

Продукты агентства INFOLine были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство INFOLine принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира ESOMAR. В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства INFOLine сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует получение качественного продукта и постпродажного обслуживания.



Крупнейшая информационная база данных мира включает продукты агентства INFOLine. Компания Lexis-Nexis с 1973 года интегрирует информацию от 9000 СМИ всего мира, в рамках работы по мониторингу данных о России и странах СНГ сбор информации осуществляет с помощью продуктов агентства INFOLine.



Информационное агентство INFOLine имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации ИА № ФС 77 – 37500.

Информационная услуга «Тематические новости»

Рынок парфюмерно-косметических, гигиенических, хозяйственных товаров и бытовой химии РФ и мира

Демонстрационный выпуск
Периодичность: еженедельно

Информационные услуги для Вашего бизнеса

- Тематические новости
- Отраслевая лента новостей
- Готовые маркетинговые продукты
- Заказные исследования
- Доступ к базе данных 7000 СМИ

и многое другое





Содержание выпуска

Общие новости	3
<i>Возвращающаяся красота. "Деловой Петербург". 23 сентября 2020.....</i>	<i>5</i>
<i>Торговые центры в новых обстоятельствах. "Ведомости". 25 сентября 2020.....</i>	<i>5</i>
Новости о маркировке парфюмерно-косметических товаров.....	6
<i>Французский производитель Sisley подготовился к маркировке парфюмерии в России.....</i>	<i>6</i>
<i>Белоусов назвал успешной работу системы маркировки товаров.....</i>	<i>6</i>
Отраслевые мероприятия	7
<i>Тренды пандемии и источники экономического роста для производства бытовой химии, парфюмерно-косметической продукции и дезинфицирующих средств обсудили на выставке "ChemiCos-2020".....</i>	<i>7</i>
Новости розничных сетей и магазинов формата дрогери	8
Новости розничных сетей и магазинов формата дрогери	8
<i>"Улыбка радуги" откроет магазины формата shop-in-shop в партнерстве с "Дочками-Сыночками".....</i>	<i>8</i>
<i>В ТРК "Семья" закрылся магазин косметики INGLOT. (Пермь).....</i>	<i>8</i>
<i>Основатель барнаульской сети "Новэкс" нашел нового гендиректора вместо дочери. "ТОЛК". 24 сентября 2020.....</i>	<i>8</i>
<i>"Улыбка радуги" пошла по магазинам. "Коммерсантъ". 25 сентября 2020.....</i>	<i>9</i>
Новости производителей парфюмерно-косметических товаров.....	10
Новости производителей парфюмерно-косметических товаров.....	10
<i>Подмосковная компания начнет поставлять косметику в Китай.....</i>	<i>10</i>
<i>STM Mediva аптечной сети "Ругла" удостоена премии Private Label Awards 2020.....</i>	<i>10</i>
Новинки производителей парфюмерно-косметических товаров.....	11
<i>ESTEL MYSTERIA — ухаживающая программа, которая поможет окружить волосы заботой в течение всего дня.....</i>	<i>11</i>
<i>Компания "Орбита" выпустила спрей для лица "Eden" с витаминами.....</i>	<i>11</i>
<i>Компания "Аравия" выпустила две новые энзимные пудры "Aravia Laboratories".....</i>	<i>12</i>
<i>Компания "Аравия" расширяет ассортимент серии "Aravia Organic".....</i>	<i>12</i>
Новости производителей хозяйственных товаров и бытовой химии	14
Новости производителей хозяйственных товаров и бытовой химии.....	14
<i>Завод салфеток для уборки в Белгороде планирует расширяться.....</i>	<i>14</i>
<i>Столичные предприятия увеличили экспорт товаров для дома и здорового питания.....</i>	<i>14</i>
Новинки производителей хозяйственных товаров и бытовой химии.....	16
<i>Компания "Грифон" представляет коллекцию зубок с индикатором износа, который находится на абразивном слое.....</i>	<i>16</i>
Новости производителей средств личной гигиены.....	17
Новости производителей средств личной гигиены.....	17
<i>Компания из Тольятти готовится экспортировать антисептик с нано-частицами в Китай и Европу.....</i>	<i>17</i>
<i>Colgate запускает совместную акцию с благотворительным проектом Собиратор.....</i>	<i>17</i>
<i>Челябинский производитель бумаги "Комфорт" вложит 222 млн руб. в новую площадку в промпарке "Малая Сосновка".....</i>	<i>18</i>
Новинки производителей средств личной гигиены.....	20
<i>Компания "Белая мануфактура" обновила ассортимент линейки торговой марки "Green Day" и вывела на рынок новые версии геля и влажных салфеток для ежедневной женской гигиены.....</i>	<i>20</i>
Зарубежный рынок парфюмерно-косметической промышленности.....	22
Зарубежный рынок парфюмерно-косметической промышленности	22
<i>Новый онлайн-инструмент помогает разрабатывать экологически безопасную упаковку.....</i>	<i>22</i>
<i>L'Oreal запускает первую глобальную платформу для онлайн-обучения парикмахеров.....</i>	<i>22</i>
<i>Unilever сделала ещё один шаг для переезда в Лондон.....</i>	<i>23</i>
<i>NASA запустит в космос одну из сыворонок Estee Lauder.....</i>	<i>23</i>

Введение

Стремительные изменения в российской экономике последних лет повлекли за собой множество бизнес-трансформаций. К участникам рынка предъявляются все более жесткие требования и они вынуждены непрерывно повышать эффективность своей работы.

Сегодня необходимость улучшения результативности коммерческих, маркетинговых и других отделов изменила подход бизнеса к работе с информацией, открыв новые возможности и риски. Нужными сведениями недостаточно просто обладать, нужно иметь к ним постоянный доступ, хранить в удобном для работы формате и уметь извлекать максимальную пользу из этих массивов данных.

В ответ на потребность рынка в свежей и актуальной информации о рынке парфюмерии, косметики, бытовой химии, средств гигиены, а также специализированных сетях реализующих данную продукцию, информационно-аналитического агентство INFOline разработало **еженедельный новостной бюллетень "Рынок парфюмерно-косметических, гигиенических, хозяйственных товаров и бытовой химии РФ и мира"**.

Услуга "Тематические новости: Рынок парфюмерно-косметических, гигиенических, хозяйственных товаров и бытовой химии РФ и мира" – это еженедельный информационный выпуск, содержащий данные о парфюмерии, косметики, бытовой химии, средств гигиены, а также специализированных сетях реализующих данную продукцию.

Характеристики информационного бюллетеня:

- оперативный мониторинг новостей о производстве парфюмерии, косметики, бытовой химии, средств гигиены, а также специализированных сетях реализующих данную продукцию;
- возможность подписки любого числа получателей новостей в компании;
- выпуски предоставляются в форматах MS Word, HTML и PDF, что обеспечивает комфорт работы с данными на ПК, планшете или мобильном телефоне;
- каждая новость включает в себя актуальную информацию об участниках отрасли (производитель, заказчик и др.).

