

BEST- pharmacia

август 2013



Спецвыпуск косметика

Каталог

часть I

Косметика российских производителей



КРАСОТА ПО РАЗУМНОЙ ЦЕНЕ. МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ КОСМЕТИКИ



Ситуация на рынке

Косметический рынок традиционно является одной из наиболее динамичных и прибыльных отраслей экономики. Традиционно он включает в себя декоративную косметику, средства гигиены и средства по уходу за кожей. Декоративная косметика, на сегодняшний день в нашей стране практически не выпускается, этот сегмент потерян надолго, если не навсегда. В отличие от него, сегмент средств по уходу за кожей и гигиенической косметики имеет все шансы стать исключительно успешным. Развитие этой отрасли имеет серьезное значение для национальной экономики России. В результате недавнего экономического кризиса произошло резкое падение продаж у представленных на российском рынке лидеров мирового бизнеса красоты, и напуганные происходящим, зарубежные компании приостановили поставки, свернули рекламные компании.

В результате произошло практически полное импортозамещение товаров средней ценовой категории. Специфика момента состоит в том, что после кризиса, отечественные производители смогли преодолеть потребительский стереотип «хорошей может быть только импортная косметика», предложив покупателям высококачественный продукт.

Произошло своего рода второе рождение для таких марок как «Концерн Калина», «Невская косметика», «Свобода». Заявили о себе новые производства уже ставшие привычными и любимыми российскому потребителю: «Две линии», «ЛУЧИКС», «Малавит».

Если проанализировать все факторы, обеспечивающие развитие рынка, то можно констатировать, что российская косметическая промышленность имеет отличные предпосылки для роста. В стране имеется развитая химическая промышленность, значительное количество специалистов и научных лабораторий, способных вести разработки в этой области. Например, большим спросом пользуется плацентарная косметика «Evinal» и «Cosmedic Laboratory» от компании «Эвиналь», которая по мимо производства сертифицированного по международной системе ISO-9001, имеет собственную научную лабораторию, сертифицированную по медицинскому стандарту GMP. Кроме того, национальные традиции заставляют женщин тратить значительные суммы на поддержание красоты. Климатические условия России требуют особого ухода за кожей, что создает дополнительные возможности для производителей.

Еще в далеких 90-х годах специалисты указывали, что главными причинами, сдерживающими рост продаж отечественной косметики являются: отсутствие грамотной рекламной поддержки, соотношение цены и качества, проблема упаковки. Несмотря на ряд позитивных изменений, эти проблемы сохраняют актуальность и сегодня.

Большинством ведущих предприятий из года в год воспроизводится ряд ошибок:

1. На рынок выводятся марки, концепция которых не разработана, постоянно изменяются стили и тематика рекламы. Покупатель не имеет возможности сформировать отношение к марке.

2. Крайне мало качественной рекламы, которая разработана, исходя из концепции товара.

3. Ценообразование строится по принципу учета ре-

альных затрат на стоимость производства товара, но совершенно не учитывает «стоимость брэнда». Марки не разнесены по ценовым категориям с точки зрения удовлетворения потребностей различных категорий потребителей. Упаковка до сих пор не рассматривается как неотъемлемая часть товара, которая способствует формированию имиджа и повышению продаж.

Правила продвижения косметических товаров на рынок

Сегодня российские производители уже на пути осознания необходимости применять маркетинговые технологии для продвижения своих товаров. Рынок косметики – это рынок, где продается имидж. Многочисленные тесты качества и эффективности подтверждают одну истину – воздействие косметических средств чаще всего индивидуально и не может быть волшебным и абсолютным. В первую очередь это относится к косметическим средствам так называемого медиум сегмента, которые не содержат радикальных, сильнодействующих компонентов и подходят большинству женщин.

В силу этого, реклама, создание определенного образа является первичным и полностью определяет судьбу товара. Если косметический крем (или другое средство), пусть и обладая высоким качеством не дает женщине обещания улучшения внешнего облика, то он никогда не станет по-настоящему популярным. Фактически, рынок полностью зависит от рекламы. Сегодня потребителю явно мало того, что в магазине есть хоть какое-нибудь средство по уходу за кожей. Российские женщины снова возвращаются к удовольствию от покупки. Отечественные производители лишь недавно стали уделять должное внимания этой проблеме, и эти действия незамедлительно повысили продажи выпускаемых ими косметических средств. Чего только стоит продвижение продуктов «Компании Клевер»: рекламные материалы для постоянных партнёров, каталоги, пробники, стойки и

плакаты по наличию, на канале «Карусель» стартовал новый анимированный ролик бренда «Принцесса», осуществляется выпуск различной промо-продукции.

Если раньше, практически все выступления лидеров российской косметической отрасли сводились лишь к декларации высокого качества товара, то теперь производитель принимает участие в различных конференциях и форумах. Так например, специализированная программа против выпадения волос "Селенцин" от компании "Алкой" получила высокую оценку в ходе международного форума дерматовенерологов и косметологов, а компания "Алтайский букет" оказалась единственным предприятием Алтайского края, удостоенным международной премии "European Standard" в 2013 году.

