руб.)

Существуют различные модели функционирования российских компаний-производителей парфюмерно-косметической продукции в зависимости от видов деятельности, осуществляемых на территории страны:

#### **1) Российские компании-производители<sup>4</sup>.**

**К крупным российским производителям относятся:**

- «Арнест»,
- ГК Диарси (DRC Group),
- «Компания Клевер»,
- Косметическое объединение «Свобода»,
- «Невская косметика»,
- Парфюмерно-косметическая компания «Весна»,
- «Первое решение»,
- «Сплат-Косметика»,
- «Фаберлик»,
- «Юникосметик»,
- ООО «Первое решение» (Organic Shop, «Рецепты бабушки Агафьи», Planeta Organica, Natura Siberica),
- ООО «Торговый дом Тиана» (Teana),
- ООО «Клеона» (Kleona),
- Компания «Арнест»,
- ООО «ДК+».

#### **2) Иностраные компании, локализовавшие производство в России парфюмерно-косметической продукции под собственными брендами.**

В настоящее время на территории страны локализовано производство **шести зарубежных компаний**, выпускающих парфюмерно-косметическую продукцию:

- Unilever (г. Санкт-Петербург, г. Екатеринбург),
- Avon (г. Наро-Фоминск),
- L'Oreal (Калужская область),
- Oriflame (г. Ногинск),
- Henkel (г. Ногинск),
- Coty (г. Дзержинск),
- ELCO,
- Beiersdorf AG,
- Procter & Gamble,
- Lush.

#### **3) Контрактные производители.**

Российские производители выпускают все продуктовые категории низкого и среднего ценового уровня. Зарубежные компании, локализовавшие производство в Российской Федерации, также имеют достаточно широкий ассортимент.

## **4. Тренды парфюмерно-косметического рынка**

Технологии оказывают серьезное влияние на то, как потребитель совершает покупки, взаимодействуя с брендами и ритейлерами. Среди ключевых глобальных потребительских трендов можно выделить «Жизнь без сложностей» и «Сила информации»: используя

---

<sup>4</sup> Под российским производителем понимается компания, локализованная в Российской Федерации, имеющая капитал и владельцев, собственные бренды в стране

различные гаджеты и соцсети, имея моментальную доступность к товарам и информации о них в любое время и в любом месте, потребитель с радостью принимает все, что помогает ему экономить время и усилия, в том числе советы инфлюенсеров.

**Среди значимых трендов бьюти-индустрии, следует выделить следующие<sup>5</sup>:**

- **Тренд на натуральность и упрощение** (использование минимального количества средств для поддержания естественной красоты).
- **Тренд на осознанное потребление** (стагнация рынка говорит о том, что все чаще потребители начинают задумываться о количестве покупаемых продуктов)
- **ЗОЖ** (здоровый образ жизни и правильное питание для поддержания здоровья и внешнего вида).
- **Персонализация:** потребители становятся очень взыскательными и хотят подбирать средства по индивидуальному уходу и в соответствии с новыми веяниями, здесь открывается масса возможностей для открытия новых ниш и сегментов.
- **Anti-age тренд:** стремление хорошо выглядеть в зрелом возрасте отражается в росте анти-возрастных средств.
- **Переход от эко-гражданства к эко-активизму.** Потребители готовы предпринимать действия, чтобы соответствовать своим ценностям, и благосклонно относятся к действиям производителей и ритейлеров, которые берут на себя ответственность и обязательства как минимум по снижению вреда для экологии. Производители переходят к активным действиям – на рынке появляется все больше средств, на упаковке, которых можно увидеть клеймы об использовании натуральных ингредиентов в составе, об использовании переработанного сырья или возобновляемых ресурсов при изготовлении упаковки.
- **Космецевтика.** Еще одна заметная тенденция последних лет – клиентов все сильнее интересует многофункциональность продукта, что способствовало развитию такого направления, как космецевтика. В эту группу входят товары, сочетающие в себе свойства и лечебного, и эстетического характера. С помощью космецевтики можно лечить выпадение волос, пигментацию кожи, угри, устранять симптомы естественного старения и т.д. В частности, большим спросом пользуются инъекционные наполнители, разглаживающие морщины. Помимо непосредственно препаратов, к этой категории также относятся различные ультразвуковые и лазерные приборы. Это направление – одно из наиболее перспективных на сегодняшний день.

По данным экспертов профессионального журнала **Cosmetics in Russia**, около **59% потребителей предпочитают натуральную косметику по конкурентоспособной цене**, 25% – готовы покупать натуральную косметику даже если это будет дороже. 12% респондентов не обращают внимания на состав косметических средств. 3% – предпочитают аналоги натуральной косметики по лучшей цене. 1% вообще не покупают натуральную косметику.

## **5. Каналы продаж**

**Драйвером роста рынка остаются парфюмерно-косметические торговые сети, включая сети дрогери, суммарно формирующие около 75% рынка в 2018 году.** В рейтинге крупнейших парфюмерно-косметических сетей лидирует "Л'Этуаль", второе место - у крупнейшей сети дрогери "Магнит", на третьем месте - сеть парфюмерно-косметических супермаркетов "Рив Гош".

---

<sup>5</sup> Источник: GfK Rus

В последние годы в десятку крупнейших игроков розничного парфюмерно-косметического рынка вошли сети дробери: "Улыбка радуги", "Подружка", "Рубль Бум", "Санги Стил". Сохраняют свои позиции сети монобрендовых магазинов и мультибрендовых супермаркетов "Ив Роше", "Золотое яблоко", "Иль де Ботэ".

**Сегментация парфюмерии и розничный рынок косметики по каналам продаж в денежном выражении, 2017-2018 гг. (оценка), %**

<b>Канал продажи</b>	<b>2017</b>	<b>2018 (оценка)</b>
Розничные сети парфюмерии и косметики (включая бакалею)	71	75
Прямые продажи / продажи по каталогам	8	8
Другие каналы продаж (включая интернет-магазины, FMCG super, а также гипермаркеты, магазины, которые не входят ни в одну сеть)	15	12
Аптеки	6	6

Источник: Ассоциация прямых продаж, DSM Group, данные компании, SBIS, оценки М. А. Research

По данным исследования М.А. Research, в ноябре-декабре 2018 г. в России работало около 1300 сетей, включая 276 сетей дробери и близких к нему форматов. Парфюмерно-косметическим сетям и сетям дробери принадлежит более 19,5 тыс. магазинов, по оценкам М.А. Research, за три года количество сетевых магазинов выросло более чем в два раза – с 9,6 до 19,5 тыс. магазинов.