Широкий спектр форматов предоставления "Тематических новостей":



HTML – для чтения в on-line;



Microsoft Word – для чтения и редактирования;



СНМ-архив – для накопления архивов;



PDF – для чтения off-line, для носимых устройств.

Структура выпуска:

- Общие новости
- Отраслевые мероприятия
- Новости розничных сетей и магазинов формата дрогери (новости и новинки)
- Новости производителей парфюмерно-косметических товаров (новости и новинки)
- Новости производителей хозяйственных товаров и бытовой химии (новости и новинки)
- Новости производителей средств личной гигиены (новости и новинки)
- Зарубежный рынок производителей парфюмерно-косметической промышленности
- Обзор прессы (отраслевые и деловые СМИ)

Источники информации:

- эксклюзивные материалы, обнародованные компаниями, работающими на данном рынке;
- материалы особых экономических зон, промышленных парков и технопарков, региональных корпораций развития;
- материалы закрытых баз новостной ленты агентства ПРАЙМ, Expert.ru, газет «Ведомости», «Деловой Петербург» и т.п.;
- официальные документы Правительства РФ, федеральных и региональных органов власти (министерств, администраций и др.);
- материалы зарубежных и российских экспертных и аналитических центров;
- публикации в деловых и отраслевых СМИ, материалы новостных лент информационных агентств;
- отраслевые порталы.



Тестовая 30-дневная подписка на услугу даст вам бесплатный доступ к оперативной информации о динамике рынка и колебаниях инвестиционного климата. Для оформления **ДЕМОНСТРАЦИОННОЙ** и за консультацией по продуктам вы можете обратиться по телефонам: +7 (812) 322-68-48 и +7 (495) 772-76-40, а также написать нам на электронную почту mail@advis.ru. Будем рады ответить на любые ваши вопросы!

Информационное агентство INFOLine также предоставляет услуги [индивидуального мониторинга СМИ](#) в соответствии с вашим техническим заданием.

С полным списком тематик вы можете ознакомиться на нашем сайте в разделе "[Тематические новости](#)".

Более 2000 постоянных клиентов INFOLine, среди них:



Для оформления **БЕСПЛАТНОЙ** подписки на 1 месяц и за консультацией по продуктам вы можете обратиться по телефонам: +7 (812) 322-68-48 и +7 (495) 772-76-40, а также написать нам на электронную почту mail@advis.ru. Будем рады ответить на любые ваши вопросы!

Информационное агентство INFOLine также предоставляет услуги [индивидуального мониторинга СМИ](#) в соответствии с вашим техническим заданием.

Информационное агентство INFOLine создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Основной задачей является сбор, обработка, анализ и распространение экономической, финансовой и аналитической информации. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира, самостоятельно и по партнерским программам ежедневно реализует десятки информационных продуктов. Обладает уникальным программным обеспечением и технической базой для работы с любыми информационными потоками.

Всегда рады ответить на вопросы по телефонам +7 (812) 322-68-48, +7 (495) 772-76-40

или по электронной почте mail@advis.ru

Дополнительная информация на www.infoline.spb.ru и www.advis.ru



Общие новости

Возвращающаяся красота. "Деловой Петербург". 23 сентября 2020

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге "[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Торговые центры в новых обстоятельствах. "Ведомости". 25 сентября 2020

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге "[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости о маркировке парфюмерно-косметических товаров

Французский производитель Sisley подготовился к маркировке парфюмерии в России.

Французская косметическая компания **Sisley**, основанная в 1976 году аристократической семьей Д'Орнано, подготовилась к введению цифровой маркировки парфюмерии в России. Нововведение вступит в силу 1 октября 2020 года.

"Мы неизменно выполняем требования законодательства Российской Федерации, поэтому заблаговременно протестировали процессы маркировки. С 1 октября парфюмерная продукция бренда **Sisley** будет импортироваться с кодами Data Matrix, которые гарантируют отслеживаемость товара по всей цепочке его реализации и передачи. Код станет способом защиты легальной продукции на территории Российской Федерации", - говорит финансово-административный директор российского подразделения **Sisley** Яков Локшин.

Эта инициатива знаменует новый этап в развитии бизнеса компании: вся парфюмерия будет проходить маркировку на заводе во Франции. Для этого российское подразделение предварительно протестировало заказ кодов Data Matrix у оператора системы "Честный знак" и обеспечило передачу их во Францию, где коды наносятся на стикеры, наклеиваемые затем на упаковку.

Sisley выступает импортером продукции своего бренда, а также ее поставщиком ряду клиентов – среди них как крупнейшие розничные сети, так и эксклюзивные салоны. На отпускную цену продукции маркировка не повлияет. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 21.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Белоусов назвал успешной работу системы маркировки товаров.

По словам первого вице-премьера, изменений в ней не планируется.

Создание и внедрение системы маркировки товаров в России в рамках государственно-частного партнерства проходит успешно, изменений не планируется. Об этом заявил в среду вице-премьер РФ Андрей Белоусов в ходе правительственного часа в Совете Федерации.

"В целом сейчас система маркировки развивается достаточно успешно, не без проблем, но по тем товарам, по которым маркировка введена: шубы, табак, лекарства, на очереди обувь и некоторые другие товары легкой промышленности, - это все пока находится в более-менее нормальном русле", - заявил он.

По словам Белоусова, изменений в действующей модели маркировки не планируется. "Сейчас, конечно, коней на переправе не меняют: та модель, которая реализована, с оператором частно-государственным, будет реализовываться (далее). Тем более, что там достаточно жесткое соглашение о частно-государственном партнерстве", - отметил он.

Маркировка табака, лекарств и обуви стала обязательной с 1 июля 2020 года. До конца текущего года будет введена цифровая маркировка парфюмерии, фототоваров, шин и покрышек, а в 2021 году - пяти групп изделий легкой промышленности и молочной продукции. Кроме того, проводится эксперимент по маркировке бутилированной воды.

Для маркировки используется двухмерный код в формате Data Matrix, который наносится непосредственно на упаковку товара или товарный ярлык и содержит детальные данные о продукте: наименование, производитель, дата, время и место выпуска. К 2024 году в России будет создана единая национальная система маркировки и отслеживания товаров. Оператор системы - Центр развития перспективных технологий. Работа с ним идет на базе государственно-частного партнерства. (ТАСС 23.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Отраслевые мероприятия

Тренды пандемии и источники экономического роста для производства бытовой химии, парфюмерно-косметической продукции и дезинфицирующих средств обсудили на выставке "ChemCos-2020".

16 сентября в МВЦ "Крокус Экспо" в рамках 3-й международной выставки "ChemCos-2020" состоялся круглый стол "Тренды пандемии и источники экономического роста для производства бытовой химии, парфюмерно-косметической продукции и дезинфицирующих средств". Круглый стол организован Группой компаний "Майер", ФГУП "НТЦ "Химвест" Минпромторга России при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации.

Участники круглого стола обсудили вопросы государственной поддержки и антикризисные меры, экспортную стратегию в условиях пандемии, готовность к новым вызовам эпидемиологической опасности, основные требования к дезинфекционным средствам, представляемым на государственную регистрацию, влияние пандемии COVID-19 на российский рынок товаров бытовой химии и парфюмерно-косметической продукции.

