

# Тренды косметики и ухода за собой

Октябрь 2024

**NIQ** | 30  
лет в России



# Ключевые тренды ухода за собой

Рост онлайн-рынка и  
специализированных  
магазинов

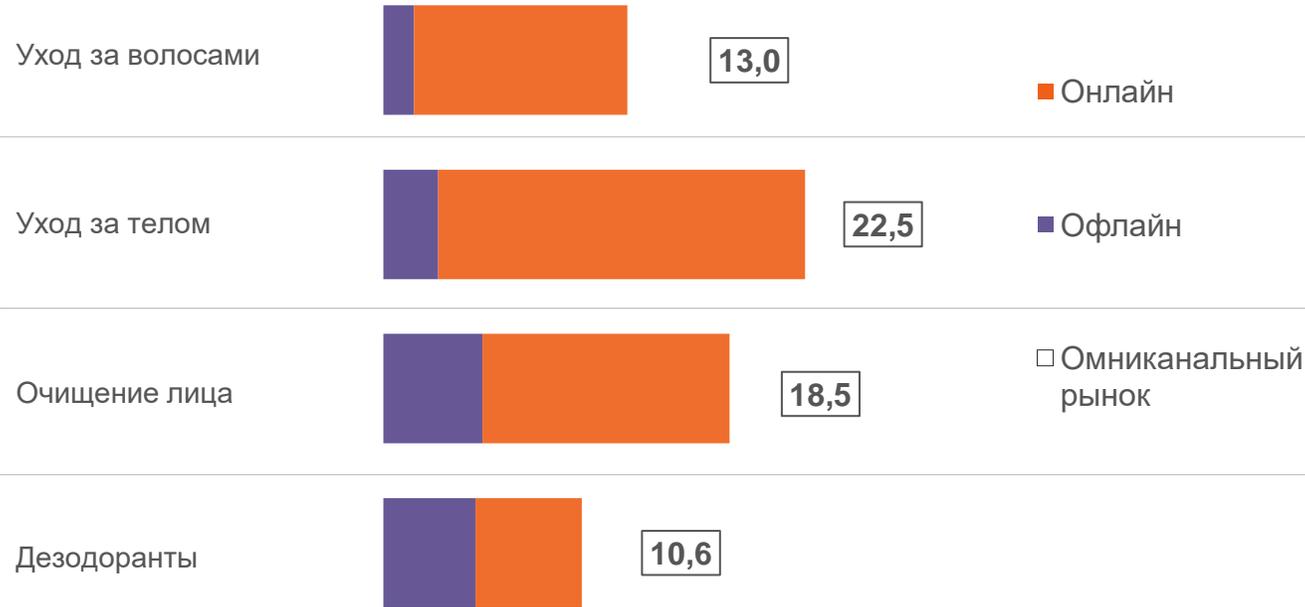
Восстановление  
ассортимента в  
офлайн-рознице после  
падения в 2022 году

Активное развитие  
спроса в регионах  
страны

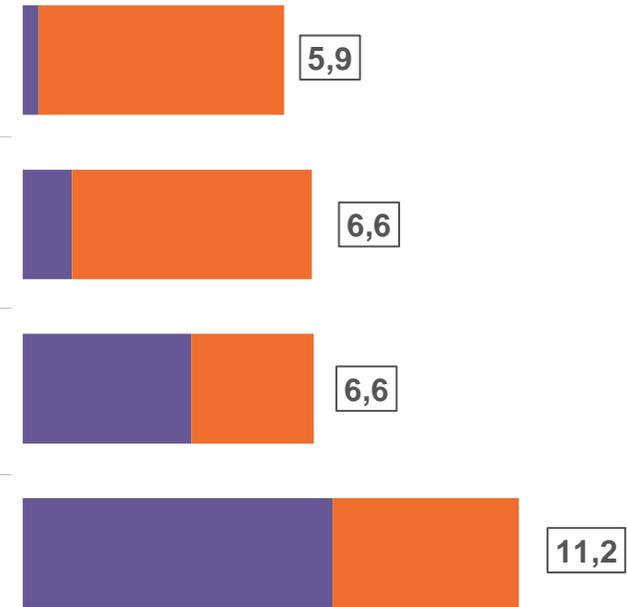
# Объемы продаж **индустрии по уходу за собой** восстанавливаются быстрее непродовольственного рынка в целом

При этом онлайн-рынок — один из основных драйверов развития индустрий по уходу за собой.

