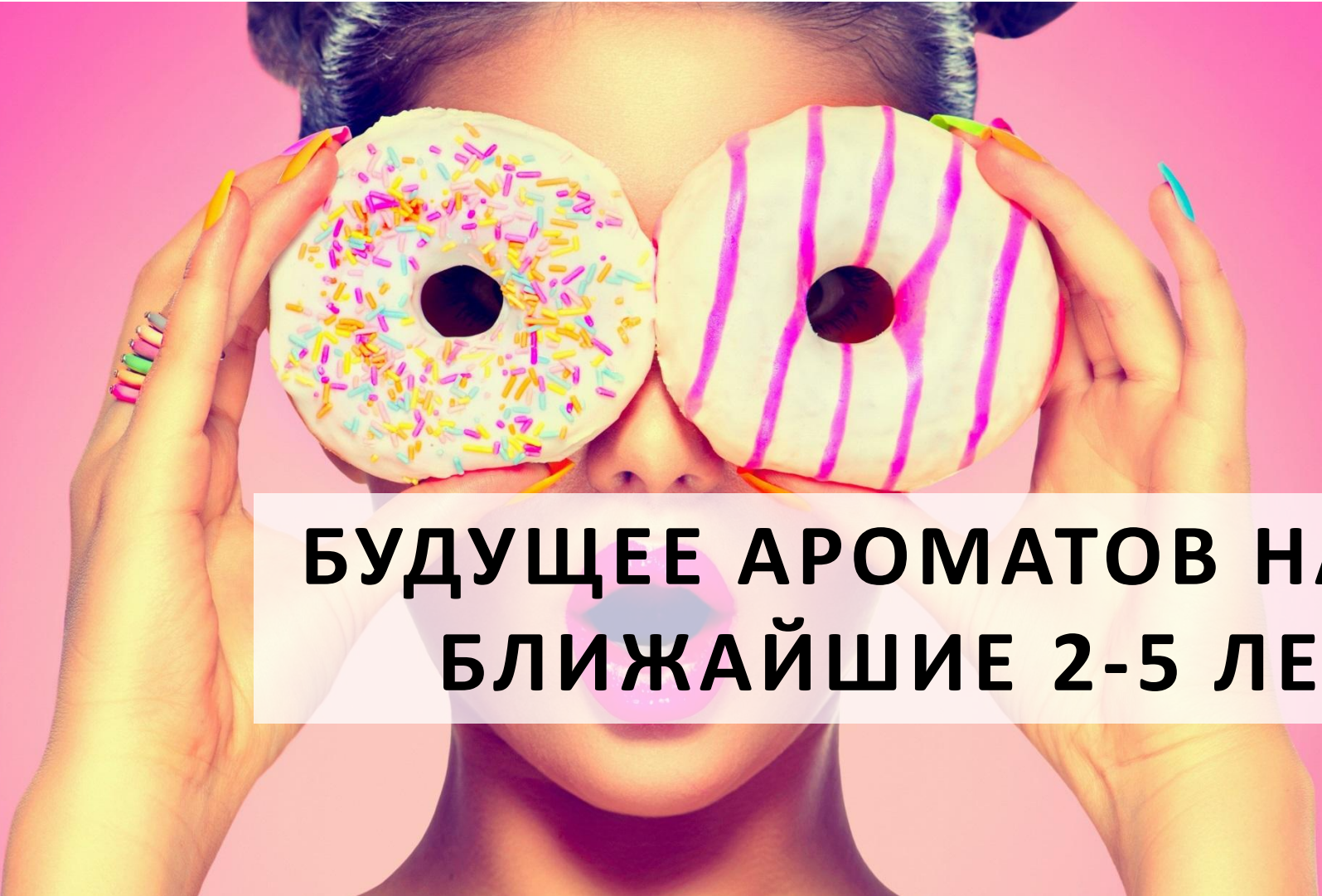


2021



**БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ НА
БЛИЖАЙШИЕ 2-5 ЛЕТ**

БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 2 ГОДА

1. УСИЛЕНИЕ ОБРАЗОВАННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И БОЛЬШАЯ «ПРОЗРАЧНОСТЬ»

1.1. Востребованность «чистых» ароматов

- 49% пользователей в США обеспокоены химическими компонентами в составе парфюмов и отдушек
- 51% во Франции согласны с тем что недостаток информации вызывает беспокойство
- 42% в Индии интересуются безопасными для кожи парфюмами



БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 2 ГОДА

1.2. Соблюдение принципов устойчивого развития в отношении биотехнологических ингредиентов

- 51% потребителей в Мексике купят средство по уходу по более дорогой цене если оно безопасно для окружающей среды
- 31% в Южной Корее интересуются продуктами с ингредиентами полученными из источников придерживающихся принципов устойчивого развития
- 30% в Саудовской Аравии интересуются этическими принципами бьюти-брендов



