



AVON

# ДОКЛАД БЪДЕЩЕТО НА КРАСОТАТА 2023

## КАК СЕ РАЗВИВА КРАСОТАТА ПРЕЗ 2023 Г.?

В настоящия доклад разкриваме резултатите от най-новото ни проучване, чиято цел е **да ни помогне да разберем по-добре променящите се нагласи по отношение на красотата**. Откриваме тенденциите, които влияят върху избора ни на козметика, както и разкриваме как при безпрецедентни икономически условия, начинът, по който постигаме стремежите си за красота, отново се променя.



# ПРЕДГОВОР

Вече всички сме наясно, че живеем не просто в безпрецедентни времена, а в перма-криза или поли-криза, тъй като сме заобиколени от множество продължителни кризи: климатични изменения, война, бедност, природни бедствия, социални вълнения.

Тези важни събития от близката история оказват влияние не само върху начина ни на живот, но и върху начина, по който избираме да се представим пред света, и в този доклад ще разгледаме какво означава това за бюти индустрията и за жените, които подкрепяме чрез красотата. Защото нека не забравяме, че красотата е повече от козметични продукти.

През последните няколко години наблюдаваме някои явни промени във външното изразяване на красотата: от здрава кожа и естествено лице без грим по време на пандемията, до дръзкия, изпъкващ цветен външен вид в периода на постпандемична свобода и себеизразяване. Дали най-накрая ще се спуска балонът „По-голямото е по-хубаво“, сега когато намалява желанието ни за цвят и дързост, а кризата с повишаващите се разходи за живот се засилва все по-вече? По някакъв начин, може би. Навярно сме свидетели на завръщането на един по-семпъл и естествен външен вид, но със сигурност красотата продължава да оказва комплексно и мощно въздействие върху увереността и самочувствието на жените.

Ние в Avon се ръководим от това да разбираме жените и какво е красотата за тях. Затова разговаряхме със 7000 жени в седем държави и три континента, за да обсъдим техните стремежи за красотата.

Какъв външен вид искат да постигнат жените тази година? По какъв начин настоящите икономически условия влияят върху избора им на красотата? По какъв начин красотата продължава да помага на жените да преоткрият силата си?

Прозренията от най-новото ни проучване ни помагат да продължим ангажимента си да създадем по-добър свят за жените чрез силата на красотата – през настоящата година и след това. И с гордост ги споделяме с вас.



**Анджела Крету,**

Главен изпълнителен директор на Avon

# 2023 – КРАЯТ НА КРАСОТАТА В ДОМАШНИ УСЛОВИЯ? НЕ МИСЛИМ ТАКА!

**2023 е година на огромни промени: културни, социални и финансови, и в един постпандемичен свят, оказващ все по-голям натиск върху финансовото ни състояние, неминуемо се променят и стремежите ни към красотата.**

В доклада ни от 2021 г. „Бъдещето на красотата“ разкрихме, че по време на пандемията се наблюдава поляризация в грим тенденциите. Продажбите на червила значително спаднаха през 2020 г., като 67% от жените казаха, че пандемията им е дала възможност да преминат към по-естествен външен вид.<sup>1</sup> Хората искаха да бъдат подготвени за онлайн видео срещите, но без да носят тежък грим; здравето и благополучието станаха основен приоритет и така се появи нов акцент върху здравата сияйна кожа. И докато продажбите на декоративна козметика се сринаха, нарастна търсенето на грижа за кожата.

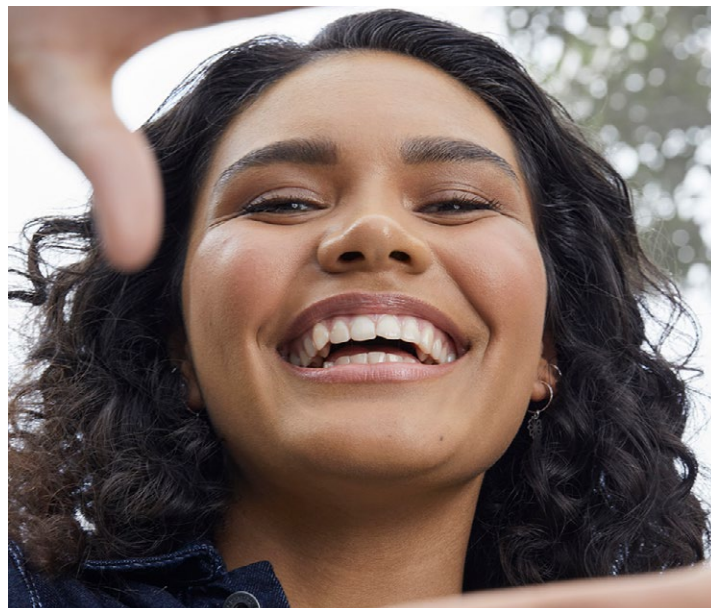
Но след като салоните отново отвориха врати, а онлайн видео срещите продължиха, все повече хора започнаха да търсят естетични процедури за подобряване на външния вид. Проучване, публикувано в [International Journal of Women's Dermatology](#), установи, че над половината (56,7%) от доставчиците на дерматологични услуги в САЩ съобщават за ръст в броя на пациентите, търсещи козметични консултации, в сравнение с периода преди пандемията, а цели 86,4% споделят, че техните пациенти посочват именно онлайн видео срещите като причина да търсят тези услуги.

