

Дослідження ринку косметики країн Перської затоки

Економічна та демографічна ситуація країн Перської затоки

	Саудівська Аравія	ОАЕ	Катар	Кувейт	Оман	Бахрейн
ВВП, млрд дол США	1.1 (трлн)	504.2	235.8 (2022 рік)	161.8	108.2	43.2
ВВП на душу населення, тис дол США	28.9	53.0	87.5 (2022 рік)	37.5	23.3	29.1
Темпи росту ВВП, %	↓0.75	3.4	4.21 (2022 рік)	↓2.23	1.3	2.48
Прогноз зростання реального ВВП у 2024 році, %	2.6	3.5	2.0	↓1.4	1.2	3.6
Прогноз зростання реального ВВП у 2025 році, %	6.0	4.2	2.0	3.8	3.1	3.2
Імпорт товарів та послуг, % від ВВП	27.38	70.65 (2020 рік)	31.61 (2022 рік)	44.08 (2019 рік)	41.39 (2021 рік)	70.19 (2021 рік)
Зростання ВВП на душу населення дол США, %	↓2.2	2.58	3.94 (2022 рік)	↓3.17	↓0.19	1.57
Кількість населення, млн осіб	36.9	9.5	2.7	4.3	4.6	1.5
Ріст населення, %	1.47	0.8	0.79	0.96	1.48	0.9
Кількість домогосподарств, тис	9 521.0	2 146.4	615.2	953.5	1 274.4	259.4
Середній розмір домогосподарства, осіб	3.5	5.0	5.0	5.0	4.1	6.1
Середній дохід на домогосподарство, дол США	35 100,1	97 345,2	68 057,2	57 528,5	26 827,8	43 942,9
Середні витрати на домогосподарство, дол США	45 934,0	121 302,8	87 831,6	52 826,3	32 968,2	60 298,1

Витрати споживачів країн Перської затоки

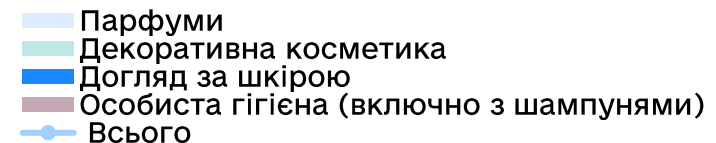
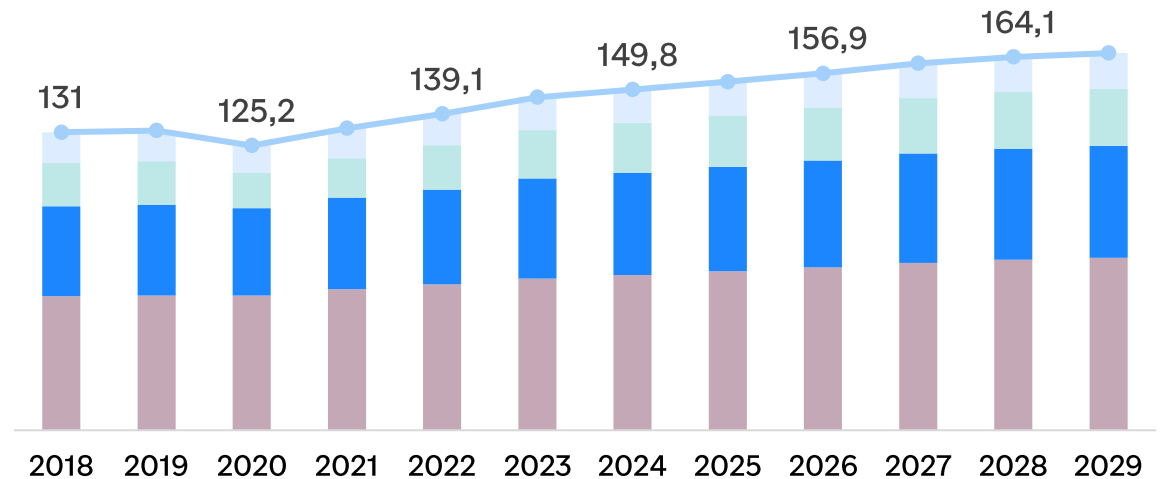
- Продажі на душу населення на ринку краси та особистого догляду в регіоні Перської затоки становитимуть близько 140.9 євро у 2024р

- Особиста гігієна – лідируюча категорія на ринку «Beauty & Personal Care» в країнах Перської затоки за обсягами продажів на душу населення і складає майже 45% у 2023р

Витрати споживачів країн Перської затоки на догляд за собою*

Країна	Загальні витрати, млн дол США	Витрати на домогосподарство, дол США
ОАЕ	14 395,5	6 706,9
Саудівська Аравія	4 330,3	454,8
Кувейт	3 926,6	4 118,1
Оман	1 478,8	1 160,3
Катар	823,1	1 337,9
Бахрейн	757,0	2 918,0

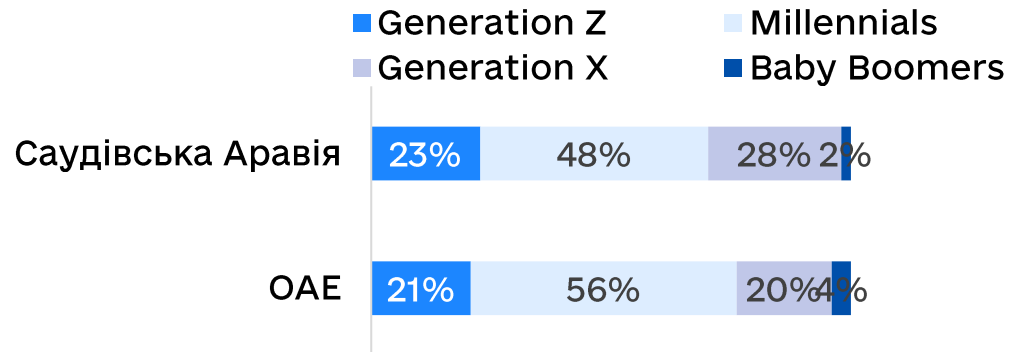
Середній обсяг продажів на душу населення на ринку Перської затоки за категоріями, в дол. США



* Включають витрати на послуги перукарень, салонів краси, електроприлади для догляду за тілом, засоби особистої гігієни, косметичні засоби, тощо.

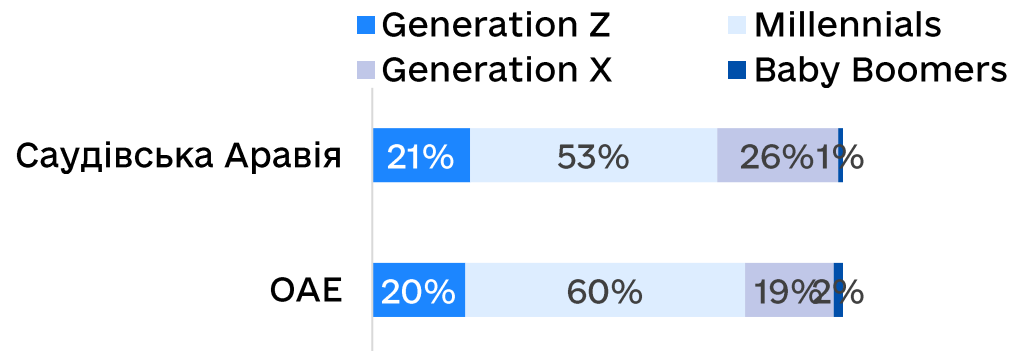
Демографія цільової аудиторії

Вік споживачів засобів для догляду за шкірою



Жінки в країнах Перської затоки витрачають у середньому 63 долари на макіяж і 52 долари на догляд за шкірою на місяць, а чоловіки витрачають у середньому 16 доларів на місяць на догляд за шкірою.

Вік споживачів декоративної косметики



40% з 14,3 млн туристи, які щороку приїжджають в Дубай, відвідують спа або купують косметику.

Тренди ринку

- **Безпрецедентне зростання:** галузь переживає безпрецедентне зростання, головним чином завдяки категоріям косметики та догляду за шкірою. Цей сплеск пояснюється припливом молодих, купівельна поведінка яких змінюється глобальними тенденціями, соціальними мережами та електронною комерцією.
- **Молоде покоління:** Значна частина населення є віком до 30 років, і покоління Z відіграє ключову роль у зростанні попиту. Ця демографічна група особливо зацікавлена у включенні широкого спектру засобів для догляду за шкірою, волоссям і макіяжу в свої процедури догляду
- **Революція e-commerce:** цифрова трансформація, особливо бум електронної комерції та соціальних мереж, зробила косметичні засоби доступнішими, ніж будь-коли. Онлайн-платформи пропонують широкий вибір продуктів, конкурентоспроможні ціни та персоналізований досвід покупок, які є головною рушійною силою розвитку галузі.



- **Вплив соціальних мереж.** Соціальні мережі стали ключовим гравцем у впливі на тренди краси та споживчі вподобання. Соцмережі є платформою значно покращуючи впізнаваність бренду та інформують споживачів про галузь.
- **Натуральні та органічні продукти:** у Саудівській Аравії спостерігається дедалі більший зсув споживачів до натуральних та органічних косметичних засобів і засобів особистої гігієни. Ця тенденція зумовлена усвідомленням здоров'я, турботою про навколишнє середовище та перевагою продуктів, які не містять шкідливих хімічних речовин.
- **Еволюція стандартів краси:** зміна суспільних норм і еволюція стандартів краси суттєво впливають на споживчі вподобання. Існує помітний попит на продукти, які підкреслюють природну красу, сприяють різноманітності та сприяють інклюзивності, що відображає мінливий ландшафт ринку краси та особистої гігієни.