C16's biotech palm oil



Biossance Squalane + Phyto-Retinol Serum

БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 2 ГОДА

Согласно заключению EMEA Big Conversation 2020 организованном Mintel, заявления на этикетке об устойчивых принципах развития могут трансформировать мнение потребителей имеющих сомнения относительно биотехнологий:

- 75% потребителей в Южной Корее доверяют продуктам/ингредиентам созданным учеными
- 83% в Индии доверяют бьюти-продуктам созданным с научно обоснованными ингредиентами и формулами
- 35% в Мексике готовы заплатить дороже за бьюти-продукты разработанные учеными или исследователями

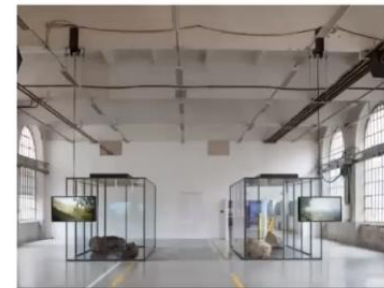
1.3. Объединение искусства, науки и природы

- связывать историю создания аромата с наукой
- воссоздавать мечту с использованием синтетических материалов
- бьютифицировать науку в названиях парфюмов

Merge art, science and nature



Infuse scent creation
storytelling with science



Recreate a dream with
synthetics



Beautify science in a
fragrance's name

БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 2 ГОДА

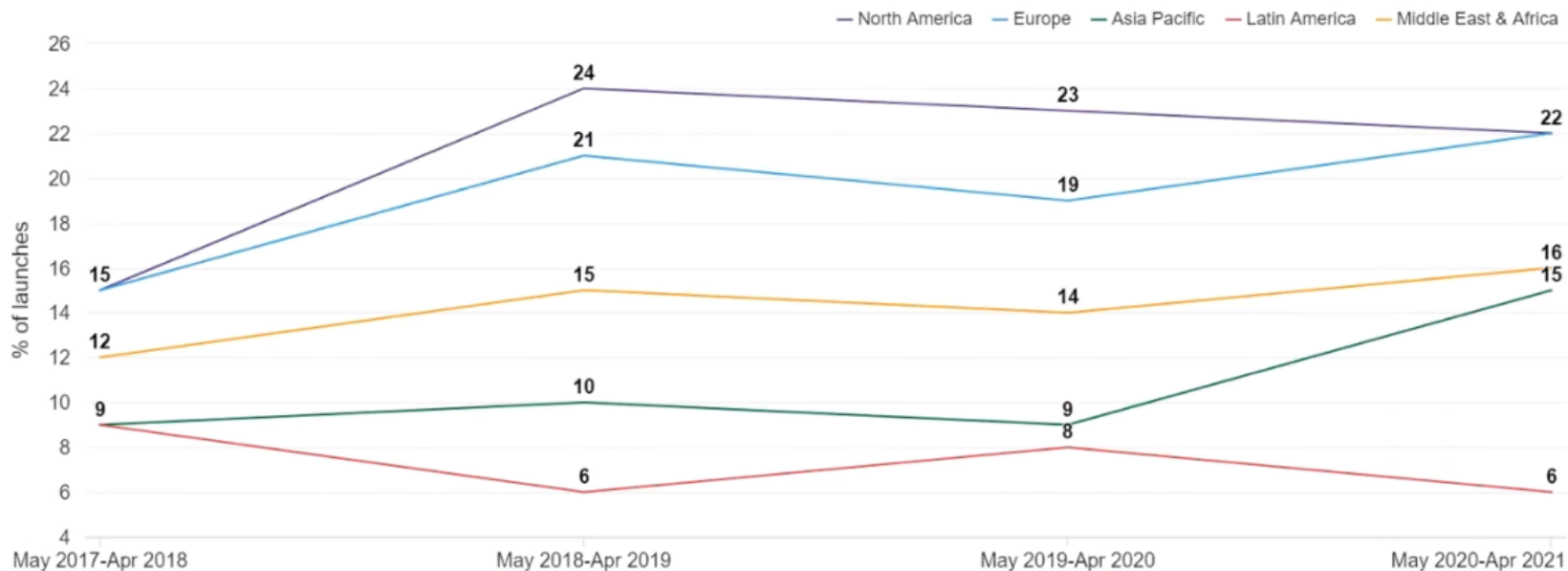
2. ПРИНЯТИЕ НОВОЙ ГЕНДЕРНОЙ ПАРАДИГМЫ И ПОДХОДОВ К ОБОЛЬЩЕНИЮ

2.1. Увеличение выпуска унисекс парфюмов

2.2. Уверенность и любовь к себе

- 45% потребителей в Бразилии считают что аромат бьюти-продукта (BPC, Beauty & Personal Care) позволяет почувствовать себя более уверенным тогда как 36% чувствуют себя более привлекательными
- 64% в Китае используют парфюмы для уверенности, а 50% для привлечения внимания
- в сравнении с Великобританией где для 42% парфюм нужен для уверенности, а 34% для привлекательности

