



или знакомых. Ну а те, кто имеет низкий уровень дохода, в первую очередь, конечно, люди пожилого возраста, покупают недорогие, но проверенные отечественные марки «Бархатные ручки» концерна «Калина» или «Белоручку» компании «Аванта». Последняя является одной из самых дешевых (стоимость упаковки – менее 30 рублей). При этом находят своих потребителей и относительно новые, причем не дешевые линии, особенно если они имеют удачную концепцию, приятные отдушки и стильную упаковку. Скажем, российская Natura Siberica.

**НЕТ ПРОДАЖ?
СТИМУЛИРУЙ!**

Нужно отметить, что в 2009 году далеко не все ретейлеры были готовы предлагать россиянам широкий ассортимент косметики по уходу за кожей рук. И до сих пор на полках многих косметических сетей, супермаркетов или аптек, особенно в регионах, можно найти лишь несколько отдельных продуктов или одну-две самые известные марки, да и то не в полной комплектации.

Дело в том, что дистрибьюторы, оптовики, да и сами розничные операторы ограничивали объемы поставок и закупки из опасения, что товар окажется невостребованным. Об этом уже не раз говорили дистрибьюторы, работающие в разных сегментах косметического рынка, особенно те, кто поставляет импортный товар. Опыт компании Virtus – очередное тому подтверждение. «Объемы реализации средств по уходу за кожей рук и ногтеми Kamill в 2009 году остались на уровне 2008-го. Хотя сейчас мы понимаем, что показатели могли быть и выше, – говорит Ю. Хламенко. – Дело в том, что наши прогнозы по продажам подарочных наборов Kamill,

которые составляют значительную долю от общего оборота, были осторожными и, как следствие, заниженными. Но практика показала, что даже в условиях кризиса косметика и парфюмерия традиционно заняли третье место в рейтинге самых желаемых новинок одних подарков 2010 года. Чтобы наверстать упущенное, мы уже сейчас готовим к сезону 2011-го новые виды подарочных наборов.»

Вообще если говорить о стимулировании продаж косметикой по уходу за кожей рук и ногтей, то именно подарочные концепции здесь хорошо работают, чего не скажешь, допустим, о категории средств для лица или волос. «Крем для рук, предложенный в формате подарка, перестает быть обычным повседневным продуктом, он получает заряд определенного настроения и становится частью праздника. Судя по нашему опыту, оптимальный подарочный набор – это какой-либо продукт в сочетании с необычным сувениром, например стильным брелком, забавной мягкой или елочной игрушкой, пилкой для ногтей. И обязательно в яркой, жизнерадостной упаковке. Рекомендуемый ценовой диапазон такого комплекта – 120–150 рублей», – резюмирует Ю. Хламенко.

Некоторые компании прямых продаж, например Oriflame и Avon, регулярно предлагают россиянам специальные предновогодние серии средств для рук в упаковке с праздничным дизайном. Аналогичный опыт есть и у российской компании «Тенториум». Кстати, Avon в конце 2009 года сделала оригинальный ход: выпустила на европейский рынок целую серию кремов для рук и бальзамов для губ в новогодней упаковке «Парад праздничных фигурок» с изображениями Санта-Клауса,



КРС
КОСМЕТИЧЕСКИЙ РЫНОК СЕГОДНЯ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК
№ 8 230 16-30 апреля 2010

Российский рынок косметики для рук наконец-то стал полем для серьезной конкурентной борьбы. Причем традиционно лидировавшие там отечественные компании за прошлый год смогли еще и укрепить позиции. с. 12

ИЗ БРЕНДОВ В БЕСТСЕЛЛЕРЫ с. 6

По рукам с. 12

Постепенное движение в гору лучше бурного роста с. 17

После бури с. 20

Отказаться от синтетических отдушек? с. 24

ВСЕГДА МИР – ТВОИ ЛАДОНИ