Динамика денежных продаж (руб.),  
12 месяцев по август 2024 включительно, %



Динамика натуральных продаж (упаковки),  
12 месяцев по август 2024 включительно, %

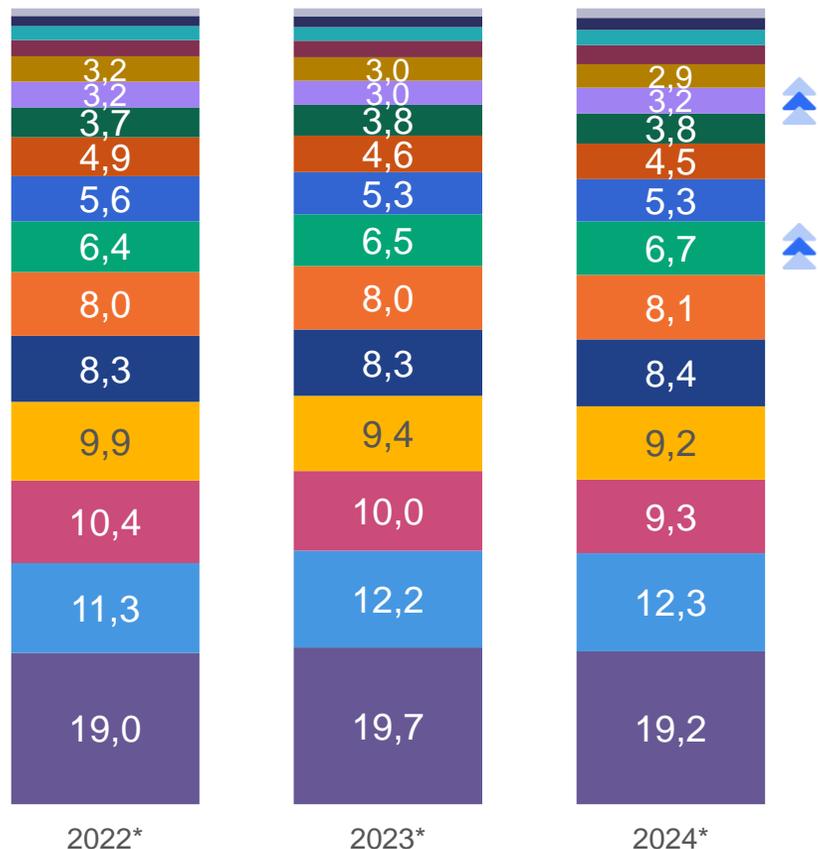


Доля интернет-торговли в категориях ухода за собой **составила 34,2%**

Источник: омниканальный ритейл-аудит Нильсен (розничные сети (Скантрек)+ онлайн-торговля). 12 месяцев по август 2024 к аналогичному периоду годом ранее.