Global: unisex fragrance launches, by region, May 2017-April 2021



БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 2 ГОДА

2.3. Привлекательность лежит в основе уверенности и уникальности

- Декларирование идеи свободной любви вместе с инклюзивностью

2.4. Аромат как триггер эмоциональных реакций

- идеальная категория для воссоздания связи с прикосновениями и интимностью через упаковку, формулу и ритуалы
- тактильные форматы, аромат и интимность



Calvin Klein's CK Everyone campaign for CK One released in 2020

Address intimacy through scent and touch



Tactile format



Smell and intimacy



Fragrance to share

БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 2 ГОДА

3. ВОЗРОЖДЕНИЕ ЛЮКСОВЫХ БРЕНДОВ В ОТВЕТ НА РЕВОЛЮЦИЮ МИДЛ-ЛЮКСОВЫХ БРЕНДОВ (MASSTIGE BRANDS - POSITIONED BETWEEN LUXURY AND MASS-MARKET)

3.1. Престижные бренды сфокусируются

- на культовых продуктах
- будут нацелены на увеличение продаж среди молодого населения
- на разработки доступных широкому кругу потребителей новаторских форматов, таких как ручки, кисточки, бальзамы и тревел-версии
- на эксклюзивность с целью поддержания более престижного уровня
- 45-50% потребителей в Европе согласны с тем, что парфюмы перестали быть предметами роскоши, как это было ранее

3.2. Создание новых и неожиданных коллабораций для удивления молодого населения

- с креативными изобретателями; с люксовыми брендами)



With creative inventors



With the high street

БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 2 ГОДА

3.3. Культура создания лимитированных продуктов (Drop culture) и предзаказов вошли в сегмент нишевых парфюмов

- использование ценных ингредиентов и принципов устойчивого развития
- предзаказы и сезонность

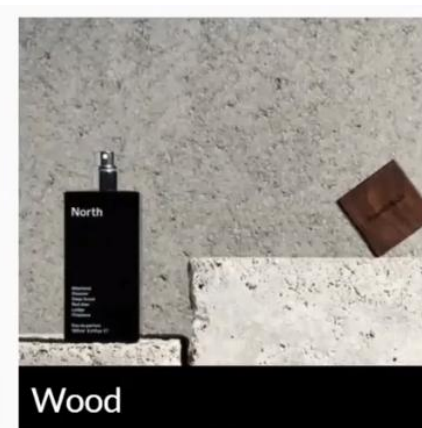
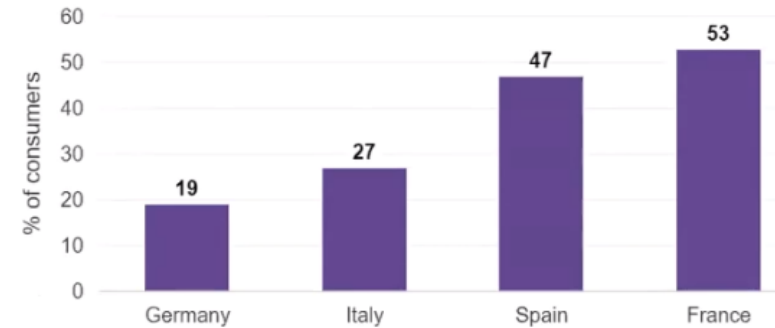
3.4. Новый подход к созданию более устойчивой люксовой упаковки

- более легкие по весу флаконы в противовес существующему нынче мнению, что престижные парфюмы должны иметь тяжелые флаконы

3.5. Обращение к зеленым технологиям за экстраординарными материалами

- лён, мицелий, дерево

Europe: consumers who agree that luxury fragrance bottles need to have heavy packaging, by select markets, October 2018



БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ

4. РАЗВИТИЕ АРОМАТОВ В КОНЦЕПЦИИ ХОЛИСТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ «ЦЕЛОСТНОСТЬ ЛИЧНОСТИ»

- расширение причин использования парфюмов – 52% в Испании не согласны с тем что парфюмы необходимы только когда рядом есть окружающие, 49% в Италии, 39% во Франции, 38% в Германии

4.1. Создание новых форматов парфюмов соответствующих новому образу жизни в результате пандемии Covid-19

- выход за пределы существующих категорий
- внедрение новых причин использовать парфюмы в ежедневных ритуалах и привычках



Made by Me All Over U
Musk & Musk Crush Nude
Perfume Palette Duo



Diptyque Fleur de Peau
Multiuse Fragrance

БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ

4.2. Разработка «аромата момента»



4.3. Создание парфюмов в концепции связи с ночным отдыхом и сном

- ритуалы отхода ко сну
- средство ароматизации подушек
- парфюмы с побуждающим ко сну ладаном



БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ

5. НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ НОВОГО СЕНСОРНОГО ВОКАБУЛЯРИЯ В СВЯЗИ С РОСТОМ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