Парфюмерно-косметические супермаркеты замедлили экспансию в 2016-2018 гг., сосредоточившись на интенсивном типе роста. Крупнейшие парфюмерно-косметические сети РФ «Л'Этуаль», «Рив Гош», «Иль де Ботэ», «Золотое яблоко» работают в данном формате.

**Формат дробери за прошедшие пять лет стал одним из ключевых форматов парфюмерно-косметического ритейла**, наиболее распространенный в регионах РФ, причем магазины открываются как в крупных, так и в малых городах и поселениях. По данным М.А. Research, в течение трех лет число сетей дробери выросло почти в три раза – со 100 до 276 компаний. Крупнейшими сетями дробери являются «Магнит Косметик», «Улыбка Радуги», «Санги Стил», «Рубль Бум», «Подружка», «Новэк», «Южный двор», «Семь дней», «Оптима» и другие сети. Доля дробери на российском рынке превысила 25%, учитывая только продажи парфюмерно-косметических товаров и сопутствующих аксессуаров.

**На рынке продолжается тренд здорового образа жизни, включающий употребление экологически чистой косметики и парфюмерии без вредных добавок.** В последние несколько лет стала популярна органическая косметика ручной работы, появились небольшие региональные сети и интернет-магазины, специализирующиеся на продаже такой косметики. Среди крупных игроков данного сегмента – «Ив Роше», The Body Shop, Natura Siberica, Organic shop, L'Occitane, LUSH, «Спивакъ» и другие компании.

По-прежнему на рынке работает множество несетевых специализированных магазинов, обеспечивающих значительную долю продаж парфюмерно-косметических товаров. По данным М.А. Research на ноябрь-декабрь 2018 г., в РФ работало около 40 тыс. специализированных парфюмерно-косметических магазинов и представительств компаний прямых продаж. Экспансия специализированных сетей в последние годы ускорилась за счет дробери и мультибрендовых магазинов, а также магазинов малых форматов (корнеры и секции, отделы в торговых центрах и сетевых FMCG-магазинах)<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/m-a-research-obem-rossiyskogo-parfyumerno-kosmeticheskogo-rynka-vyros-na-10-v-2018-godu/>

## 6. Сегменты рынка

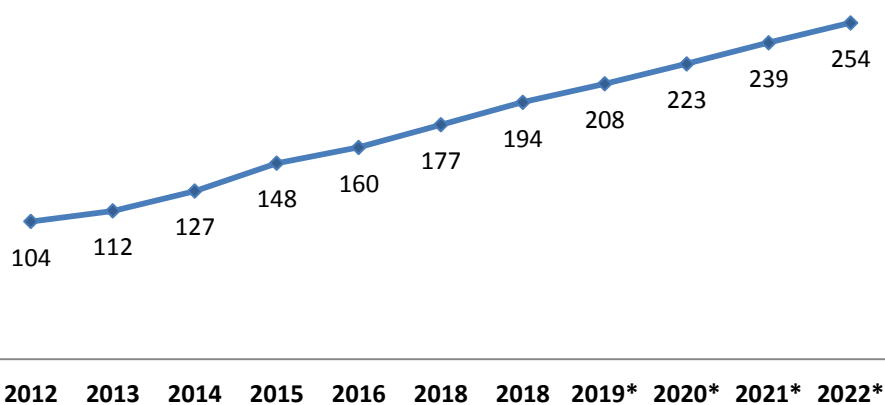
\*Необходимо отметить, что данные разных источников по объему рынка отличаются.

### 6.1. Сегмент рынка «Косметические средства по уходу за кожей лица и тела»

Как отмечает ПКР PrCS, совокупный объем рынка косметических средств по уходу за кожей лица и тела в 2018 году составил **194 млрд руб.** или **2,4 млрд единиц продукции.**

По данным экспертов профессионального журнала **Cosmetics in Russia**, уход за кожей является самым крупным сектором с продажами стоимости **156,5 млрд руб.** (2 560,7 млн долл США).

Динамика рынка косметических средств по уходу за кожей лица и тела в РФ, млрд руб.



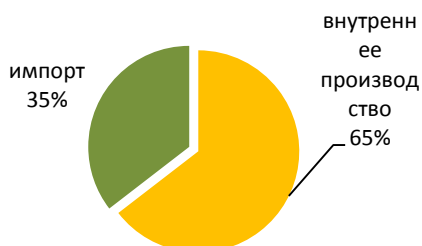
\* прогноз

Источник: ПКР PrCS

За период с 2012 по 2018 год рост рынка косметических средств по уходу за кожей лица и тела в РФ составил порядка 70%.

В структуре данного сегмента рынка наибольшая доля в натуральной величине приходится на средства по уходу за волосами – 39% (900 млн ед.). По 29% приходится на товары для ухода за кожей и полостью рта.

Структура рынка косметических средств по уходу за кожей лица, 2018





**Около 60% зарубежных поставок принадлежит компаниям:**

- Colgate Palmolive (США),
- S.T. Detergency (Румыния),
- P&G (США),
- JOHNSON&JOHNSON (США),
- L Oreal (Франция).

Объем ввоза косметических средств по уходу за кожей лица и тела в 2018 году составил 49 млрд руб. (более 858 млн шт.).

За 2017-2018 гг. объем экспорта косметических средств составил более 8 млрд руб.

Крупнейшими экспортерами являются российские представители международных концернов Colgate, Unilever, Organic, L Oreal, Avon. Также в топ-10 крупнейших экспортеров вошли такие российские компании, как ООО «Еврокосмед-Ступино», ООО «Натура-Сиберика», ООО «Первое решение», АО «Невская косметика», АО «Фаберлик».

**Крупнейшими производителями косметических средств по уходу за кожей лица и тела в России являются:**

- АО «Невская косметика» (ТМ «Ушастый нянь», «Новый жемчуг», «Ворожея», «Тип-Топ» и др.),
- АО «Фаберлик»,
- АО «ПКК Весна» (ТМ «Absolut», «Зайка моя», «Весна», «Капля» и др.),
- ООО «Еврокосмед-Ступино» (ТМ «R.O.C.S.»),
- ООО «Натура Сиберика»,
- ООО «Органик Фармасьюткалз» (ТМ Splat),
- ООО «Первое решение» (ТМ «Рецепты бабушки Агафьи», Planeta Organica).