Со вступительным словом к участникам и гостям обратился директор Департамента химико-технологического комплекса и биоинженерных технологий Минпромторга России Орлов Александр Юрьевич.

В работе круглого стола приняли участие генеральный директор ООО "Проктер энд Гэмбл" Башкиров Андрей Николаевич, Директор ФБУЗ "Российский регистр потенциально опасных химических и биологических веществ" Роспотребнадзора Хамидулина Халида Хизбулаевна, компании "Хенкель", "Лореаль", "Свобода" и многие другие.

Участки дискуссии:

Бобровский Петр Игоревич – исполнительный директор Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены (АППИК БХ).

Бринёва Анна Алексеевна – Фонд развития промышленности.

Гололобова Татьяна Викторовна – д.м.н. заместитель директора, Научно-исследовательский институт дезинфектологии Роспотребнадзора.

Князев Михаил Юрьевич - советник генерального директора, АО "Корпорация "Росхимзащита" (Госкорпорация "Ростех").

Кривенцев Андрей Михайлович – руководитель проекта маркировки завода ООО "Лорен-Косметик".

Савчик Ирина Юрьевна – Российский экспортный центр.

Шапкин Виктор Александрович – финансовый директор ООО "Алькор и Ко" (торговая сеть "Л'Этуаль").

Яковлева Наталья Николаевна – директор по поддержке экспорта химической промышленности, Российский экспортный центр.

Директор по продажам Группы компаний "Эфко" Дегтярева Оксана Николаевна на примере ООО "Эфко Косметик" рассказала об "Особенностях работы предприятий мыловаренной отрасли в период пандемии".

Директор ООО "РБР трейд" Султанов Георгий Александрович представил доклад "Особенности оснащения санитарно-гигиенической продукцией рынка NoReCa во время пандемии и введение в него новых стандартов".

Специально для отельеров и рестораторов выступила д.м.н., заведующая лабораторией проблем дезинфекции НИИ Дезинфектологии, Федорова Людмила Самуиловна "Клининг после пандемии: стандарты уборки в условиях пандемии, регулирование применения санитарных и фитосанитарных средств, закупка средств дезинфекции для уборки". ([Бытовая химия](#) 28.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости розничных сетей и магазинов формата дрогери

Новости розничных сетей и магазинов формата дрогери

"Улыбка радуги" откроет магазины формата shop-in-shop в партнерстве с "Дочками-Сыночками".

Федеральная сеть магазинов по уходу за собой и за домом "Улыбка радуги" объявляет о сотрудничестве с сетью магазинов детских товаров "Дочки-Сыночки". "Улыбка радуга" в формате shop-in-shop откроется в Москве и в Санкт-Петербурге 26 сентября 2020 года.



Магазины "Улыбка радуги" нового формата появятся на территории магазинов "Дочки-Сыночки" на Уральской ул., 25 в Москве и на Бухарестской ул., 43 в Санкт-Петербурге. У магазинов будет единый вход.

Тестовый период продлится 3-6 месяцев. В это время оплатить товары в магазинах "Улыбка радуги" и "Дочки-Сыночки" можно будет на отдельных кассах. После окончания тестовой работы и получения положительных результатов сотрудничества кассовые узлы планируется объединить. Карты лояльности продолжают работать в обычном формате.

Алексей Баулин, генеральный директор сети магазинов "Улыбка радуги":

- "Улыбка радуги" всегда открыта интересным идеям. Сеть "Дочки-Сыночки" обратилась к нам с предложением о сотрудничестве, и мы решили протестировать формат shop-in-shop. Среди покупателей "Улыбки радуги" много семей с детьми, и мы рады предложить им наши товары на территории магазинов "Дочки-Сыночки". В среднесрочной перспективе при положительном результате тестового периода мы рассматриваем возможность масштабирования данного формата магазинов на всю сеть "Дочки-Сыночки". Отмечу, что инвестиции в открытие магазинов "Улыбка радуги" в формате shop-in-shop сопоставимы с открытием "стандартных" магазинов сети одинаковой площади. Небольшое сокращение затрат мы можем ожидать за счет сокращения ремонтных работ, так как магазины "Улыбка радуги" появятся в действующих магазинах "Дочки-Сыночки".

- Наша целевая аудитория — это молодые мамы. Согласно результатам проведенных опросов, они хотели бы видеть на полках товары дрогери. В прошлом году мы пробовали ввести такой ассортимент самостоятельно и получили очень хороший отклик. Поэтому мы приняли решение пригласить партнера, который специализируется на таком ассортименте и имеет узнаваемый бренд, чтобы вместе соответствовать ожиданиям аудитории, - прокомментировали партнерство в компании "Дочки-Сыночки".

Для справки: Название компании: *Дрогери Ритейл, ООО (Торговая сеть Улыбка Радуги)* Адрес: 196000, Россия, Санкт-Петербург, Московский пр., 158Б Телефоны: +7(812)3265851; +7(812)3265858; +7(800)3336600 E-Mail: email@r-ulybka.ru; office_smile@tdera.ru; marketing@r-ulybka.ru Web: www.r-ulybka.ru Руководитель: Трубицин Андрей Евгеньевич, генеральный директор А, Генеральный директор ТД ЭРА, АО; Баулин Алексей Вадимович, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 25.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В ТПК "Семья" закрылся магазин косметики INGLOT. (Пермь)

В Перми закрылся единственный салон декоративной профессиональной косметики INGLOT. Он располагался на первом этаже второй очереди ТПК "Семья".

Как рассказала Business Class Елена Жданова, руководитель направления недвижимости и девелоперских проектов УК "ЭКС", отделы этого магазина закрываются во многих городах России. Официальный представитель косметики INGLOT в Перми Надежда Хупения подтвердила факт закрытия отдела. Сейчас приобрести косметические товары можно по ул. Ленина, 9 или оформить заказ онлайн.

Отдел косметики бренда INGLOT работал в Перми по франшизе. Появился он в 2015 году. Ранее магазин выставляли на продажу на сайте Avito за 3 млн рублей. (Business-class (Пермь) 24.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Основатель барнаульской сети "Новэкс" нашел нового гендиректора вместо дочери. " ТОЛК". 24 сентября 2020

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге



"[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Улыбка радуги" пошла по магазинам. "Коммерсантъ". 25 сентября 2020

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости производителей парфюмерно-косметических товаров

Новости производителей парфюмерно-косметических товаров

Подмосковная компания начнет поставлять косметику в Китай.

Контракт на поставку косметической продукции в КНР заключила компания "Куафер", чьи производственные мощности расположены в городском округе Мытищи, сообщили в пресс-службе Министерства инвестиций, промышленности и науки Московской области.

"В результате контракта в провинцию Харбин будет отгружено косметических средств, произведенных в Подмоскovie, на общую сумму более 665 тысяч долларов", - говорится в сообщении.

Крупный экспортный контракт компания заключила на электронной торговой площадке Epinuo. Выйти на китайскую площадку и разместить там информацию о своей продукции мытищинская компания смогла при содействии областно фонда поддержки ВЭД.