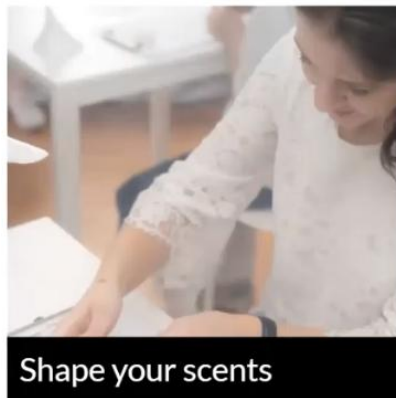
- 37% в Великобритании в возрасте 16-24 года покупают больше онлайн с началом пандемии

5.1. Использование эмоций для создания нового словаря ароматов

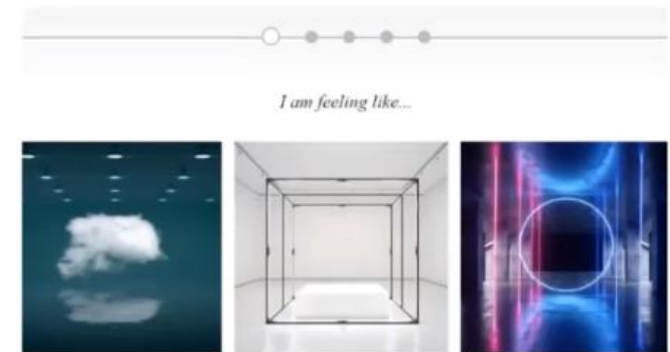
- когда слов становится недостаточно для описания палитры аромата, в ход идут эмоции, чувства, цвета, ассоциации

5.2. Создание синергии между формой и ароматом

- 3D принтер



Harness the possibilities
of 3D printing



5.3. Воздействие на потребителя во время выбора парфюма через инстинкты, подсознательные эмоциональные реакции

- предложение персонализированных продуктов и услуг
- Molton Brown's Fragrance Finder – программа подбора аромата на основании визуальных сенсорных стимулов

4 ВЫИГРЫШНЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ БЬЮТИ-РЫНКА В 2021 – 2025 ГОДАХ:

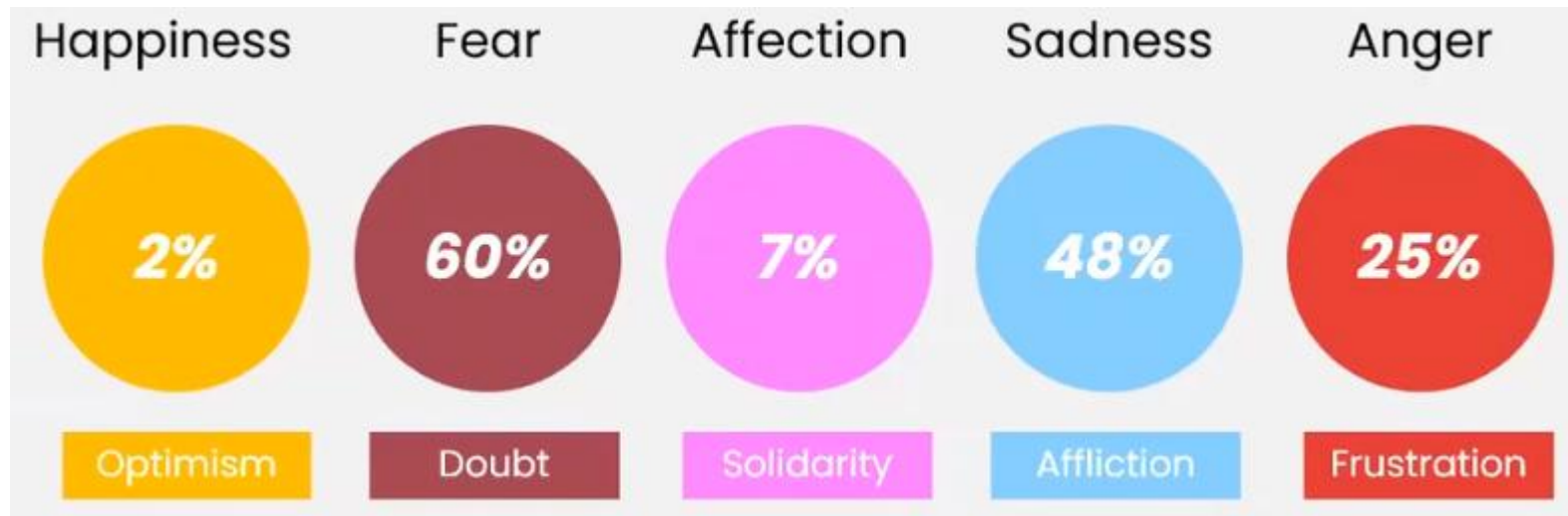
- Предоставление большего разнообразия причин для совершения Покупки посредством синергии
 - Выражение уникальности через свободу
- Разблокировка доверия потребителей благодаря образованности
 - Открытие новых способов персонализации с использованием сенсорных сигналов



КОНЦЕПЦИЯ АРОМАТОВ «FEEL GOOD FRAGRANCES»

Пандемия Covid-19 оказала большое влияние на наши эмоции:

- Выросло на 2% ощущение счастья и оптимизма; на 60% страх и сомнение; на 7% солидарность и чувство близости; на 48% грусть; на 25% злость и фрустрация
- Основные заявления на этикетках парфюмов и средств по уходу – Защита и Well-being



КОНЦЕПЦИЯ АРОМАТОВ «FEEL GOOD FRAGRANCES»



РАССЛАБЛЕНИЕ / RELAX

Расслабление / Relax Take it easy

- 40% миллениалов говорят, что их уровень стресса увеличился за последний год
- более 52%, что они с трудом засыпали из-за стресса
- значительное развитие приобрели продукты, которые поддерживают анти-стрессовые эмоции и помогают хорошо спать

Запросы в Pinterest на «эфирное масло иланг-иланга» выросло на 91% в 2020 году.



РАССЛАБЛЕНИЕ / RELAX

Бренды выпускают парфюмы предназначенные для использования во время сна – они наносятся на кожу и служат элегантным ритуалом перед отходом ко сну.

FINE FRAGRANCE MARKET PRODUCTS



LAVENDERLAND COLLECTION
JO MALONE
3 variants
Lavender & Coriander Cologne
Silver Birch & Lavender Cologne
Wisteria & Lavender Cologne

March 2020
UNITED KINGDOM



COCO MADEMOISELLE L'EAU PRIVÉE
CHANEL
A "night scent" for wearing in bed.
A refined and private way of wearing a perfume to feel relaxed.
Rose, jasmine and musky notes

September 2020
FRANCE



DE-STRESS FRAGRANCE
YLANG YLANG, VETIVERT & TONKA BEAN
NEOM ORGANICS
Aim to relax and soothe body and mind.

October 2020
UNITED KINGDOM



THE RITUAL OF JING RELAX
SLOW DOWN
HAIR AND BODY MIST
SACRED LOTUS & JUJUBE
RITUALS
For deep relaxation and restful sleep.

March 2020
UNITED KINGDOM

SLEEP WELL JJ6467

приятный
расслабляющий
аромат со сладкими
цветочно-
ароматическими
мотивами лаванды,
мускуса и сандалового
дерева

PERSONAL CARE MARKET PRODUCTS



OVER THE MOON
BODY WASH
OH SO HEAVENLY
Infused with lavender essential oil to leave skin delicately fragranced with a calming scent before bedtime
March 2021
SOUTH AFRICA



PURPLE LAVENDER
BODY WASH
URTEKRAM
With relaxing lavender oil & botanical extracts
Active probiotics
100% natural
January 2021
DENMARK



SLEEP LAVENDER + VANILLA
BODY WASH & FOAM BATH
BATH & BODY WORKS
Lavender oil inspires tranquility.
Vanilla absolutely calms the mind to encourage relaxation.

March 2020
UNITED STATES



GOODBYE STRESS ROSEMARY & MINT
BODY WASH
KNEIPP
Refresh and renew the mind and body with herbaceous rosemary and crisp mint

March 2020
GERMANY



RELAX
BODY WASH
WELEDA
Feel serene and soothe your mind
Contains 100% natural essential oils including lavender, bergamot and vetiver
April 2021
UNITED KINGDOM

РАССЛАБЛЕНИЕ / RELAX

Мисты (ароматические спреи) для подушек обретают большую популярность.

- помогают расслабиться, быстрее уснуть и гарантируют более качественный сон

PILLOW MIST



**SLEEP AROMATHERAPY
LAVENDER+VANILLA
PILLOW&BODY MIST**
BATH & BODY WORKS
Lavender oil inspires tranquility.
Vanilla absolute calms the mind to
encourage relaxation.
October 2020
UNITED STATES



**SPA OF THE WORLD
RELAXING RITUAL FRENCH LAVENDER
PILLOW MIST**
THE BODY SHOP
With lavender from Provence
100% natural origin fragrance
March 2020
UNITED STATES