Российские производители косметики теперь следуют мировым традициям, которые построены на том, что товар должен удовлетворять конкретные потребности потребителя. В результате, существует сегментация потребительского рынка. Эта сегментация может строиться по критериям цены, типов кожи, конкретных проблем внешности (морщины, воспаления и пр.), целей использования, возраста потребителей. У каждого производителя свой подход, если кремы с антисептическим эффектом «БОРО РИЧ» от компании Восторг-С, изготовлены из индийских трав, то например серия кремов от «Лаборатория ПВК «Гарни» разработаны на основе кератана и бальзама Шостаковского.

Что представляют из себя основные правила продвижения косметики среднего (медиум) ценового сегмента на западе? Мы будем рассматривать именно этот сегмент, поскольку он наиболее перспективен для российских производителей.

Согласно сложившимся в мире традициям, косметика продается через подчеркивание УДТ (уникального достоинства товара), через создание у покупателя уверенности, что продукт может повлиять на его имидж, и кроме того, пользование данным продуктом есть элемент имиджа. Этот имидж может быть разным (элитарность, стремление к здоровью, есте-

ственность, экстравагантность и пр.).

Главное правило: соответствие концепции и продвижения товара, а кроме того, жесткая сегментация рынка. По определению, не может быть средств, предназначенных для всех женщин без исключения. Маркетинговая стратегия западных производителей направлена на то, чтобы донести до потребителя message товара, обещание. Как правило, стратегия продвижения базируется на двух уровнях.

Первый уровень: характер обещания, имидж.

В соответствии с ним создается упаковка, разрабатывается концепция рекламы и техника продаж. Упаковка для косметики является частью самого товара, которую невозможно отделить от него. Упаковка создает впечатление при первом знакомстве с товаром и остается с потребителем все время использования, либо дополняя удовольствие от товара, либо, напротив, закрепляя негативные эмоции. Разнообразие упаковок сбивает покупателя с толка, заставляет его размышлять. Именно поэтому, большинство ведущих фирм использует различные приемы для повышения запоминаемости своей косметики. Все помнят выразительное изображение акулы на косметических средствах марки "Акуля сила" компании "ЛУЧИКС", малахитово зеленые баночки косметики "Малавит", серебристую упаковку инновационной серии "Герцина" от компании "СайТэк". Выбор цвета является принципиальным для фирмы производителя, поскольку цвет поддерживает (или разрушает при неправильном выборе) message брэнда. Разнообразие и запоминаемость – вот два кита, на которых покоится индустрия косметической упаковки. Вся рекламная политика строится в соответствии с идеологией брэнда. Визуальные образы, слоганы, promotion – все подчинено главной идее.

Второй уровень: имидж самого потребителя

Имидж потребителя каким-то образом изменяет-



ся от пользования указанным товаром. Эти изменения необходимо просчитать, начиная от спонтанной реакции, до статусных требований потребителя. Необходимо знать, какая именно женщина купит косметику и с какими целями она это сделает. В случае, если будут удовлетворены имиджевые ожидания от продукта, потребитель купит марку снова и снова. Имиджевые ожидания зависят от сезонных колебаний моды, стиля жизни, профессии.

При всем разнообразии видов средств по уходу за кожей и рекламных находок в этой сфере, существуют три основные линии позиционирования косметики: «натуральная»; «практичная» и косметика, «ориентированная на быстрый эффект». Все другие направления, так или иначе являются вариантами этих трех линий. Названия этих линий приблизительны и почерпнуты из западных источников. В литературе могут встречаться иные близкие по смыслу термины.

Косметика, которая продвигается на массовом рынке как «натуральная», приготовленная на травах, представлена на российском рынке такими фирмами как «Алкой» (детская ТМ "Здравландия"), "Фабрикой Театральной Косметики СТД РФ" (линия косметических средств «Индивита»), "Шанте Бьюти" (серии «ORGANIC», «ФИТО») и т.д.

При продвижении этих марок подчеркивается натуральность и чистота ингредиентов, составляю-



щих основу продуктов. Производитель сообщает об особой нежности этих средств, их безопасности, которая проверена старинными рецептами. При этом всегда упоминается о применении самых передовых технологий производства. Особым шиком является указание на короткие сроки хранения препаратов, то есть отсутствие в них консервантов.

Эта тематика особенно популярна в «экологические» 90-е годы, когда мода повернулась лицом к естественности и простоте. Характерно, что в рекламе такой косметики широко используются красочные изображения природы, стилизованной старинной утвари для приготовления целебных снадобий. Визуальное сопровождение, как правило не акцентирует внимание на внешности моделей. Это скорее легкие образы женщин, которые живут в согласии с природой, собирают цветы, смешивают чудодейственные смеси. Этот образ дает право на творчество, самобытность. Городские женщины могут почувствовать, что они заботятся о своей внешности и здоровье. Эту тему успешно развивают практически все фирмы представленные в нашем каталоге: "АДЕЛЕЙД", "Две линии", "Алтайские букет" и множество других производителей.