**Основной целевой аудиторией косметических средств являются женщины в возрасте от 18 до 65 лет,** приобретающие продукцию преимущественно в профильных парфюмерно-косметических магазинах. На втором месте по популярности находятся такие точки продаж, как супермаркеты и гипермаркеты. Третье и четвертое места делят небольшие магазины.

#### **Тенденции развития сегмента**

Ключевыми на рынке становятся **косметические продукты, предназначенные для борьбы со старением кожи.** Такие продукты, как правило, содержат растительные компоненты и биоконплексы и становятся все более узкоспециализированными.

Наиболее значимые тренды на российском рынке косметических средств по уходу за кожей лица и тела: наукоемкость и экологичность, технологичность, натуральность, этичность производства, в том числе минимизация воздействия на окружающую среду.

## **6.2. Сегмент рынка «Средства для принятия ванны и душа»**

По данным экспертов профессионального журнала **Cosmetics in Russia**, сектор средств для личной гигиены вырос с **44,8 млрд руб. (1 405,7 долл. млн) в 2013 году до 60,7 млрд руб. (993 долл. млн) в 2018 году. Ожидается, что этот сектор достигнет 77,6 млрд руб. (1 147,8 млн долл США) к 2023 году.** Рост в среднем составляет 5% в течение 2018-2023 годов.

Рынок средств для личной гигиены сильно фрагментирован в России. На рынке представлены российские и международные игроки.

**Avon и Unilever** являются основными игроками сектора средств для принятия ванны и душа. Среди российских производителей лидирует «Чистая линия».

По данным GfK Rus, растет спрос на жидкое мыло (500 мл и 500+ мл). Соответственно, снижаются объемы продаж твердого мыла.

**В последние годы повышается спрос на продукцию, не содержащую парабенов, сульфатов, минерального масла.**

По данным M. A. Research, в последние году **растут продажи средств для бани и душа**. При этом более 60% приходится на сегмент массового рынка. Эта категория включает в себя в частности, как российские, так и импортные товары, из Белоруссии и Кореи.

### **6.3. Сегмент рынка «Солнцезащитная косметика»**

По данным экспертов профессионального журнала **Cosmetics in Russia**, сектор солнцезащитных средств увеличился с 5,6 млрд руб. (176,2 млн долл. США) в 2013 г. До 7,6 млрд руб. (125,1 млн долл. США) в 2018 году. Ожидается, что он вырастет до 10 млрд рублей (148 млн долларов США) к 2023 году.

В объемном выражении сектор ухода за солнцем вырос с 7,8 млн единиц в 2013 году до 8,7 млн единиц в 2018 году. Ожидается, что этот сектор достигнет 9,5 миллиона единиц к 2023 году.

Ассортимент солнцезащитной косметики в основном представлен импортными товарами.

В России солнцезащитная косметика характеризуется сильной сезонностью продаж.

На рынке солнцезащитных средств в России доминируют два крупных игрока: **L'Oreal и Beiersdorf**.

Потребители ищут универсальные продукты на рынке солнцезащитных средств, которые не только выполняют основные функции, но и удовлетворяют специфические потребности покупателей. Так, например, **Beiersdorf** специально запустил линейку кремов для тела для татуированной кожи.

### **6.4. Сегмент рынка «Уход за волосами»**

По данным экспертов профессионального журнала **Cosmetics in Russia**, сектор ухода за волосами вырос с 79,7 млрд руб. (2 502,1 млн долл США) в 2013 г. до 101,5 млрд руб. (1 660,6 млн долл США) в 2018 году.

Ожидается, что этот сектор достигнет 125,3 млрд рублей (1852,1 млн долл.США) к 2023 году.

Шампунь был самой крупной категорией в стоимостном выражении.

В структуре рынка доля российских средств по уходу за волосами в 2018 году составила 50,3%.

Ведущие бренды в России:

- «Чистая Линия»,
- «Шварцкопф»,
- «Гарньер»,
- «Лореаль».

## **7. Органическая косметика**

Одной из основных проблем рынка остается терминологическая: **потребитель зачастую не отличает органическую косметику от натуральной**.

Их **принципиальная разница заключается в наличии сертификата, гарантирующего безопасность для здоровья человека и окружающей среды в целом**. Одно из основных требований — **легко утилизируемая упаковка**. Запрещается использовать микропластик, парафин, вазелин, силиконы и парабены.

**Натуральная органическая косметика – это натуральная косметика высшего уровня, соответствующая более строгим требованиям к составу**.

**Сертифицированная органическая косметика должна соответствовать следующим требованиям:**

**1. Не менее 95% натуральных ингредиентов в составе.**

Настоящая органическая косметика обычно состоит из таких безопасных природных компонентов как вода, сок алоэ, природные масла и экстракты цветов и растений.

**2. Растительные компоненты должны быть органическими.**

По меньшей мере, 10% растений, которые используются для органической косметики, должны быть выращены на экологически чистых территориях и исключительно органическими методами, а способы их переработки допустимы только механические (настаивание, холодное прессование и др.).

**Растительные экстракты, входящие в состав органической косметики, тоже должны быть получены строго определенными способами** – например, водным или спиртовым дистиллированием. Применение в этих целях химических растворителей, а также кипячение, замораживание и другие процедуры, изменяющие внутреннюю структуру растительных веществ, не допускаются. Хранят полученные экстракты только в керамической и стеклянной посуде.

Чтобы продлить полезное действие природных компонентов, **производители органической косметики используют консерванты, но только натуральные (лимонная кислота, масло и нектар мануки, экстракт тотары) или идентичные натуральным (бензойная кислота (а также ее соли и эфиры), сорбиновая, салициловая, аскорбиновая кислоты (и их соли), бензиловый спирт и т.д.).**

**3. Остальные 5% ингредиентов могут быть синтетическими.**

Но с жесткими ограничениями. Например, в составе органической косметики вы не найдете парабены, минеральные масла и силиконы, синтетические отдушки и красители.

**4. Биоразлагаемая упаковка.**

Косметика должна быть органической не только внутри, но и снаружи. Упаковки, банки и коробочки изготавливаются из материалов, которые можно переработать или утилизировать, не загрязняя окружающую среду.