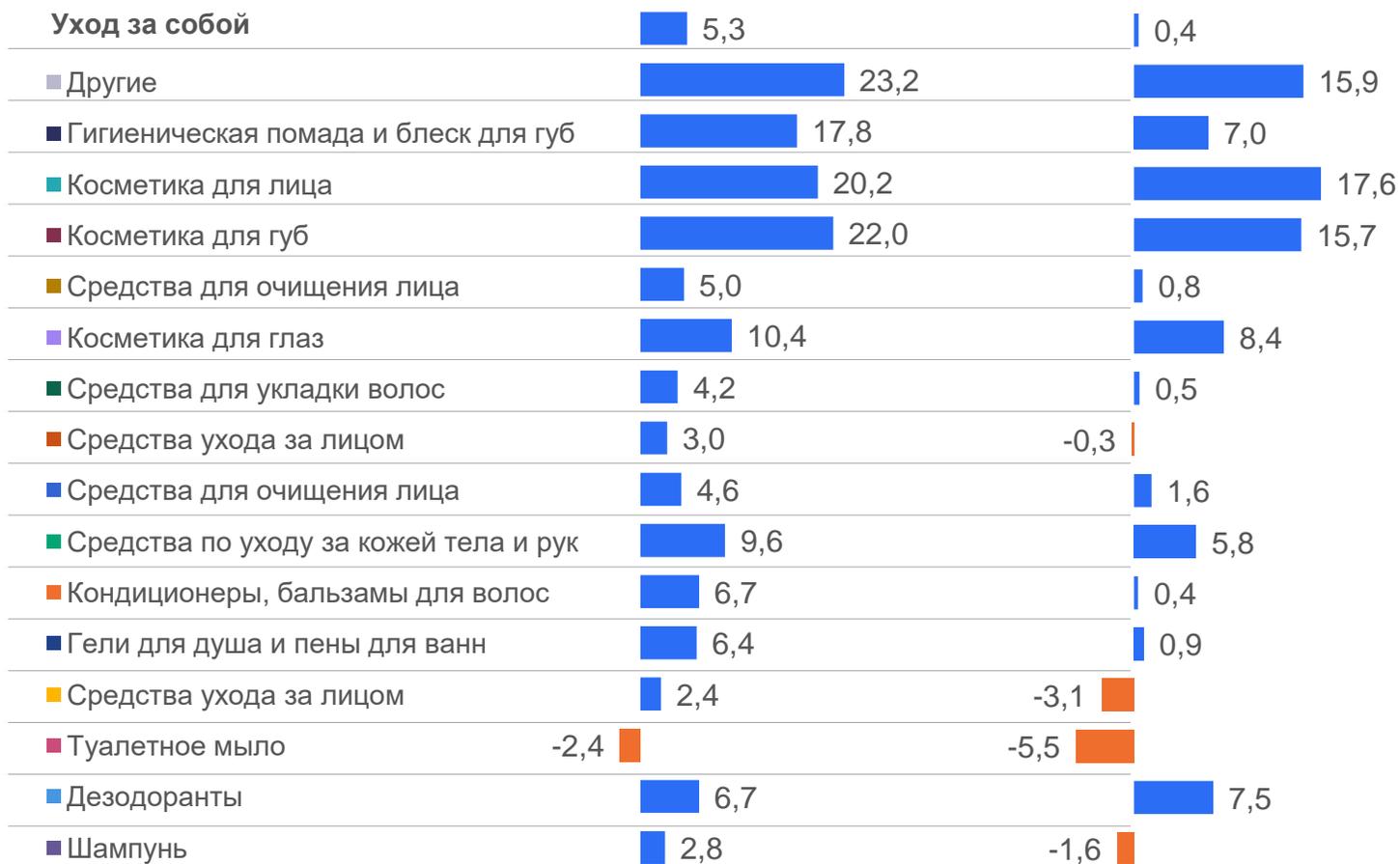
# В индустрии ухода за собой быстрее всего наращивают значимость средства по уходу за кожей тела и рук и косметика для глаз