Так называемая "практичная" косметика решает многочисленные проблемы кожи, ей легко пользоваться, она везде продается. Классическим примером такой стратегии продвижения является фирма «Шанте Бьюти» (бренд Знахарь), а также "Компании Клевер" (бренд Eveline Cosmetics), "Эвиналь" (бренд «Evinal»). Практичная линия предполагает, что потребительница этой косметики - современная женщина, которая хочет пользоваться самыми лучшими средствами по уходу за собой, но не станет тратить много времени на изучение подробностей состава и способа применения каждого средства. Такая косметическая линия содержит очень ши-

рокий выбор средств, каждый покупатель может легко подобрать себе препарат. В рекламе чаще всего используются фотографии стандартно красивых моделей, с которыми любая женщина может себя идентифицировать. Практически никогда специалисты по рекламе не применяют для продвижения подобной косметики супермоделей, красавиц с интригующей и необычной внешностью. Практичная косметика - это легкий и естественный выбор. Для этого варианта очень важна высокая репутация фирмы-производителя. Эту косметику покупают не столько руководствуясь эмоциональными мотивами, сколько доверяя изготовителю.

Наконец, третьим направлением продвижения является создание у потребителя ощущения мгновенного эффекта от использования марки. В данном случае, упор делается на редкие ингредиенты, входящие в то или иное косметическое средство. Это может быть плацентарный комплекс «Плацентоль 100%» составляющий основу всей косметики "Плацентоль" от «МНПК Биотехиндустрия», всем известный компонент Q10, который входит в одноименную серию по уходу за кожей лица компании «Галант Косметик», или же экстракт черной икры, на основе которой создана эффективная антивозрастная серия «Черная Орхидея» одного из ведущих российских производителей косметики IQ-cosmetic.

В современном мире, женщина, приходя в магазин, не только покупает необходимые гигиенические товары, но и удовлетворяет эмоциональные потребности, сформированные средствами массовой коммуникации. Значительную роль в этом процессе играет техника продаж. В большинстве случаев, косметика масс и медиум сегментов предлагается в супермаркетах открытого доступа. То есть, покупатель может взять в руки любую баночку, попробовать тестер на термине. Консультация продавца будет предоставлена, если это действительно необходимо. Активный интерес к самосто-

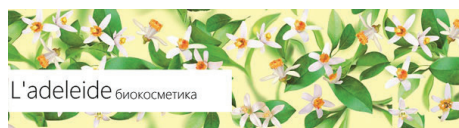
ятельному изучению предложенного ассортимента всячески поощряется. Это позволяет добиться увеличения времени, которое покупатель проводит в магазине, а следовательно, повысить шансы на покупку. Кроме того, так значительно легче размещать рекламу и распространять раздаточные материалы.

Выводы

Столь высокая зависимость продукта от рекламы требует серьезного внимания к исследованию потребительского поведения, требований покупателей, стереотипов их поведения. В косметике не бывает второстепенных элементов маркетингового микса (концепция продукта, исполнение продукта, упаковка, рекламная поддержка) любая мелочь может оттолкнуть потребителя.

Таким образом, в условиях современности для закрепления достигнутого успеха на косметическом рынке, отечественным производителям необходимо принять решения о маркетинговой и рекламной политике, которые должны включать основы позиционирования брендов, ценовой сегмент, стратегию продвижения. Жесткое следование международным стандартам, подразумевающим исследование рынка и полное соответствие концепции товара, его упаковки и потребительских свойств, а также эффективная реклама помогут создать позитивный имидж у потребителей, сформировать лояльность к отечественным маркам. Нужно учиться бороться за своего потребителя.

Итак, журнал BEST-pharmacia предлагает Вашему вниманию обновленный каталог, где собраны самые свежие новинки косметической продукции российских производителей .



АДЕЛЕЙД - российская компания-производитель натуральной косметики.

Косметические кремы производства АДЕЛЕЙД на 95% состоят из натуральных компонентов растительного происхождения. Компания АДЕЛЕЙД старается исключать из своих формул: продукты нефтехимии, минеральные масла, силиконы, синтетические жиры, синтетические красители и продукты животного происхождения.

АДЕЛЕЙД использует экологичную (перерабатываемую) упаковку. В идеале компания стремится к тому, чтобы косметика стала натуральной на все 100%. Для этого технологи работают в тесном контакте с европейскими коллегами, изучают последние разработки мировых лидеров-производителей косметического сырья, внедряют новое сырье и технологии.



Линия по уходу за кожей **«Fleur d'Orange»** обладает нежной, легкой текстурой, быстро впитывается, мгновенно увлажняет и освежает кожу, придает ей мягкость и бархатистость.



Серия **«Косметика моря»** изготовлена на основе морской воды и водорослей которые особенно богаты биологически активными веществами.



Серия косметических препаратов **«Baume d'Olive»** на основе оливкового масла включает дневной, ночной и крем для кожи вокруг глаз, который является хитом продаж данной линии.



Серия с **витаминовым комплексом** обеспечивает 24 часа глубокого увлажнения кожи, активизирует обменные процессы и улучшает микроциркуляцию, насыщает энергией витаминов, выравнивает цвет и придает сияние коже.



Рецепты **бальзамов АДЕЛЕЙД**, основаны на лечебных травах, дошли до наших дней из древней восточной медицины практически без изменения. Как и вся продукция компании «Аделейд», бальзамы изготовлены на основе самых чистых эфирных масел и фитопрепаратов.



