



## Изменения на косметическом рынке в сегменте масс-маркет

# ТАКОГО УРОВНЯ ИНФЛЯЦИИ НЕ БЫЛО ЗА ПОСЛЕДНИЕ 20 ЛЕТ

УРОВЕНЬ ИНФЛЯЦИИ ЗА 2022 ГОД

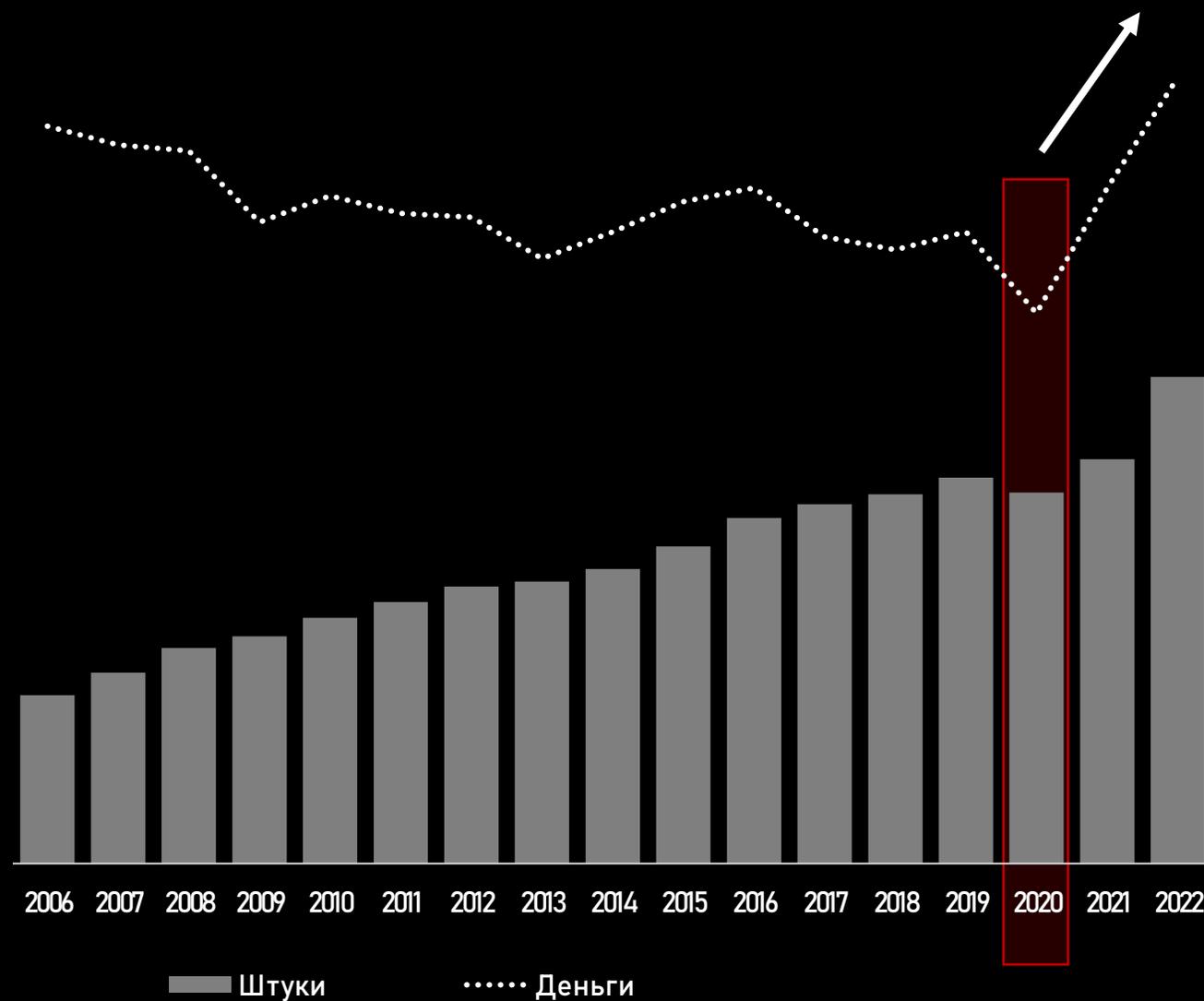