Структура продаж категорий, денежное выражение %



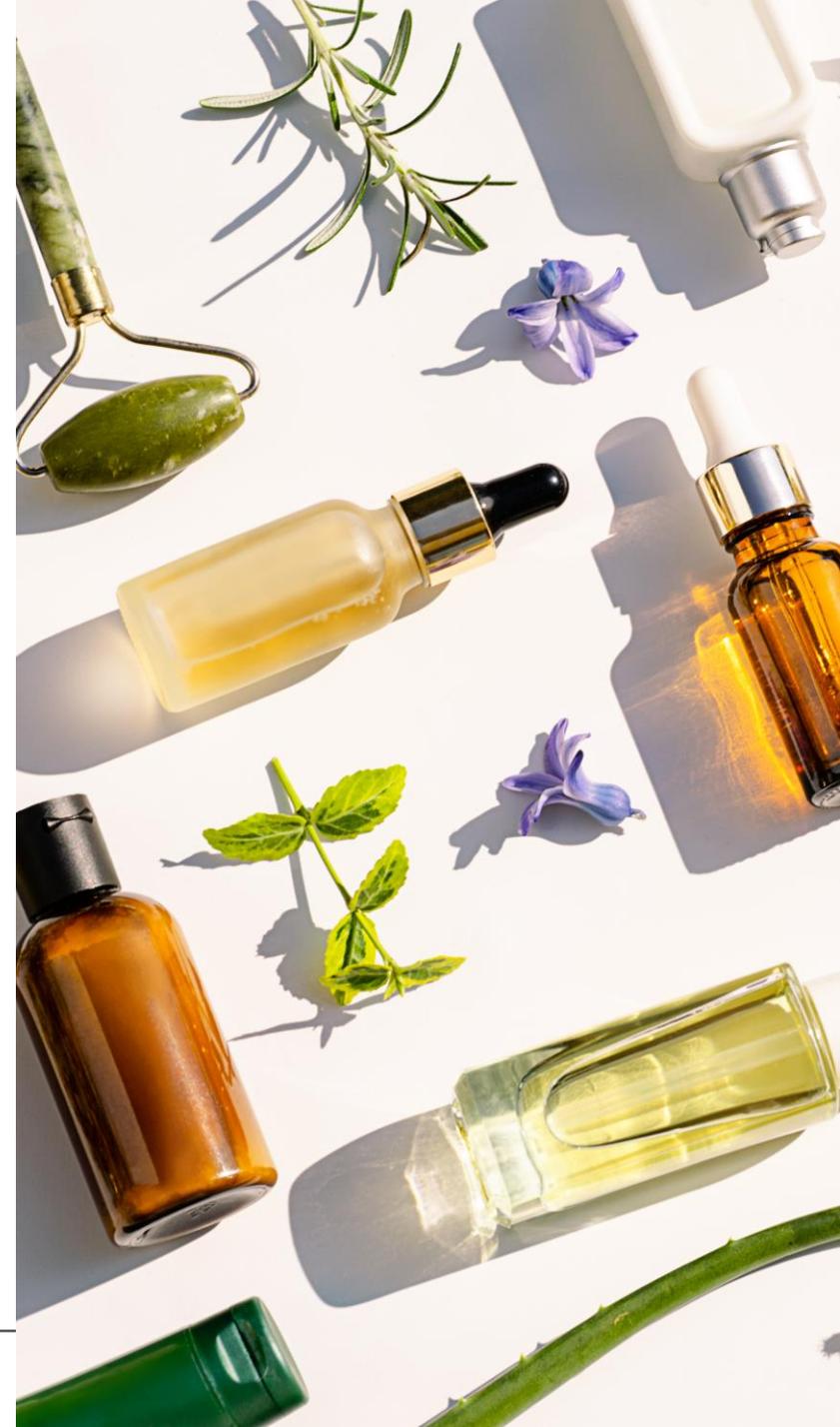
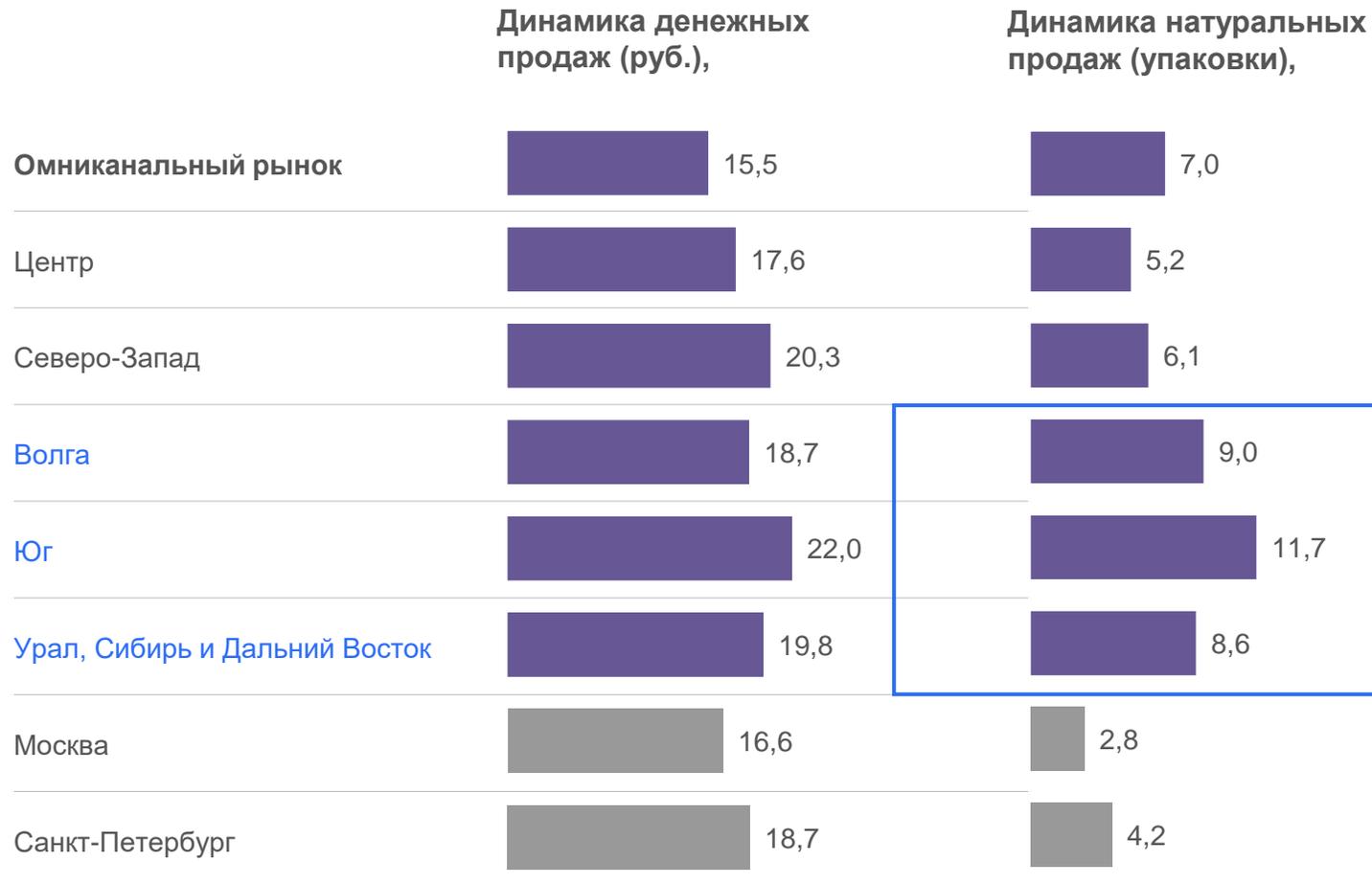
Динамика продаж, денежное выражение, %