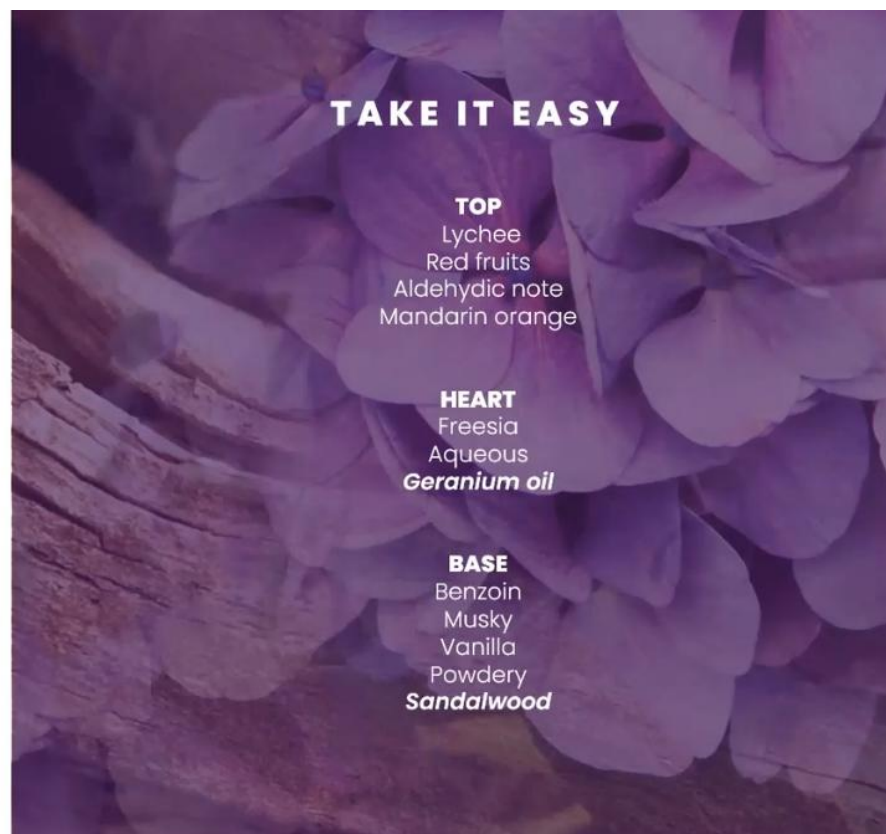
**SLEEP MIST
PILLOW MIST**
SANCTUARY SPA
It can be sprayed on the body, face or pillows.
Scientifically proven fragrance.

April 2020
INDIA

РАССЛАБЛЕНИЕ / RELAX

Ароматические ингредиенты в концепции «Take it easy»:

- Герань
- Сандаловое дерево



ЭНЕРГИЯ / ENERGIZE

Современные потребители ищут возможности восполнить энергию во время своих рутинных процедур по уходу, особенно те, кто рассматривает уход за кожей как часть ритуала по уходу за собой.

Клейм «**Energy boost**» или «заряд энергии» становится более популярным среди бьюти-косметики и средств личной гигиены.

Потребитель ищет такие продукты, которые одновременно будут отвечать двум задачам:

- усиливать их личную энергию
- помогать уставшей коже выглядеть моложе и свежее.



ЭНЕРГИЯ / ENERGIZE

Mood-lifter – ароматы для поднятия настроения:

- Эфирные масла в данном контексте имеют холистическую функциональность и способны помочь поднять настроение
- Такие клеймы (заявления) на этикетке как «жизненная сила» «счастье» «энергия» «хорошее самочувствие» «ОПТИМИЗМ» выступают промоутерами позитивных настроений

PERSONAL CARE MARKET PRODUCTS



OLEA THERAPIA – ENERGISING NOURISHING & FRESH BODY OIL
SANOFLORE
Essential oils: lemon, thyme and mandarin

April 2020
FRANCE



FEEL GOOD SHOWER BODY WASH
WELEDA
Stimulating ginger scent
It help to feel good in the shower, awake the senses.

May 2020
ITALY



GO HAPPY SHOWER GEL
FA
It features an energizing fruity scent and provides delicate care. 93% naturally derived ingredients.

March 2021
AUSTRIA



THE RITUAL OF MEHR SWEET ORANGE & CEDARWOOD HAIR & BODY MIST
RITUALS
Energize your soul
It has been relaunched with a new brand name. Its stimulating scent helps to feel good in the shower & energizes the soul with its radiant light.

March 2021
NETHERLANDS

FINE FRAGRANCE MARKET PRODUCTS



AROMATHERAPY ENERGISE PLANET SPA BODY MIST
AVON
With Italian bergamot and lemon essential oil.

April 2020
UNITED KINGDOM



GINZENG ENERGY-BOOSTING TREATMENT
ORIGINS
Ultra-refreshing mist
Coffee beans and ginseng & pomegranate!
Energy concentrated in a spray!

December 2020
CANADA



ANYTIME ENERGY BOOST AROMATHERAPY MIST
CITRUS & EUCALYPTUS
ASUTRA
With essential oils.. A modern take on the ancient practice of aromatherapy including mood-boosting and wellness.

December 2020
UNITED STATES



FEEL GOOD COLLECTION BE HAPPY
ORIFLAME
Be Happy with blood orange and turmeric.

September 2019
UNITED KINGDOM

ZEST FOR LIFE JJ7054
фруктово-цветочный сладкий аромат с цитрусовым аккордом из яркого сочетания имбиря и жасмина, с плавно раскрывающимися в сердце гарденией, лимоном, ландышем и ананасом и парфюмированными нотами

ЭНЕРГИЯ / ENERGIZE

Ароматические ингредиенты в концепции «Spice it up»:

- Турмерик
- Имбирь



ПОБЕГ ОТ РЕАЛЬНОСТИ / ESCAPE

Концепция «**эксапизма**» (ухода от обыденной реальности) существовала всегда, однако с 2020 года приобрела новый виток развития.