Последното ни проучване сочи, че естетичните процедури за подобряване на външния вид категорично все още се търсят, но някои конкретни процедури са загубили популярност, тъй като продължават да се променят представите ни за красота. 75% от респондентите споделят, че са имали някаква форма на естетична процедура за подобряване на външния вид в миналото – било то филъри, Ботокс, удължаване на нокти или ламиниране на вежди. Близо половината (47%) разкриват, че продължават да се подлагат на естетични процедури поне веднъж месечно, като по-висок е броят им в Източна Европа: 53% в Полша, 60% в Турция и 66% в Румъния.

1. <https://www.avonworldwide.com/beauty-innovation/innovation-centre/future-of-beauty/power-in-ageing>

*“Редовно ходя на козметични процедури за подобряване на външния вид: мезотерапия, потенза, микронийдълг, почистващи маски, подмладяващи лазери, пилинг, лазерна епиляция. Вярвам в това човек да инвестира повече в себе си и че поддръжката като цяло е много важна и полезна.”*

**Адриан, София**



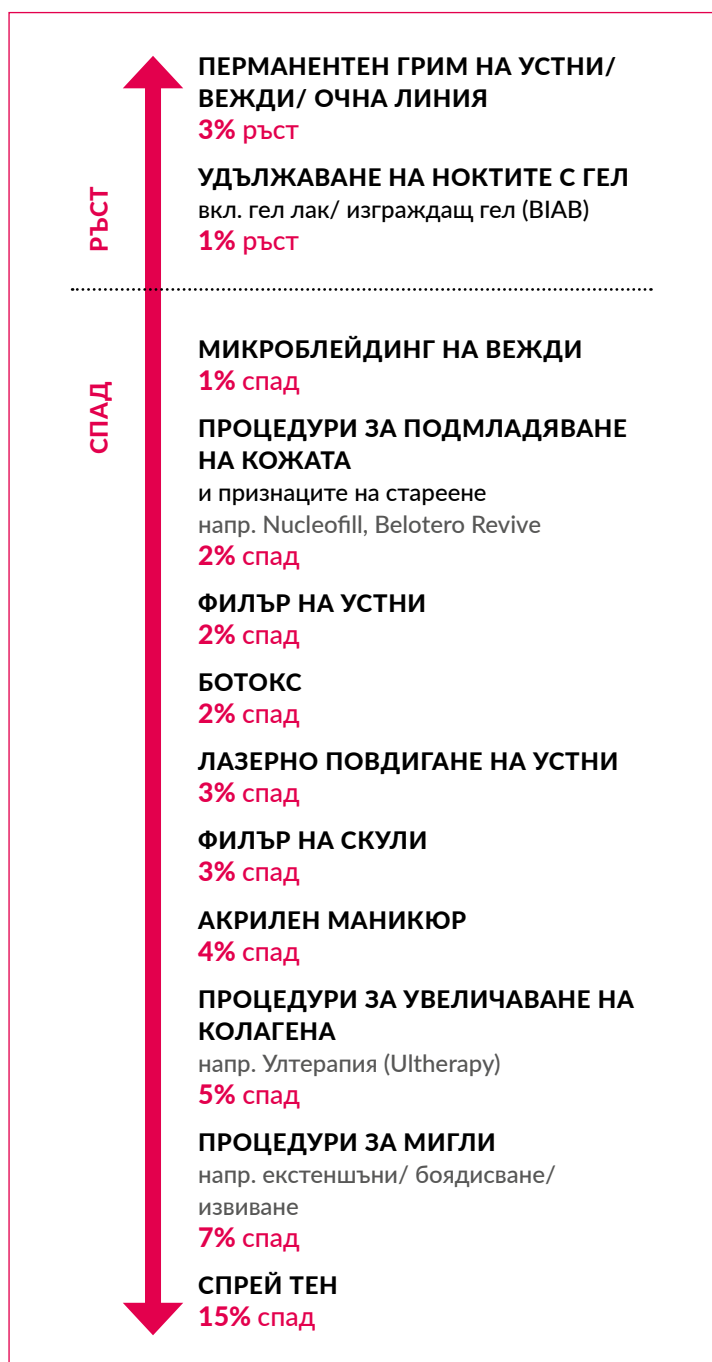
## МЕТОДОЛОГИЯ

На база проучване, проведено през януари 2023 г. сред 7126 жени на възраст 16+ в Обединеното кралство, Италия, Филипините, Турция, Полша, Румъния и ЮАР. Проучването е по поръчка на Avon и е проведено от Censuwide.

**В действителност повечето жени, с които разговаряхме, асоциират козметичните процедури с по-висока увереност (60%) и самочувствие (57%).**

Тогава идва ли краят на красотата в домашни условия, такава каквато я познаваме?

Нашето ново проучване показва, че не. Всъщност се променят процедурите, на които се подлагаме и тяхната честота, например някои от предишните най-популярни процедури сега са по-малко търсени.