Динамика продаж, натуральное выражение (уп.), %



Источник: измерения Нильсен. Рынок городской России для ухода за собой; розничные сети, включая специализированные магазины (для декоративной косметики)  
2024\* = 12 месяцев по август 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

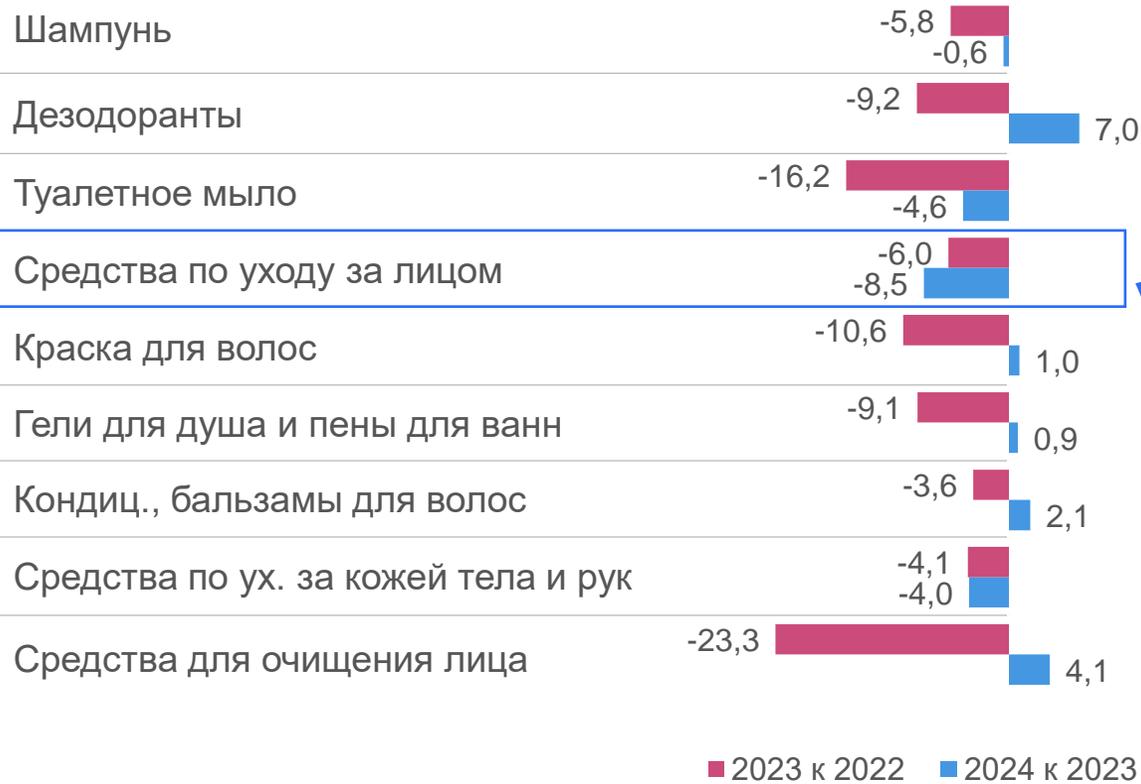
# Продажи уходовых средств в натуральном выражении в регионах развиваются быстрее Москвы и Санкт-Петербурга