"Для малого и среднего предпринимательства электронные площадки один из самых эффективных инструментов для выхода на экспортные рынки. Фонд ВЭД с начала с этого года на зарубежные электронные торговые площадки вывел порядка 20 подмосковных компаний. Каждая из них уже заключила хотя бы один экспортный контракт", - рассказала министр инвестиций, промышленности и науки Подмоскovie Екатерина Зиновьева.

С условиями получения услуг по регистрации, размещению и продвижению товаров на крупнейших мировых электронных торговых площадках подмосковные производители могут ознакомиться на официальном сайте фонда. (Интернет-портал Правительства Московской области 23.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

СТМ Mediva аптечной сети "Ригла" удостоена премии Private Label Awards 2020.

Торговая марка Mediva аптечной сети "Ригла" удостоена премии Private Label Awards 2020 в номинации "Лучшая СТМ в сегменте "Косметика и парфюмерия". Награждение победителей состоялось в рамках выставки "Собственная торговая марка" — IPLS 2020.



Собственная торговая марка (СТМ) сети "Ригла" Mediva позиционируется для конечного потребителя как высококачественная косметика в формате "Farma+Beauty", сочетающая последние достижения медицины и косметологии.

СТМ "Риглы" представлены на фармацевтическом рынке в четырех ассортиментных категориях: "БАД" (витамины, растительные комплексы), "медицинские изделия" (пластыри, перевязочные средства, компрессионный трикотаж), "продукты питания" и "косметика".

"В формировании портфеля СТМ аптечная сеть "Ригла" делает ставку на достаточно широкий ассортимент, постоянно развивая каждую категорию, — отметила коммерческий директор аптечной сети "Ригла" Наталья Бурдина. — Наши конкурентные преимущества — высокое качество продукта, которое поддерживается в том числе за счет тщательного отбора производственных компаний для этого партнерства, невысокая цена и грамотные рекомендации первостольников покупателям. В дальнейшем аптечная сеть "Ригла" планирует развитие СТМ в среднем ценовом сегменте в категориях "БАД", "косметика" и "функциональное питание".

Портфель СТМ аптечной сети "Ригла" насчитывает более 500 позиций, 39 торговых марок.

В 2019 году в номинации "Лучшая СТМ в сегменте "Аптека" победила СТМ "Будь здоров!" аптечной сети "Ригла".

Для справки: Название компании: *Ригла, ООО (Торговые сети Ригла, Будь здоров, Живика)* Адрес: 127282, Россия, Москва, ул. Чермянская, 2 Телефоны: +7(495)2311697; +7(495)2311697 E-Mail: secretary@rigla.ru; msh@rigla.ru Web: www.rigla.ru Руководитель: Филиппов Александр Павлович, генеральный директор (Фармацевтический вестник 24.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новинки производителей парфюмерно-косметических товаров

ESTEL MYSTERIA — ухаживающая программа, которая поможет окружить волосы заботой в течение всего дня.

С момента пробуждения до... момента пробуждения.

В программу ESTEL MYSTERIA входят:

Салонная процедура, дарящая волосам плотность, гладкость, шелковистость, объём, сияние и защиту от негативных факторов. Рекомендована для проведения в дневное время суток.

Домашний уход, пролонгирующий эффект процедуры, проводящий глубокую реконструкцию волос в ночное время суток и обеспечивающий релакс-уход за кожей. Рекомендован для применения вечером, ночью и утром.

Формулы ESTEL MYSTERIA, работая вместе с природными биоритмами, приносят максимальную пользу, полностью раскрывают потенциал красоты и обеспечивают чудо-эффект. Утром они дают заряд бодрости и защиту, днём позволяют достичь абсолютного совершенства, вечером расслабляют, а ночью запускают мощные процессы восстановления.

ESTEL
SAINT-PETERSBURG



Высокую эффективность ESTEL MYSTERIA обеспечивает комплекс инновационных микроэмульсий Smart Style, дополненный натуральными экстрактами орхидеи и фиалки. А полное погружение в SPA-момент происходит благодаря волшебному и пленительному аромату парфюма MYSTERIA, которым обладает каждый продукт ухаживающей программы.

Для справки: Название компании: Юникосметик, ООО (ESTEL) Адрес: 195273, Россия, Санкт-Петербург, Пискаревский проспект, 63, корп. 6, лит. А Телефоны: +7(812)2990056; +7(812)4482486; +7(812)4482487; +7(812)4482488; +7(812)4482489; +7(812)4481775; +7(812)4482484 E-Mail: estel@unicosm.ru Web: www.estel.pro
Руководитель: Охотин Лев Евгеньевич, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 28.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Компания "Орбита" выпустила спрей для лица "Eden" с витаминами.

Спрей для лица "Eden" увлажняет кожу, избавляет от ощущения сухости и стянутости, улучшает цвет лица. Комплекс из витаминов E, B3, B6, B5, C и микроэлементов Na и Zn питает и увлажняет кожу, поддерживает водный и pH-баланс, способствует обновлению клеток, устраняет покраснения и стимулирует восстановительные процессы, сохраняет молодость кожи.



ОРБИТА
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



Спрей можно использовать после нахождения на авиAPERелетов, нахождения в помещениях с сухим воздухом.
Объем: 200 мл.

Орбита СП, ООО Адрес: 613040, Россия, Кировская область, Кирово-Чепецк, пер. Пожарный, 7, корп. 311 Телефоны: +7(8332)250580 <http://sporbita.ru> Руководитель: Куклин Михаил 28.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Компания "Аравия" выпустила две новые Laboratories".

Продукты направлены на очищение и выравнивание состава.

Энзимная пудра с РНА-кислотами "Aravia" глубоко очищает и борется с возрастными изменениями кожи. Глюконовая РНА-кислота — антиоксидант, который улучшает морщинки.

Энзимная пудра с экстрактом овса "Aravia" бережно отшелушивает ороговевшие клетки, подойдет даже чувствительной коже.

Экстракт овса успокаивает и смягчает, а белая глина вытягивает загрязнения из пор. Благодаря мягкой формуле пудра подходит для ежедневного использования. ([Бытовая химия](#) 28.09.20)



[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Компания "Аравия" расширяет ассортимент серии "Aravia Organic".

Выпущены сразу две новинки: мусс очищающий для тела с антицеллюлитным комплексом и крем для тела увлажняющий лифтинговый в новой упаковке.

Лифтинговый крем "Pink Grapefruit" теперь выпускается не только в упаковке 300 мл, но и в профессиональном объеме 550 мл. Для удобства банка-туба снабжена дозатором, который помогает контролировать расход средства. Крем можно использовать не только для профессиональной процедуры, но и для домашнего ухода.

солнце, занятий спортом, во время нахождения в помещениях с сухим воздухом.