Огляд торгівлі країн GCC

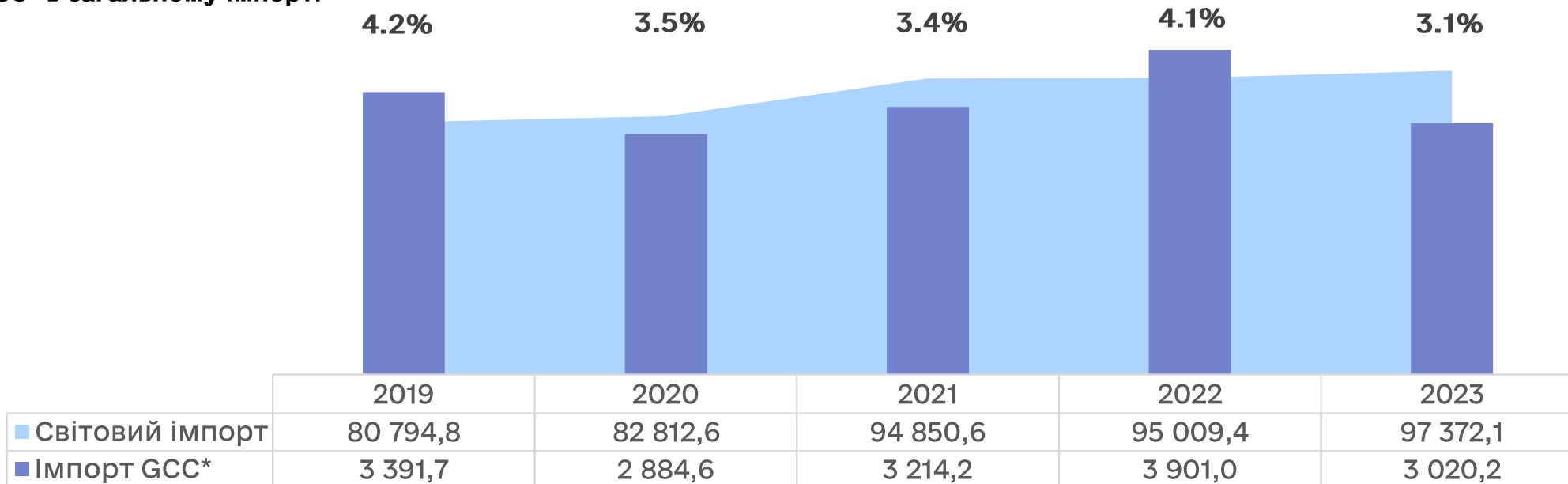
GCC - Рада співробітництва арабських держав
Перської затоки (Gulf Cooperation Council)

Частка та обсяги імпорту косметичних засобів країнами Перської затоки в порівнянні зі світом

Обрані HS	Опис	% імпорту GCC категорії від загального обсягу імпорту обраних продуктів GCC за період 2019/23р
3304	Декоративна та доглядова продукція	70.5%
3305	Засоби для волосся	25%
3307 90	Засоби для гоління, дезодоранти	4.5%

Обсяги та частка імпорту GCC Косметичних засобів в порівнянні зі Світом, млн. дол. США

Частка GCC* в загальному імпорті світом>



■ Світовий імпорт ■ Імпорт GCC*

* До країн Ради співробітництва арабських держав Перської затоки (Gulf Cooperation Council) входять ОАЕ, Саудівська Аравія, Оман, Бахрейн, Кувейт та Катар.

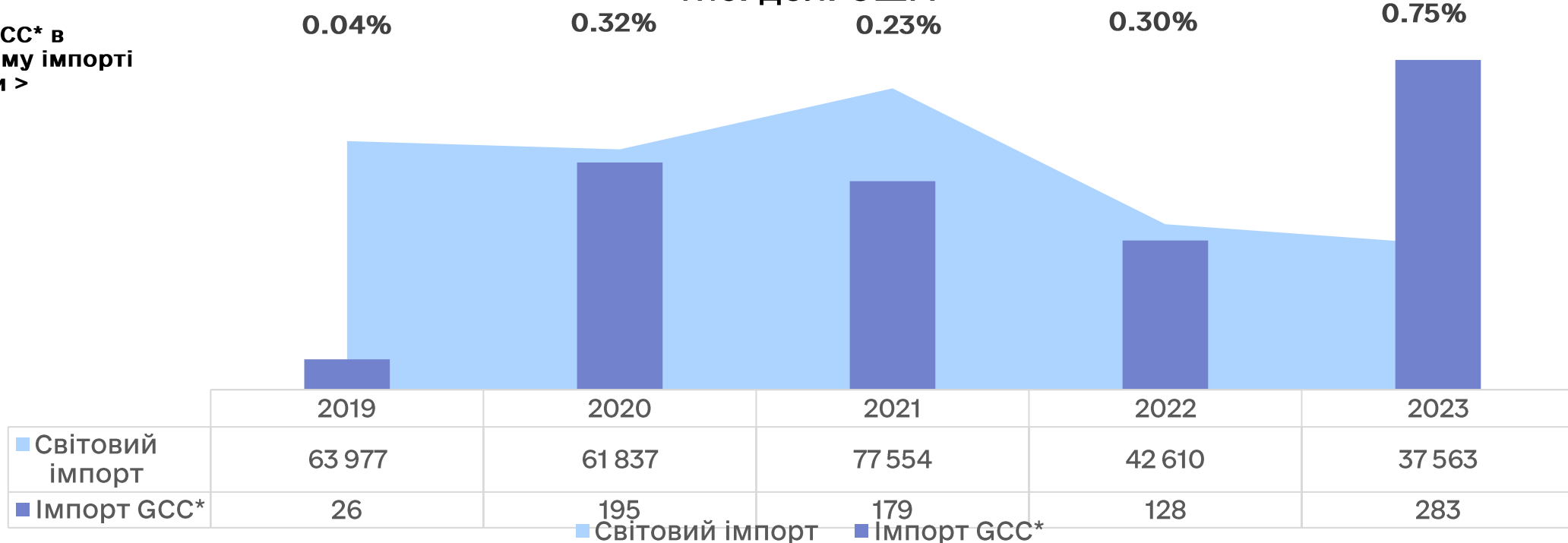
Джерело: TradeMap

Частка та обсяги імпорту з України косметичних засобів країнами Перської затоки та світом

Обрані HS	Опис	% імпорту категорії від загального обсягу імпорту обраних продуктів країнами GCC з України за період 2019/23р
3304	Декоративна та доглядова продукція	83.4%
3305	Засоби для волосся	12.2%
3307 90	Засоби для гоління, дезодоранти	4.4%

Обсяги та частка імпорту з України до GCC в порівнянні зі світом, тис. дол. США

Частка GCC* в загальному імпорті з України >

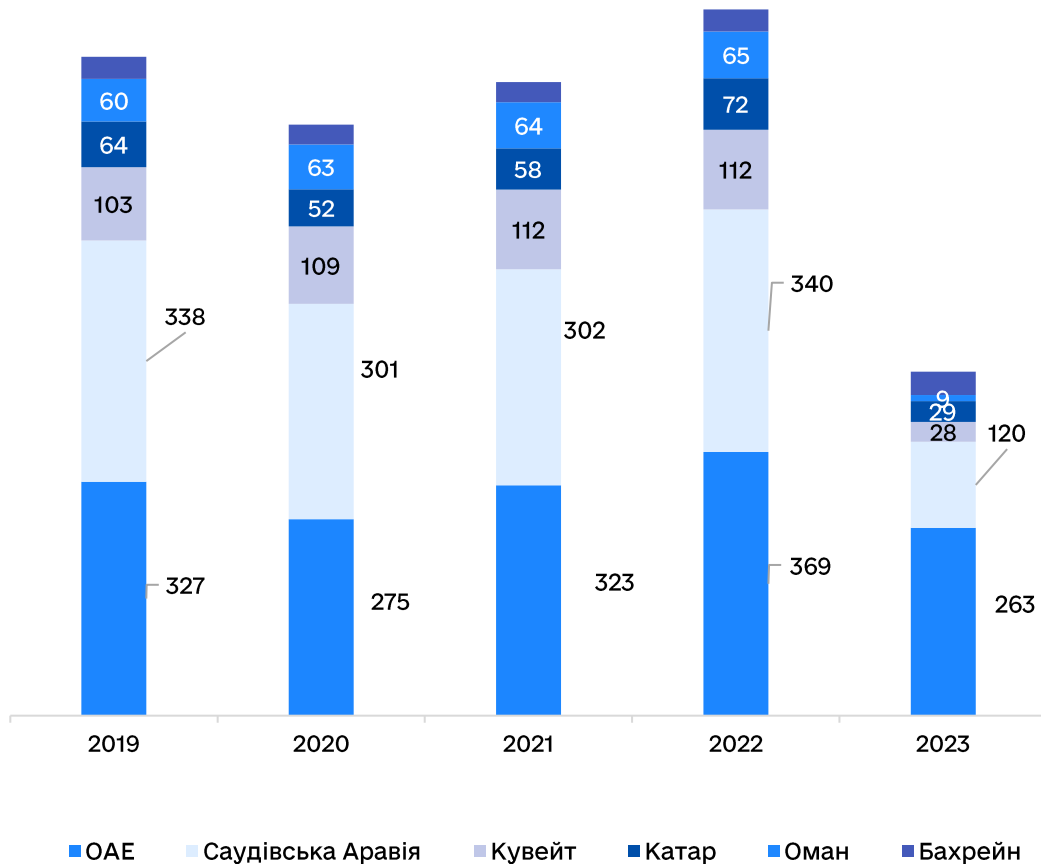


* До країн Ради співробітництва арабських держав Перської затоки (Gulf Cooperation Council) входять ОАЕ, Саудівська Аравія, Оман, Бахрейн, Кувейт та Катар.

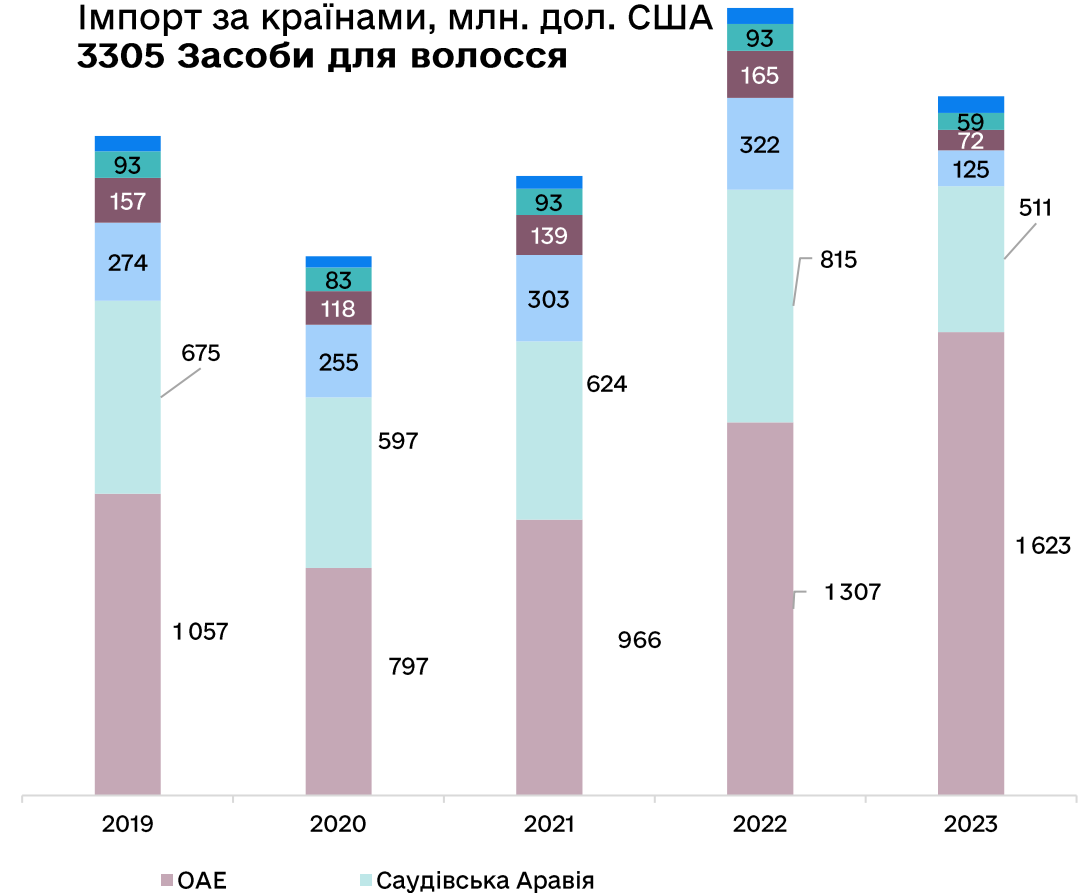
Імпорт з усього світу

За обсягами імпорту засобів б'юті індустрії обраних категорій лідирують ОАЕ та Саудівська Аравія