Источник: омниканальный ритейл-аудит Нильсен (розничные сети (Скантрек)+ онлайн-торговля). 12 месяцев до август 2024 к аналогичному периоду годом ранее.

# Ассортимент уходовых категорий **начинает восстанавливаться** после прошлогоднего снижения, но и в падающих категориях можно найти растущие сегменты

## Изменение ассортимента, %



Средства по уходу за лицом с витаминами выросли на 2,4% в ассортименте и 9,8% в денежном выражении



Ключевые вкладчики в рост продаж



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок. 12 месяцев по август 2024.

# Косметика: самые успешные новые бренды за I полугодие 2024

## Косметика для губ

Love Generation (НТС «Градиент»)



## Косметика для глаз

Love Generation (НТС «Градиент»)  
MAGIE ACADEMIE (ООО «Финтрейдинг»)



## Косметика для лица

Love Generation (НТС «Градиент»)  
MAGIE ACADEMIE (ООО «Финтрейдинг»)



Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (более 150 сетей, включая специализированные магазины), офлайн-рынок. На основе данных 242 категорий. I полугодие 2024 года.

# Уход за собой: самые успешные новые бренды за I полугодие 2024

## Средства защиты от солнца

Fito Косметик (ООО «Фитокосметик»)  
BEAUTIFIC (GSS Cosmetics)



## Средства для очищения лица

Dzintars (ООО «Н.А. Brieger»)  
Baze (ООО «Ботани»)



## Средства по уходу за лицом

CQK (Shantou Aishi Biotechnology Co., LTD)  
Littoral (ООО «Биофармлаб»)



Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (более 150 сетей, включая специализированные магазины), офлайн-рынок. На основе данных 242 категорий. I полугодие 2024 года.

# Уход за собой: самые успешные новые бренды за I полугодие 2024

## Гели для душа и пены для ванн

By Фа (Lab Industries)  
My Muse (Grass)

Sanfito (АО «Ступинский химический завод»)



## Шампуни

Q'MEN (ГК «Арнест»)  
Полезная ботаника (ПКК «Весна»)



## Уход за кожей тела и рук

PharmLevel (ЗАО «Зеленая Дубрава»)  
Proflin (ООО «Динаком»)



Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (более 150 сетей, включая специализированные магазины), офлайн-рынок. На основе данных 242 категорий. I полугодие 2024 года.

Как меняется  
покупательское  
поведение?



# Ключевые тренды ухода за собой

Рационализация  
потребления

Развитие  
российских  
брендов

Интерес  
к зарубежным  
маркам

# В категориях ухода за собой покупатели рационализируют траты: приобретают больше крупных упаковок с более выгодной ценой за единицу объема