Детские кремы с мягкой «шелковой» текстурой подходят для нежной кожи новорожденных, а также для чувствительной кожи детей любого возраста.



Научно-производственная компания ООО «Алкой» занимается разработкой и производством гомеопатических лекарственных средств, лечебной косметики и биологически активных пищевых добавок. Продукция Алкой – это высокоэффективные, безопасные и доступные по цене препараты высокого качества, выпущенные в условиях фармацевтического производства.

**Новинка - уникальная линия детской косметики
«ALOE-line» от «Страны Здравландия»**



Косметика «ALOE-line» разработана на основе высококачественного целебного экстракта алоэ ACTiValue®, разработанном в ведущих лабораториях США, который содержится в каждом средстве серии.

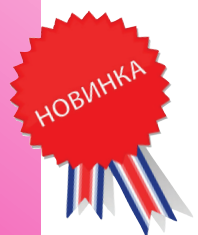


Экстракты для купания малышей «Страна Здравландия».

Мягкое средство для купания малыша с рождения. Снимает шелушение, воспаление и покраснение в том числе при атопическом дерматите и нейродермите. BioComplex Every Day для купания малышей - уникальное средство для купания малышей на основе мыльного корня. Бережное очищение без мыла. С самой первой ванночки.



Линия негормональной косметики **ПСОРИЛОМ** обладает противовоспалительной, антибактериальной, противогрибковой активностью.



Косметическая программа «ЭВИСЕНТ» – это новый способ ухода за кожей, волосами и ногтями. Эффективный комплекс создан благодаря уникальным разработкам специалистов и врачей-дерматологов. Цель этой специализированной программы – восстановление и поддержание красоты кожи, волос и ногтей.



ПАНТЕСОЛ это увлажняющее и успокаивающее кожу средство. Благодаря содержанию Д-пантенола, А-бисаболола и масла зародышей пшеницы спрей ПАНТЕСОЛ эффективно снимает даже сильное раздражение кожи после интенсивного воздействия солнечных лучей, быстро устраняет болезненность, чувство напряжения, жжения, сухость.



В основе **специализированной программы Селенцин** – забота о сохранении и продлении долголетия каждого волоса. Ведущие косметические лаборатории Франции вложили весь свой опыт и инновации при создании высокоэффективных ингредиентов Anageline® и Seveov™. В сочетании с традиционными средствами восстановления волос, комплексом витаминов и экстрактов они складываются в искомую веками формулу любви – любви к вашим волосам.



КРЕМ «РУСБРИКАР» для растираний оказывает противовоспалительное, обезболивающее действие. Обладает противовоспалительным и рассасывающими свойствами, улучшает кровообращение в суставе. Снимает напряжение и скованность движений, успокаивает больные суставы.



Научно производственная фирма «Алтайский букет» — компания, которая специализируется на продукции из природного сырья Алтая. Бальзамы из экстрактов лекарственных трав, ягод и корней, натуральный мёд и медовые композиции, пантовые препараты — всё это делает Алтайский букет. В своём регионе эта компания известна с 1997 года и считается одним из основных и лучших производителей товаров для здоровья. Каждый бальзам, сироп и медовая композиция создаются только после тщательного изучения компонентов. А решающее значение при этом имеет польза продукта — в процессе обработки ценное растительное сырьё не должно потерять свои ценные свойства. В этом состоит главный принцип работы компании.



Пихтовое масло — отличное косметическое средство. Помогает избавиться от морщин и сухости кожи. Благоприятно влияет на центральную нервную систему, помогает избавиться от бессонницы и неврозов.



Благодаря естественным лечебным свойствам **Положок** применяется для удаления бородавок в виде аппликаций, пятен на коже и веснушек, а также его рекомендуется использовать как противовоспалительное местное средство при лечении остеохондрозов, миозитов, гайморитов, полиартритов, невралгии, артритов, радикулитов и т.д.



Для улучшения и восстановления капиллярного кровотока принимайте Белые скипидарные ванны **«Живитон»** и **«Жёлтые скипидарные ванны»**, созданные по методу знаменитого врача и учёного А. С. Залманова. Прием ванн приводит к усилению обменных процессов, выводит токсины, стимулирует иммунитет.



«Алталика» — натуральная косметика на основе алтайской облепихи и мёда. Уникальность косметики — в уникальности сырья, используемого для ее производства; в сочетании полезных свойств алтайской облепихи и алтайского мёда с современными технологиями.



Репейное масло натуральное производства компании «Алтайский букет» — это 100% натуральный продукт из корня лопуха, собранного в экологически чистых районах Алтая.



100% натуральные эфирные масла используют для ароматизации воздуха, приёма ванн, для ухода за кожей и волосами. Каждое эфирное масло уникально по своему составу и свойствам, а потому оказывает совершенно особенное действие на организм человека.



Фитоароматы «С лёгким паром!» на основе натуральных эфирных масел используются для релаксации и проведения сеансов ароматерапии во время отдыха в ванне, бане или сауне.

Восторг-С

Компания ООО «Восторг-С» основана в 1997 году. Мы занимаемся оптовой торговлей лечебной косметики. Основу нашей продукции составляют крема серии Боро Дерм, а так же индийские кремы по уходу за кожей, такие как Боро Плюс, Боро Кейр, Боро Рич, Боро Херб, бальзам СТРОНГ.



