

**ИТОГИ ПЕРВОГО ФОРУМА О ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОМ  
БРЕНДБИЛДИНГЕ «КАК СОЗДАТЬ БЬЮТИ-БРЕНД»  
В РАМКАХ INTERCHARM 2017**

Москва, 20 ноября 2017

Пресс-релиз

На 24-й международной выставке косметики и парфюмерии **InterCHARM** (Москва, Крокус Экспо) 25 и 26 октября состоялся **бизнес-форум «Как создать бьюти-бренд»** - это первый российский форум о парфюмерно-косметическом брендбилдинге, на котором эксперты маркетинга в индустрии красоты, звездные консультанты и руководители парфюмерно-косметических компаний рассказали об эффективных инструментах создания и продвижения бьюти-брендов на реальных примерах.



За **2** дня в мероприятии приняли участие **139** делегатов – руководителей и маркетологов парфюмерно-косметических компаний (производство, R&D, дистрибуция, розничная торговля, реклама и продвижение и др.), и **30** спикеров – руководителей и ведущих маркетологов в бьюти-индустрии из лидирующих компаний, звездные консультанты и эксперты с уникальным опытом в продвижении бьюти-марок.

Ключевой темой стали маркетинговые стратегии и инструменты брендинга на рынке парфюмерии и косметики, а в основу программы легли идеи с крупнейших мировых бьюти-конгрессов и глубокий практический контент, подкрепленный экспертизой создателей ведущих российских брендов.

Программа включила **4** тематических блока:

1. Бьюти-бренды диджитал эпохи
2. Бренды парфюмерии
3. Люкс и премиум
4. Wellbeing & Natural

В 1 сессии «**Бьюти-бренды диджитал эпохи**» перед слушателями выступили значимые эксперты косметического рынка, трендсеттеры и тренд-аналитики.

Сессию открыл **Роман Шалимов**, директор по исследованиям агентства Toshka Rosta, который рассказал об актуальности потребительского тестирования бьюти-марок и о том, как можно достичь максимального соответствия брендов предпочтениям целевой аудитории.

Стратегические инсайты и глобальные тренды в бьюти-индустрии представила **Анна Дычева-Смирнова**, генеральный директор Reed Exhibitions Россия (организатор InterCHARM) в презентации «Типология современных потребителей парфюмерии и косметики», в том числе речь шла об успехах в развитии инди-брендов (*Indie Brands*).



Обзор трендов и динамику в категориях «средства по уходу за лицом», «средства по уходу за кожей», «декоративная косметика» представил **Олег Волкош**, президент Mediaplus Group - группы, которая входит в состав международного сетевого коммуникационного холдинга SERVICEPLAN.



Олег раскрыл, как распределены рекламные инвестиции ТОП-10 парфюмерно-косметических брендов в России, рассмотрел категории, которые наращивают и снижают инвестиции, представил данные по выбору рекламных носителей. В целом, можно отметить, что бренды повышают качество рекламных материалов и делают ставку на креативность с целью повышения эффективности использования существующих каналов коммуникаций.

Тему коммуникаций продолжил футурист и стратег **Альберт Шарафутдинов**, основатель лаборатории исследований будущего Kosmos, который рассказал об использовании культурного кода в бьюти-брендинге, семантическом ядре и коммуникации ценностей бренда.

Главный редактор независимого портала Beautyinsider, **Яна Зубцова**, выступила с презентацией нового и актуального инструмента маркетинга косметики для миллениалов - бьюти боксов. Яна рассказала о востребованности семплинговых сервисов сегодня и предоставила образцы для рассмотрения в кругу профессионалов.



По данным GlobalData, 22% миллениалов в мире покупают большую часть средств онлайн и 63% склонны больше доверять блогерам или обзорам пользователей при выборе продукта. Инструменты вовлечения миллениалов представила **Анна Максимова**, руководитель отдела разработки Vivienne Sabó, которая рассказала о том, как продвигать make-up марку через блогеров-визажистов, в соц.сетях (Instagram, VK и др.)

**2 сессия «Бренды парфюмерии»** объединила экспертов в области маркетинга в парфюмерно-косметическом ритейле и брендинга парфюмерии.



**Айк Саргсян**, основатель концептуальных магазинов красоты Cosmotheca, 16-й в рейтинге самых влиятельных персон в бьюти-индустрии (по версии журнала SNC), рассказал о создании эмоциональных зон в парфюмерно-косметическом ритейле.

**Майкл Шмидт**, директор по IT и технологиям РИВ ГОШ, рассказал о технологиях косметического магазина будущего, об использовании диджитал инноваций, больших данных и виртуальной реальности в продвижении парфюмерно-косметических брендов.

**Варвара Кулаева**, ведущий бренд-менеджер направления парфюмерии в Л'Этуаль и экс-глава представительства Rouge Bunny Rouge, поделилась идеями и wow-методами продвижения бьюти-брендов, рассказала на личном примере о том, как работает мышление «вне коробки», нужно ли кастомизировать бьюти-продукты, как создавать яркие зоны в ритейле, использовать потенциал ко-брендинга и управлять вовлеченностью покупателей в онлайн пространстве.