Структура продаж категорий по объему упаковки, денежное выражение, (п.), %



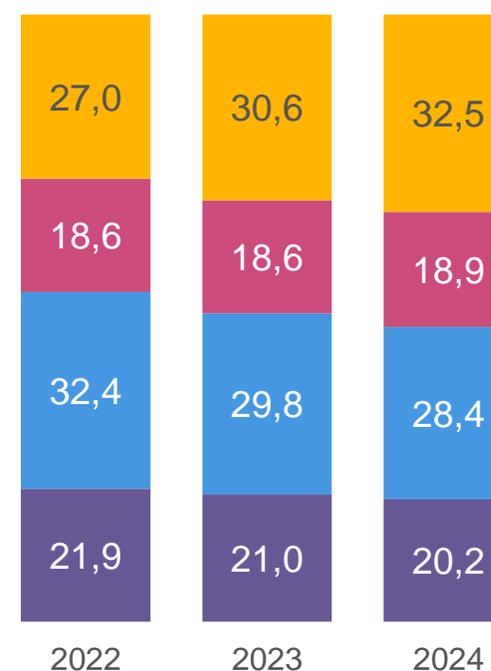
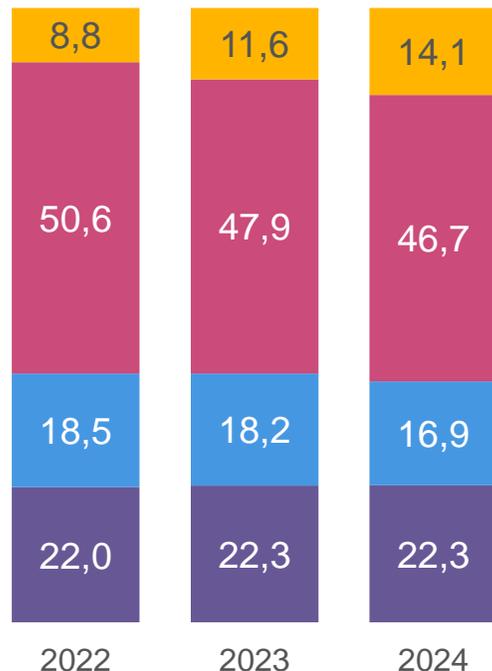
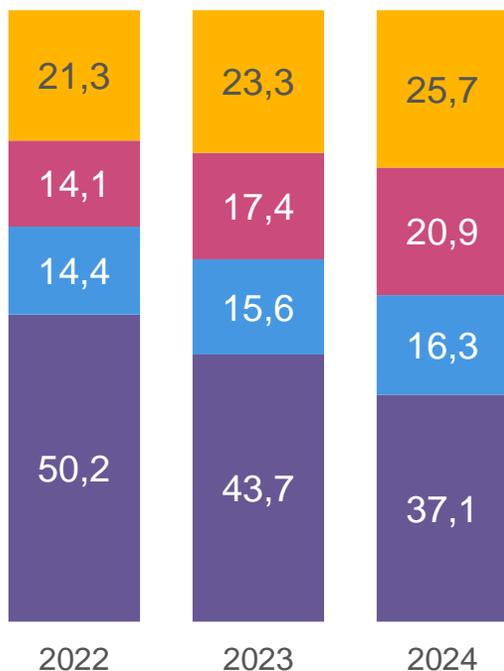
Гели для душа



Шампуни



Кондиционеры для волос



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024.

# Наряду с ростом значимости больших упаковок развиваются помпы — один из наиболее удобных форматов для больших объемов



Зубная паста

1.1%

+0.4 п.п.

3.6%

+0.2 п.п.

Доля помп в структуре продаж категорий на омниканальном рынке

Доля помп в структуре продаж категорий на онлайн-рынке



Шампунь

8.0%

+1.4 п.п.

21.5%

+2 п.п.



Кондиционер для волос

12.0%

+1.4 п.п.

27.2%

+3.9 п.п.



Жидкое мыло

67.4%

+4 п.п.

Топ-бренды на омниканальном рынке



Источник: омниканальный ритейл-аудит Нильсен (розничные сети (Скантрек)+ онлайн-торговля). 12 месяцев по март 2024.