Імпорт за країнами, млн. дол. США
3304 Декоративна та доглядова продукція

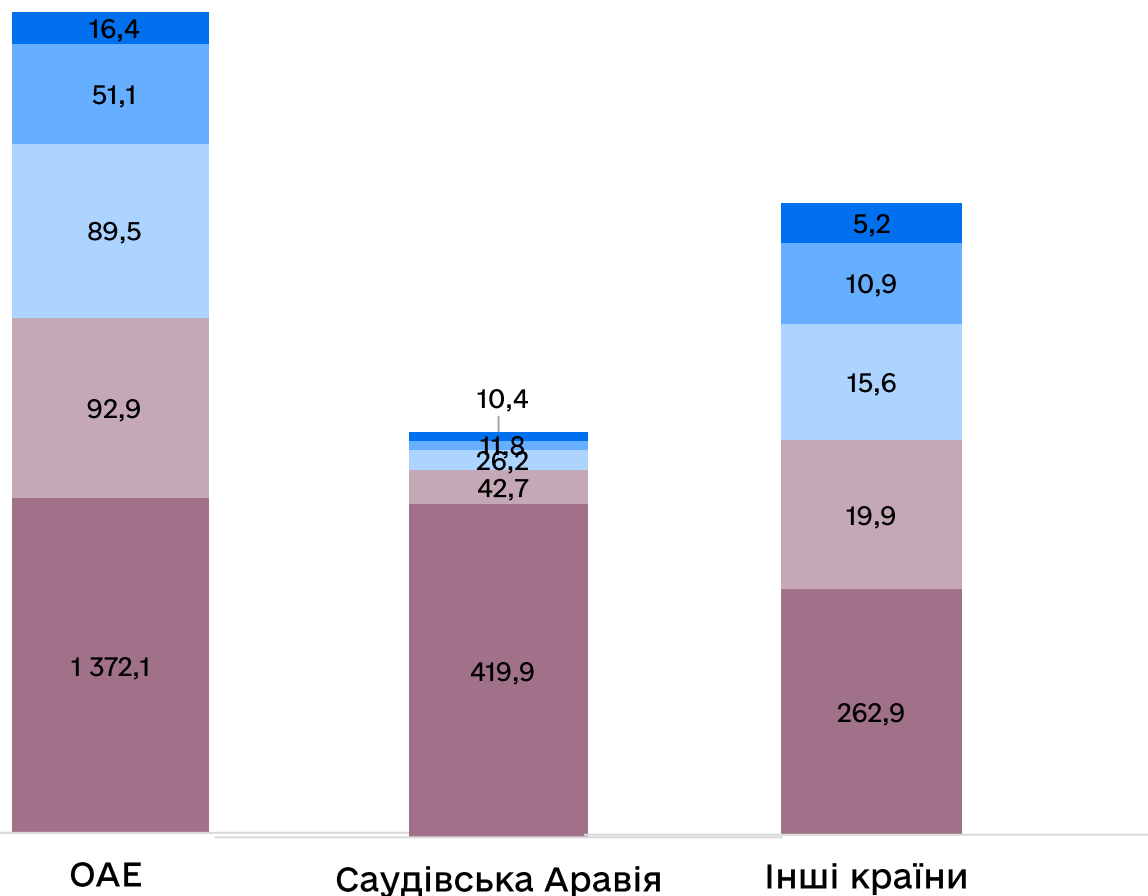


Імпорт за країнами, млн. дол. США
3305 Засоби для волосся



Декоративна та доглядова косметика: імпорт зі світу

Обсяги імпорту категорії 3304 Декоративна та доглядова косметика зі світу, за країнами та категоріями, млн дол США

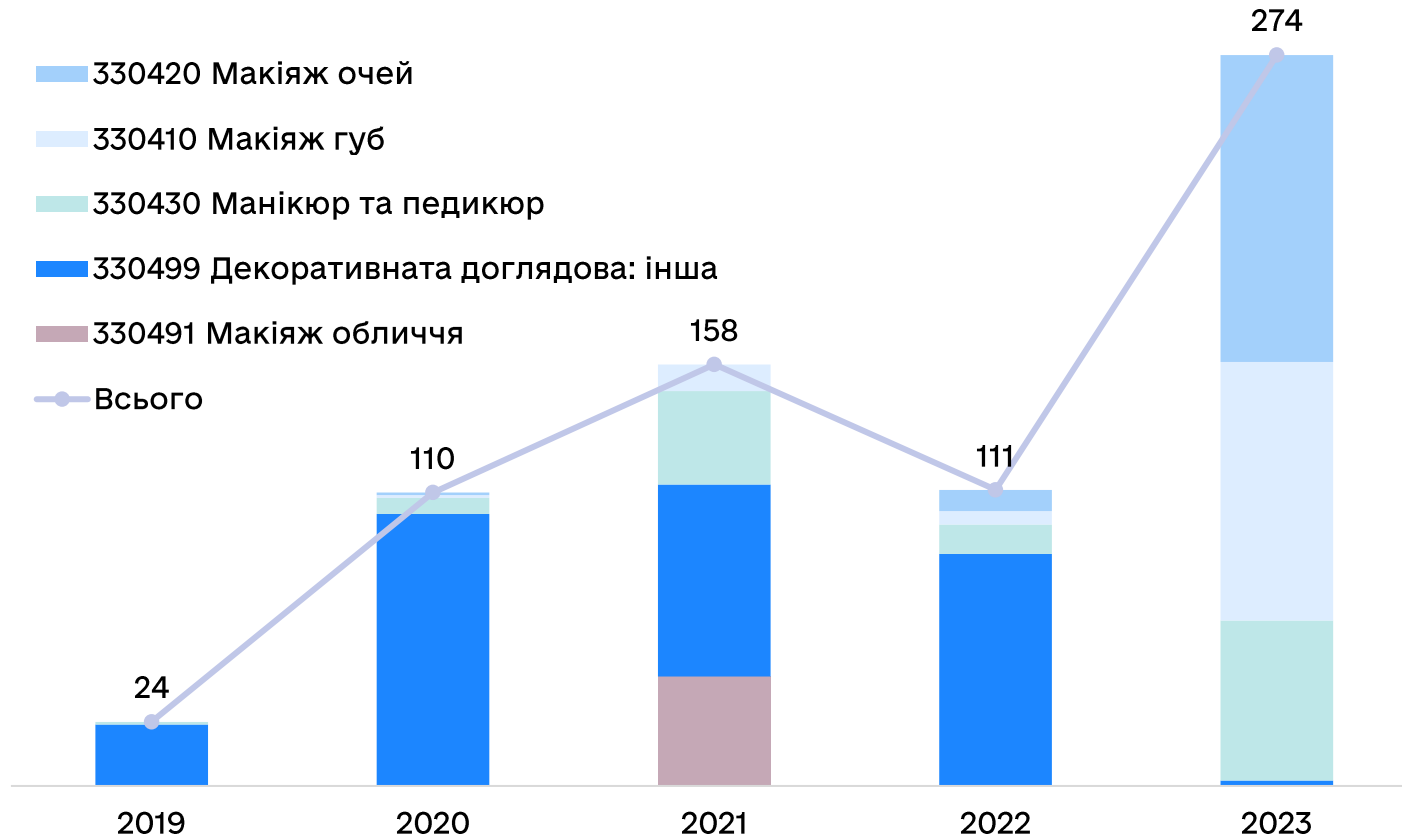


- 330430 Манікюр та педикюр
- 330491 Макіяж обличчя
- 330420 Макіяж очей
- 330410 Макіяж губ
- 330499 Декоративна та доглядова: інша

- 3304 99 Декоративна та доглядова: інша
 - ОАЕ +11.91%
 - Бахрейн +2.4%;
 - Саудівська Аравія - ↓1.8%
 - Оман - ↓5.75%
 - Катар - ↓9.5%
 - Кувейт - ↓12.42%
- 3304 10 Макіяж для губ:
 - ОАЕ +1.41%
 - Бахрейн +1.56%;
 - Саудівська Аравія - ↓5.11%
 - Кувейт - ↓19.34%
 - Оман - ↓22.72%
 - Катар - ↓28.8%
- 3304 20 Макіяж для очей:
 - Бахрейн +0.86%;
 - ОАЕ -↓2.99%
 - Саудівська Аравія - ↓13.73%
 - Кувейт - ↓24.06%
 - Катар - ↓26.65%
 - Оман - ↓26.77%
- 3304 91 Макіяж для обличчя:
 - Бахрейн -↓1.65%
 - ОАЕ -↓2.38%
 - Оман - ↓21.4%
 - Катар - ↓22.23%
 - Кувейт - ↓26.42%
 - Саудівська Аравія - ↓27.51%
- 3304 30 Манікюр та педикюр:
 - ОАЕ +3.29%
 - Бахрейн - ↓6.43%;
 - Кувейт - ↓19.72%
 - Оман - ↓20.25%
 - Катар - ↓20.41%
 - Саудівська Аравія - ↓26.65%

