



the company for women

Пресс-релиз  
Июнь 2016 г.

## КОМПАНИЯ AVON ПРЕДСТАВИЛА КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОСМЕТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

29.06.2016, – Косметика относится к самому быстрорастущему сегменту российского рынка товаров повседневного спроса. По итогам 2015 года доля бьюти-продукции увеличилась на 18,9%<sup>1</sup>, значительно превысив темпы инфляции. При этом наибольший рост был достигнут за счет категории парфюмерии. Эти и другие тенденции обсудили участники пресс-завтрака Avon «Косметический бизнес в России: формула успеха».

В 2015 году особенным спросом среди российских покупателей пользовалась парфюмерия: по объему реализованной продукции эта категория выросла на 18%<sup>1</sup> в сравнении с показателями 2014 года, продемонстрировав самую высокую в своем сегменте динамику. На втором месте оказались средства по уходу за кожей лица (+11,8%), на третьем – декоративная косметика (+7,4%)<sup>1</sup>.

Avon по-прежнему остается косметической компанией прямых продаж №1 в России<sup>1</sup>. Продукцию Avon покупают 15%<sup>1</sup> российских семей. Avon занимает лидирующие позиции в таких категориях, как парфюмерия, средства по уходу за ногтями и средства для душа, является вторым по популярности брендом декоративной косметики и занимает третье место среди производителей средств по уходу за кожей лица. В первом квартале 2016 года продажи Avon в России увеличились на 25% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, а число активных представителей – на 16%. Компания активно развивает направление некосметической продукции, однако именно косметический сектор для нее остается приоритетным.

По словам **Елены Старковой, генерального директора Avon, Восточная Европа**, успех Avon на рынке – как на российском, так и на мировом – обусловлен проактивной позицией компании, которая отвечает ведущим рыночным трендам, таким как:

- **баланс цены и качества:** российские потребители, которые еще в прошлом году ориентировались в первую очередь на стоимость товара, вновь начинают отдавать предпочтение качеству;
- **развитие цифровых технологий:** все больше покупок сегодня совершается через Интернет, а показатели продаж оказываются в прямой зависимости от развития инструментов электронной коммерции;

<sup>1</sup> По результатам исследования «ГФК-Русь» покупок домашних хозяйств, рынок средств по уходу за собой в России, за период 01.01.2015-31.12.2015 г., размер выборки: 10000 домашних хозяйств в РФ.

# AVON

the company for women

- **усиление роли корпоративной социальной ответственности:** 38%<sup>2</sup> российских покупателей готовы платить больше за продукты социально ответственных брендов.

«Мы очень внимательно следим за тенденциями рынка и стараемся реагировать на них максимально оперативно, – комментирует Елена Старкова. – С первых дней мы предлагали своим покупателям хорошее качество за разумные деньги. Сегодня, в век интернет-технологий, мы последовательно развиваем платформу электронной коммерции, которая включает онлайн-магазин в концепции социального шопинга и удобные мобильные приложения для различных операционных систем. Что касается нашей социальной позиции, то на протяжении многих лет мы реализуем в России благотворительные программы «Вместе против рака груди» и «Скажем «нет» домашнему насилию», направленные на решение острейших проблем, с которыми сталкиваются современные женщины. Для нас красота – это в первую очередь уверенность: в будущем, в здоровье, в благополучии. Мне кажется, именно это во многом объясняет успех нашей компании: во все времена мы стремились понять женщину и предложить ей то, что действительно нужно».

## ОБ AVON

На протяжении 130 лет компания AVON работает ради красоты, инноваций, оптимизма и, прежде всего, ради женщин. Продукция AVON представлена такими известными и любимыми брендами, как Avon Color, Avon Care, Skin-So-Soft и Advance Techniques. Благодаря 6 миллионам Представителей, продукция Avon ежедневно радует покупателей в 70 странах по всему миру.

Узнайте больше об AVON на сайте [www.avon.ru](http://www.avon.ru)

---

*За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь:*

*Богачева Ольга*  
*Olga.Bogacheva @brain-box.ru*  
*8-916-175-80-03*

*Раков Максим*  
*maxim.rakov@avon.com*  
*8-915-072-33-35*

---

<sup>2</sup> По данным онлайн исследование Nielsen в области социальной корпоративной ответственности и аудита розничной торговли, 2014 г.  
<http://www.nielsen.com/ru/ru/press-room/2014/nielsen-social-programs-open-a-new-opportunity-for-brands-to-conquer-consumers-hearts.html>