## И ТАКА, НА КАКВО СЕ ДЪЛЖИ ТАЗИ ПРОМЯНА В ПОВЕДЕНИЕТО?



Според

**Оливия Ескенс**

Учен II степен, Ръководител  
технически дизайн на грим  
продуктите в Avon:

„В световен мащаб хората се отдръпват от идеята, красотата да им служи за преодоляване или прикриване на тяхната несигурност. Вместо това те търсят как да подчертаят естествената си красота. Хората не искат да се чувстват зле, те искат да изглеждат и да се чувстват по най-добрия възможен начин. Така че спадът в търсенето на естетични процедури може да се дължи на това, че се отдалечаваме от идеята да коригираме проблемите и се насочваме към превенция и поддържаща грижа.“

През 2023 г. хората дори искат да премахнат естетичните корекции по себе си. Според неотдавнашна статия от вестник в Обединеното кралство, все повече хора желаят да им бъдат разградени поставените филъри.<sup>2</sup>



**Д-р Зоя Диуан**

Експерт по клинична и естетична  
дерматология и партньорски  
консултант по дерматология на  
Avon, разказва:

„Много хора идват, за да редуцират, премахнат или коригират естетични подобрения. Понякога защото са променили решението си или пък защото им е поставено твърде голямо количество. Това се наблюдава все повече и повече, тъй като хората се стремят към по-естествен външен вид, а не такъв, който очевидно е претърпял корекции.“

Установихме, че сега естетичните процедури за подобряване на външния вид са най-популярни сред по-младото поколение - цели 85% от жените на възраст 25-34 г. имат някаква форма на естетични подобрения, а жените над 55 г. - 43%.

Д-р Диуан допълва: „Хората под 40 са много по-отворени към козметични промени, отколкото поколенията в миналото. Важен фактор за това е, че сега хората са по-фокусирани върху превенция и запазване на естествения външен вид. По-младите жени идват за бебешки Ботокс, при които им се поставя много малко количество Ботокс в зона, която може да бъде проблематична в бъдеще, например, за да избегнат нуждата от по-очевидна козметична корекция с напредването на възрастта. Така те могат да съхранят здравия, естествен вид на кожата си.“

Съобщава се, че Милениъли и Поколение Z се чувстват най-силно засегнати от кризата с нарастващите разходи за живот, а тяхното повишено желание за превантивни процедури представлява възможност в бюти индустрията. Ние трябва да намерим начини да им предложим естествените превантивни резултати, към които се стремят, без да заплащат цените в клиниката.

2. <https://inews.co.uk/inews-lifestyle/lip-fillers-removed-rising-number-women-explained-2075857>



## КАК РЕАГИРА AVON?

Нашето изследване показва, че над 1/3 (37%) от жените забелязват първите признаци на стареене в околоочната зона. Най-новата ни иновация в грижата за кожата, Anew Renewal Power Eye Cream, е предназначена за тази специфична зона. Тя незабавно озарява цялата околоочна зона и драстично изглажда външния вид на кожата, намалявайки фините линии и бръчките с течение на времето.



# ТРИ ФАКТОРА, КОИТО ПРОМЕНЯТ ЛИЦЕТО НА КРАСОТАТА

Наблюдавайки промените в начина, по който жените използват красотата и естетиката, към която се стремят, ние разглеждаме обстойно три ключови фактора, оказващи влияние на тези бюти решения: нашите финансови средства, нашата сфера на влияние и общите променящи се тенденции.

## 1. ПО-ОГРАНИЧЕН БЮДЖЕТ = ПО-МАЛКА КОЗМЕТИЧНА ЧАНТИЧКА

Последиците от кризата с нарастващите разходи за живот се усещат по целия свят, особено след като инфлацията и по-високите битови сметки добавиха допълнителна финансова тежест. Може би не е изненада, че когато парите са ограничени, луксозните неща като козметични процедури и продукти също биват засегнати. Нашето проучване от миналото лято разкри, че в световен мащаб една на всеки пет жени се е отказала от грима (22%) и грижата за кожата (19%), повече от 1/4 са спрели да ходят на фризьор (28%), а почти 1/3 са преустановили маникюра (30%)<sup>3</sup> вследствие на кризата с нарастващите разходи за живот.

Според Beauty Matter средните продажби в салоните за красота в Обединеното кралство са спаднали с почти 20% през септември 2022 г., а средно клиентите харчат с над 30% по-малко.<sup>4</sup> Една от всеки пет (21%) анкетирани жени обясни, че в опит да спести пари от процедури, сама се грижи за външния си вид с помощта на козметични продукти, а други 13% разкриха, че макар все още да могат да си го позволят, не се чувстват комфортно да харчат пари за естетични процедури за подобряване на външния вид при настоящата икономическа обстановка.

*“На този етап не ми се налага да правя компромис с поддръжката на моята красота, дори влагам повече средства от всякога, защото за мен красотата се определя не само от козметични процедури, а от хранителен режим и тренировки. Забелязвам обаче, че все повече хората търсят варианти за по-бюджетни начини да поддържат външния си вид и е напълно разбираемо, но се надявам това да не свежда качеството до абсолютния минимум, защото всеки има нужда да се чувства обгрижен от самия себе си.”*

**Пам Велидис, София**



Ако искате дръзки мигли, с които да подчертаете очите си, но не желаете да прибегвате до скъпи процедури, опитайте **НОВАТА спирала Exxtravert Extreme Volume на Avon**. С най-екстремното въздействие върху миглите досега, сега можете да ги направите толкова големи, колкото се осмелите! Благодарение на нашата ексклузивна технология Gel Fiber, в съчетание с огромна четка, можете да получите незабавен обем, смела дължина и да надградите за най-плътните мигли.