Декоративна та доглядова косметика: імпорт з України

Обсяги імпорту Декоративної та доглядової продукції за категоріями, тис. дол США



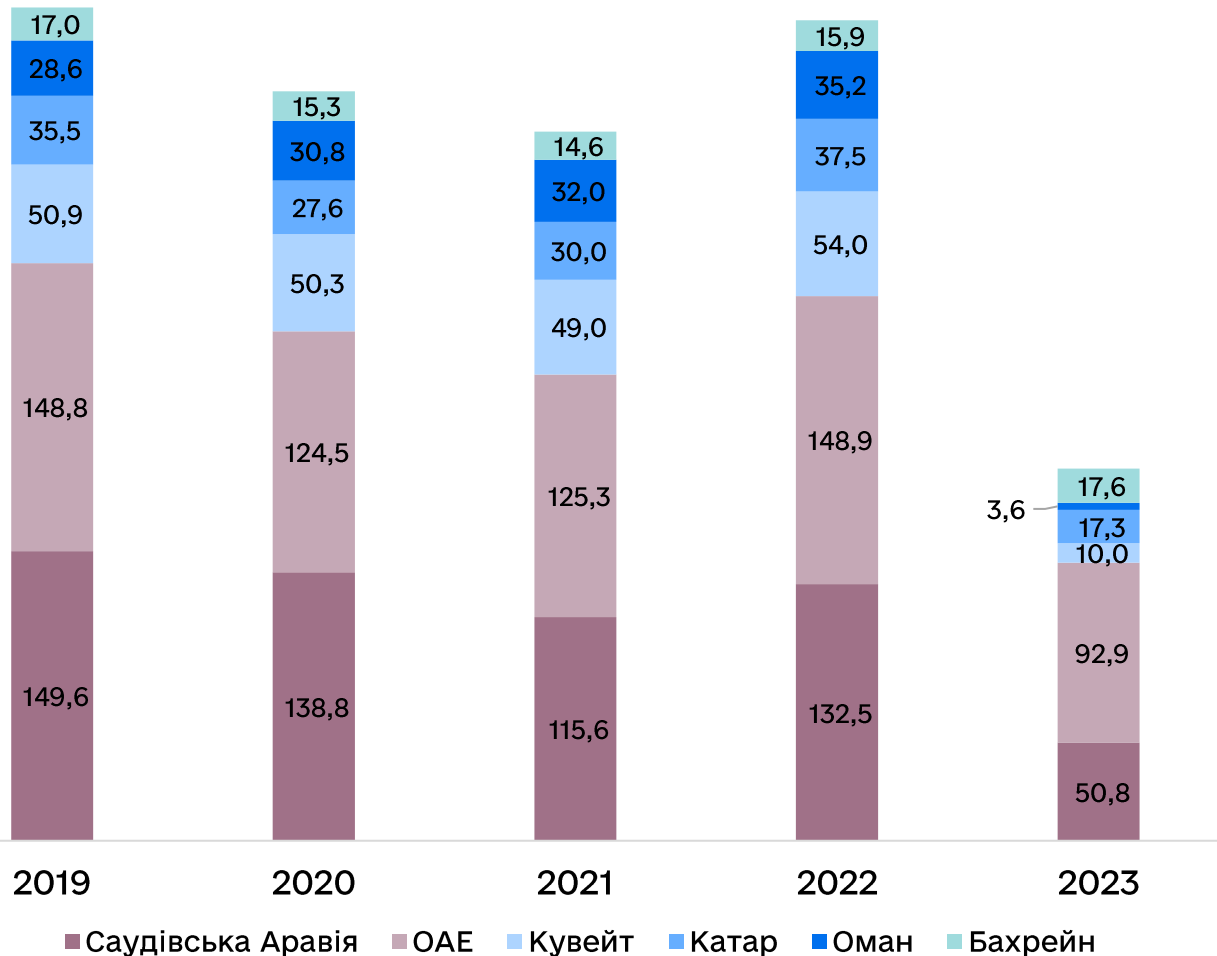
- Декоративна та доглядова: інша продукція була лідером 4 роки поспіль, тому фокус на дану категорію.
- З країн Перської затоки в період з 2019 по 2023 рік обрані категорії імпортувалися тільки Саудівською Аравією та ОАЕ. Частка імпорту в 2023 році Саудівської Аравії склала 73.6%, ОАЕ 26.3%.
- Макіяж для очей та губ лідери у 2023р і складають 77% від загального експорту обраних товарів.
- Обсяги експорту продукції для Манікюру та педикюру в 2023 збільшилось більш ніж в 5 разів в порівнянні із 2022 роком.

* До країн Ради співробітництва арабських держав Перської затоки (Gulf Cooperation Council) входять ОАЕ, Саудівська Аравія, Оман, Бахрейн, Кувейт та Катар.

Джерело: TradeMap

Шампуні

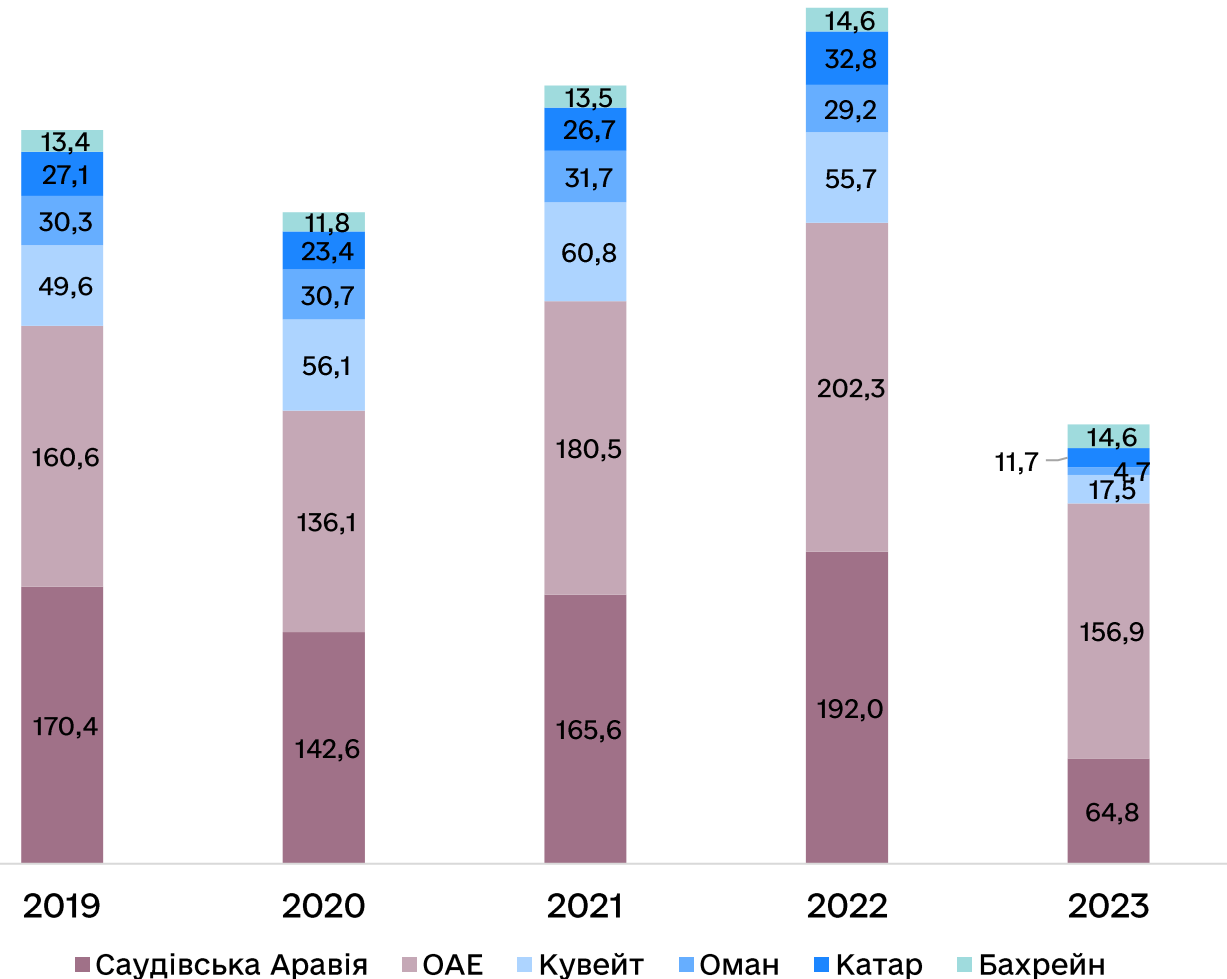
Обсяги імпорту категорії 3305 10 Шампуні зі світу, за країнами, млн дол США



- У 2023 році відбулось значне зниження обсягів імпорту шампунів серед усіх країн, крім Бахрейн. Зміна обсягів імпорту шампунів у порівнянні з 2022 роком за країнами склала:
 - Бахрейн - 10.69%;
 - ОАЕ - ↓37.61%;
 - Катар - ↓53.87%;
 - Саудівська Аравія - ↓61.66%;
 - Кувейт - ↓81.48%;
 - Оман - ↓89.77%.
- Середньорічна зміна обсягів імпорту категорії 3305 10 Шампуні за останні 5 років (2019 – 2023) за країнами склала:
 - Бахрейн - 0.7%;
 - ОАЕ - ↓9.0%;
 - Катар - ↓13.39%;
 - Саудівська Аравія - ↓19.42%;
 - Кувейт - ↓27.78%;
 - Оман - ↓33.79%.
- Експорт шампунів з України майже відсутній. Так, за останні 5 років, Україна експортувала до Саудівської Аравії шампуні лише у 2021 році, обсягом 13 тис дол США, а до ОАЕ лише у 2023 році обсягом 1 тис дол США.

Засоби для догляду за волоссям: інші

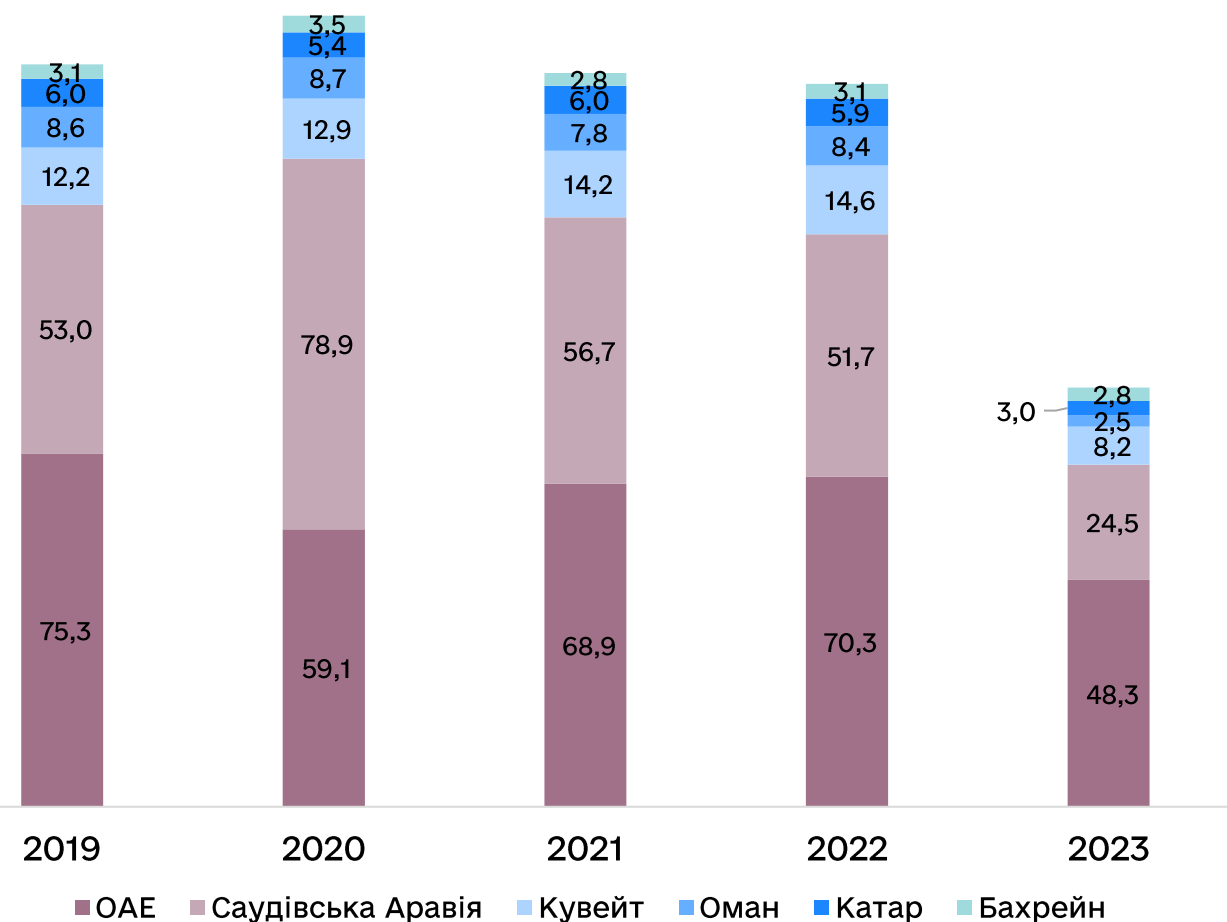
Обсяги імпорту категорії 3305 90 Засоби для догляду за волоссям: Інші зі світу, за країнами, млн дол США