Для справки: Название компании: область, Кирово-Чепецк, пер. Николаевич, директор ([Бытовая химия](#))

энзимные пудры "Aravia"

рельефа кожи, их особенность - богатый состав. Глюконовая РНА-барьерные свойства кожи и разглаживает

Laboratories Soft Enzyme Powder"





Очищающий мусс "Fitness Bubble Cleanser" очищает кожу и помогает в борьбе с целлюлитом. В составе продукта нет SLS. Мусс обладает приятным ароматом с травяными нотками. Как и другие средства "Aravia Organic", не требует смывания: достаточно протереть кожу салфеткой. Средство можно использовать в профессиональной процедуре и в домашнем уходе для экспресс-очистки кожи или вместо геля для душа. ([Бытовая химия](#) 28.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости производителей хозяйственных товаров и бытовой химии

Новости производителей хозяйственных товаров и бытовой химии

Завод салфеток для уборки в Белгороде планирует расширяться.

Производитель нетканого текстиля под брендами "Фрекен бок", "Бонус всегда+" и Smile в пригороде Белгорода ООО "Биосфера полимер" планирует расширить производство, инвестировав в проект порядка 550 млн руб. Об инвестпроекте "Ъ-Черноземье" сообщили в правительстве региона.

Реализация проекта началась в 2020 году, ее окончание запланировано на 2025-й. Ожидается создание 81 нового рабочего места, 64 из которых уже открыты. В "Биосфере полимер" более подробные параметры проекта, в том числе изменение мощностей производства, не раскрывают.

По данным "СПАРК-Интерфакс", ООО "Биосфера полимер" зарегистрировано в селе Таврово Белгородского района в 2010 году. Уставный капитал — 10 тыс. руб. Основной вид деятельности — производство нетканых текстильных материалов и изделий из них, кроме одежды. Гендиректором выступает Александр Банный. Компания на 99% принадлежит зарегистрированному в Вене BXR GmbH. Еще 1% принадлежит самому белгородскому ООО. Финансовые партнеры компании — Промсвязьбанк, Юникредит банк, ОТП-банк, ВЭБ. Выручка в 2019 году составила 2,13 млрд руб. (1,88 млрд руб. в 2018-м), чистая прибыль — 53,05 млн руб. (105,25 млн руб. год назад).



Для справки: Название компании: *Биосфера Полимер, ООО* Адрес: *308504, Россия, Белгородская область, Белгородский район, с. Таврово, ул. Комсомольская, 1* Телефоны: *+7(4722)293613* E-Mail: pr@biosphere-corp.com Web: <http://biosphere-corp.com/rus> Руководитель: *Банний Александр Михайлович, генеральный директор* (КоммерсантЪ 24.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Столичные предприятия увеличили экспорт товаров для дома и здорового питания.

Основными странами импортерами стали Сербия, Болгария и Аргентина.

Московские предприятия, которые производят товары для дома и здоровые продукты питания, существенно нарастили экспорт своей продукции на фоне изменения спроса из-за ситуации с пандемией коронавируса. Об этом сообщили в среду ТАСС в пресс-службе Центра поддержки экспорта "Моспром".

"По данным центра, за шесть месяцев 2020 года экспорт московских моющих и чистящих средств, предназначенных для розничной продажи, увеличился более чем на 6%. Основной рост экспорта пришелся на следующие страны: Сербия (рост более чем в 11 раз по сравнению с аналогичным периодом прошлого года), Болгария (в 8,8 раза), Аргентина (в 6,2 раза). Объем экспорта столичных моющих и чистящих средств, предназначенных для уборки и дезинфекции различных помещений (больницы, магазины), увеличился на 4,46%, а основными ранками сбыта стали страны СНГ. Экспорт готовых продуктов из цельных злаков увеличился на 14%, основными экспортными рынками стали страны СНГ, также более чем в два раза объем экспорта был увеличен в Германию", - сказали в пресс-службе.

Как отметил руководитель департамента инвестиционной и промышленной политики города Москвы Александр Прохоров, мировые потребители изменили структуру своих расходов: та часть доходов, которая планировалась на развлечения, в том числе на путешествия, сегодня тратится на покупки товаров для дома и здоровые продукты питания.

"Из-за ограничений, связанных с коронавирусом, спрос на наши продукты вырос в несколько раз. Многие, работая из дома, не могли тратить много времени на приготовление еды и заказывали наши различные сухие завтраки. Наши продажи в феврале-марте выросли в среднем по группам товаров на 35%. В том числе экспорт - на 30-35%", - рассказала основательница бренда здорового питания Bionova Александра Гудимова.

По ее словам, не обошлось и без сложностей. Например, в конце марта склады партнеров не принимали продукцию. "Кто-то был закрыт из-за карантина, а у кого-то не было мест. Но эта проблема разрешилась в течение недели. Хочу подчеркнуть, что для бизнеса очень актуальна поддержка правительства, мы приняли участие в



программе центра "Моспром" и получили максимально детальный и индивидуальный подход к решению наших экспортных барьеров", - сказала она.

Центр "Моспром", подведомственный столичному департаменту инвестиционной и промышленной политики, оказывает экспортную поддержку московским компаниям. Его эксперты занимаются подбором контрагентов и проведением качественных переговоров с потенциальными покупателями за рубежом, а также помогают с анализом целевых рынков и точечным выводом компаний на зарубежные рынки. (ТАСС 23.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новинки производителей хозяйственных товаров и бытовой химии

Компания "Грифон" представляет коллекцию губок с индикатором износа, который находится на абразивном слое.

Желтый абразив и красный индикатор - отличительные особенности губок "Indicator". По мере использования индикатор будет исчезать, сигнализируя о том, что пора поменять губку. Это удобно, гигиенично и эффективно.

В линейке губок для мытья посуды "Grifon Indicator" представлены следующие товары в полиэтиленовой упаковке:

1. "Grifon Indicator Wave" (волнистые) - 5 шт.
2. "Grifon Indicator Profil" (профильные) - 5 шт.



3. "Grifon Indicator Maxi" (увеличенный размер) - 5 шт.

Дополнительно выпущены губки "Grifon Profil" и "Grifon Maxi" в картонной обечайке. В каждой упаковке по 2 губки с индикатором замены. ([Бытовая химия](#) 28.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости производителей средств личной гигиены

Новости производителей средств личной гигиены

Компания из Тольятти готовится экспортировать антисептик с нано-частицами в Китай и Европу.

Резидент ТОСЭР "Тольятти", компания "М9 Фарм", осваивает иностранные рынки при содействии Центра поддержки экспорта Самарской области. Предприятие создает инновационные продукты с нано-частицами серебра, спрос на которые демонстрируют уже не только в нашем регионе, но и за рубежом.

Благодаря реализации национального проекта "Малое и среднее предпринимательство", инициированного Президентом РФ Владимиром Путиным, ЦПЭ бесплатно предоставляет соискателям широкий спектр услуг и сопровождение продукта до его вывода на внешний рынок.

Глава региона Дмитрий Азаров неоднократно подчеркивал важность выхода местных предпринимателей на международные рынки и необходимость наращивания объемов экспорта продукции.

В период пандемии руководство "М9 Фарм" сделало ставку на антисептический гель и не ошиблось – спрос на дезинфицирующее средство был высоким: за три весенних месяца было произведено более 500 тысяч флаконов с гелем, а за 2019 – только 80 тысяч упаковок.