**5. Бережное отношение к животным.**

В составе органической косметики нет компонентов животного происхождения, кроме молочной кислоты и продуктов пчеловодства. Кроме того, органическая косметика не проходит тестирование на животных.

Не вся косметика, которая рекламируется как «органическая», на самом деле соответствует этому определению. На упаковке должны быть обозначены знаки сертификации. Самые распространенные: **ECOCERT, NaTrue, BDIH, USDA, Ecocert, BDIH, ICEA, Natrue, Soil Association).**

Для лучшего понимания того, что же такое натуральная косметика, предлагается использовать немецкую систему, которая делит всю косметику, присутствующую сегодня на рынке, на три категории по принципу «светофора»<sup>7</sup>:

1. Красная категория – это «Обычная косметика»;
2. Желтая категория – «Почти натуральная косметика»;
3. Зеленая категория – «Натуральная косметика».

---

<sup>7</sup> <https://cosmetic-industry.com/rynok-naturalnoj-kosmetiki-v-rossii-i-evrope-vzglyad-eksperta.html>

Для обозначения косметики, входящей в «зеленую категорию», пока не существует универсального понятия. Ее обозначают как «натуральную», «эко», «органическую», или «био» косметику. В Германии используется термин «натуральная косметика», в Англии и в США «органик», во Франции «bio», в России существуют разные определения, единые четкие требования к натуральной косметике отсутствуют.

Спрос на натуральные, органические продукты растет год от года. **Мировые тренды отражают значительный рост на «зеленую» косметику. Рынок растет в среднем на 8%-10% в год. При этом сегмент органической косметики далек от насыщения. Спрос по-прежнему развивается быстрее предложения.**

**Доля России в глобальном объеме производства «зеленой» косметики еще не слишком велика**, хотя и заметно выросла в последние годы, опережая по темпам роста общемировые. Российский рынок только формируется, создавая собственную систему стандартов, развивая ассортимент продуктов и возрождая отечественную сырьевую базу.

Существующие предпосылки позволяют предположить, что **в ближайшей перспективе российский сегмент натуральной и органической косметики ожидает стабильный рост, которому будет способствовать дальнейшая популяризация «зеленой» продукции**<sup>8</sup>.

**Мода на органическую косметику пришла в Россию из Германии. В Европе этот рынок растет на 20% в год.** Лидерами являются немецкие марки Weleda, NoniCare и Dr. Hauschka.

Специалисты поясняют: в то время как гиганты косметического рынка закладывают в стоимость продукта до 90% на маркетинг, производители экосредств вопросом раскрутки занимаются в последнюю очередь. По грубым оценкам, цена органического косметического средства складывается из затрат на сырье (60–70%), рецептурные разработки (10–12%) и упаковку (до 18%). При этом на косметическом рынке такое вложение средств в упаковку считается большим, но для "живой" продукции оправданным — иначе ингредиенты потеряют свои свойства.

## **7.1. Бренды органической косметики, представленные на российском рынке**

### **Зарубежные бренды:**

- Dr.Hauschka, Германия — уникальный состав с экстрактами трав не только успокаивает, но и обладает лечебными свойствами. Среди лучших продуктов кремы для лица, тоники, средства для интенсивного ухода. <https://www.dr.hauschka.com/ru>
- Weleda, Германия — бренд с 1921 года специализируется на поиске новых разработок и выпускает органическую косметику высшего качества. Не тестируется на животных. <https://www.weleda.ru/>
- Yves Rocher, <https://www.yves-rocher.ru/>
- L'Occitane, <https://www.loccitane.ru/>
- Logona, Германия — коктейли из эфирных масел, вытяжек из трав и цветов сертифицируются Good Manufacturing Practice.
- Aubrey Organics, США — <http://www.aubrey-organics.ru/> натуральные комплексы для волос и тела.
- Bentley Organic, Англия — шампуни, гели для душа, кремы, средства для ухода за домом, безопасные формулы для детей и взрослых.

---

<sup>8</sup> <https://marketing.rbc.ru/>

- Frais Monde, Италия — питательные составы для лица и тела на основе сернистой термальной воды.
- Josie Maran Cosmetics, США
- Patyka (Франция)
- A'kin
- TATA HARPER
- Stem Organics
- Andalou Naturals (США)
- NeoBio (Германия)
- SeaCare (Израиль)
- CHRISTINA (Израиль)
- GEOMAR BIO (Италия)
- Maternea (Болгария)
- Bielenda (Польша)
- COSLYS (Франция)
- Sanaan (Израиль)
- The skin House (Республика Корея)
- Organic Tai (Таиланд)
- Organic Essence (США)
- Madis S.A. (Греция)

#### **Российские бренды:**

- Mirra, <https://mirra-shop.com/ru>
- БиоБьюти
- Levrana, <https://levrana.ru/>
- Organic Shop
- «Мастерская Олеси Мустаевой»
- Lush, <https://www.lushrussia.ru/>
- Natura Siberica, <https://naturasiberica.ru/>
- Живица
- СпивакЪ
- Siberina, <https://siberina.ru/>
- «Чистая линия»
- «Рецепты бабушки Агафьи»
- Jurassic Spa
- «Краснополянская косметика»
- Mi&Co
- Teana Laboratories
- «Природный элемент»
- EcoCraft
- «Самосвет»
- Botanika Life
- Tasha Beauty
- Pure Love
- Flame Moscow
- Laboratorium
- «Термальный источник»
- Botavikos
- Hempbeauty
- «Черный жемчуг», биолиния.
- Органическая линейка косметики BIO ***Garnier***
- Green Ideal

- Chocollatte, <https://www.tm-chocollatte.ru/>
- MULSAN cosmetic, <https://mulsan.ru/about/>
- Natura Vita, <https://natura-vita.net/>
- Naturalium emotions (страна бренда – Испания, производитель - Россия)
- Planeta Organica, <http://planetaorganica.ru/>
- ООО «Клеона» (Kleona), <https://kleona.com/>
- ООО «ДК+».