<sup>3</sup> Базирано на проучване от юли 2022 сред 8638 жени на възраст над 16 години в Обединеното кралство, Италия, Филипините, Турция, Полша, Румъния, ЮАР и Бразилия. Проучването е по поръчка на Avon и е проведено от Censuwide. <sup>4</sup> <https://beautymatter.com/articles/cost-of-living-crisis-impacting-uk-beauty>

Оливия Ескенс, Учен II степен, Ръководител технически дизайн на грим продуктите в Avon, разказва: „Когато създаваме нови продукти, често проверяваме как можем да помогнем на жените да постигнат същата визия както в салона. Независимо дали става въпрос за по-плътни мигли, по-дълготраен наситен цвят на ноктите или изглаждане фините линии. Искаме да им помогнем да постигнат своите бюти цели без да плащат премиалната цена на салонните процедури или луксозните марки, така че всеки да има достъп до продукти, които го карат да изглежда и да се чувства по най-добрия начин.“

Глобален доклад на Mintel установи, че през последната година повече от половината жени на възраст 20-29 г. са преосмислили своята бюти рутина и грижа за кожата поради засиления финансов натиск.<sup>5</sup> Това създаде в индустрията по-голяма нужда от продукти, които осигуряват повече от една полза.



**Емили Хауърт**  
Ръководител Глобален грим в Avon, разказва:

„Все повече жени търсят продукти с множество ползи и за многократна употреба. Представихме Anew Renewal Power Serum, за да осигурим седем мощни ползи за кожата в един продукт, а нашето ново червило Hydrumatic Matte съчетава предимствата на грижата за кожата с невероятната ефективност на грима. Това е първото в света матово червило с хидратиращо хиалуроново ядро. С петнадесет луксозни нюанса, нашето червило Hydrumatic придава жизнен вид, като същевременно хидратира на мига и напред във времето.“

“В несесера ми винаги има слънцезащита и хидратиращ продукт, коректор или BB крем, пудрата е задължителен продукт, молив за вежди, два вида червило – един нюд и един по-ярък нюанс, палитра сенки, четки за сенки и руж, палитра с ружове, хайлайтър без който не мога лятото, както и класическа черна спирала. Това е напълно достатъчно.“

**Пам Велидис, София**

5. <https://raziadaily.co.uk/life/in-the-news/cost-of-living-crisis-impact-on-beauty-routines-self-esteem/>

# КРАЯТ НА „ЕФЕКТ НА ЧЕРВИЛОТО“. 2023 Е ГОДИНАТА НА „ЕФЕКТ НА ПАРФЮМА“

„Ефектът на червилото“, който се наблюдава по време на рецесия, кара жените да си купуват луксозни продукти за устни, за да си повдигнат духа и да си доставят удоволствие.

През 2023 г. именно силата на парфюма помага за повдигане на настроението, тъй като кризата с нарастващите разходи за живот доведе до „Ефект на парфюма“. Жените по целия свят си купуват парфюми, за да си подобрят настроението, като близо 2/3 от анкетираните жени (63%), споделиха, че в по-трудни финансови времена се глежат с парфюми, за да се почувстват по-добре.

Във времена на криза топ 3 продуктите, които помагат на хората да се чувстват по-добре, са: парфюм (63%), хидратиращ крем (53%) и спирала (53%). **Най-добрите продукти на Avon за всяка категория включват:**



**Far Away Beyond** преосмисля ванилията за днешната модерна жена, като издига традиционния аромат на флорална сладка ванилия до превъзходна, по-изтънчена и отличителна нотка на ванилия: по-сложна, по-мистериозна и по-бляскава. Експертните парфюмеристи на Avon създадоха преработен екстракт от ванилия, използвайки 100% рециклирани ванилови зърна, които иначе биха били изхвърлени.

**Anew Sensitive+ Dual Collagen Face Cream** помага за намаляване на фините линии и бръчки и оставя кожата незабавно успокоена. Успокоявайки и намалявайки зачервяването само за 72 часа, само за две седмици кожата ще се почувства по-плътна, по-еластична и ще изглежда по-сияйна. Ден след ден прави кожата по-малко чувствителна.



**5-in-1 Lash Genius Mascara** съчетава високотехнологична многофункционална четка Smart Control и формула Quick Glide Gel, наситена с черни пигменти, които са едновременно леки и могат да се наслоят. Докато късите косъмчета бързо полагат формулата върху миглите от корена до върха и от единия край на окото до другия, за да осигурят драматичен многоизмерен обем, четката хваща миглите, за да удължи, повдигне и раздели всяка една мигла.



## 2. АВТЕНТИЧНОСТТА ПРЕДИ ВСИЧКО

Когато решаваме кои продукти да купим, кои тенденции да следваме или на кои процедури да се подложим, често търсим вдъхновение навън. Знаменитостите, инфлуенсърите и социалните медии продължават да ни вдъхновяват и през 2023 г.

### Ефектът Холивуд

Попитаме жените в нашето проучване кои знаменитости са вдъхновили визията им и установихме, че най-големи вдъхновителки са именно жените, които остаряват грациозно и са естествени. В топ 10 влизат Дженифър Анистън, Бийонсе, Тейлър Суифт и Ема Уотсън, които са добре известни със своята самоуверена сила, както и по-скромни външен вид. Единствените знаменитости с по-силно гримирана визия, които попаднаха в списъка, са Ким Кардашиян и Кайли Дженър.