**+11,9%**

РОСТ ЦЕН В КАТЕГОРИИ КРАСОТА

**+25,4%**

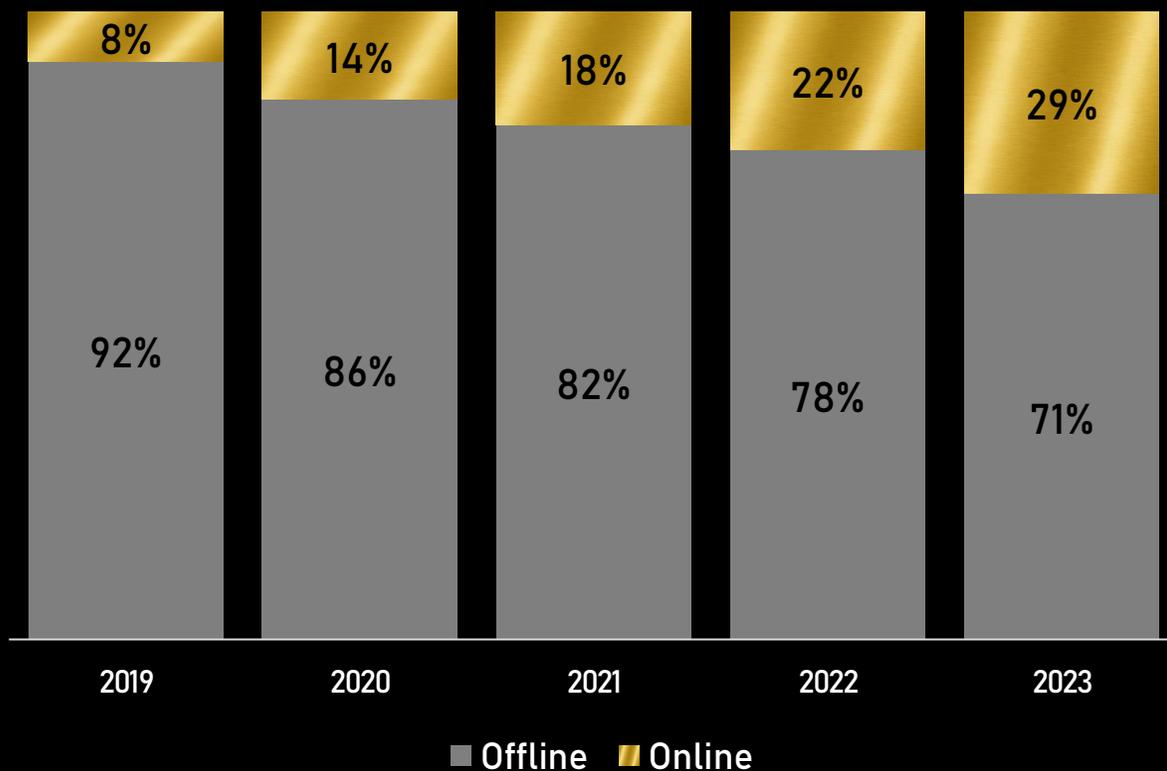


Рынок категории «Красота» сегмента масс-маркет в России один из самых стабильных на протяжении долгого периода времени