«БОРО ПЛЮС» (розовый, зеленый) - травяной крем для ухода за кожей, с широким спектром действия.

Антисептический крем-универсальное средство, способствующее заживлению ожогов и порезов, удалению язв и угрей, лечению герпеса, трещин на губах и болезней сухой кожи, смягчению и дезинфекции кожи после бритья. Кремы изготавливаются из натуральных растительных антибактериальных ингредиентов: алоэ-вера, тальк, сандал, танкан амла, тулси, ушир, харидра, ясти мадху, гуласи, капур качари, ним, куркума и т. д. Идеальны для детей, страдающих вирусной сыпью (крапивница) и раздражениями на коже. Используются как косметическое средство.

Крема «БОРО РИЧ» и «БОРО ХЕРБ» быстродействующие, противовирусные кремы, которые глубоко проникают в поры, оказывают подсушивающее и дезинфицирующее действие, устраняют мелкую сыпь и предотвращают ее появление, а также обладают противогрибковым, ранозаживляющим и противовоспалительным действием, снимают зуд и шелушение, позволяют избежать пигментации.



БОРОВЕА (крем для кожи универсальный) защищает Вашу кожу, позволяет сохранить ее здоровый вид и избежать многих проблем, вызванных различными неблагоприятными факторами окружающей среды.

Кремы «БОРО КЕЙР» приготовлены из натуральных индийских трав и применяются для широкого спектра действия. В состав «Бальзама «СТРОНГ» входит уникальная аюрведическая формула из травяных масел для снижения воспалительных и дегенеративно-дистрофических процессов в суставах рук, ног, позвоночника и в мягких тканях. Эфирные травяные масла глубоко проникают в ткани и быстро снимают суставные и мышечные боли, устраняют отек и воспаление, стимулируют восстановление хрящевой ткани сустава.



ООО «Лаборатория ПВК «Гарни» создано в 2000 году. Основным направлением деятельности предприятия является разработка и производство косметических средств серии «Супер» на основе кератана и бальзама Шостаковского для ухода за кожей рук, ног, а также серии «СуперПсори» - специальной косметики на основе нафталанской нефти для ухода за кожей с повышенной сухостью.

Косметика серии «Супер» со смягчающим эффектом с бальзамом Шостаковского на основе натуральных компонентов хорошо известна на потребительском рынке не только в России, но и за ее пределами. Основной компонент данной косметики - Бальзам Шостаковского оказывает антисептическое и противовоспалительное действие, способствует очищению и заживлению мелких ранок и трещин, ускоряет эпителизацию и регенерацию тканей.



«СуперРуки» - серия кремов с различными ароматами по уходу за руками со смягчающим эффектом с бальзамом Шостаковского на основе натуральных компонентов.



Линия **«Мгновенный эффект»** включает в себя крем для рук, крем для ног и крем для лечения прыщей.



«СуперНоги» - основными свойствами косметики для ног являются: бактерицидность, противовоспалительный эффект, кератолитическое (отшелушивающее) действие, фунгицидное (противогрибковое) действие, ранозаживляющее действие, предотвращение запаха пота, смягчение, улучшение кровоснабжения, снятие усталости.

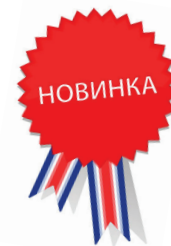


«Бадяга супер гель» - Гель от синяков и пигментных пятен с растительными экстрактами: тысячелистника, зверобоя и каштана. Бадяга (морская губка) известна всем своим отличным свойством рассасывать синяки.

Вышла новая серия специальных шампуней для ухода за проблемной кожей головы:

• **«СуперПсори-шампунь»** с дёгтем и нафталанской нефтью в тубах по 100 мл

• **«СуперПсори-шампунь»** на травах с кератином и **«СуперПсори-шампунь»** против перхоти с кринипаном во флаконах по 250 мл.



В настоящее время особой популярностью пользуется специальная косметика серии «СуперПсори» по уходу за кожей с повышенной сухостью на основе натуральных компонентов растительного происхождения с нафталанской нефтью.

«СуперПсори-крем» - новейшая отечественная разработка для ухода за проблемной кожей с повышенной сухостью!





ООО «Две линии» — это российская компания, выпускающая косметику высокого качества. За 11 лет существования на рынке продукция компании смогла завоевать огромный авторитет среди российских потребителей. Большое количество косметических препаратов лечебно-профилактического действия используется для решения специфических косметических проблем. Косметика «Две линии» создаётся на основе алтайских растительных и животных экстрактов. Она полностью соответствует требованиям российского законодательства и может похвастаться доказанной годами эффективностью.



«Антисильверин» — эффективное средство, обращающее вспять процессы старения. За две-три недели седые волосы приобретают цвет Вашей молодости. «Антиседин» — это естественный цвет волос, который позволит почувствовать себя молодым и уверенным.

«Мозолин» косметическое средство для удаления сухих мозолей и ороговевших наростов на коже стоп. Помогает восстановить красоту и здоровье ног всего за 6-8 часов и снова с уверенностью носить любимые открытые туфли и босоножки.

