 **ЗАЩИТА ОТ СЛЪНЦЕТО - НОВИ ТЕНДЕНЦИИ НА КОЗМЕТИЧНИЯ ПАЗАР**

От вредните слънчеви лъчи, човешкото тяло се защитава с помощта на постоянно нарастващият брой козметични продукти. Световният пазар на средства за защита на кожата от въздействието на слънчевите лъчи, потвърждава най-смелите прогнози на аналитиците. В тази връзка компанията Euromonitor повишава прогнозите за по-нататъшния ръст на пазара до 6,4% през 2018 г.

Средствата от този спектър заемат 2% от световния пазар на козметични средства и лична хигиена и се оценяват на 454 милиарда долара за 2013 г. По този начин, козметичните средства за защита на кожата от въздействието на слънчевите лъчи влизат в топ 5 на най-бързо растящи категории на световния пазар.

Въпреки това, по пътя към успеха сектора ще трябва да преодолее много препятствия: средствата за защита на кожата от ултравиолетовата част на спектъра са сравнително малко популярна категория, като показателите са по-малко от 50% от общите разходи за мъже и жени.

Динамиката на растежа на продажбите не зависи от осведомеността на хората за необходимостта от защита на кожата и сериозните последствия.

Важен фактор за ръста на продажбите е въвеждането на производство на средства, базирани на иновативни съставки: новите изследвания на учените потвърждават състаряващото въздействие на електромагнитните излъчвания върху кожата, което поражда необходимостта от нови поколения защитни средства.

На съвременния пазар, където многофункционалността е основен компонент за успеха, защитните средства от слънцето също трябва да имат многокомпонентни ефекти върху кожата. Средствата трябва да имат не само защитен ефект, но и например ефект антистареене или декоративни качества.

Според анализатори на Euromonitor, разликата между слънцезащитните средства и останалата гама от продукти за грижа за кожата, става все по-малка и условна. Например, все по-често в състава на средствата за избелване на пигментни петна, в декоративната козметика и други се включват съставки със слънцезащитни функции.

Също така, слънцезащитни елементи проникват и в нови области и категории продукти - например, в средствата за грижа за косата.

<http://www.intercharm.net/>