- У 2023 році відбулось значне зниження обсягів імпорту засобів для гоління, дезодорантів, тощо серед усіх країн, крім Бахрейну, де обсяг імпорту залишився незмінним. Зміна обсягів імпорту у порівнянні з 2022 роком за країнами склала:
 - Бахрейн – 0.0%;
 - ОАЕ – ↓22.44%;
 - Катар – ↓64.33%;
 - Саудівська Аравія – ↓66.25%;
 - Кувейт – ↓68.58%;
 - Оман – ↓83.9%;
- Середньорічна зміна обсягів імпорту категорії 3307 90 Засобів для гоління, дезодорантів, тощо за останні 5 років (2019 – 2023) за країнами склало:
 - Бахрейн – 1.73%;
 - ОАЕ – ↓0.47%;
 - Катар – ↓15.46%;
 - Саудівська Аравія – ↓17.58%;
 - Кувейт – ↓18.8%;
 - Оман – ↓31.11%
- Експорт з України даної категорії до країн Перської Затоки майже не відбувався. Так, до Кувейту експорт відбувався у 2020 то 2021 роках, обсягами 20 та 9 тис дол США відповідно. Також, у 2021 році відбувався експорт до Саудівської Аравії обсягом 13 тис дол США, а до ОАЕ у 2023 році обсягом 8 тис дол США.

Імпорт засобів для гоління, дезодорантів, тощо країнами Перської Затоки

Обсяги імпорту категорії 3307 90 Засоби, що використовуються перед голінням, під час гоління або після гоління; дезодоранти для тіла, тощо зі світу, за країнами, млн дол США



- У 2023 році відбулось значне зниження обсягів імпорту засобів для гоління, дезодорантів, тощо серед усіх країн. Зміна обсягів імпорту у порівнянні з 2022 роком за країнами склала:
 - Бахрейн - ↓9.68%;
 - Кувейт - ↓32.79%;
 - ОАЕ - ↓35.86%;
 - Катар - ↓50.0%;
 - Саудівська Аравія - ↓53.77%;
 - Оман - ↓70.93%.
- Середньорічна зміна обсягів імпорту категорії 3307 90 Засобів для гоління, дезодорантів, тощо за останні 5 років (2019 - 2023) за країнами склала:
 - Бахрейн - ↓2.02%;
 - Кувейт - ↓7.64%;
 - ОАЕ - ↓8.5%;
 - Катар - ↓12.94%;
 - Саудівська Аравія - ↓14.3%;
 - Оман - ↓21.89%.
- Експорт України даної категорії до країн Перської Затоки за останні 5 років майже відсутній. Так, у 2021 році Україна експортувала категорію 330790 обсягами 5 тис дол США. До ОАЕ у 2019, обсягом 2 тис дол США, а у 2020 та 2021 - по 1 тис дол США.

Постачальники косметичної продукції

Найбільші експортери декоративної та доглядової продукції до країн GCS у 2023 році, та порівняння із 2022 роком

3304 10 Макіяж для губ, млн. дол. США

■ 2022 ■ 2023



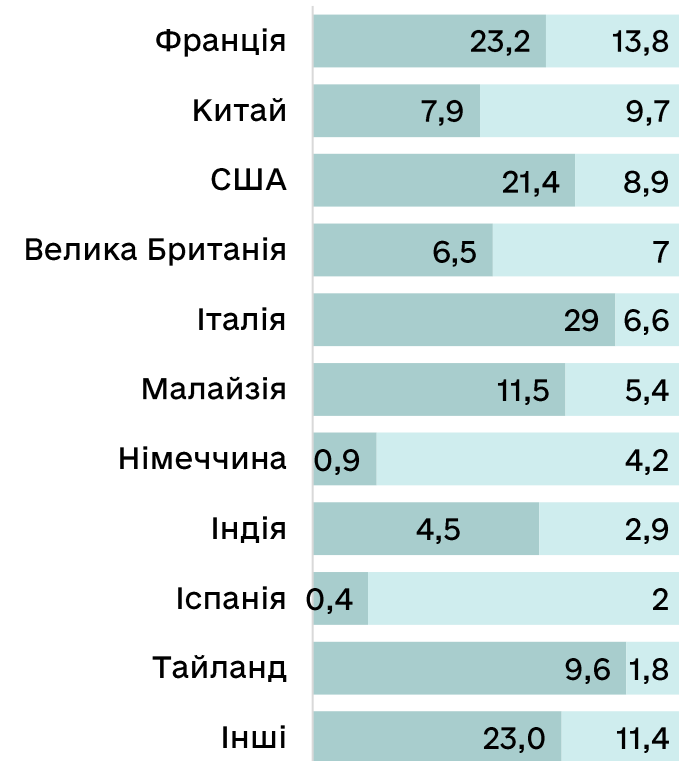
3304 20 Макіяж для очей, млн. дол. США

■ 2022 ■ 2023



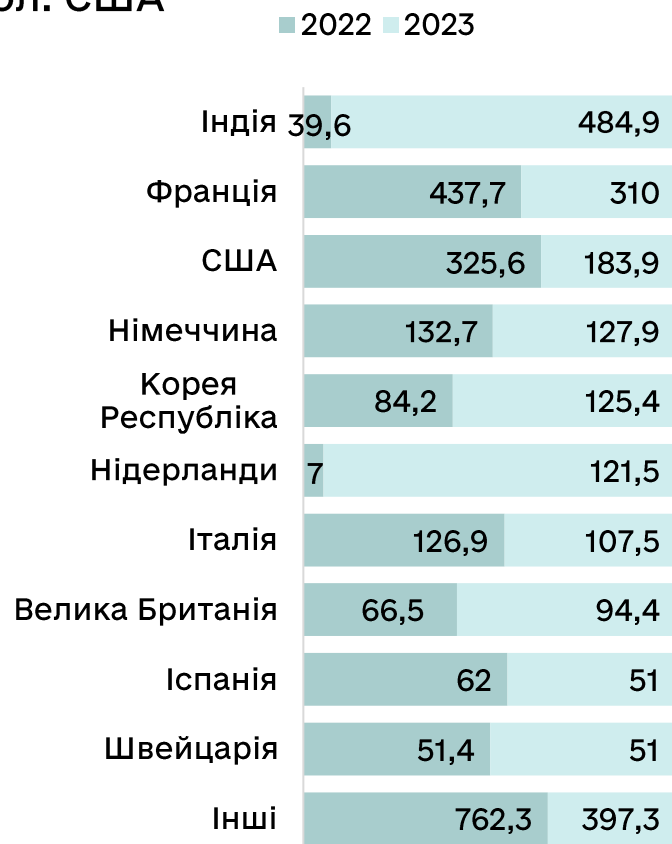
3304 91 Макіяж для обличчя, млн. дол. США

■ 2022 ■ 2023

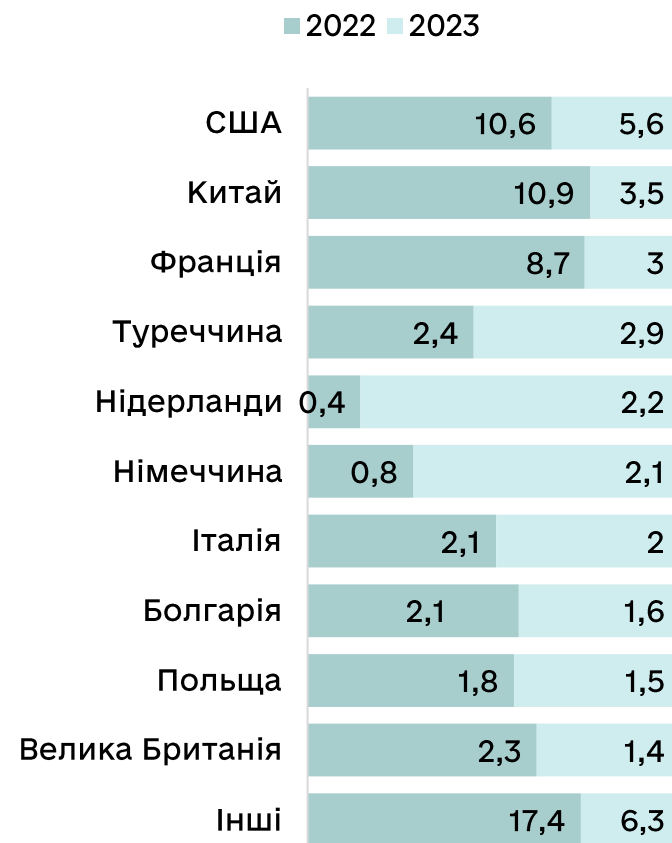


Найбільші експортери декоративної та доглядової продукції до країн GCS у 2023 році, та порівняння із 2022 роком

3304 99 Декоративна та доглядова продукція: інша, млн. дол. США

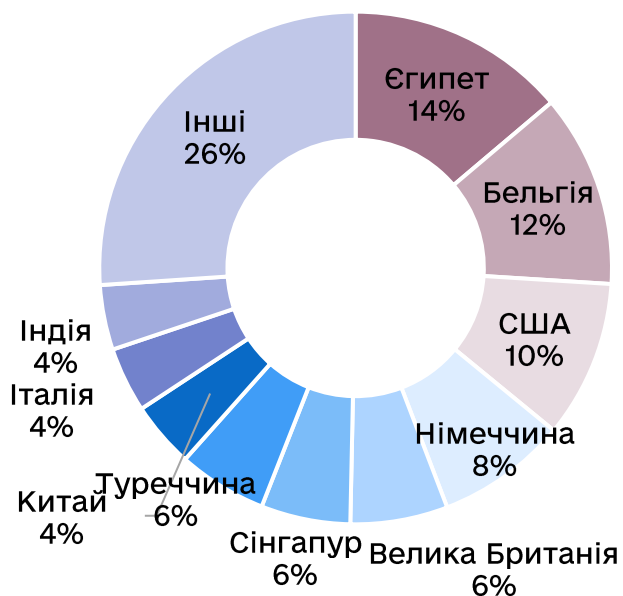


3304 30 Засоби для манікюру та педикюру, млн. дол. США



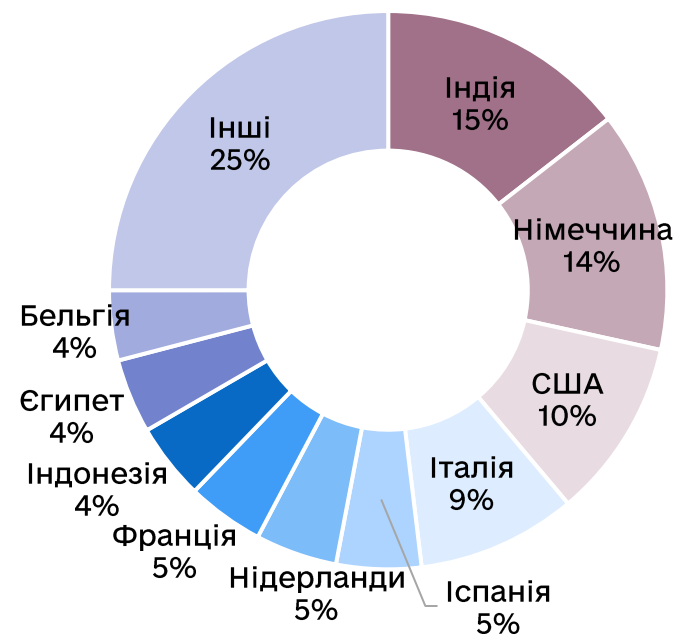
Найбільші експортери засобів для волосся та засобів для гоління до країн GCC за категоріями у 2023 році