Интересен факт е, че Парис Хилтън оглавява списъка в Турция. Изглежда, че преходът на звездата от Рейв Барби и купонджийка към по-естествен и елегантен външен вид резонира с жените в Турция.

### Обективът на социалните медии: Филтри, инфлуенсъри и ролята на приятелите и семейството

От много години социалните медии играят водеща роля в създаването на глобални тенденции. Това важи с особена сила за красотата. Изследванията сочат, че почти половината (45%) от потребителите намират вдъхновение за нови бюти покупки в социалните медии<sup>6</sup>.

Звездите от социалните медии оказват голямо влияние върху шопинг решенията на жените, като 2/3 (67%) от бюти ентузиастите признават, че се обръщат към инфлуенсърите, преди да направят покупка<sup>7</sup>. Сега, когато потребителите са изправени пред финансови предизвикателства, инфлуенсърите също активно препоръчват какво да не купуват и съветват своите последователи да не пилеят пари за скъпи луксозни продукти, като вместо тях предлагат по-бюджетни алтернативи<sup>8</sup>.

Преди пандемията възходът и разпространението на филтрите в социалните медии предизвикваше нарастваща загриженост и също така се смяташе за източник на вдъхновение за мнозина да се подложат на естетични процедури за подобряване на външния вид. Приложението Facetune е изтеглено над 60 милиона пъти<sup>9</sup>, като мнозина използват филтрите като начин да установят какво им е необходимо, за да отговарят на съвременния идеал за красота.

Нашето изследване показва, че след пандемията се променя силата на филтрите да влияят на нашите решения за красота. По-малко от една на всеки пет (19%) жени споделят, че са вдъхновени от филтрите в социалните медии, а вместо това са по-повлияни от реални резултати в реалния живот (47%) или препоръки (37%) от приятели и семейство.

*„Преди няколко години жените идваха в клиниката със своя снимка с филтри и питаха дали можем да ги направим да изглеждат по този начин, което беше не само изключително нереалистично, но и много проблематично. За щастие, сега виждаме хора, които идват, водени от препоръките от уста на уста, видели са естествени и реалистични резултати, чули са за опита от някой, когото познават, и могат да се доверят на специалиста, който прави процедурата.“*

### Д-р Зоя Диуан

Експерт по клинична и естетична дерматология и партньорски консултант по дерматология на Avon.

## ТОП 10 ЗВЕЗДИ С НАЙ-ВДЪХНОВЯВАЩ ВЪНШЕН ВИД (В СВЕТОВЕН МАЩАБ):

1. ДЖЕНИФЪР АНИСТЪН
2. БИЙОНСЕ
3. ТЕЙЛЪР СУИФТ
4. АРИАНА ГРАНДЕ
5. ЗЕНДАЯ
6. КИМ КАРДАШИЯН
7. ЕММА УОТСЪН
8. КАЙЛИ ДЖЕНЪР
9. АДЕЛ
10. КЕНДАЛ ДЖЕНЪР

6. <https://lionspiritmedia.co.uk/why-social-media-is-important-for-beauty-businesses/> 7. <https://lionspiritmedia.co.uk/why-social-media-is-important-for-beauty-businesses/>  
8. <https://www.wired.co.uk/article/de-influencing-tiktok-haul-backlash> 9. <https://www.technologyreview.com/2021/04/02/1021635/beauty-filters-young-girls-augmented-reality-social-media/>



„Филтрите в социалните медии създават нереалистични очаквания за кра саотата, които потребителите сега отхвърлят. Хората не искат да бъдат принуждавани към естетика, която знаят, че е нереалистична за тях. Вместо това те следват инфлуенсъри, на които чувстват, че могат да се доверят, които им показват реалистични и прозрачни начини за постигане на възможна за тях красота, така че да подобрят външния си вид, без да се налага да се съобразяват с образа, който социалните медии им налага.“

### Оливия Ескенс

Учен II, Ръководител технически продуктово дизайн на грима в Avon.



### 3. ПРОМЕНЯЩИ СЕ ТЕНДЕНЦИИ: „ПО-ГОЛЯМОТО Е ПО-ХУБАВО“ → „ПО-ЗДРАВОТО Е ПО-ЩАСТЛИВО“

В нашия скорошен доклад „Силата на остаряването“ разкрихме, че почти 3/4 (72%) от жените искат да се фокусират върху това да изглеждат здрави, а не млади<sup>10</sup>. Тази културна тенденция изглежда оказва голямо влияние върху предпочитанията за красота на жените - от покупката на грим и грижа за кожата до естетичните процедури за подобряване на външния вид, които избират.

Д-р Зоя Диуан, експерт по клинична и естетична дерматология и партньорски консултант по дерматология на Avon, коментира: „Наблюдава се преход от по-дръзка визия към по-естествена, която ни кара да изглеждаме здрави. В резултат на това най-популярните процедури, които наблюдаваме досега тази година, са скин-бустери, които помагат за подобряване и защита на кожата чрез стимулиране производството на колаген. Също така те допълват други процедури, тъй като помагат кожата да придобие този по-здрав и по-естествен младежки вид.“

Когато по-голямото означаваше по-хубаво, естетичните процедури и стилът на гримиране имаха за цел постигане на по-дръзка визия. Но по-малко жени предпочитат тези по-екстремни стилове, защото вече не се нуждаят от дързък външен вид, за да се чувстват уверени. Вместо това наблюдаваме тенденция към по-минималистичен външен вид, като жените вече предпочитат да подчертават и подобряват естествената си красота или да добавят семпла нотка блясък.