## 7.2. Мицеллярная вода

Бренд	Описание	Объем, мл	Цена, руб.
Natura Siberica	Органический сертифицированный мицеллярный лосьон для лица для комбин. и жирной кожи	150	395
Рецепты бабушки Агафьи	Мицеллярная вода для лица «Березовая органическая»	170	180
GEOMAR	Органическая мицеллярная вода 3 в 1	200	1180
Levrana	Черная мицеллярная вода «Детокс»	200	350
Yves-Rocher	Увлажняющая мицеллярная вода 2 в 1	350	880
Yves-Rocher	Очищающая мицеллярная вода	200	600
L'Occitane	Мицеллярная вода 3в1 с чабрецом и огурцом	200	1790
Logona	Натуральная мицеллярная вода	125	929
Mirra	Мицеллярная вода	125	623
Organic Shop	Мицеллярная вода	250	314
«Мастерская Олеси Мустаевой»	Увлажняющий тоник, вода	150	340
Lush	Тоники в ассортименте	100	450
Natura Siberica	Освежающий тоник для лица	150	395
Siberina	Мицеллярная вода в ассортименте	50	260
«Чистая линия»	Мицеллярная вода в ассортименте	400	209
Planeta Organica	Мицеллярная вода	200	143

## 7.3. Молочко для снятия макияжа

Бренд	Описание	Объем, мл	Цена, руб.
Natura Siberica	Органическое сертифицированное молочко для снятия макияжа	150	399
Levrana	Молочко для снятия макияжа с кожи лица, век и губ «Лаванда»	200	400
Yves-Rocher	Молочко и лосьон для снятия макияжа 2 в 1	200	320
Yves-Rocher	Молочко для Снятия Макияжа с Разглаживающим Эффектом	200	630
Dr.Hauschka	Очищающее молочко	145	2150
Weleda	Деликатное очищающее молочко	75	950
L'Occitane	Очищающее молочко для лица с медом и инжиром	200	1790
Frais Monde	Увлажняющее очищающее молочко для снятия макияжа	200	1499 (899 с учетом скидки)
Mirra	Молочко очищающее для сухой и нормальной кожи	100	585
Биобьюти	Очищающее молочко	50	760
Organic Shop	Сертифицированное очищающее молочко для лица	170	357

«Мастерская Олеси Мустаевой»	Очищающий гель-молочко для лица	45	270
Natura Siberica	Молочко для снятия макияжа для всех типов кожи	150	
Siberina	Молочко для снятия макияжа в ассортименте	50	260
«Чистая линия»	Молочко для снятия макияжа	150	100
Planeta Organica	Очищающее оливковое фито-молочко	200	167

#### 7.4. Скраб для тела

Бренд	Описание	Объем, мл	Цена, руб.
PLANETA ORGANICA	Скраб для тела ямайского кокоса и органического масла кокоса	300	275
Natura Siberica	Скраб для тела обновляющий	500	573
Levrana	Кофейный скраб для тела «Пряный кофе»	250	450
Yves-Rocher	Растительный гоммаж для тела	150	700
L'Occitane	Скраб для тела	200	1100-3550
БиоБьюти	Биоскраб для ухода за кожей тела и ног	200	969
Organic Shop	Скраб для тела	250	284
Organic Shop	Скраб для тела	450	631
«Мастерская Олеси Мустаевой»	Скраб в ассортименте	200	450
Natura Siberica	TUVA Скраб для тела витаминный	300	477
Siberina	Скраб в ассортименте	170	390
Planeta Organica	Скраб для тела	300	275
Planeta Organica	Скраб для тела	400	450

#### 7.5. Крем для лица: увлажняющий, лифтинг

Бренд	Описание	Объем, мл	Цена, руб.
ANDALOU	Активный лифтинг крем для лица с гиалуроновой кислотой	50	2228
Green cure	Натуральный интенсивный крем для рук	50	321
SeaCare	Органический омолаживающий ночной крем для лица с гиалуроновой кислотой, витамином E и маслами	50	3990 (957 с учетом скидки)
CHRISTINA	Крем подтягивающий	50	3681
Canaan	Органический омолаживающий дневной крем для лица	50	8100 (1846 с учетом скидки)
The skin House	Балансирующий увлажняющий крем	50	1980 (1344 с учетом скидки)
Natura Siberica	Органический сертифицированный дневной крем-лифтинг для лица ANTI-AGE	50	735
Organic Essence	Органический крем для лица (увлажняющий) Ромашка и Лаванда	57	3477 (1738 с учетом скидки)
Yves-Rocher	Увлажняющий крем для лица	50	1090
Dr.Hauschka	Крем для лица	30	2330
Weleda	Увлажняющий крем	30	1081-1517
Weleda	Гранатовый дневной крем-лифтинг	30	1948
L'Occitane	Ультраувлажняющий крем для лица	50	2990

Logona	Натуральный дневной крем для увлажнения и разглаживания с Био-Дамасской розы	30	1355
Frais Monde	Увлажняющий крем-гель	50	1809
Patyka	Увлажняющий крем	40	2750-3500
Patyka	Обновляющий, омолаживающий	50	7800
A'kin	Увлажняющий крем «Шиповник и масло ши»	50	1590
TATA HARPER	Увлажняющий гель	50	7290
TATA HARPER	Увлажняющий крем	50	15105
Mirra	Ночной увлажняющий крем	50	749
БиоБьюти	Крем-лифтинг «Леди роял»	50	1674
Organic Shop	Увлажняющий крем-флюид	100	303
«Мастерская Олеси Мустаевой»	Кремы в ассортименте	43	430
Lush	Кремы в ассортименте	45	1600-3400
Organic Shop	Крем для лица	100	130
Natura Siberica	Крем для лица увлажняющий.	50	311
Natura Siberica	Крем омолаживающий	50	1039
Siberina	Крем для лица увлажняющий ночной	50	430
Siberina	Крем-лифтинг "Интенсивное восстановление"	50	497
«Чистая линия»	Крем для лица в ассортименте	45-50 мл	150
«Чистая линия»	Крем для лица «День/Ночь», увлажн. (2 шт.)	40	141
Planeta Organica	Крем для лица	50	234