«Медовый спас» - лечебная косметика для бани на основе Алтайского меда. В серию входят различные средства для ухода за телом.



«Стопседин» укрепляет ломкие и поврежденные волосы, защищает от воздействия прямых солнечных лучей и неблагоприятных экологических факторов. Не окрашивает волосы, а лишь восстанавливает их природный цвет!



«Planet SPA Altai» - серия для проведения SPA-процедур в домашних условиях. В линию входят косметические средства для ухода за волосами, телом, лицом и ногтями.



«Линия спасения SOS» для Вашей кожи: средства от ожогов, ран и порезов, аллергических проявлений, укусов насекомых, синяков и ушибов, гематом, антисептическое, дезинфицирующее средство, а также средства от простуды и гриппа.



«Септисол» — природное средство для наружного применения, включая слизистые ЛОР-органов, полости рта, половых органов. Обладает антисептическим, антибактериальным, противовирусным, противогрибковым, обезболивающим, рассасывающим и противоотёчным эффектами.



Спрей на основе противовоспалительного средства «Септисол» поможет справиться с насморком и заложенностью носа. Действует бережно и не сушит слизистую.



Септисол «Гель для ног вено-tonизирующий» имеет комплексное действие с вено-tonизирующим эффектом. Применяется при хронической венозной недостаточности I-II степени, чувстве тяжести, неприятных и болезненных ощущениях в ногах, отечности лодыжек, растяжениях, ушибах.



СЕПТИСОЛ крем разогревающий для тела и суставов позволяет достичь местного обезболивающего, разогревающего и противовоспалительного эффектов.



Спрей «Септисол Орал» не только уменьшает боль в горле и облегчает симптомы болезни, но и помогает организму справиться с ней. Он оказывает выраженное антибактериальное действие на большинство грамположительных и грамотрицательных микроорганизмов.



Септисол гель «Универсальный» быстро восстановит кожу и слизистые при воспалениях, помогает при ЛОР-заболеваниях, снимает отёки при гематомах, вывихах и растяжениях, препятствует появлению герпеса. Успокаивает проблемную кожу, останавливая воспалительные процессы. Лёгкий гель способствует обновлению клеток и омолаживает кожу.

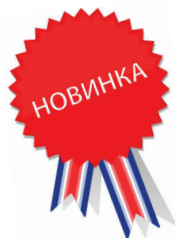


Охлаждая повреждённую область «Кожный доктор» устраняет отёк и обеспечивая глубокое проникновение в подкожный слой обеспечивает длительный оздоровительный эффект и восстанавливает повреждённые ткани.



Сегодня компания «Малавит» разрабатывает и производит высококачественную профилактическую и косметическую продукцию на основе оригинального натуропатического гигиенического средства «Малавит», не имеющего аналогов. Основной компонент, входящий в состав «Малавит» — минерал малахит, на основе которого разработана большая линейка косметической продукции, а так же БАДов. Вся продукция изготавливается по запатентованной «Малавит-технологии».

Компания «Малавит» выпустила на рынок новую продукцию: ополаскиватель для полости рта «Малавит-Орал», соли для ванн «Малавит-Флора» Береза, а так же соли для ванн «Малавит-Флора» Ромашка.



Ухаживающие средства «Малавит» для ежедневного и специального ухода за телом: кремы, зубные пасты, шампуни и бальзамы-ополаскиватели, гели, скрабы, мыла, соли для ванн.



Шампуни «Малавит» подходят для частого применения, идеально очищают волосы и кожу головы, придавая волосам силу и блеск.



«Малавит» представляет специальную серию косметики для ежедневного ухода за деликатными участками тела, способствующую улучшению сексуальных отношений.



Быть красивой с «Малавит» - легко и приятно! Для интенсивного питания и увлажнения — крем-гель, для глубокого, но бережного очищения скраб, с легкостью разгладит мелкие морщинки лифтинг-маска.



Серия детской косметики «Малавит» разработана специально для самых маленьких.

Высокая надежность и тщательно подобранные ингредиенты косметики гарантируют деликатное и нежное очищение, увлажнение и защиту кожи вашего ребенка.





ООО НПО «СайТЭК» создано в декабре 2008 г. в результате победы на конкурсе СТАРТ, проводимым Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (г. Москва). Предприятие «СайТЭК» предложило реализовать инновационный проект по организации производства косметических средств в г. Ставрополе.

Название предприятия происходит от двух английских слов «science» - наука и «technology» - технология. Слоган соответствует названию — «Силу природы в научные технологии..» - и подтверждает основную деятельность предприятия.

Выпущена новая инновационная серия «Герцина» на основе экстрактов лекарственных растений Северного Кавказа и термальной воды из уникального источника №1 Суворовский Ставропольского края.



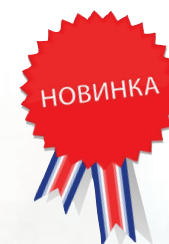
Тональный флюид представлен в трех базовых оттенках (№1, №2, №3) с адаптацией под различные оттенки кожи. Объем тубы 30 мл.



Крем для контура глаз мгновенно насыщает кожу влагой и удерживает ее 24 часа.