Директор ООО "М9 Фарм" Александр Кондаков в ходе пресс-тура на производство уникальной продукции рассказал, что продукт имеет подтверждение антибактериального и антивирусного действия - испытания проводились в лаборатории Минздрава и НИИ дезинфектологии Роспотребнадзора. "Мы получили подтверждения в рамках существующих на рынке методик, с использованием всем известных хлора, триклозана, спирта, - рассказал он. - Нано-частицы работают иначе, методик по их использованию в антисептических целях пока не существует. Поэтому, мы зарегистрировали гель, как косметический продукт, но параллельно ведем работу с лабораториями Минздрава по созданию новой методики применения нано-частиц. Это долгая работа, которая займет несколько месяцев".

Антисептический гель, разработанный компанией, нетоксичен и обладает пролонгированным действием. Сегодня одним из основных каналов сбыта продукта является федеральная сеть магазинов беспопылинной торговли.

Удачный старт реализации нового продукта в регионе позволил производителю обратить внимание на зарубежные рынки. За помощью в расширении географии поставок компания обратилась к министру экономического развития и инвестиций Самарской области Дмитрию Богданову в ходе онлайн-встречи представителей власти и предпринимательского сообщества в июне этого года.

"Мы находимся в постоянном диалоге с предпринимателями, регулярно организуем встречи, чтобы они могли обратиться к нам со своими вопросами и просьбами, предложить свои идеи по улучшению делового климата в регионе, - подчеркнул министр экономического развития и инвестиций Самарской области Дмитрий Богданов. - Мы всегда готовы стимулировать и поддерживать местных производителей в их стремлении развивать свои проекты, наращивать обороты и осваивать новые рынки", - отметил министр.

Центр поддержки экспорта помог предприятию провести маркетинговые исследования по рынку Китая, которые из-за пандемии были поставлены на паузу. "Сейчас возобновляем эту работу, совместными усилиями будем регистрировать в этой стране торговую марку", - рассказал Александр Кондаков.

Благодаря взаимодействию с ЦПЭ, у компании "М9 Фарм" появились потенциальные партнеры в Европе. Сегодня специалисты Центра модернизируют сайт предприятия и помогают готовиться к регистрации европейской торговой марки тольяттинского производителя. "Интерес к продукту очень большой, мы получаем очень серьезную помощь, поэтому уверен, что наше сотрудничество с Центром поддержки экспорта продолжится, а экспортных контрактов станет значительно больше", - отметил Александр Кондаков.

Активная работа по сопровождению внешнеторговой деятельности местных предпринимателей позволили Самарской области занять 6 место среди 85 субъектов РФ в рейтинге Российского экспортного центра по итогам 2019 года. В 2020-м при содействии ЦПЭ предприниматели региона уже заключили 27 внешнеторговых контрактов на общую сумму 15,5 млн долларов. (Правительство Самарской области 23.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Colgate запускает совместную акцию с благотворительным проектом Собиратор.

С каждым годом экологическая обстановка в мире продолжает ухудшаться. Сохранение экологии — общая задача всего человечества. Несмотря на значительное повышение осведомленности людей о проблемах и способах их решений, многие по-прежнему не





знают, что стать более экологичным можно и без кардинальных изменений в привычном образе жизни. Важно понимать, что даже маленьких шагов достаточно для больших изменений: постепенно внедряя небольшие экопривычки в свою жизнь, можно изменить свое отношение к природе на более бережное.

Компания Colgate совместно с проектом Собиратор запускает информационно-мотивационную кампанию, приуроченную к выходу на российский рынок новых экологичных продуктов для гигиены рта. Ее основная задача заключается в том, чтобы помочь людям сделать первые шаги к осознанному и экологичному потреблению.

Например, одним из таких маленьких, но значительных шагов на пути к изменениям может стать переход на продукцию, поддерживающую высокие экологические стандарты. Colgate — один из тех брендов, продукты которого отвечают потребностям прогрессивного потребителя, который заботится о своем здоровье и природе. Теперь и на российском рынке доступна первая зубная паста компании Colgate - Smile for good в перерабатываемом тюбике из мономатериала и биоразлагаемая зубная щетка.

Зубная паста на 99,7% состоит из натуральных ингредиентов, а ее упаковка сделана из полиэтилена высокой плотности — материала, который также используется для упаковки из-под молока, для канистры. В отличие от обычных тюбиков пасты, которые содержат алюминий, тюбик Smile for good легче поддается переработке.

Также среди продуктов Colgate появилась новая экологичная бамбуковая зубная щетка. Мягкая щетка Bamboo Charcoal с древесным углем изготовлена из 100% натурального биоразлагаемого бамбука и не имеет пластиковой упаковки. Щеточка с тонкими коническими щетинками обеспечивает глубокую, но бережную очистку, поэтому эффективность щетки не снижается. Перед утилизацией щетки потребуются удалить щетину, но остов щетки не требует переработки, - бамбук совершенно безвреден для окружающей среды.

Чтобы сделать запуск новых продуктов максимально эффективным для сохранения окружающей среды, Colgate запускает совместную акцию с Собиратором — благотворительным проектом, занимающимся развитием экокультуры в России. В течение месяца заказывайте Экомобиль Собиратора: на вывоз вторсырья для дальнейшей передачи в переработку будет доступна скидка 92% — 100 рублей вместо 1200 рублей! Все собранные средства пойдут на нужды экопроекта.

Как поучаствовать в акции? С 15 сентября по 15 октября оставьте заявку на вывоз вторсырья на сайте Собиратора (<https://sobirator.ru>), указав в заявке промокод "colgatesmileforgood" для получения скидки. Затем нужно будет заранее подготовить вторсырье по инструкции Собиратора и сдать его. Все собранное сырье будет отправлено в экоцентр Собиратора, а затем передано на переработку и благотворительным организациям.

Воздействие на экологическую ситуацию будет системным и эффективным, если мы объединим усилия и осознаем, что переход на осознанное потребление — это несложно. Мы сами выбираем качество своей жизни и будущее нашей планеты.

Для справки: Название компании: *Колгейт-палмолив, АО* Адрес: *121614, Россия, Москва, ул. Крылатская, 17, корп. 1* Телефоны: *+7(495)9371100* Факсы: *+7(495)9371102* E-Mail: reception_russia@colpal.com Web: www.colgate.ru Руководитель: *Волперт Алан Моррис, генеральный директор* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 25.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Челябинский производитель бумаги "Комфорт" вложит 222 млн руб. в новую площадку в промпарке "Малая Сосновка".

ООО "Торговый дом "Комфорт" (Челябинск), крупный производитель бумажной санитарно-гигиенической продукции в Урало-Сибирском регионе, планирует разместить производственную площадку на территории индустриального парка "Малая Сосновка" (Сосновский район, Челябинская область), инвестиции в проект оцениваются в 222 млн рублей, следует из сообщения пресс-службы Минпрома региона.

По данным пресс-службы, из общего объема инвестиций большую часть составят собственные средства компании, проект планируется завершить в 2024 году, в ходе его реализации - создать 131 рабочее место. Мощность новой производственной площадки в сообщении не уточняется.