## 7.6. Гель для душа

Бренд	Описание	Объем, мл	Цена, руб.
WELEDA	Гель для душа	200	498
Organic Shop	Крем-гель для душа	500	182
Natura Siberica	Био-гель для душа тонизирующий	300	290
Organic Tai	Гель для душа «Мандарин»	265	865
Coslys	Натуральный гель для душа для восстановления «органическая олива»	1000	1356
Yves-Rocher	Гель для душа	200	299-460
Dr.Hauschka	Крем-бальзам для душа "Миндаль"	200	1050
Weleda	Гель для душа	200	510-638
L'Occitane	Гель для душа	70	750
A'kin	Гель для душа с маслом лаванды	500	1255
Mirra	Шампунь и гель для душа	150	499
Organic Shop	Крем-гель для душа	500	182
«Мастерская Олеси Мустаевой»	Гель для душа в ассортименте	280	310
Natura Siberica	Гель для душа Natura Siberica DETOX ORGANICS КАМЧАТКА	270	270
Siberina	Гель для душа в ассортименте	200	290
«Чистая линия»	Гель для душа	750	213
Planeta Organica	Гель для душа	500	275

## 7.7. Гель для интимной гигиены

Бренд	Описание	Объем, мл	Цена, руб.
Maternea	Гель для интимной гигиены	200	436
Green Ideal	Гель для интимной гигиены увлажняющий	250	245
Organic Shop	Гель для интимной гигиены «Деликатный вопрос»	270	160
Bielenda	Гель для интимной гигиены мицеллярный «Роза + молочная кислота»	300	320



Chocolatte	Гель-пенка для интимной гигиены, БИО ФЛОРА	100	252
Siberina	Молочко для интимной гигиены	200	863 (363 с учетом скидки)
COSLYS	Натуральный гипоаллергенный гель для интимной гигиены	450	965
MULSAN Cosmetic	Гель для интимной гигиены	250	999 (499 с учетом скидки)
Natura Vita	Гель для ежедневной интимной гигиены с ромашкой	250	239
Naturalium emotions	Нежный гель для интимной гигиены	300	249
Mirra	Пенка для интимной гигиены	100	611
Organic Shop	Гель для интимной гигиены	270	161
«Мастерская Олеси Мустаевой»	Гель для интимной гигиены, пребиотик	170	460
Natura Siberica	Натуральный сертифицированный гель для интимной гигиены	250	434
Planeta Organica	Пенка для интимной гигиены	250	389

## 7.8. Крем для тела

Бренд	Описание	Объем, мл	Цена, руб.
ARAVIA	Крем для тела увлажняющий лифтинговый	300	594
ARAVIA	Увлажняющий укрепляющий крем Vitality SPA	550	972
ARAVIA	Крем для тела питательный цветочный	300	594
Natura Siberica	Крем для тела укрепляющий Sakhalin	370	436
Organic Essence	Крем для тела	114	1936
Yves-Rocher	Крем для тела	125	350
L'Occitane	Крем для тела	200	2100-3390
Frais Monde	Крем для тела с ароматом граната	200	1549 (929 с учетом скидки)
Josie Maran Cosmetics	Крем-масло для тела	59	4040
Organic Shop	Крем для тела	200	261
«Мастерская Олеси Мустаевой»	Крем для тела	120	410
Lush	Крем для тела	240	1300
Natura Siberica	Крем-масло для тела	370	752
Natura Siberica	Био крем для тела	300	441
Siberina	Крем для тела	100	390
«Чистая линия»	Крем для тела «Моделирующий силуэт»	200	189
Planeta Organica	Крем для тела	140	260

## 7.9. Крем для рук

Бренд	Описание	Объем, мл	Цена, руб.
WELEDA	Гранатовый восстанавливающий крем для рук	50	791
Natura Siberica	Крем для рук «Защита и уход»	75	220
Madis S.A.	Герболив крем для рук с экстрактом ромашки	150	557
ANDALOU	Крем для рук «Цветок лайма»	100	924
Yves-Rocher	Крем для рук	75	310

Yves-Rocher	Крем для рук для коррекции пигментных пятен	50	650
Dr.Hauschka	Крем для рук	100	2100
Dr.Hauschka	Крем для рук	50	1300
Weleda	Крем для рук в ассортименте	50	738-839
Weleda	Крем для рук	75	956
L'Occitane	Крем для рук	30	690
L'Occitane	Омолаживающий крем для рук	75	1790
Logona	Крем для рук с Алоэ-вера и вербеной	100	524
Frais Monde	Крем для рук с ароматом цветов граната	100	919 (597 с учетом скидки)
Mirra	Крем для рук питательный	75	374
Organic Shop	Крем для рук	75	136
«Мастерская Олеси Мустаевой»	Крем для рук	70	330
Lush	Крем для рук	50	670
Lush	Крем для рук	130	750
Natura Siberica	Крем для рук питательный	75	310
Siberina	Крем для рук в ассортименте	50	290
«Чистая линия»	Крем для рук	75	75
Planeta Organica	Крем для рук в ассортименте	75	130-300

Источники:

- <https://www.wildberries.ru/>
- <http://www.natura-line.ru/>
- <https://www.massariba.com/>
- <https://www.loccitane.ru/>
- <https://beautystorage.ru/>
- <http://www.francecosmetic.ru/>
- <https://naturelleshop.ru/>
- <https://caring-nature.ru/>
- Сайты компаний-производителей

## 8. Экспорт парфюмерно-косметической промышленности

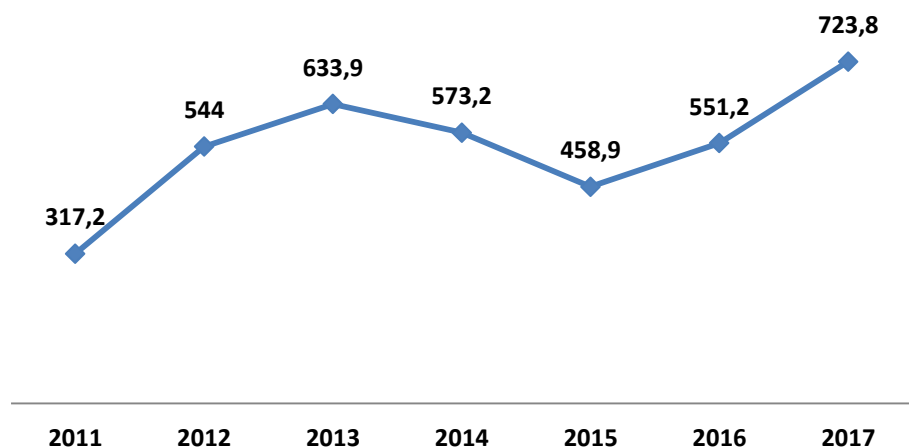
Экспорт парфюмерно-косметической промышленности растет с 2015 года, достигнув к 2017 году 723,8 млн долл.