3305 10 Шампуні, млн. дол. США



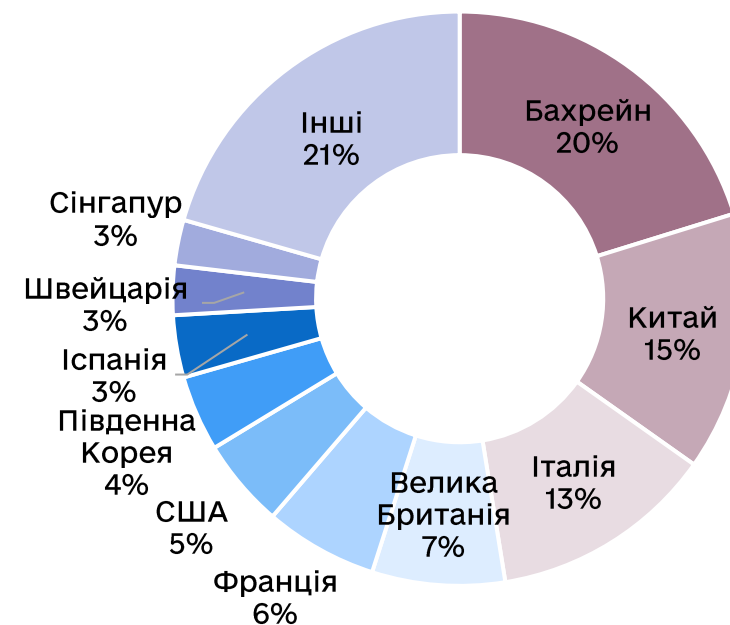
- Географія найбільших експортерів до країн Ради співробітництва арабських держав Перської Затоки є широкою. Є країни Європи, Азії, Північної Америки.

3305 90 Засоби для догляду за волоссям: Інші



- Найбільшими постачальниками засобів для догляду за волоссям: Інших є Індія, Німеччина та США.

3307 90 Засоби, що використовуються перед голінням, під час гоління або після гоління; дезодоранти для тіла, тощо



- 20% експорту до країн Ради співробітництва арабських держав Перської затоки займає Бахрейн.
- Також, серед найбільших країн експортерів є країни Азії, Європи та Північної Америки.

Внутрішній ринок ОАЕ та Саудівської Аравії

Внутрішній ринок: декоративна косметика

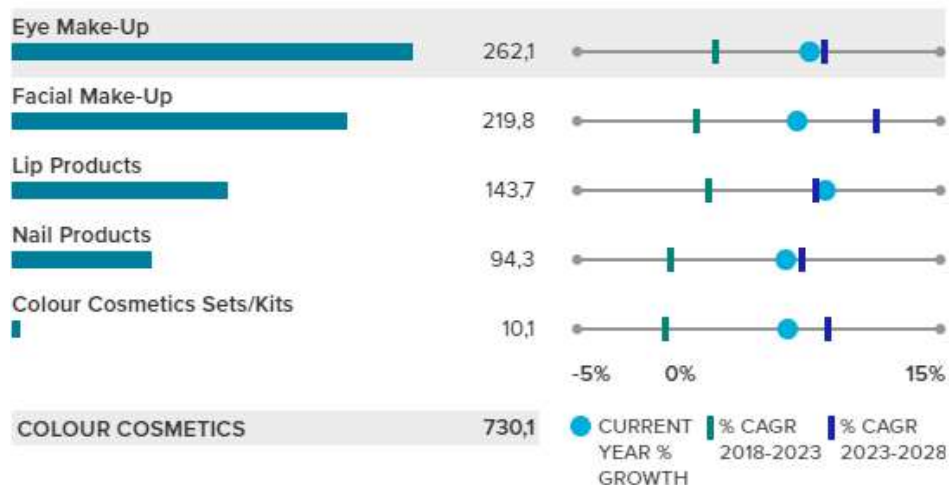
Ринок декоративної косметики

Графіки відображають обсяги роздрібних продажів відповідних категорій у 2023 році у млн дол США, а також зростання за 2023 рік, середньорічне зростання (CAGR) за останні 5 років та в наступні 5 років.

Саудівська Аравія: зростання у 2023р +8%

- За останні 5 років найбільше зростання (CAGR) зафіксували:
Продукція для макіяжу губ 2.6%
Продукція для макіяжу очей 2.4%
- На майбутні 5 років найбільшого зростання (CAGR) прогнозують:
Набори декоративної косметики 9.6%
Продукція для макіяжу очей 9.3%
Продукція для макіяжу губ 8.7%

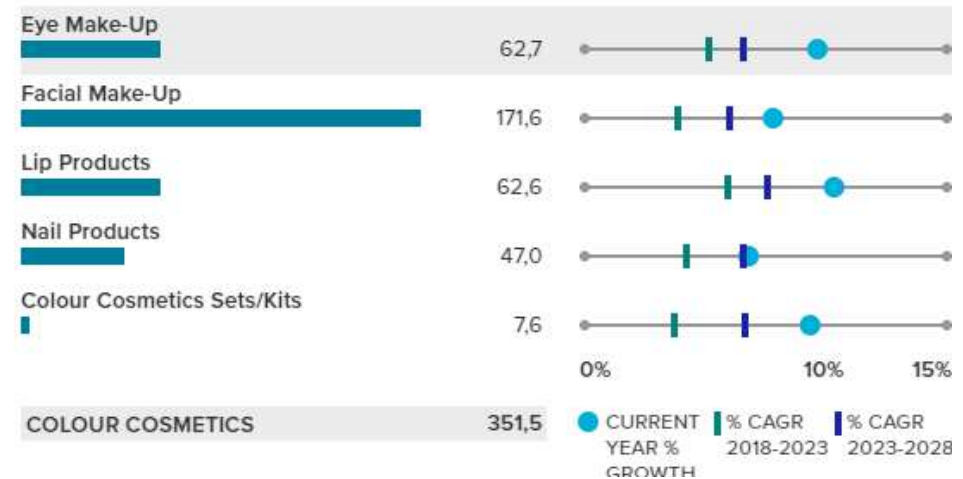
Обсяги та динаміка роздрібних продажів



ОАЕ: зростання у 2023р +9%

- За останні 5 років найбільше зростання (CAGR) зафіксували:
Продукція для макіяжу губ 6.5%
Продукція для макіяжу очей 6.1%
Продукція для нігтів 4.5%
- На майбутні 5 років найбільшого зростання (CAGR) прогнозують:
Продукція для макіяжу губ 7%
Продукція для нігтів 6.3%
Продукція для макіяжу очей 6.1%

Обсяги та динаміка роздрібних продажів



Ринок декоративної косметики

ОАЕ

- **Тренд багатофункціональності:** Попит зумовлений перевагами, які заощаджують час, властивостями догляду за шкірою та адаптацією до різноманітних тонів шкіри в регіоні. Зокрема, креми СС виправляють проблеми з кольором обличчя, водночас забезпечуючи переваги SPF
- **Цільова аудиторія:** В ОАЕ, де значну частину населення становить молодь, яка піклується про красу, обслуговування цієї демографічної групи матиме вирішальне значення для збереження конкурентоспроможності та отримання частки.
- **Інновації що розширюють категорію:** Халяльний лак для нігтів набирає популярності на місцевому ринку. Наприклад, деякі люди, які раніше не носили лак для нігтів, тепер це роблять. Ця тенденція особливо актуальна для Об'єднаних Арабських Еміратів, де дуже важлива концепція «wudu-friendly» нігтів.



Саудівська Аравія

- **Технології:** Можливість використовувати AR/VR для тестування продуктів може допомогти споживачам робити покупки як онлайн, так і в магазині. Це також може заохочувати споживачів більше експериментувати зі своїм зовнішнім виглядом
- **«Купи зараз, заплати пізніше» (BNPL):** Провідні веб-сайти електронної комерції, такі як Namshi, вже почали надавати цю послугу своїм клієнтам. Можливість платити в кінці місяця або частинами має допомогти споживачам краще управляти своїми фінансами та спонукати їх робити більше несуттєвих покупок, таких як декоративна косметика.
- **Політика країни:** Оскільки Саудівська Аравія прагне диверсифікувати свою нафтову економіку, в рамках стратегії Vision 2030 планується залучити 100 млн. туристів. Це також має сприяти підвищенню попиту на широкий асортимент декоративної косметики, причому ці продукти часто купують туристи для себе або як подарунок.



Частки брендів декоративної косметики

- ОАЕ: Поширення тренду в соціальних мережах, який передбачає нанесення **кількох помад і блисків для губ**. Інфлюенсери демонструють техніки, універсальність і потенціал різних продуктів для губ, заохочуючи своїх підписників експериментувати та купувати кілька продуктів.
- Цей тренд часто включає продукти різних брендів. Наприклад, олівець для губ Huda Beauty можна поєднати з помадою Charlotte Tilbury і блиском для губ Yves Saint Laurent. Це створює можливість для брендів створити більшу синергію в категорії в найближчі роки.