Участники мероприятия узнали о будущих трендах в парфюмерии, о популярных ароматах и лучших рекламных кампаниях марок от руководителей отделов крупнейших мировых парфюмерных производителей - **Ирина Арбузова** (Givaudan) и **Мария Мезенцева** (Takasago).

Ведущие консультанты в области парфюмерии рассказали о рекламе и позиционировании ароматов и о том, как создать собственный private label: **Галина Анни**, парфюмерный эксперт, историк и известный коллекционер парфюмерии, **Екатерина Жирицкая**, соавтор сборника «Ароматы и запахи в культуре» и **Ирина Ваганова**, основательница Парфюмерного Дома Моды.



Модератором сессии выступила **Юлия Бевзенко**, эксперт в сфере люкса, генеральный директор компании "All about luxe. Julia Bevzenko consulting agency", автор бизнес-тренингов для менеджмента и розницы, многократный спикер ведущих российских и зарубежных конференций и семинаров, руководитель программ подбора персонала в сфере люкса.

**3 сессия «Бренды премиум и люкс косметики»** оказалась полезной специалистам из бьюти-индустрии, управляющим марками класса люкс и премиум.

С презентациями стратегий брендинга премиум продуктов выступили консультанты международного уровня и эксперты в люксе **Юлия Бевзенко**, генеральный директор «All about luxe. Julia Bevzenko consulting



agency», **Анна Лебсак-Клейманс**, соучредитель и генеральный директор Fashion Consulting Group.

Данными исследований предпочтений российских покупательниц люкса и глобальными трендами люкса поделились представители компаний РОМИР **Катерина Якунькина** и Deloitte **Юлия Сеницина**.

Об эффективных инструментах брендинга люкс через упаковку и оформления in-store и shop-in-shop пространств рассказали **Збигнев Рогальски**, генеральный директор CentrUprак и **Андрей Тихонов**, директор по маркетингу Virtu – ведущие российские производители упаковки и проморешений для премиальных парфюмерно-косметических брендов.



О тренде использования натуральности в люксе рассказала **Инна Орлова**, со-основатель Kurwell, эксперт в управлении маркетингом и коммуникациями, консультант в области управления корпоративным позиционированием и брендингом.

Покупатели, в особенности урбанистическое население и миллениалы, все более внимательно относятся к вопросам сохранения здоровья и ответственного отношения к окружающей среде. О развитии брендов в экосистеме устойчивого развития и о маркетинге натуральной и органической косметики рассказали спикеры в 4 сессии «**Wellbeing & Organic**».



Открыла сессию **Елена Старкова**, генеральный директор Avon Россия, которая представила глобальные тренды wellbeing и рассказала о том, как мировой косметический гигант строит свою стратегию отношения с потребителями на основе принципов устойчивого развития.

**Елена Андрич**, директор по стратегическому планированию Publicis Russia, (Publicis Group – третья по величине группа коммуникационных агентств в мире), рассказала о работе со знаменитостями и об интеграции «натуральной» составляющей в рекламу бьюти-бренда на примере Garnier.



В сессии широко были представлены международные эксперты на пересечении «эко-бьютикультуры» и маркетинга, такие как **Жером Логр** (Jerome Logre), директор по экспорту французской компании Laboratoires PHYT'S, одного из мировых лидеров в производстве 100% органической косметики, **Елена Коваль**, директор центра BioCosmOS, консультант с 12-летним опытом в области натуральной косметики, и **Паскаль Брус** (Pascale Brousse), в течение 10 лет

руководившая продажами бренда BIOTHERM (L'Oreal) в Северной Америке и Азии, ныне руководитель собственного агентства исследования бьюти-трендов Trend Sourcing и эксперт в области wellbeing.

Форум прошел в рамках [InterCHARM](#) – крупнейшей в России, СНГ, Центральной и Восточной Европе парфюмерно-косметической выставки, которая ежегодно в Москве демонстрирует последние разработки хорошо известных и абсолютно новых российских и зарубежных производителей и дистрибуторов парфюмерии и косметики, инструментов и оборудования для косметологии, эстетической медицины, парикмахерского дела, визажа, ногтевого сервиса, массажа, а также технологии для салонного бизнеса, ингредиенты и упаковку для косметических продуктов.

[Подробнее мероприятия](#)

Организатор: Reed Exhibitions



\*\*\* конец релиза\*\*\*

**Контакты для прессы:**

[press.intercharm@reedexpo.ru](mailto:press.intercharm@reedexpo.ru)

+7 (495) 937 68 61

**Информация об организаторе:**

Reed Exhibitions – мировой лидер в организации выставочных и конгрессных проектов B2B и B2C направленности в 43 секторах экономики. Ежегодно в 30 странах проходят более 500 выставок, организованных командой Reed Exhibitions - свыше 3700 сотрудников в 41 офисе. Уникальная сеть офисов международных продаж обеспечивает поддержку компаний на основных экспортных рынках.