Това означава ли, че е настъпил краят на „мега“ визията? Все още не... Повече от 1/4 (26%) от анкетираните все още искат открояващи се елементи във визията си, било то екстремни мигли или дръзки устни. Въпреки това, не може да се отрече отдалечаването от този стил, като 2/3 (67%) сега избират външен вид в по-естествения край на спектъра.

В нашето изследване 1/3 от жените (36%) казват, че предпочитат визията им да бъде „лек блясък“ – подчертавайки естествените си черти с добра основа, спирала или неутрално червило.

Това се случва на фона на все по-набиращата популярност визия „Чисто момиче“ („Clean Girl“), където гримът изглежда незабележим. Това също е таг, който има повече от 750 милиона гледания в Tik Tok<sup>11</sup>. Макар да изглежда сякаш, жените избират да премахнат индивидуалността от външния си вид, това може би води към нова ера на себеизразяване, в която демонстрираме своята мощ, здраве и сила чрез по-фина естетика.

*„Не подражавам на никого, само взаимодействам от чужди идеали за красота понякога.“*

*Искам да съм себе си!*

*Следя тенденциите за грим, но не и за красота. Защото на различните места, имат различни идеали за красота.“*

**Адриан, София**

10. Базирано на проучване сред 7000 жени на възраст 16+ в Обединеното кралство, Италия, Турция, Румъния, Полша, ЮАР и Филипините. Проучването е по поръчка на Avon и е проведено от Censuswide, март 2022. 11. <https://www.byrdie.com/clean-girl-aesthetic-critique-6744031>

"В ежедневието ми предпочитам лек грим в нюд или нежни тонове, ако има акцент е само върху устните. При определени фотосесии или събития обичам да има дързост, която най-често постигам с цветове – сенки в червен, цикламен, син нюанс, ярки устни и спирала в различни от стандартните нюанси, както и задължителната блестяща кожа."

## Пам Велидис, София

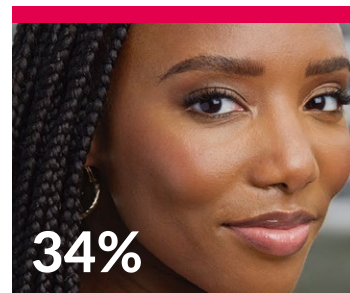
Нашето изследване показва, че друга причина, поради която хората се отказват от естетични процедури за подобряване на външния вид, би могла да бъде, че обичат често да променят външността си. Всъщност почти всеки пети (16%) смята, че резултатите от козметичните процедури са твърде дълготрайни и предпочитат да променят визията си по-редовно. Това може да обясни защо почти 1/4 от жените (24%) предпочитат да създават своя собствена визия с помощта на козметични продукти. Това е още по-популярно в ЮАР, като 1/3 (33%) избират да създават свой собствен външен вид и 1/4 (25%) вярват, че могат да постигнат външен вид, много подобен на този, който биха получили в салоните, само с продукти.



- лек блясък
- блясък
- напълно естествена
- колкото по-дръзка, толкова по-добре
- открояващи се елементи
- ниито едно от посочените

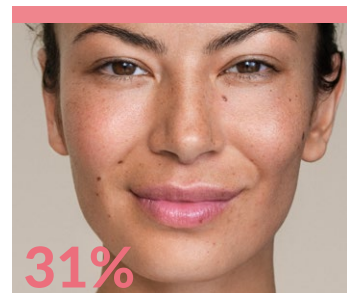
## ЛЕК БЛЯСЪК

Подчертавам естествените си черти - добра база, малко спирала или неутрално червило.



## НАПЪЛНО ЕСТЕСТВЕНА

Предпочитам напълно естествена визия почти без грим.



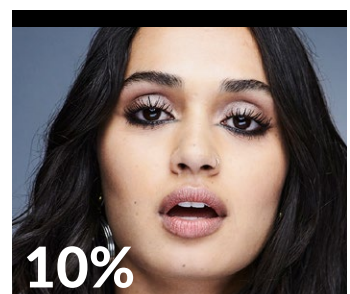
## ОТКРОЯВАЩИ СЕ ЕЛЕМЕНТИ

Обичам да подчертавам 1-2 елемента от визията си (напр. ярки устни/ силно гримирани вежди)



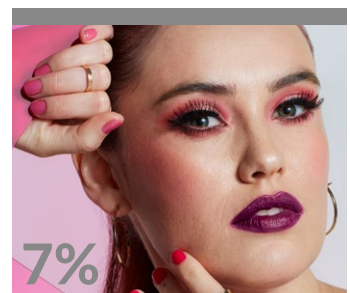
## БЛЯСЪК

Цялостен грим, завършен с изкуствени мигли и/или нокти



## КОЛКОТО ПО-ДРЪЗКА, ТОЛКОВА ПО-ДОБРЕ

Всичко е в подобренията - изкуствени мигли, нокти, микроблейдинг и филър в устните



# ПРЕОТКРИЙ СИЛАТА СИ С ВИЗИЯ „ЛЕК БЛЯСЪК“



За постигането на популярната визия "лек блясък", професионалната гримьорка Холи Робъртс споделя съвети как да подчертаете любимите си черти.

