

# GLOBAL BEAUTY TRENDS

## (Мировые косметические тренды)



К концу первого квартала можно с уверенностью говорить о том, какие косметические тренды становятся всё более и более популярными на мировом и европейском рынке. Какие сегменты развиваются? Чего ждут покупатели?

В Россию все новые веяния приходят с опозданием, но с каждым годом сроки отставания сокращаются. Потому кто знает: возможно, все перечисленные ниже тренды придут к нам уже в конце этого года. Будьте готовы!



### **Продолжается рост популярности многофункциональных продуктов.**

Население больших городов, где проживает значительная часть потребителей косметики, ведет всё более активный образ жизни. Им сложно усидеть на месте, и потому они стремятся упростить ежедневные процедуры по уходу за собой и быть в состоянии заниматься ими не только дома. Но вот носить множество средств по уходу с собой мало кто готов. А многофункциональные (даже мультифункциональные продукты) несут в себе несколько полезных свойств: увлажняют, защищают (в том числе - от УФ-излучения), очищают, оказывают антивозрастной эффект.



### **Наряду с этой тенденцией популярным остается тренд "только после сна".**

Выглядеть выспавшейся, отдохнувшей и свежей - это модно! Но как добиться такого эффекта, если спать по 8 часов в сутки никак не получается? Конечно, с помощью косметики, которая, например, борется с синяками под глазами или другими признаками хронического недосыпа, которым страдают жительницы больших городов.



Этот пункт вытекает из предыдущего: очень многие потребители ждут от своих средств по уходу за кожей и декоративной косметики **дополнительной защиты от УФ-лучей**. Именно УФ-фильтры сейчас являются одной из групп ингредиентов, спрос на которую неуклонно растет.



Проводится множество исследований о том, как загрязненный воздух и агрессивная окружающая среда влияют на воспалительные процессы, появление морщин и акне. Микроскопические частицы (например, из выхлопных газов) проникают в кожу и заметно ухудшают ее внешний вид. Поэтому огромную популярность набирают **средства, защищающие кожу от загрязнения**.



Среди средств для ухода за волосами особой популярностью стали **пользоваться средства на водной основе**: эффективные, но щадящие. Спрос на подобные средства подталкивает мировых производителей к использованию более мягких ингредиентов. Всё больше компаний отдают предпочтение бессульфатным анионным ПАВам вместо, например, SLS. Эта же тенденция прослеживается и в сегменте антимикробных продуктов. Здесь использование парабенов, триклозана сокращается в пользу различных органических кислот и консервантов.



Такое желание пользоваться «облегченной» косметикой наряду с ростом осведомленности потребителей о свойствах, вредности или полезности различных компонентов ведет к тому, что **рост сегмента натуральной косметики продолжается**. Также всё чаще производители вводят в рецептуру натуральные ингредиенты. Например, благодаря своим незначительным солнцезащитным свойствам масло корицы или экстракт овса «падают» в рецептуры солнцезащитных средств и становятся дополнительным преимуществом продукта, привлекающим покупателей. Здесь производители сталкиваются со следующей проблемой: не все натуральные компоненты совместимы с ингредиентами химического происхождения (в особенности с ПАВами). Но наверняка решение этих сложностей не заставит себя долго ждать.



**Вегетарианство проникает в сферу косметики**, диеты - вдохновляют производителей. Всё больше и больше брендов расширяют линейки и оптимизируют рецептуры средств по уходу за кожей, убирая из них ингредиенты животного происхождения. В некоторых источниках тренд, связанный с «вегетарианской» косметикой, называется «Farm to Face». Суть его в том, что всё больше людей поворачивается в сторону уходовых средств, в которых содержатся ингредиенты, которые обычно употребляются в пищу.





**Органическая косметика** всё также набирает популярность: по оценкам экспертов к 2020 году рынок ее будет оцениваться в 66,1 млрд долларов. Всё больше появляется косметических средств, где натуральные компоненты занимают все 100% состава. Органическая косметика, как правило, обладает меньшими сроками хранения, и потому в последнее время производители выпускают продукты небольшими партиями. Это также позволяет производителям уйти от масс-маркета, вести более гибкую ассортиментную политику и оперативнее подстраиваться под желания своих потребителей.



Чистая вода скоро станет роскошью: уверены ученые. Уже сейчас социально ответственные производители сокращают расход воды на производстве, а некоторые и вовсе разрабатывают **безводные рецептуры**. Любителям всего натурального «сухие» продукты понравятся тем, что во многих из них нет консервантов.



**Мужская косметика.** Всё больше представителей сильного пола уделяют пристальное внимание своей внешности. Производители расширяют линейки косметических средств для мужчин. И речь здесь не только о продуктах по уходу за кожей лица, тела и волосами: в моду входит мужской макияж (но что-то подсказывает нам, что российские покупатели будут идти к мужскому макияжу еще долго).