"Экспертный совет одобрил размещение производственных площадей торгового дома "Комфорт" в парке индустриальных инноваций "Малая Сосновка" (. . .) Это позволит предприятию повысить объемы производства продукции санитарно-гигиенического и бытового назначения, увеличить выручку и создать новые рабочие места", - говорится в сообщении.

ООО станет пятым по счету резидентом "Малой Сосновки".

"Комфорт" производит санитарно-гигиеническую продукцию: туалетную бумагу, бумажные салфетки, носовые платки и полотенца. Производственные мощности ООО составляют почти 18 тыс. тонн бумаги-основы и свыше 15 тыс. тонн готовой продукции в год.





Как сообщалось, в январе этого года Минпромторг РФ внес индустриальный парк "Малая Сосновка" в Челябинской области в реестр промышленных парков России. Для предприятий, вошедших в состав индустриального парка, ставка по налогу на прибыль может быть снижена до 13,5%. Налог на имущество обнуляется на срок от 3 до 5 лет. Предоставляются особые условия по аренде земли по льготным ставкам.

Индустриальный парк "Малая Сосновка" площадью более 110 гектаров располагается в 2 км от Челябинска в границах Саргазинского сельского поселения Сосновского района и обладает логистическим преимуществом прямого выхода на автомобильную трассу федерального значения М5 "Урал". К площадке подведена асфальтированная дорога, обеспечена возможность подключения электроэнергии и газа. Ввод в эксплуатацию системы водоснабжения и водоотведения запланирован на 2020 год.

Для справки: Название компании: Торговый дом Комфорт, ООО (ТД Комфорт) Адрес: 454053, Россия, Челябинская область, Челябинск, ул. 1-я Потребительская, 24 Телефоны: +7(351)7298262 E-Mail: sales@bumko.ru Web: <http://bumko.ru> Руководитель: Бевер Евгений Анатольевич, директор

Для справки: Название компании: Управляющая компания парка индустриальных инноваций Малая Сосновка, АО (АО УК ПИИИ Малая Сосновка) Адрес: 454091, Россия, Челябинская область, Челябинск, пр. Ленина, 57, офис 301 Телефоны: +7(351)2140602; +7(902)6006074 E-Mail: m.sosnovka@mail.ru Web: <http://ru.investregion74.ru> Руководитель: Сучков Павел Александрович, генеральный директор (Интерфакс - Россия 24.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новинки производителей средств личной гигиены

Компания "Белая мануфактура" обновила ассортимент линейки торговой марки "Green Day" и вывела на рынок новые версии геля и влажных салфеток для ежедневной женской гигиены.

В рамках ребрендинга и уточнённой концепции "Female care" компания изменила не только внешний вид упаковки продуктов для интимной гигиены ТМ "Green Day", но и их состав.

В основе обновлённых средств – компоненты, которые обладают не просто эффективными очищающими характеристиками, но и заботятся о здоровье женщины, не раздражают слизистую оболочку, поддерживают оптимальный баланс микрофлоры.

Гель для интимной гигиены "Green Day" не содержит сульфатов. Ценность состава усиливает присутствие молочной кислоты - мягкого антисептического компонента, благодаря которому обеспечивается поддержка нормального уровня pH слизистой оболочки. Активными действующими компонентами в составе являются пантенол и экстракт ромашки, известные своими успокаивающими, противовоспалительными, бактерицидными и питательными качествами, а также аллантоин, обладающий антиоксидантными, противовоспалительными и противомикробными свойствами, способствующий регенерации клеток и ускоренному заживлению.



Аналогичным составом обладают и влажные салфетки для интимной гигиены "Green Day". Они изготовлены из плотного нетканого материала и пропитаны ухаживающим лосьоном. Лосьон не содержит сульфатов, парабенов, красителей, спирта.

Влажные салфетки для интимной гигиены разработаны также на основе молочной кислоты. Дополнительные ухаживающие свойства достигаются за счёт содержания аллантоина и комплекса растительных экстрактов: экстракта кумина, экстракта можжевельника, экстракта мяты перечной.

Влажные салфетки и интим-гель предназначены для комплексной ежедневной гигиены женщин и могут использоваться в любой день женского цикла. Гипоаллергенность продуктов подтверждена клинически.

Для справки: Название компании: *Белая Мануфактура, ООО* Адрес: 603064, Россия, г. Нижний Новгород, проезд Восточный, д.5, литер В, офис 12 Телефоны: +7(831)2828850 E-Mail: infobm@garm.ru Web: белая-мануфактура.рф (Бытовая химия 28.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)





Зарубежный рынок парфюмерно-косметической промышленности

Зарубежный рынок парфюмерно-косметической промышленности

Новый онлайн-инструмент помогает разрабатывать экологически безопасную упаковку.

Сегодня Инициатива по устойчивой упаковке для косметики (SPICE) анонсировала новый общедоступный инструмент для оценки более 15 экологических показателей производства и жизненного цикла упаковки.

SPICE была основана в 2018 году компаниями L'Oréal и Quantis, и теперь в нее входят такие организации, как Avon, Coty, Estée Lauder, Mary Kay, LVMH и Shiseido, а также Aptar, Schwan Cosmetics, Cosmetic Valley, FEBEA и PCPC.

SPICE функционирует как предконкурентное предприятие, в котором традиционно конкурирующие компании работают вместе для решения одной или нескольких проблем с пониманием того, что ни один отдельный бизнес не выйдет с рыночным преимуществом.

Совет по продуктам личной гигиены (PCPC) является частью SPICE. Лиза Пауэрс, исполнительный вице-президент по связям с общественностью и коммуникациям PCPC, сообщает прессе: "Мы рады продвигать инструмент SPICE, научно обоснованный подход к измерению воздействия косметической упаковки на окружающую среду. Членство в PCPC и отрасль в целом. Кроме того, мы приветствуем компании и организации, которые работают в предконкурентном сотрудничестве над разработкой инструментов и процессов для обеспечения ответственного управления воздействиями, создаваемыми нашей отраслью".

Существует 2 версии SPICE Tool: бесплатная демонстрационная версия и версия Pro, доступная по лицензии. Этот инструмент дает дизайнерам упаковки доступ к экологическим данным по различным материалам, а также к конструкторским идеям. Используя около 16 показателей, платформа оценивает воздействие на окружающую среду любой косметики, парфюмерии или упаковки продуктов личной гигиены. Согласно сегодняшнему пресс-релизу о платформе SPICE Tool, оценка охватывает воздействие от производства до окончания срока службы. Рассматриваемые индикаторы включают использование воды, биоразнообразие, истощение ресурсов и вклад в изменение климата.

Новый инструмент позволяет создавать упаковку для косметики, которая отвечает наиболее актуальным тенденциям современной индустрии красоты.

Патрик О'Куин, президент FEBEA, отметил: "Высокая стоимость разработки надежного инструмента для отслеживания экологического следа продукта была препятствием для многих малых и средних косметических компаний, которые хотели бы внедрить экологический дизайн при разработке упаковки. Сделав инструмент SPICE общедоступным, инициатива SPICE помогает всей отрасли двигаться вперед, побуждая всех к разработке экологически безопасной упаковки будущего, не только предоставив инновационный инструмент экологического дизайна, но и продемонстрировав, что сотрудничество является наиболее эффективным способом продвижения вперед. Это важная веха в экологическом переходе индустрии красоты". (Cosmetology-info.ru 27.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

L'Oréal запускает первую глобальную платформу для онлайн-обучения парикмахеров.