## ЗАПОЧНЕТЕ С ПЕРФЕКТНА ОСНОВА

Най-мощното дуо за лице и очи на Avon ще ви даде онази безупречна свежа основа, която е ключова за визията "лек блясък".

Новият **Avon Renewal Power Eye Cream** незабавно ще озари зоната около очите, ще изглади кожата, намалявайки фините линии и бръчки с течение на времето.

Използвайте удивителния **Anew Renewal Power Serum** върху останалата част от лицето си за по-сияйна и по-здрава кожа. 59% предпочитат Avon Power Serum пред Estée Lauder Advanced Night Repair Serum, който струва близо 3 пъти повече!<sup>12</sup>



*Холи казва: "И двата продукта съдържат технологията на Avon Protinol, така че няма по-добро дуо за бърза и ефективна база на кожата. Те помагат за възстановяване на години изгубен колаген и доставят 7 мощни ползи за кожата за 7 дни, включително гладкост, хидратация, сияен тен, стегнатост, здравина, по-малко фини линии и бръчки и по-младежки изглеждаща кожа."*

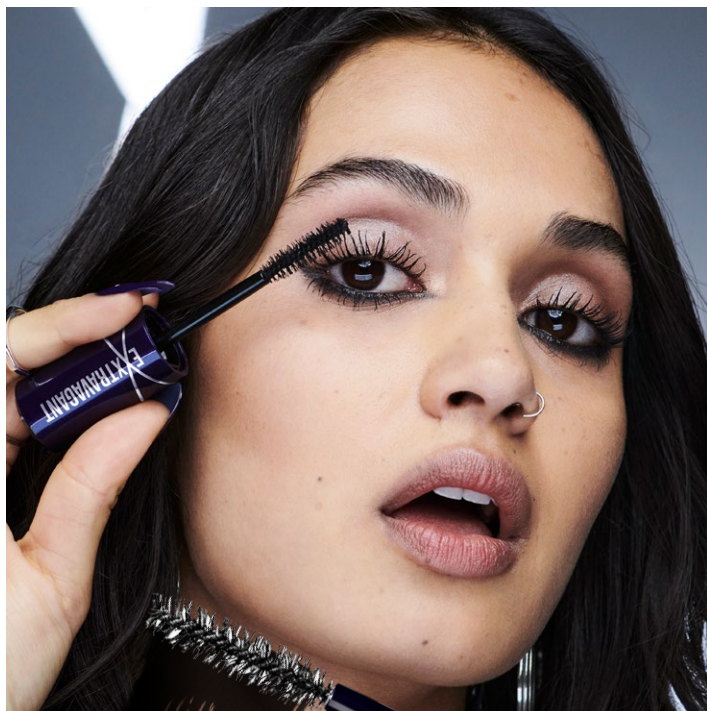
## СЛОЖЕТЕ НЕУТРАЛНО ЧЕРВИЛО

За матов вид на устните изберете най-новото червило **Hydramatic Matte** на Avon. Това е първото в света матово червило с хиалуронова сърцевина, което хидратира устните ви, като същевременно създава перфектния матов завършек!



*Холи добавя още: "Неутрално матово червило е перфектно за визията "лек блясък". Толкова е лесно и комфортно да я създадеш с червилото на Avon Hydramatic Matte. Един от любимите ми нюанси е Nude. Може да сложите малко от него и на скулите си за младежки блясък и допълнителен акцент. Така визията ви ще бъде небрежна и в същото време изтънена."*

<sup>12</sup> Базирано на потребителско проучване "тест на сляпо" сред 211 участника през април 2022 г.



## СПИРАЛА

Придайте дълбочина и лека драматичност на погледа си с чисто новата спирала на **Avon Exxtravert**. Това е спирала за екстремен обем, която удвоява обема с всеки слой. Голямата четка изцяло обхваща миглите за обем без бучки, а най-тъмните нюанси на черното и влакна, подобни на коприна, осигуряват безкрайна възможност за наслявяване.

*"Опитайте спирала Exxtravert, нанесете само един-два слоя за видим обем. Ако обаче сте от 35-те процента жени, които предпочитат дръзки мигли, може да нанесете още няколко слоя, за да получите плътни и въздействащи мигли."*



## ЗАВЪРШЕТЕ С ПЕРФЕКТНИЯ ДОМАШЕН МАНИКЮР

Почти половината от жените (46%) казват, че обичат да подобряват външния си вид със стилиен маникюр. Можете да се насладите на до 7 дни цвят и блясък с **Gel Shine Nail Enamel на Avon**.



13. Със 7 нанасяния, базирано на клинично проучване за ефикасност сред 16 участника.

# РАЗМИШЛЕНИЯ

От **Анджела Крету**

Главен изпълнителен директор на Avon

Прозренията в настоящия доклад подчертават колко комплексни са факторите, оказващи влияние върху избора на красота на жените и как красотата непрекъснато се развива с течение на времето.

Макар да виждаме, че дръзкият външен вид след пандемията започва да отстъпва пред по-естествената визия, ролята на красотата в нашия живот остава непоклатима. Винаги сме разбирали, че силата на красотата дава на жените неудържима способност да постигнат всичко. Това е една от причините да се гордеем, че сме сред първите, които разбират отношението на жените към красотата и правим достъпна за всички визията, към която те се стремят.