Эта концепция откликается для потребителей, которые осознанно или подсознательно, ищут пути воссоздания приятных ощущений и моментов жизни, что может быть достигнуто благодаря:



- Воспоминаниям об отпуске
- Приятным моментам с детства
- Путешествиям в своем сознании в фантастические места в которых никогда ранее не бывал

ПОБЕГ ОТ РЕАЛЬНОСТИ / ESCAPE

Путешествия в экзотические места:

- Эти ароматы побуждают нас мечтать о лете, напоминают о солнце и веселье
- Морские ноты, тропические аккорды, экзотические звучания

PERSONAL CARE MARKET PRODUCTS



UNDER THE STARLIT SKY, CATCHING THE SUNRISE, SUMMERTIME SPRINKLERS OCEAN WAVES SHOWER GELS
FIND YOUR HAPPY PLACE (UNILEVER)

November 2020
UNITED STATES



NIGHT BEACH KISS SHOWER GEL
TRAECLEMOON

Warm sand, ocean noise, stary night...
And a gentle kiss.
Otherworldly, magical, fabulous and so far
from reality and domestic bustle.

June 2020
UNITED STATES



FRESH BLENDS- SHOWER GEL COLLECTION
RASPBERRY & BLUEBERRY & ALMOND MILK
APRICOT MANGO & RICE MILK
WATERMELON MINT & COCONUT MILK

NIVEA
This collection gives you a sensation of joy and
Natural freshness...

June 2020
FRANCE

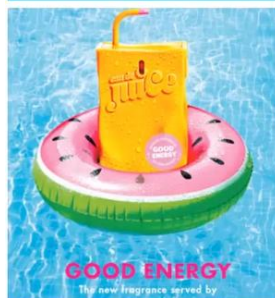


FEEL GOOD SHOWER GEL
LOVE SUNSHINE
SHOWER GEL

NIVEA
The unique Nivea sunscreen fragrance
brings back your holiday memories
and just makes you feel good.

May 2020
ITALY

FINE FRAGRANCE MARKET PRODUCTS



EAU DE JUICE GOOD ENERGY
COSMOPOLITAN

A bright playful perfume
Sparkling notes of mandarin orange,
passion fruit, mango, papaya, and
coconut milk.

September 2020
FRANCE



DYLAN TURQUOISE
VERSACE

A Flanker inspired
by an escape to distant islands.
Juicy mandarin, primofiore lemon
black currant, exotic guava, jasmine and
freesia.

September 2020
FRANCE



COCONUT PINEAPPLE FINE FRAGRANCE MIST
BATH & BODY WORKS

A fruity playful fragrance
with refreshing notes.
A very summery scent.
Coconut, fresh pineapple and
sugar cane.

October 2020
UNITED STATES



VICTORIA'S SECRET PINK PARADISE BLOOM BODY MIST
PINK - VICTORIA'S SECRET

Hibiscus Flower and Tahitian
Vanilla.

November 2020
UNITED KINGDOM



TROPICAL TENTATION
YVES ROCHER

A Feeling of traveling to the
dense jungles of South
America, with a sensation of
pure freshness.

August 2020
FRANCE

ПОБЕГ ОТ РЕАЛЬНОСТИ / ESCAPE

Ароматические ингредиенты в концепции «Tropical vibes»:

- Ананас
- Кокос



ПОБЕГ ОТ РЕАЛЬНОСТИ / ESCAPE

Игривые текстуры:

- Растет важность оригинальных и интересных текстур, которые подарят новый приятный опыт использования: текстуры которые нагреваются от прикосновения, от жидкости к пене, активированные водой порошковые продукты, замороженные кремы, формулы меняющие цвет
- Наиболее популярные клеймы таких продуктов: «фантазия» «вечеринка» «единорог» «маршмеллоу»

PERSONAL CARE MARKET PRODUCTS



UNICORN FRUIT WHIPED BODY BUTTER

TRULY
A buttery, deeply conditioning multi-colored body moisturizer

February 2021
UNITED STATES



MARSHMALLOW WHIP MAKER FOAM MAKER

NOONI
The marshmallow makeover creates micro-bubbles that reduces friction and cleanses your skin deeply & more gently.

December 2020
UNITED STATES



FROZEN CREAM VUE DE PULANG

Multi-moisturizing with formulation that changes according to its temperature.

September 2020
UNITED KINGDOM



THE RITUAL OF HOLI PLAYABLE SHOWER FOAM

RITUALS
Inspired by the famous Indian festivity, Holi
With flamingo lily and pink grapefruit.

January 2020
UNITED KINGDOM

UNICORN FRUIT JJ6596

яркое соединение сладкого яблока и чёрной смородины с меняющимися нотами мускуса и ванили создают фруктово-восточный аромат с парфюмированным звучанием

ПОБЕГ ОТ РЕАЛЬНОСТИ / ESCAPE

Путешествия в прошлое:

- Гурманские ароматы ассоциирующие с десертами – их чаще всего хотят слышать потребители в процессе поиска дополнительной уверенности или когда не хватает позитивных ощущений.
- В разных культурах и народах эти ностальгические запахи могут принципиально отличаться.
- Недавние новинки косметических продуктов которые перенесут потребителя в специфический «пост-ковидный мир»

PERSONAL CARE MARKET PRODUCTS



GIRLS NIGHT OUT & SWEET TREATS BATH & SHOWER GEL FIND YOUR HAPPY PLACE (UNILEVER)

Sweet treats : transport yourself to your favorite bakery with rows of beautiful desserts and heavenly smells.
Girls night out : transport yourself to an evening with best friends out on the town.