Доля экспорта в российском производстве оценивается на уровне до 30%<sup>9</sup>. В объеме мирового экспорта доля поставок российской парфюмерно-косметической продукции составляет около 0,6%.

Основными экспортными категориями являются средства для волос (около 26% в общем объеме экспорта из России), средства по уходу за кожей (17%), средства для принятия ванны и душа (11%).

<sup>9</sup> В отпускных ценах производителей

### Объем экспорта парфюмерно-косметической продукции, в отпускных ценах, млн долл.



Источник: Стратегия развития российского косметического рынка

Несмотря на благоприятные факторы и предпосылки для развития парфюмерно-косметической промышленности (высокий объем внутреннего потребления, развитость производства отдельных продуктовых категорий, наличие отечественных компаний с устойчивыми позициями на российском рынке и представленных на внешнем рынке), существуют системные проблемы, ограничивающие положительную динамику отрасли.

## 9. Действующая система государственного регулирования в сфере парфюмерно-косметической промышленности

Государственное регулирование парфюмерно-косметической промышленности в России осуществляется с одной стороны посредством инструментов технического регулирования, с другой – в рамках общих инструментов реализации промышленной политики.

Техническое регулирование как совокупность регламентов и стандартов является определяющей частью отраслевого регулирования. В настоящее время в парфюмерно-косметической промышленности действуют следующие технические регламенты:

- технический регламент Таможенного Союза (далее – ТС) 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции», утвержденный Решением Комиссии Таможенного союза от 23 сентября 2011 года № 799;
- технический регламент ТС 005/2011 «О безопасности упаковки», утвержденный Решением Комиссии Таможенного союза от 16 августа 2011 года № 769;
- технический регламент ТС 00\_/201\_/ТС «О безопасности химической продукции».<sup>10</sup>

Действие технических регламентов распространяется на пять стран-членов Евразийского экономического союза (далее - ЕАЭС): Россия, Казахстан, Беларусь, Киргизия, Армения.

Технический регламент ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» максимально гармонизирован с Косметическим Регламентом ЕС1223/2009 и в целом отвечает международным требованиям. В отличие от Европейского союза, где развит пострыночный контроль (контроль на этапе обращения продукции), фокус в регулировании

<sup>10</sup> Постановление Правительства Российской Федерации №1019 от 7.10.2016 «О техническом регламенте о безопасности химической продукции». Действие переходного периода, вступление в силу 1.07.2021

российской отрасли сосредоточен на дорыночном контроле - обязательной оценке и подтверждении безопасности производителем до выхода на рынок.

Формирование единой системы технического регулирования стало важным шагом, направленным на удовлетворение соответствия парфюмерно-косметической продукции требованиям безопасности, повышение конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках, создание условий для обеспечения свободного перемещения товаров на территории стран ЕАЭС и осуществления международной торговли.

Значимую роль в обеспечении отраслевого регулирования играют отраслевые ассоциации и союзы. Российская Парфюмерно-Косметическая Ассоциация (РПКА), национальное отраслевое объединение федерального уровня с 1995 года, активно занимается нормативно-правовой и информационной деятельностью в косметической отрасли, поддерживает научные исследования и инновации в отрасли, организует подготовку ведущих специалистов для предприятий-производителей, представляет интересы отечественной индустрии на международном уровне.

Ассоциация производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены (АППИК БХ) объединяет ведущие международные компании и ряд отечественных, импортирующих и выпускающих парфюмерно-косметическую продукцию, бытовую химию и средства гигиены на территории Российской Федерации.

РПКА и АППИК БХ на постоянной основе взаимодействуют с органами государственной власти, участвуют в разработке нормативно-правовой базы для решения актуальных проблем парфюмерно-косметической промышленности.

В настоящее время государственная поддержка парфюмерно-косметической промышленности на федеральном уровне оказывается в рамках общих мер поддержки промышленности, в частности, химической промышленности.

**На этапе НИОКР сырья и готовой продукции производителям доступны механизмы субсидирования Минпромторга России, грантовой поддержки в рамках действующих программ институтов развития.** Для развития производства разработаны общеотраслевые меры поддержки, реализуемые через льготные займы, субсидирование затрат на комплексные инвестиционные проекты, субсидирование затрат участникам промышленных кластеров. Высокое значение для предприятий имеет поддержка, оказываемая на региональном уровне. Содействие сбыта парфюмерно-косметической продукции на экспортные рынки осуществляется через механизмы финансовой и нефинансовой поддержки Российского экспортного центра (далее - РЭЦ). В России также действуют меры поддержки малого и среднего бизнеса. На федеральном уровне Минэкономразвития России реализуется специальная программа по предоставлению субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации для оказания государственной поддержки малым и средним предпринимателям на региональном уровне. Программа включает комплекс мер, направленных на удовлетворение потребностей предпринимателей в финансовых, имущественных и информационных ресурсах.

**В настоящее время опыт получения государственной поддержки предприятиями парфюмерно-косметической промышленности носит точечный характер,** что в целом не позволяет оценить ее влияние на финансово-экономическое состояние отрасли.

Следует отметить, что требуется адаптация существующих мер поддержки с учетом специфики парфюмерно-косметической отрасли и потребностей ее участников. К основным особенностям относятся:

- модель свободной конкуренции, преобладание компаний малого и среднего бизнеса;
- высокие финансовые затраты на сбыт и продвижение продукции, выход на новые рынки;
- высокая доля ежегодного обновления продуктового ассортимента, и как следствие, необходимость инвестирования средств в НИОКР и продвижение;
- значимая роль сырья и упаковки в создании готовой продукции.

**Российские производители парфюмерно-косметической промышленности находятся в неравных условиях ведения бизнеса по сравнению с зарубежными компаниями.** Это обусловлено как общеэкономическими факторами (налоговой нагрузкой, стоимостью финансирования), высокой зависимостью от поставщиков, так и масштабной государственной поддержкой, оказываемой компаниям за рубежом во многих странах.

## 10. Основные тенденции развития рынка и перспективные регионы для экспорта

Мировой рынок продукции парфюмерно-косметической промышленности составляет до 450-500 млрд долл.<sup>11</sup>. Наиболее крупными регионами потребителями являются Азиатско-Тихоокеанский регион (32%), Западная Европа (21%), Северная Америка (20%).