Независимо от вашата лична дефиниция за красота, ние вярваме, че всяка жена трябва да има свободата да изразява себе си чрез красотата, независимо от своя бюджет. Това никога не е било по-актуално, отколкото днес, когато сме изправени пред глобални финансови предизвикателства. Това е една от причините да се



гордеем, че правим красотата, към която се стремят жените, достъпна на всички.

Но това не е единственият начин, по който подкрепяме жените. В сърцето на Avon са нашите Представители, милиони жени по света, които печелят с Avon. Ние инвестираме над 100 милиона щатски долара годишно в обучение и награди за нашите Представители по целия свят, за да им помогнем да изградят своя бизнес и да развият нови умения – така че да могат да създадат по-добро бъдеще за себе си.

Имаме дългогодишен опит в подкрепата на женски каузи. Заедно с фондация Avon ние се борим да сложим край на насилието над жени и момичета. Също така сме поели дългосрочен ангажимент за образованост и насърчаване на осведомеността относно здравето на гърдите - нашата мисия срещу рака на гърдата.

Чрез цялата тази дейност ние се стремим да създадем по-добър свят за жените - свят, в който те могат да преоткрият силата си и да се представят всеки ден по начина, по който изберат. И така, как изглежда бъдещето? **По-добър свят за жените, който е по-добър свят за всички.**

# ЗАПОЗНАЙ СЕ С ЕКСПЕРТИТЕ



## Анджела Крету

Главен изпълнителен директор на Avon

Анджела се присъединява към Avon преди повече от 20 години, след като заема няколко търговски позиции в индустрията за бързооборотни стоки, и изгражда силна кариера от Мениджър продажби и Кънтри мениджър до Вицепрезидент на Глобалния бизнес модел иновации. Анджела също е заемала позиции като Генерален мениджър на Източна Европа, Турция, Близкия изток и Африка и Централна Европа. През 2021 г. Анджела е призната за Лидер за промяна в категорията за овластяване на жените от INNOCOS и обявена от Management Today за Главен изпълнителен директор на годината.

## Емили Хауърт

Ръководител Глобален грим в Avon

Емили се присъединява към Avon през 2009 г. в екипа за европейски бранд маркетинг, водещ маркетингова стратегия и системи. Оттогава тя заема ръководни позиции във всички ключови категории за красота – повишена е в Директор Аромати в Европа, Близкия изток и Африка, преди да се премести в Global Skin Care, където управлява най-добрите продажби и маржа. В настоящата си позиция тя е фокусирана върху това да гарантира, че Avon доставя амбициозни продукти за грим, които помагат на потребителите да се почувстват уверени и да преоткрият силата си.



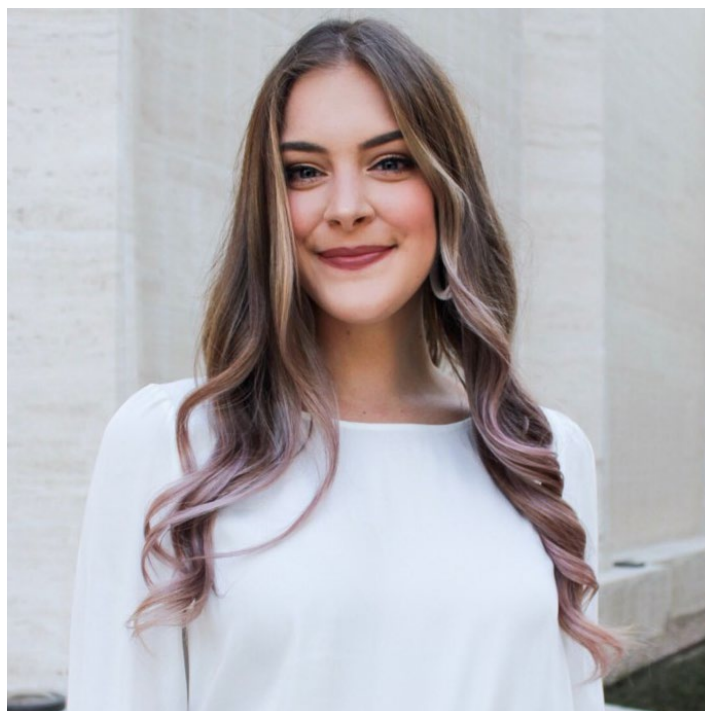
## Д-р Зоя Диуан

Експерт по клинична и естетична дерматология и партньорски консултант по дерматология на Avon

Д-р Зоя Диуан завършва Barts и The London School of Medicine и King's College London с първокласно отличие. Заедно със своя партньор, д-р Санджай Триха, д-р Диуан ръководи клиника за медицинска естетика в Мейфеър Лондон, Trikwan Aesthetics, където лекува пациенти с различни кожни проблеми. В практиката си д-р Диуан се стреми да образова и да даде възможност на своите пациенти да се чувстват уверени в кожата си.



# В ПАМЕТ НА...



## **Оливия Ескенс**

**Учен II степен, Ръководител технически продукти дизайн на грима в Avon**

Работихме с Оливия по разработването на този доклад, но за съжаление тя почина, преди да бъде публикуван.

С магистърска степен по химическо инженерство, Оливия използва опита си в нови козметични, биофармацевтични и потребителски изследвания, за да насърчи високи постижения в техническия дизайн на грим продуктите на Avon. Нейната страст беше разработването на уникални и качествени потребителски продукти за устойчиво бъдеще.

Тя беше много обичан и ценен член на нашия екип в Avon и много ще липсва на своите колеги.