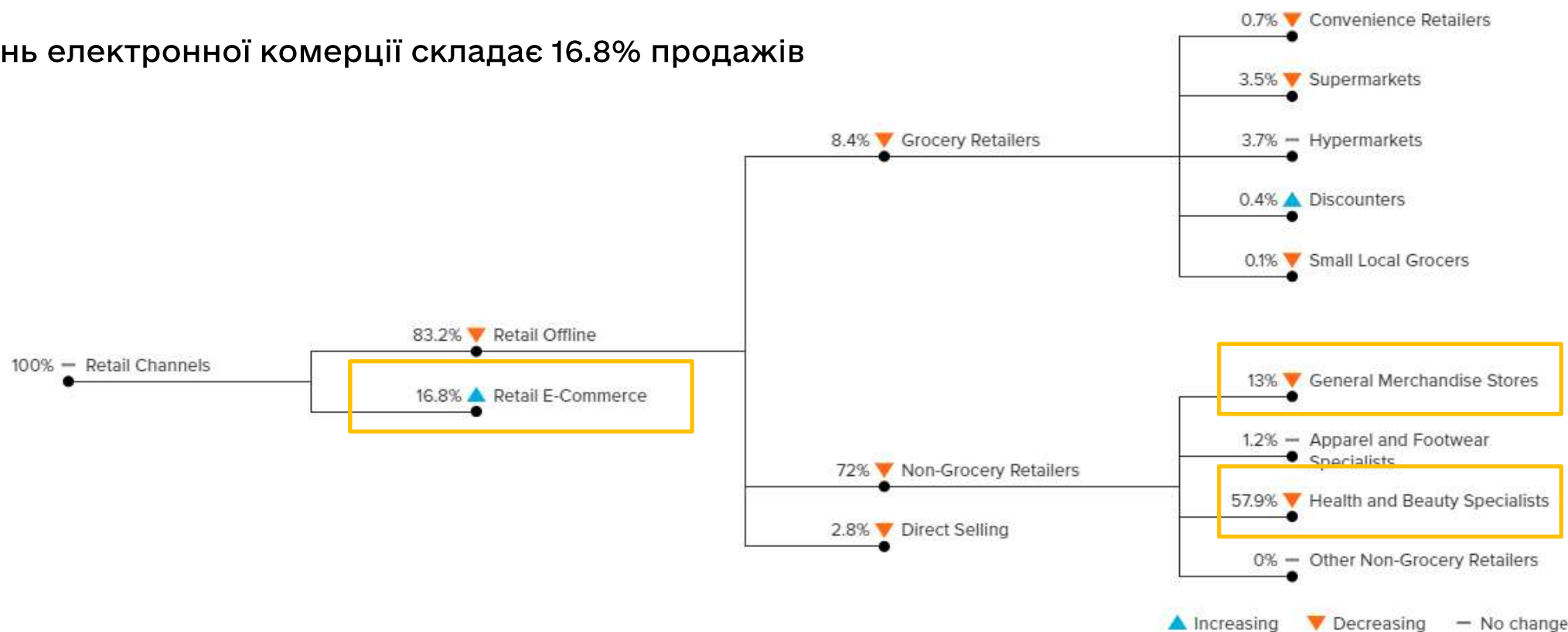
- **Саудівська Аравія:** Міленіали та покоління Z становлять значну частку населення Саудівської Аравії, середній вік якого становив 29 років у 2023 році. Тому гравці зосереджують значну частину свого маркетингу на молодих споживачах. Це включало зосередження на партнерстві між брендами
- У 2023 році бренд MAC запустив кампанію «Зосередься на мені» під час Рамадану. За участю інфлюенсера TikTok Діни Аль-Хударі та саудівської актриси Джуд Азіз ця кампанія виявилася успішною, оскільки вона також рекламувала запуск нової тональної пудри бренду HD Skin Powder Foundation.

Бренд	Компанія	Частка на ринку
Mac (Estée Lauder Cos Inc)	Estée Lauder Middle East FZE	9.8%
Kiko Milano (Kiko SpA)	Kiko Milano Middle East	5.9%
Dior (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA)	Christian Dior SA, Parfums	5.4%
Chanel	Chanel SA	4.7%
Essence	Cosnova GmbH	4.2%
Lancôme (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	3%
Givenchy (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA)	Givenchy SA, Parfums	3%
Bourjois (Coty Inc)	Bourjois Ltd	2.4%
Guerlain (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA)	Givenchy SA, Parfums	2.3%
Інші	Інші	59.3%

Бренд	Компанія	Частка на ринку
Make Up For Ever (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA)	Make Up For Ever Paris	12.6%
Benefit (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA)	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	11.3%
Kiko Milano (Kiko SpA)	Kiko Milano Middle East	6.1%
Essence	Cosnova GmbH	4.9%
Mac	Estée Lauder Cos Inc	3.8%
Maybelline New York (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	3%
Dior (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA)	Christian Dior SA, Parfums	3%
Urban Decay (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	2.9%
Sephora (Private Label)	Jamjoom & Chalhoub Group	2.7%
Інші	Інші	49.7%

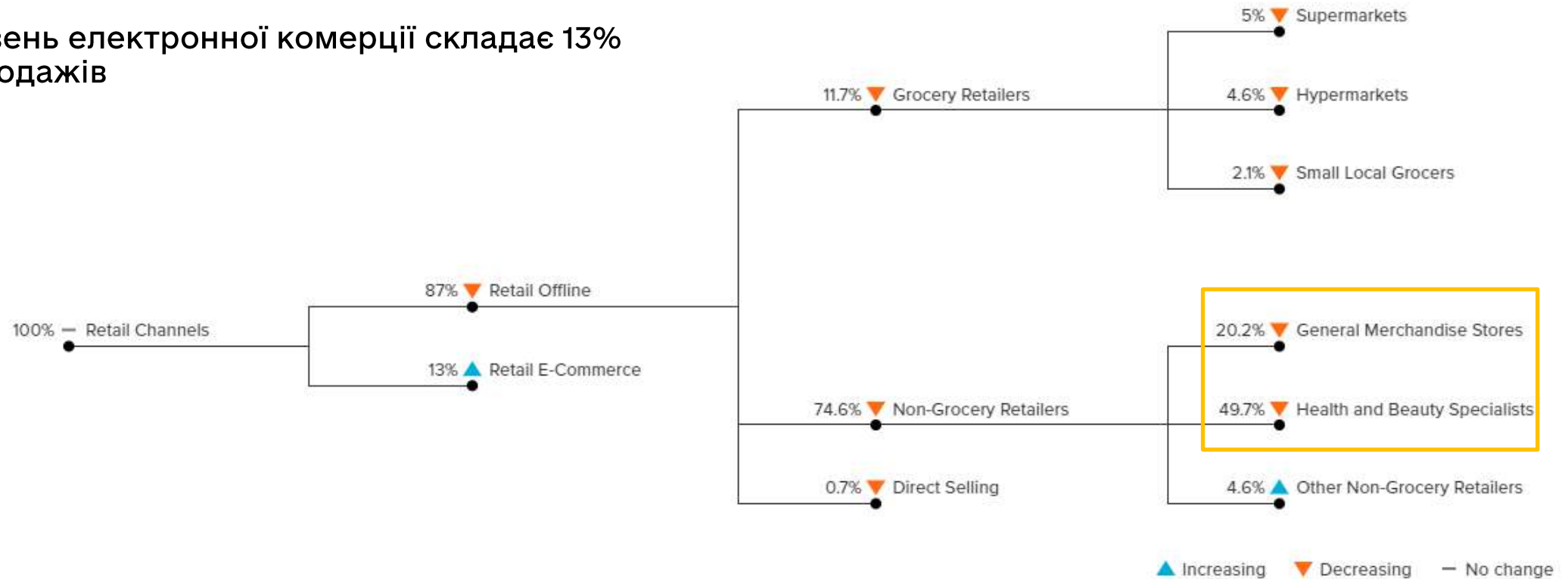
Канали продажів декоративної косметики в Саудівській Аравії

- Найбільше декоративної косметики купується у спеціалізованих магазинах косметичних виробів – майже 58%
- Рівень електронної комерції складає 16.8% продажів



Канали продажів декоративної косметики в ОАЕ

- Найбільше декоративної косметики купується у спеціалізованих магазинах косметичних виробів – майже 50%
- Рівень електронної комерції складає 13% продажів



Внутрішній ринок: доглядова косметика для шкіри

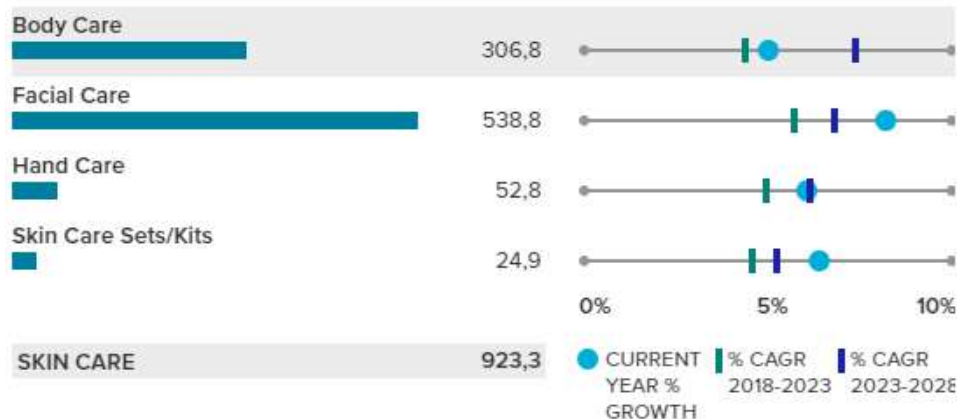
Ринок доглядової косметики для шкіри

Графіки відображають обсяги роздрібних продажів відповідних категорій у 2023 році у млн дол США, а також зростання за 2023 рік, середньорічне зростання (CAGR) за останні 5 років та в наступні 5 років.

Саудівська Аравія: зростання на 7% у 2023р

- За останні 5 років найбільше зростання (CAGR) 2019/23 зафіксували:
 Догляд за шкірою обличчя 7.9%
 Набори для догляду за шкірою 6.5%
 Догляд за шкірою рук 6.1%
- На майбутні 5 років найбільшого зростання (CAGR) 2024/28 прогнозують:
 Догляд за шкірою тіла 8.3%
 Догляд за шкірою обличчя 6.7%
 Догляд за шкірою рук 6.5%

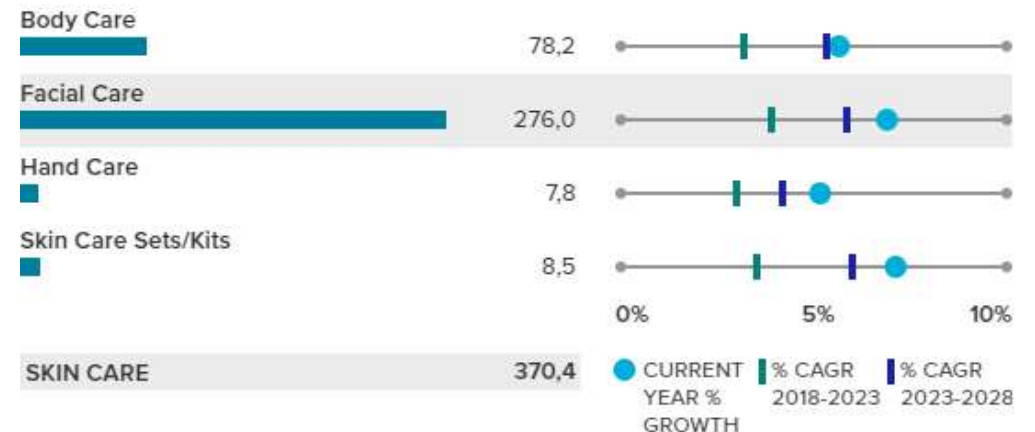
Обсяги та динаміка роздрібних продажів



ОАЕ: зростання на 7% у 2023р

- За останні 5 років найбільше зростання (CAGR) 2019/23 зафіксували:
 Догляд за шкірою обличчя 3.9%
 Набори для догляду за шкірою 3.6%
 Догляд за шкірою тіла 2.9%
- На майбутні 5 років найбільшого зростання (CAGR) 2024/28 прогнозують:
 Набори для догляду за шкірою 5.9%
 Догляд за шкірою обличчя 5.8%
 Догляд за шкірою тіла 5.3%