В России запускается первая глобальная онлайн-платформа для обучения стилистов и парикмахеров L'OREAL ACCESS, созданная подразделением профессиональной продукции L'Oréal. Новый проект поможет российским парикмахерам присоединиться к мировому сообществу, узнать секреты лучших стилистов со всего мира и развить свои профессиональные навыки.

Программа является частью КСО политики компании L'Oréal: она предлагает социальный лифт, который даст возможность стилисту абсолютно из любого города нашей страны поднять свое мастерство до международного уровня.

На платформе L'OREAL ACCESS будут представлены обучающие материалы и практические тренинги для всех профессиональных марок группы L'Oréal. Проект уже успешно реализован в нескольких странах, в том числе в Великобритании, Франции, Испании, Италии, Германии, Нидерландах, Ирландии, США. В 2020 году программа была полностью адаптирована для России.

"Рынок сильно изменился. Благодаря Интернету клиенты сегодня более информированы, чем когда-либо, и ожидают получить совершенно конкретные результаты при посещении салона красоты. Они рассчитывают на запоминающийся уникальный опыт и непревзойденный сервис. Именно мы несем



ответственность за то, чтобы все их ожидания оправдывались", — считает **Натали Росс, международный президент подразделения профессиональной продукции L'Oreal.**

L'Oreal знает, насколько российским стилистам и парикмахерам важны рост и развитие. Участники L'OREAL ACCESS получают круглосуточный доступ к полезным материалам, видеоурокам и советам брендов с мировым именем: секретами мастерства поделятся L'Oreal Professionnel, американский бренд Redken, французская марка класса люкс Kerastase и американский бренд Matrix. Представители компаний расскажут о разных гаммах красителей, техниках окрашивания, продуктах по уходу за волосами и стайлингу — в руках участника окажутся все доступные инструменты от лучших из лучших в мире парикмахерского искусства!

L'OREAL ACCESS — это не только множество обучающих программ от лидеров индустрии красоты со всего мира, но и нетворкинг, который поможет объединить специалистов из разных стран. Независимо от местонахождения, стилисты с L'OREAL ACCESS всегда будут в курсе новейших тенденций в сфере красоты. (R&L 22.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Unilever сделала ещё один шаг для переезда в Лондон.

Голландские акционеры Unilever в подавляющем большинстве поддержали планы по переводу англо-голландской компании в Лондон, что является значительным шагом в попытках группы потребителей упростить свою корпоративную структуру. Компания даже назвала дату возможного объединения - 22 ноября.

Компания FTSE 100 заявила, что более 99% инвесторов ее голландского подразделения проголосовали за то, чтобы разместить всю группу в Лондоне. Это не первый опыт подобного голосования, напомним о неудачной попытке подобного мероприятия два года назад с целью разместить бизнес в Нидерландах.

Успешный переезд в Лондон положил бы конец двойной структуре бизнеса, которая существовала с момента образования Unilever в результате слияния голландской маргариновой компании и британского производителя мыла Lever Brothers более 90 лет назад. Однако препятствия остаются. План объединения должен быть одобрен акционерами британского подразделения Unilever, которые собираются проголосовать по этому вопросу 12 октября.

Между тем, растущая политическая поддержка голландского закона, который нанесет ущерб транснациональным корпорациям, покидающим Нидерланды, с миллиардами налогов на выход, может свести на нет планы Unilever. В прошлом месяце компания предупредила, что пересмотрит свои планы по переезду, если на нее повлияет предложенный голландский налоговый закон, который был разработан, чтобы наказать компании с доходом более 750 миллионов евро, которые уезжают из Нидерландов в юрисдикции с более низкими налогами.

Предложенный законопроект, получивший прозвище "Hotel California" в честь текста песни Eagles, "вы можете выписаться в любое удобное для вас время, но вы никогда не сможете уйти", может стоить Unilever 11 миллиардов евро, если компания решит переехать. Налоги уже давно играют роль в стремлении Unilever упростить свою корпоративную структуру. Правительство Нидерландов попыталось добиться расположения компании, отменив налог на дивиденды для крупных компаний, но отступило после публичной реакции в 2018 году.

Два года назад Unilever отказалась от своих планов по консолидации своей структуры под давлением акционеров. Новая идея переехать в Лондон была воспринята правительством Великобритании как "вотум доверия", когда об этом впервые объявили летом этого года. (Cosmetology-info.ru 28.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

NASA запустит в космос одну из сывороток Estee Lauder.

Estee Lauder объявила о запуске в космос одного из своих культовых продуктов - ночной восстанавливающей сыворотки Advanced Night Repair Synchronized Multi-Recovery Complex. Таким образом, компания станет первым косметическим брендом, который участвует в инициативе NASA по расширению возможностей для бизнеса на Международной космической станции.

Сыворотка Advanced Night Repair будет доставлена на борту космического корабля Cygnus на ракете Antares в рамках 14-й коммерческой миссии по пополнению запасов Northrop Grumman для NASA 29 сентября 2020 года и прибудет на Международную космическую станцию 3 октября 2020 года. Сделанные в космосе изображения косметического средства будут использованы в социальных сетях бренда.

"Мы очень рады вновь укрепить наше лидерство на рынке, выступив в качестве первого косметического бренда, отправившегося в космос, - заявил Стефан де Ла Фавери, президент группы компаний Estee Lauder и президент глобального бренда Estee Lauder. - NASA находится в авангарде освоения космоса, и, как лидер в области инноваций в области ухода за кожей, Estee Lauder гордится тем, что поддерживает невероятную работу, которую NASA делает для продвижения космической экономики, став вторым коммерческим продуктом, выпущенным на рынок".

"NASA открывает для бизнеса Международную космическую станцию в рамках усилий агентства по созданию надежной экономики на низкой околоземной орбите, - отметил Фил Макалистер, директор по развитию коммерческих космических полетов. - Подобные соглашения напрямую поддерживают широкую стратегию агентства по содействию коммерциализации низкой околоземной орбиты американскими организациями путем



демонстрации новых рынков, использующих уникальную среду космоса". Напомним, что недавно в NASA также выпустили парфюм с ароматом космоса.

Estee Lauder выбрала для путешествия в космос новый комплекс Advanced Night Repair Synchronized Multi-Recovery Complex, потому что этот культовый продукт сформировал будущее ухода за кожей благодаря легендарному наследию своих предшественников. В 1982 году это была первая восстанавливающая сыворотка для ночного ухода за кожей в индустрии красоты и первое косметическое средство с использованием гиалуроновой кислоты. Теперь, более 30 лет спустя, вдохновленная новым научным открытием и разработанная с использованием новейших технологий по уходу за кожей, Advanced Night Repair стала первой сывороткой, запущенной в космос. (Cosmetology-info.ru 28.09.20)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)