Максимальные темпы роста потребления зафиксированы в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Ближнего Востока и Африки. Данные макрорегионы отличаются наименьшим уровнем расходов на косметику и парфюмерию (35 и 20 долл. на человека), при этом в долгосрочной перспективе выступают основными драйверами развития за счет опережающего роста численности населения, ускоренной урбанизации и развития экономики.

**Парфюмерно-косметическая промышленность мира развивается в целом по нескольким направлениям и задает высокие требования к производителям в части продуктовых решений и каналов продвижения продукции. К основным тенденциям относятся:**

- диверсификация продуктов и развитие инноваций;
- переход потребителей на премиальные продукты и более продвинутые стратегии ухода;
- расширение потребления натуральной и органической косметики; развитие рынков халяльной и этнической косметики;
- рост спроса в сегментах мужской, детской косметики, средств для депиляции, влажных салфеток;
- рост спроса на возрастную и антивозрастную косметику (в силу наблюдаемого тренда старения населения в развитых и в ряде развивающихся стран);
- развитие сегментов нишевой продукции;
- рост интереса со стороны потребителей различных стран мира к косметике локального производства других стран;
- холистический подход к уходу за собой;
- развитие персонализации (индивидуального подбора косметики, в том числе на основе ДНК-тестов<sup>12</sup>);
- появление технических средств, тестирующих состояние кожи, действие ультрафиолета на кожу;
- расширение онлайн-торговли;
- развитие специализированных приложений о красоте, продвижение парфюмерно-косметической продукции через видеоблоги;
- появление интерактивных терминалов, предоставляющих тестеры/мини-продукты для продажи, с формированием базы данных и передачей информации о потребителе.

Данные тенденции в разной степени проявляются как на российском рынке, так и на рынках других стран. Оценивая экспортный потенциал отечественной парфюмерно-косметической продукции на глобальном рынке, необходимо обращать внимание на локальные интересы и специфику потребления парфюмерии и косметики в различных макрорегионах.

**Среди перспективных направлений для экспорта российской косметики можно выделить направления СНГ (в том числе ЕАЭС) и Восточной Европы, формирующие основной объем текущих экспортных поставок. Высокая экспортная привлекательность данной группы стран обусловлена высокой долей русскоязычного населения, узнаваемостью российских брендов, территориальной близостью к**

---

<sup>11</sup>По данным Euromonitor

<sup>12</sup> ДНК - дезоксирибонуклеиновая кислота

**основным производственным площадкам. Беспшлинная торговля в рамках соглашения о зоне свободной торговли СНГ и ЕАЭС также обуславливает сохранение высоких долей российских компаний на данных рынках.**

Таблица 1. Основные направления экспортных поставок российской парфюмерно-косметической продукции в разрезе макрорегионов, млн долл., %<sup>13</sup>

Приоритетные направления для экспорта российской парфюмерно-косметической продукции	Доля в объеме экспорта, 2017 год, млн долл., %
Страны СНГ, в том числе ЕАЭС	74%
Восточная Европа	6,5%
Южная и Юго-Восточная Азия	1,5 %
Ближний Восток и Африка	0,5%

**В перспективе ожидается дальнейший рост поставок в страны ЕАЭС и в страны с соглашениями о свободной торговле.** Среди потенциальных новых и привлекательных направлений для экспорта целесообразно отметить Южную и Юго-Восточную Азию, Ближний Восток и Африку. Выход на обозначенные рынки и активное наращивание экспортных поставок возможно при условии реализации государственной поддержки.

В рамках реализации Стратегии будет обеспечена комплексная поддержка парфюмерно-косметической промышленности за счет совершенствования действующих инструментов промышленной политики и введения новых регуляторных механизмов, а также эффективного внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, что позволит достигнуть следующих результатов к 2030 году:

- объем российского производства увеличится в 3,6 раза по сравнению с 2017 годом (в том числе за счет увеличения доли российских предприятий на внутреннем рынке);
- объем экспорта парфюмерно-косметической продукции увеличится в 4,3 раза по сравнению с 2017 годом.

В совокупности реализация Стратегии позволит увеличивать прямой вклад парфюмерно-косметической промышленности в ВВП до 0,16% к 2030 году.<sup>14</sup>

Развитие внутреннего производства сырья и упаковки, отечественных брендов парфюмерии и косметики позволит минимизировать потери российской экономики и увеличить добавленную стоимость на производимую парфюмерно-косметическую продукцию внутри страны.

Формирование новой ниши производства сырья и ингредиентов природного происхождения, даст высокий положительный эффект как для развития производства натуральной и органической косметической продукции в России, так и для прочих отраслей (например, химической промышленности, пищевой и фармацевтической промышленности).

На уровне предприятий повысится эффективность и конкурентоспособность производства, усилится инвестиционная активность, что будет способствовать повышению конкурентоспособности отечественной парфюмерно-косметической продукции на российском и мировом рынке.

### **Прогноз российского рынка продукции парфюмерно-косметической**

<sup>13</sup> По данным ФТС России, включая объемы поставок компаний, локализовавших производство в России, и объемы реэкспорта

<sup>14</sup> В базовом сценарии прогноза социально-экономического развития Российской Федерации

**промышленности в соответствии с сценариями социально-экономического развития России**

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<b>Объем рынка парфюмерно-косметической продукции (млрд руб., в розничных ценах)</b>													
Консервативный сценарий	587	608	637	670	705	740	777	815	854	894	934	976	1020
Базовый сценарий	599	629	665	704	742	781	821	862	905	950	994	1038	1084
Целевой сценарий	601	636	679	728	779	834	893	955	1021	1090	1163	1235	1310

**Показатели развития парфюмерно-косметической промышленности России до 2030 года**

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<b>Объем экспорта парфюмерно-косметической продукции (в отпускных ценах, млн долл.)</b>													
Целевой (при реализации Стратегии)	760	813	878	966	1082	1234	1406	1603	1828	2084	2376	2709	3088
Инерционный	760	798	838	880	924	970	1018	1069	1123	1179	1238	1300	1365
<b>Динамика роста российского производства парфюмерно-косметической продукции (в отпускных ценах, по отношению к 2017 году)</b>													
Целевой (при реализации Стратегии)	3,6												
Инерционный	1,8												