Крем ультра-лифтинг обладает выраженным омолаживающим и подтягивающим действием.



Очищающее молочко оказывает восстанавливающее действие и успокаивает кожу.



Увлажняющая сыворотка это высокоэффективное увлажняющее средство для ежедневного ухода за кожей лица.



Дневной крем идеален в качестве основы под макияж. Увлажняет кожу благодаря наличию витаминов F, A, E и C, насыщающих кожу жизненной энергией.



Эксфолиатор для лица это великолепный скраб для лица. Содержит полиэтиленовые гранулы для мягкого воздействия.



Ночной крем эффективно питает кожу и разглаживает мелкие морщины.

**Фабрика Театральной
Косметики СТД РФ**

Фабрика Театральной Косметики Союза Театральных Деятелей РФ, основанная в 1929 году, является российским производителем косметики. Производственная база оснащена современным оборудованием для изготовления кремов для лица и тела, средств по уходу за волосами, моющих, тональных средств, губной помады, туши для ресниц и пр.

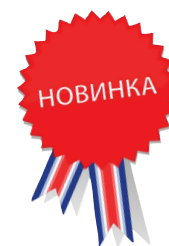
Адаптивная Косметика ili – основная Торговая Марка Фабрики, состоящая из 24 наименований, включающих в себя весь спектр по уходу за кожей лица, тела и волосами.



Гигиеническая помада (антигерпесная, от обветривания) защищает губы от мороза, обветривания и шелушения, смягчает кожу губ и придает им мягкий блеск. Является хорошим профилактическим средством против появления «простуды» на губах.



Адаптивная Косметика ili-ili пополнилась еще одним продуктом - это Тоник-лед, выпущенный в 3-х видах: экспресс-тонус и мгновенное оживление кожи лица и шеи; экспресс-тонус и мгновенное оживление нежной кожи вокруг глаз; экспресс-тонус и уменьшение сосудистой сеточки.



Линия косметических средств «Индивита» - абсолютно новая идея в мире средств по уходу за кожей. Каждый из препаратов линии - это специально разработанное на основе лабораторных исследований и мирового опыта аромо- и цветотерапии сочетание натуральных биологически-активных компонентов, нежного цвета и восхитительного природного аромата.



В серию входит:

1. Крем-комплекс для лица и шеи с разглаживающим и моделирующим эффектом.
2. Крем-комплекс для лица и шеи с эффектом активного омоложения.
3. Крем-комплекс для лица и шеи с активным энергетическим и увлажняющим эффектом
4. Маска-интенсив для лица и декольте с эффектом антистресса
5. Маска-интенсив для лица и декольте восстанавливающей, с эффектом упругости и эластичности.

Гель-мыло жидкое туалетное

Концентрированное бактерицидное жидкое мыло предназначено для лица и тела. Благодаря отсутствию агрессивной щелочной основы, мыло не раздражает и не пересушивает кожу.





Компания «Эвиналь», воплотили свои знания о плаценте в создание косметической линии с экстрактом плаценты Evinal. Сегодня компании «Эвиналь» принадлежат две торговые марки плацентарной косметики: «Evinal» и «Cosmedic Laboratory». Компания «Эвиналь» имеет производство, сертифицированное по международной системе ISO-9001, научную лабораторию, сертифицированную по медицинскому стандарту GMP. В производстве косметики компания использует методику липосомального инкапсулирования плаценты, что значительно повышает проходимость молекул плаценты через кожный барьер и сохраняет активность плаценты на протяжении всего срока годности косметики.

Плацентарная косметика Evinal, Эвиналь - молодость кожи и здоровые волосы. Природная естественность отечественной косметики Эвиналь для Вас!

Evinal Омолаживающий Уход для Лица
Evinal Омолаживающий Уход для Тела
Evinal Уход для Укрепления Волос
Evinal Уход за Проблемной кожей Лица

Отзывы потребителей

Evinal крем дневной для лица

дневной крем для лица EVINAL просто чудо, не оставляет жирного блеска, впитывается очень быстро, дает ощущение комфорта на сухой коже. Пользуюсь второй год, буду использовать и дальше. 57 лет, энергичная, жизнерадостная Валентина



Косметика Космедик Лаборатории не вызывает привыкание, поскольку плацента, используемая в этой косметике очищена от гормонов. Косметика нормализует работу сальных желез, предупреждает и замедляет старение кожи.

Cosmedic Laboratory Омолаживающий Уход для Лица
Cosmedic Laboratory Омолаживающий Уход для Тела
Cosmedic Laboratory Уход за волосами

Отзывы потребителей

Cosmedic Laboratory Шампунь при выраженном выпадении волос

Через пару месяцев после родов у меня ЖУТКО полезли волосы(это было и до беременности, но всё же не в ТАКОМ объёме). Качество шампуня меня действительно потрясло)) После месяца использования волосы перестали выпадать(не скажу, что совсем, просто теперь всё в пределах нормы). Нет больше этого ужаса на расческе и моих слёз))) 30 лет, молодая счастливая мама Надежда



Антиугревые средства Эвиналь разработаны для ухода за проблемной кожей лица.