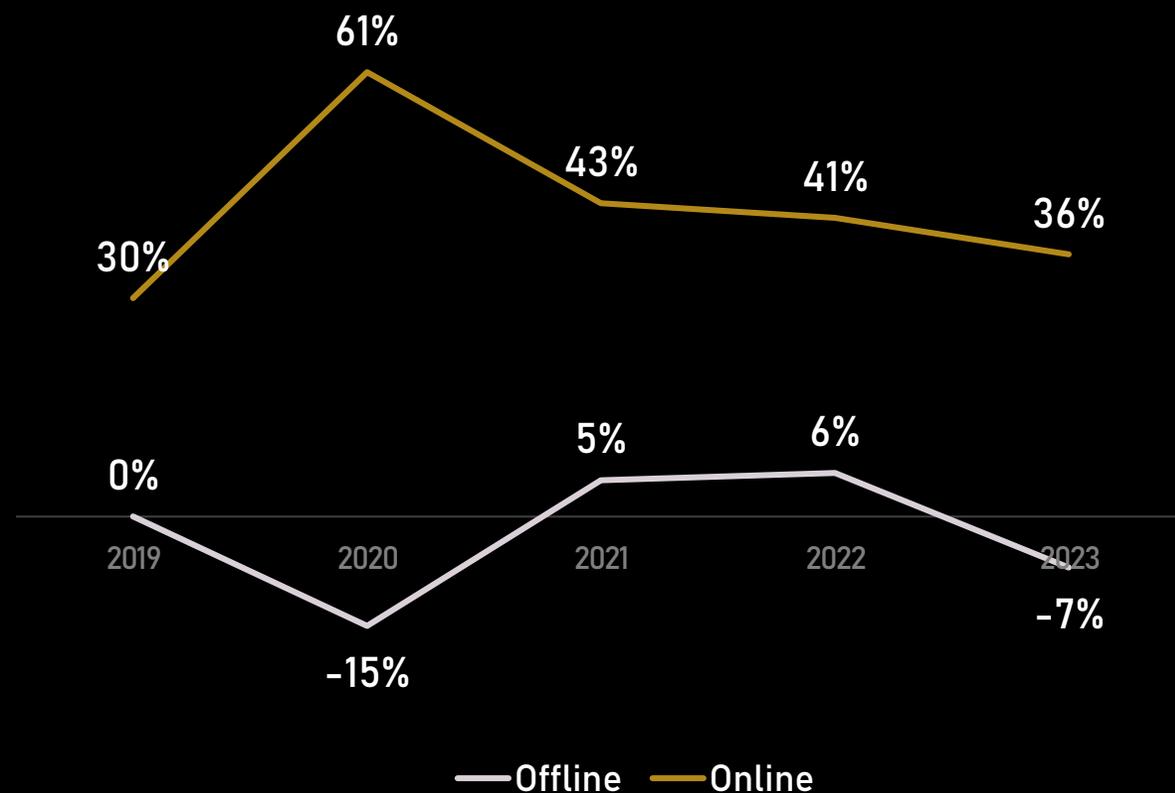


# ПОСЛЕ СОБЫТИЙ 2019-2020 РОСТ КАНАЛА ONLINE УСКОРИЛСЯ, ПРИ ЭТОМ OFFLINE ВСЕ ЕЩЕ ОСТАЕТСЯ ТРАДИЦИОННЫМ ДЛЯ КАТЕГОРИИ

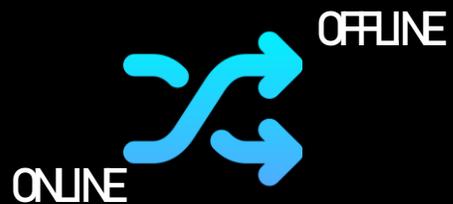
## ДОЛЯ КАНАЛОВ ПРОДАЖ



## ДИНАМИКА КАНАЛОВ ПРОДАЖ

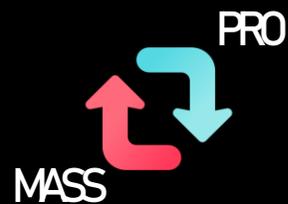


# БОЛЬШИНСТВО ПОКУПАТЕЛЕЙ ПРЕДПОЧИТАЮТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ОБА КАНАЛА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ И СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПКИ



64%

делают покупки и в offline,  
и в online каналах



37%

переключаются  
с профессиональных  
на масс бренды



33%

сравнивают цены  
в магазинах



32%

говорят об  
использовании  
локальных  
брендов

# ДОЛЯ РЫНКА В E-COMMERCE СТАБИЛЬНО РАСТЕТ У ЛОКАЛЬНЫХ ИГРОКОВ (РОССИЯ И БЕЛОРУСЬ)

ЯН-МАРТ'22

Страна бренда	Доля, %
1 Франция	4,9
2 США	3,0
3 Россия	2,8
4 Франция	2,7
5 Германия	1,9
6 Франция	1,7
7 Корея	1,4
8 Россия	1,3
9 Беларусь	1,2
10 Польша	1,0

ЯН-МАРТ'23

Страна бренда	Доля, %
1 Франция	3,9
2 Беларусь	2,6
3 Россия	2,2
4 Франция	2,2
5 Германия	2,0
★ 6 Россия	1,9
★ 7 Россия	1,6
8 Китай	1,4
9 Корея	1,3
10 Польша	1,3

# ТОП 10 ТОВАРОВ В КАЖДОМ БРЕНДЕ СПОСОБНО ОБРАЗОВЫВАТЬ ОКОЛО 35% ВСЕХ ПРОДАЖ

ЯН-МАРТ'23

Страна бренда	Доля, %	Вес ТО
1 Франция	3,9	20%
2 Беларусь	2,6	37%
3 Россия	2,2	31%
4 Франция	2,2	36%
5 Германия	2,0	24%
6 Россия	1,9	38%
7 Россия	1,6	92%
8 Китай	1,4	52%
9 Корея	1,3	31%
10 Польша	1,3	25%

ТОП 10  
ТОВАРОВ