



Потребление экологически чистых товаров позволяет не только вносить личный вклад в сохранение природы, но и чувствовать себя комфортнее.

Также очень интересными были лекции Эльфриды Дамбахер — известного независимого эксперта в сфере натуральной косметики и одного из идеологов конференции. Ее выступления касались текущих тенденций в Европе, и в частности на немецком рынке. На развитых, зрелых европейских рынках натуральной косметики, например в Германии, уже сложно

создавать и поддерживать сильные бренды. Быстрый рост этой отрасли в Германии сейчас замедляется (доля рынка в прошлом году достигла 6,5% и оборот — 815 миллионов евро). Впервые сегмент «почти натуральной» косметики рос быстрее, чем натуральный/органический сегмент. В 2011 году рост рынка замедлился на 2,5% по сравнению с 2010 го-

дом. Возрастает конкуренция, в том числе и с глобальными игроками, чьи маркетинговые бюджеты огромны. Это настоящий вызов для небольших первопроходческих компаний-производителей (а в Германии такие компании занимают половину рынка натуральной косметики). И здесь очень важно не только организовать устойчивое, ответственное производство, но и находиться в контакте со своими потребителями. Очень важен для будущего вопрос о поддержке производителей натурального сырья, экологической чистоте его производства и его аутентичности.

Я думаю, Россия не может остаться в стороне от мировых тенденций, российский рынок натуральной косметики имеет огромный потенциал. На сегодняшний момент он составляет меньше 1% всего российского косметического рынка, что составляет 48 миллионов евро. Однако можно ожидать, что российские показатели догонят европейские и будут быстро расти. Обычно экономические тенденции в России реализуются и развиваются быстрее, чем в европейских странах.

14–16 сентября в Варшаве прошла первая конференция Polska Cosmetics, организованная Министерством экономики Польши. Она была посвящена продвижению польской косметики, в том числе натуральной, на внешнем рынке.

О мероприятии и польском рынке натуральной косметики в европейском и мировом контексте мы попросили рассказать Татьяну Тамгину, заместителя директора компании U.N.A. (Россия).

В 2012 году Министерство экономики Польши включило косметическое производство в список 20-ти отраслей, наиболее приоритетных для экономики страны. Была разработана трехлетняя программа Polska Cosmetics, направленная на поддержку польских компаний, производящих косметику, на внешнем рынке. Она предполагает ежегодное проведение международных конфе-

ренций, которые должны знакомить иностранных бизнесменов и журналистов с текущими показателями и перспективами развития отрасли, а также участие польских производителей косметики в международных отраслевых выставках. Инаугурационная конференция программы Polska Cosmetics состоялась в сентябре 2012 года в Варшаве. Она была приурочена к выставке Beauty Forum Poland.

Наша компания является дистрибьютором польской косметической марки Organique. В рамках конференции мы провели ряд встреч с польскими партнерами, кроме того, нам было интересно узнать, как работают другие дистрибьюторы нашей марки в Европе. Такой обмен опытом был для нас очень полезен.

Если говорить о польском рынке профессиональной косметики, предназначенной для ухода за лицом, то хочется отметить, что это растущая и развивающаяся отрасль. И хотя продукция польских лабораторий пока не может сравниться по качеству с французской и итальянской косметикой, динамика развития впечатляет.



Нетронутая природа горных регионов Польши — сырьевая база для производства качественной натуральной косметики. На фото: горный массив Татр.

Чтобы завоевать позиции на давно сложившемся европейском рынке, польские производители вынуждены искать нестандартные подходы, развивать интересные ниши.

Сильной стороной польской косметики является высокая культура использования натуральных ингредиентов — причем не только местных, но и экзотических. Если рассмотреть для примера продукты нашей марки, то в ней реализованы два направления ухода — базовое и экспертное. Первое — это обычный профессиональный и домашний уход, во втором представлены косметические линии для кожи с особыми требованиями: чувствительной, проблемной (в том числе с поздними акне), с

некоторыми дерматологическими проблемами (атопией, псориазом и пр.). Есть также продукты для беременных и кормящих женщин. Понятно, что косметика для таких непростых потребителей предъявляет особые требования к используемым ингредиентам, технологиям, качеству сырья. Поэтому отдается предпочтение щадящим, натуральным составам на основе ценных природных масел (арганового, карите и др.) При этом сами масла, входящие в состав таких специальных средств, сертифицированы по стандарту ECOCERT.

Особенно интересны средства для натурального автозагара, безопасно стимулирующие синтез эндогенного меланина. Их можно применять даже тем людям, которым нельзя загорать из-за новообразований, гинекологических и прочих патологий.



Клюква — эффективный компонент натуральных увлажняющих средств.

Еще один способ развивать бренд в условиях конкуренции — поиск интересных, новаторских ингредиентов и текстур дома и за рубежом. Так, на основе польского сырья делаются увлажняющие средства с клюквой, которые востребованы и косметологами, и массажистами, и мастерами педикюра. Из экзотики и мастерам, и их клиентам очень нравится пенная глина на основе известняка на Востоке гассула — это продукт-трансформер, который при смешивании с водой становится легкой, удобной в применении пенкой. К этой же категории относятся и солевые пилинги, и пудры для ванн.

Поиск новых и редких ингредиентов, которые не используются в других марках, идет постоянно и по всему миру — в Альпах, Африке, Испании, Северной Африке. При этом расширяется список компонентов, обладающих международными экосертификациями.

Радует, что в последнее время в Польше появились компании, выпускающие собственные очень качественные масла — и базовые, и эфирные. Лучшие из них не уступают известным французским, итальянским, испанским продуктам.

В целом у польской натуральной и спа-косметики хорошие перспективы, поскольку в этом секторе потребитель в большей степени ориентируется на собственные ощущения, чем на мифологию бренда. И удержаться в игре можно, только непрерывно совершенствуя качество. K1

От редакции

Суммируя оценки наших экспертов, можно составить общее представление о том, как развивается сектор натуральной косметики в Европе. Воздействие экономического кризиса проявляется здесь двояко. С одной стороны, экономические реалии становятся жестче, а конкуренция — выше. Но, с другой стороны, именно кризис заставляет потребителя выбирать этичные потребительские стратегии и задумываться о долгосрочных последствиях своих решений, а производителя — искать нестандартные технологии и новые экономические ниши. Это, в конечном итоге, способствует дальнейшему росту «зеленого» сегмента.