Научно-исследовательская лаборатория компании «Эвиналь» разработала НОВУЮ СЕРИЮ СРЕДСТВ, которые позволят женщине выглядеть ухоженной и подтянутой.



BEST-pharmacia

15 август 2013



На сегодняшний день натуральные маски DIZAO являются одними из наиболее популярных на территории России. Они полностью безопасны, соответствуют необходимым стандартам качества, а также производятся из высококачественного проверенного натурального сырья, оказывающего исключительный благотворный и в то же время моментальный эффект на кожу лица и тела.

DIZAO – мировой лидер косметических инновационных масок для лица и тела.

Серии:

- Ботомаски
- Липомаски
- Мезомаски
- Мезокремы
- Активный лифтинг
- Разглаживание морщин
- Омоложение
- Увлажнение
- Питание и восстановление
- Подарочный набор
- Маски для лица
- Маски для области глаз
- Маски для губ
- Маски для тела
- Маски для рук



Быстро и эффективно
омолаживает кожу





IQ-cosmetic - одна из ведущих российских компаний, работающих на рынке контрактного производства более 17 лет. В 2005 году компания IQ-cosmetic пришла к решению о выпуске собственных брендов. Собственные торговые марки IQ-cosmetic это наглядная возможность продемонстрировать преимущества в области производства косметических продуктов.

Предлагаемые косметические линейки это сбалансированные решения в различных ценовых категориях и различной функциональности. На сегодняшний день портфель компании представлен пятью косметическими линейками.



Серия «Valentum» от «АйКью-Косметик» предназначена для восстановления физических сил и устранения неприятных воздействий внешней среды на организм человека.



«Черная Орхидея» возрастная косметическая линия на основе экстракта черной икры, которая «напоминает» коже, как вырабатывается коллаген и эластин в молодости, тем самым восстанавливая угасающие или замедленные процессы регенерации



Серия «Фитнес Кафе» содержит масло зеленых кофейных зерен Арабика, полученное путем холодного прессования. Это – идеальный природный компонент для борьбы с целлюлитом и излишней округлостью форм. Особая «транспортная» система максимально эффективно осуществляет доставку активных компонентов косметики в организм. Чудесный тонкий аромат кофе дарит прекрасное настроение.



«Мастер Роста» - инновационная серия против выпадения и потери волос. Обеспечивает комплексный уход за волосами и кожей головы. Положительный эффект достигается благодаря уникальной системе доставки активных компонентов HMA (hair micro adhesive), целенаправленно воздействующей на поврежденные участки волоса и обеспечивающей проникновение в волосяную луковицу.



«Приворотное Зелье» - уникальная косметика с афродизиаками. С серией средств «Приворотное Зелье» волшебные ритуалы соблазна для Вас теперь стали раскрыты и доступны. Сотвори собственный ритуал обретения женской силы и притягательности.



Серия «Пять чувств» – масла по уходу за телом и для массажа. Косметика обладает тонизирующими, расслабляющими, защитными свойствами, а также антицеллюлитным и антивозрастным эффектом.



Торгово-промышленная группа «Галант Косметик» производит и предлагает: недорогие, экологичные и эффективные косметические средства для мужчин и женщин; современные краски для волос, бальзамы, гели и другие косметические средства с экстрактами лечебных трав; новые оригинальные формулы гигиенических дезодорантов, профилактических бальзамов, дневных и вечерних кремов по уходу за кожей лица, тела, рук и ног; широкий ассортимент декоративной косметики. Вся продукция сертифицирована по евростандартам и соответствует высшему уровню Российского качества.



Косметическая серия Q10 – это современные высокоэффективные средства, регулярное применение которых наполняет кожу и волосы новой жизненной силой, предотвращает преждевременное старение, позволяет на долгие годы сохранить молодость и красоту.



Продукция косметической линии **Mystery** состоит из натуральных экстрактов, обеспечивающих интенсивное питание и увлажнение кожи, повышает ее тонус и упругость. Серия включает кремы (банка 200 мл, туба 75 мл), тоники, бальзамы для губ и крем-мыло.



Кремы серии **«Цветная, Роза, SPA»** 8 видов, для различных типов кожи: Земляника, Огуречный, Роза, Персик, Лимон, Алоэ, Облепиха, Ромашка, банка 160,250 мл.

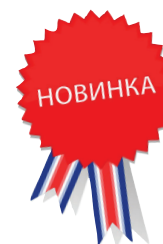


Серия **MAGIC GREEN** создана на основе целебных растений и трав. Входящие в ее состав активные компоненты активизируют обменные процессы клеток тела, заботятся о коже и волосах в течении всего дня. В серию вошли шампуни, крем-мыло, бальзамы для волос, кремы для лица и тела.

Компания «Галант Косметик» сообщает о начале выпуска новой продукции.



Пять видов шариковых дезодорантов-антиперспирантов с защитой на 24 часа в новой удобной упаковке обеспечивают защиту от пота и неприятного запаха и дарят ощущение чистоты и свежести.



Содержание



2.



5.



6.



7.



8.



«Лаб-я ПВК «Гарни»

9.



10.



11.



12.



13.

Фабрика Театральной
Косметики СТД РФ

14.



15.



16.



17.



18.