December 2020
UNITED STATES

DONUT MIND IF I DO SHOWER GEL RADOX

It contains the sweet and soothing scent of vanilla bean and white chocolate.

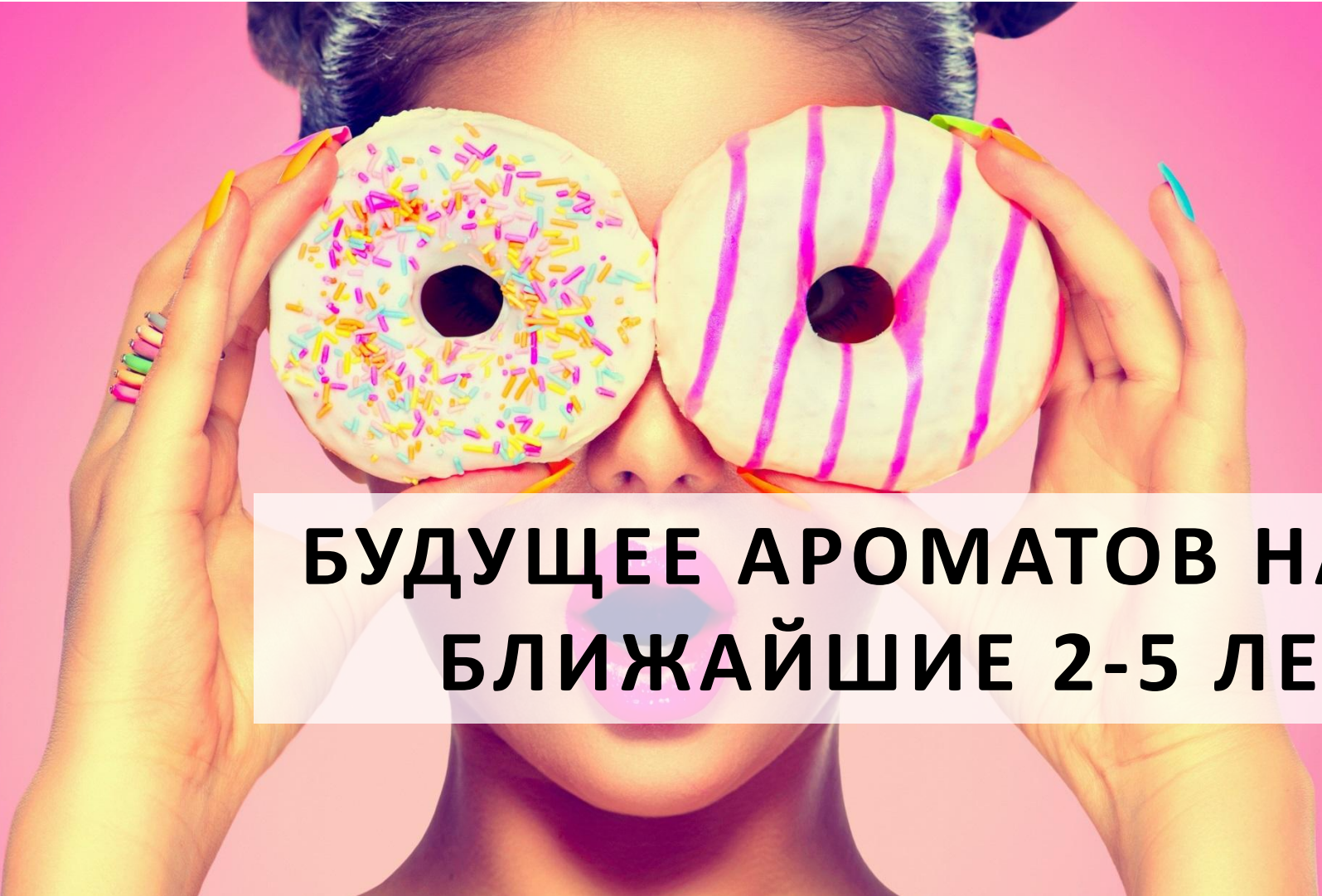
January 2021
UNITED KINGDOM

MARSHMALLOW & RAINBOW COOKIES SHOWER GEL

OH SO HEAVENLY
Indulge in the sweetness without any guilt
Inspired by the mouth-watering smell of
freshly baked cookies and fluffy
marshmallows.

August 2020
SOUTH AFRICA

2021



**БУДУЩЕЕ АРОМАТОВ НА
БЛИЖАЙШИЕ 2-5 ЛЕТ**