# В уходových категориях активно развиваются российские производители

## Уход за лицом

Aravia Laboratories

Ягодные патчи

Aravia Professional

Angel Key

Stellary

8.1.8 Beauty Formula

Organia

Mixit

Циновит

Beauty Visage

*10 из 30 самых  
быстрорастущих  
брендов  
– московские*

## Уход за телом

Synergetic

Неотанин

Mixit

Aravia Professional

Comforte

Чистый Люкс

Himalaya Herbals

Coco Bam

Чудо Пятки

Bioderma

Dolce Milk

Пантенол

Mond`Sub

Натуральные Масла

Dr.Pill

*Половина  
брендов в топ-  
списке – это  
маленькие  
производители*

## Косметика для губ

Eva Mosaic

Stellary

Dolce Milk

Evo

7 Days

Holly Polly

Parisa

Lavelle Collection

Art-Visage

Сделано Пчелой

Фруктовый Поцелуй

La-Kri

TF

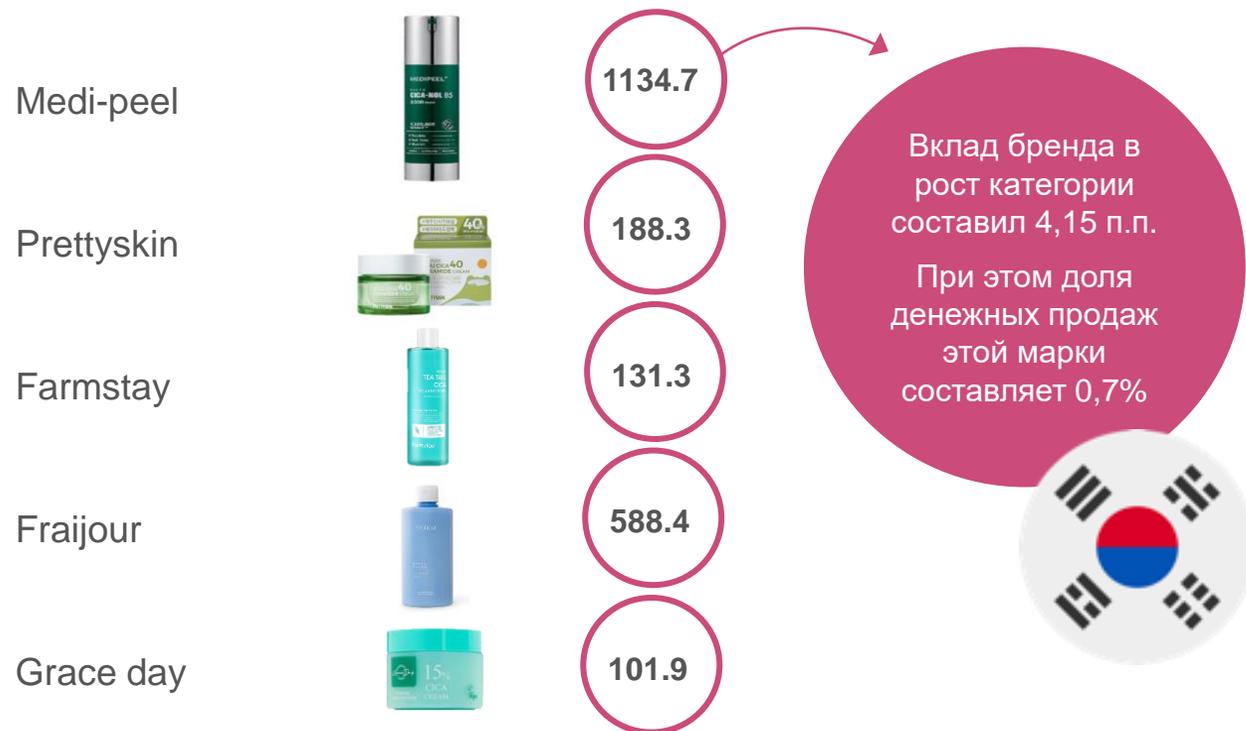
*10 из 30 самых  
быстрорастущих  
брендов  
– российские*

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (уходовые категории), ритейл-аудит в розничных сетях (Скантрек) и специализированные магазины (косметика для губ). 12 месяцев по март 2024.

## В категории **ухода за лицом** корейские бренды занимают уже почти **12%** продаж

Самый весомый вклад в рост таких товаров привнес небольшой бренд **MEDI-PEEL**.

Топ-брендов по вкладу в рост корейских средств по уходу за лицом и их ценовой индекс (объемы)



# 11,8%

составила доля денежных продаж корейских брендов в категории ухода за лицом (+0,7 п.п.).

Темпы денежных продаж таких товаров составили +8,98%

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, 12 месяцев по март 2024 года к аналогичному периоду годом ранее. Категория средств по уходу за лицом

# 2,3%

составила доля денежных продаж турецких брендов в категории дезодорантов (+0,9 п.п.)

# +76,4%

на столько выросли денежные продажи турецких брендов дезодорантов к аналогичному периоду годом ранее



## В категории дезодорантов активно развиваются турецкие бренды

Бренд, позиция в рейтинге крупнейших производителей дезодорантов и изменение позиции к прошлому году

Blade  
17 (+17)



Repute  
18 (+33)



Duru  
22 (+27)



Storm  
76 (+91)



Fawaris  
92 (+24)



Источник: омниканальный ритейл-аудит Нильсен (национальный аудит + онлайн-торговля). 12 месяцев по март 2024 к аналогичному периоду годом ранее. Категория дезодорантов.



Следите за результатами свежих исследований  
Нильсен в нашем телеграм-канале:

[t.me/nielsenrussia](https://t.me/nielsenrussia)