Обсяги та динаміка роздрібних продажів



Ринок доглядової косметики для шкіри

ОАЕ

- **Наукові підходи:** Термін «довголіття» набув популярності в 2023 році та перетворився на сферу, що швидко зростає, що має значний вплив на красу та здоров'я. Провідна компанія з естетики обличчя Ourgonux поєднує скрінінг шкіри обличчя разом з опитуваннями для первинних консультацій.
- **Аромат у догляді за шкірою:** ароматерапія - використання рослинних екстрактів і ефірних олій - набула популярності як метод зміцнення як фізичного, так і психологічного здоров'я.
- **Маркетингові кампанії:** Бренди догляду за шкірою активно орієнтуються на місцевих жителів, використовуючи моделі з виразними рисами Близького Сходу чи Африки, що є відходом від фокусу на європейські моделі рекламних кампаній попередніх років



Саудівська Аравія

- **Цільова аудиторія:** У 2023 році компанії та бренди з догляду за шкірою продовжували націлюватися на споживачів мілленіалів і покоління Z, причому ці молоді споживачі часто були більш відкритими для експериментів з новими продуктами. Молодші споживачі також більш активні на платформах соціальних мереж
- **Натуральні продукти:** споживачі продовжуватимуть переходити на натуральні та/або науково підтверджені інгредієнти, що продовжуватиме підтримувати зростання брендів натуральної та дермокосметики
- **Обізнаність споживачів:** У міру того, як споживачі стають все більш обізнаними про дермокосметику та переваги, які вона може мати для здоров'я своєї шкіри, попит зростає, а спеціалісти з охорони здоров'я та краси реагують на це дедалі більшим асортиментом продуктів і брендів.



Частки брендів доглядової косметики для шкіри

ОАЕ: Останніми роками з'явилася чітка тенденція до зростання преміум ринку – бренди мас-маркету тепер включають елементи розкоші, а преміальні бренди йдуть шляхом «ультра-люкс».

Інтеграція ароматів у оздоровчу продукцію набула популярності. Компанія Rituals, включає ароматерапію у свій різноманітний асортимент продукції. Наприклад, колекція Ritual of Jing містить лаванду та священне дерево, відомі своїми властивостями розслаблення та сприяння сну. Ще один помітний гравець у цьому просторі – Lush.

Бренд	Компанія	Частка на ринку
Nivea (Beiersdorf AG)	Beiersdorf Middle East	7.6%
Olay (Procter & Gamble Co, The)	Procter & Gamble Gulf FZE	5.7%
DermoViva (Dabur India Ltd)	Dabur International Ltd	4.8%
Vaseline Intensive Care (Unilever Group)	Unilever Gulf FZE	4.2%
Dove (Unilever Group)	Unilever Gulf FZE	2.5%
Clarins (Clarins SA)	L'Oréal Middle East FZE	2.3%
La Prairie (Beiersdorf AG)	La Prairie Group AG	2.3%
L'Oréal Paris (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	2.2%
Clinique (Estée Lauder Cos Inc)	Estée Lauder Middle East FZE	1.6%
Інші	Інші	66.8%

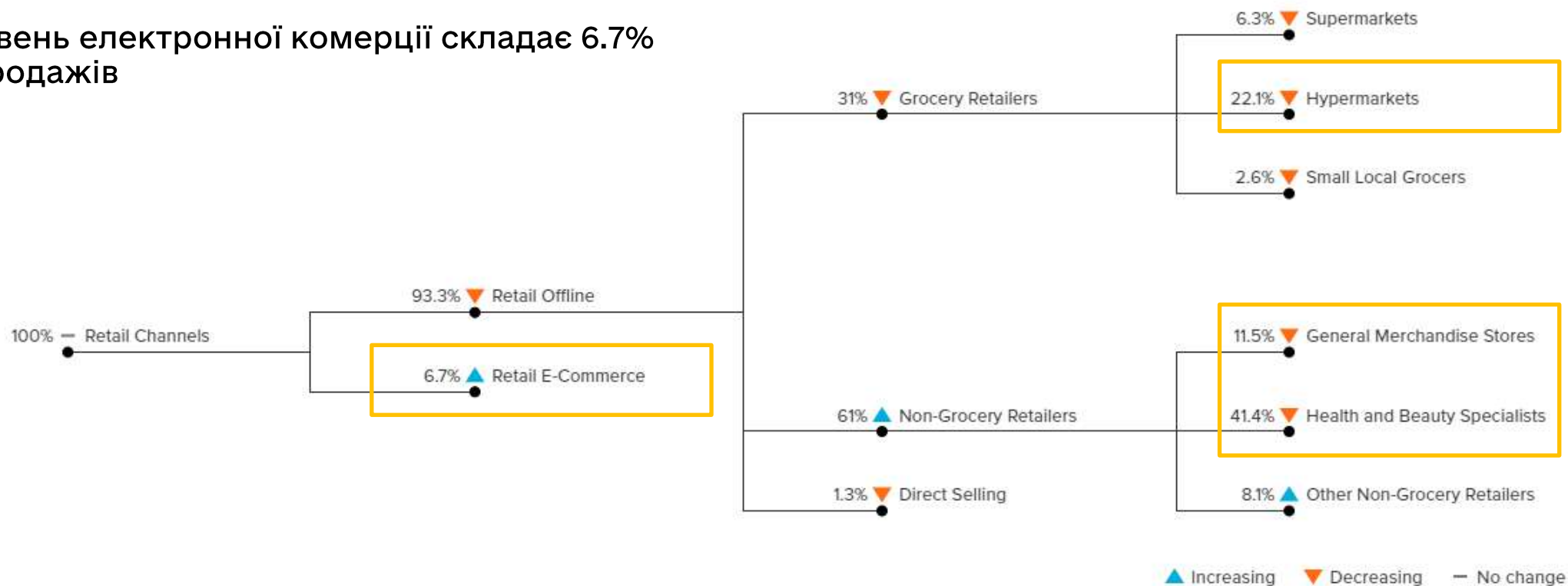
Саудівська Аравія: Догляд за шкірою став висококонкурентною категорією з великою кількістю гравців, які прагнуть скористатися зростаючим попитом. Наприклад, компанія Garnier розширила асортимент продуктів для догляду за шкірою своєю лінією Fast Clear для шкіри, схильної до вугрів, яка містить саліцилову кислоту та вітамін С. Інші приклади включають нову серію Johnson Skin Balance, яка має клінічно перевірену формулу для збалансованої рН шкіри.

Зростає інтерес до K-beauty у Саудівській Аравії

Бренд	Компанія	Частка на ринку
Nivea (Beiersdorf AG)	Al Naghi Co	13.4%
Olay (Procter & Gamble Co, The)	Modern Products Co	5.9%
Jergens (Kao Corp)	Gulf Centre UAE	4.3%
L'Oréal Paris (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	3.9%
Dove (Unilever Group)	Binzagr Lever Ltd (Unilever Arabia)	3.2%
Vaseline (Unilever Group)	Binzagr Lever Ltd (Unilever Arabia)	3%
The Body Shop (Natura&Co)	Various franchisees	2.9%
Neutrogena (Kenvue Inc)	Johnson & Johnson Consumer Saudi Arabia Ltd	2.4%
Johnson's (Kenvue Inc)	Johnson & Johnson Consumer Saudi Arabia Ltd	1.9%
Інші	Інші	59.1%

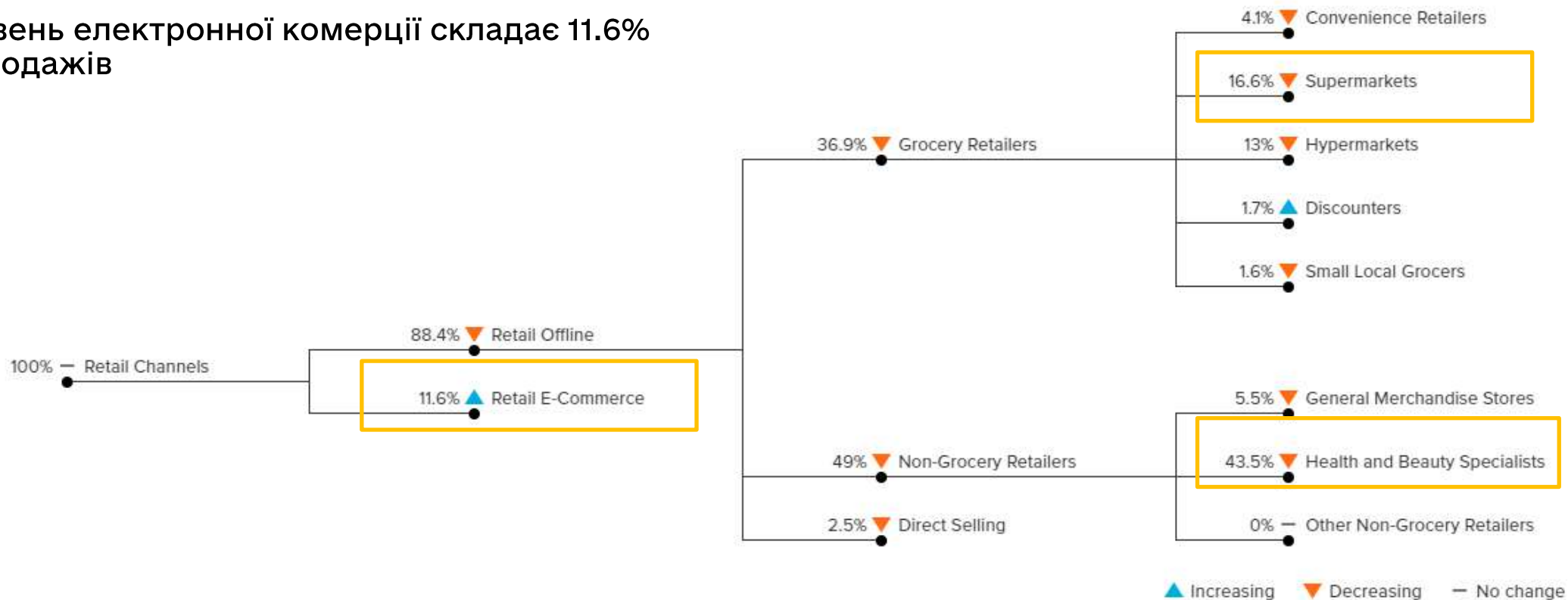
Канали продажів доглядової косметики для шкіри в ОАЕ

- Найбільше декоративної косметики купується у спеціалізованих магазинах косметичних виробів - 41%
- Рівень електронної комерції складає 6.7% продажів



Канали продажів доглядової косметики для шкіри в Саудівській Аравії

- Найбільше декоративної косметики купується у спеціалізованих магазинах косметичних виробів – 43.5%
- Рівень електронної комерції складає 11.6% продажів



Внутрішній ринок: Догляд за волоссям

Ринок догляду за волоссям

Графіки відображають обсяги роздрібних продажів відповідних категорій у 2023 році у млн дол США, а також зростання за 2023 рік, середньорічне зростання (CAGR) за останні 5 років та в наступні 5 років.

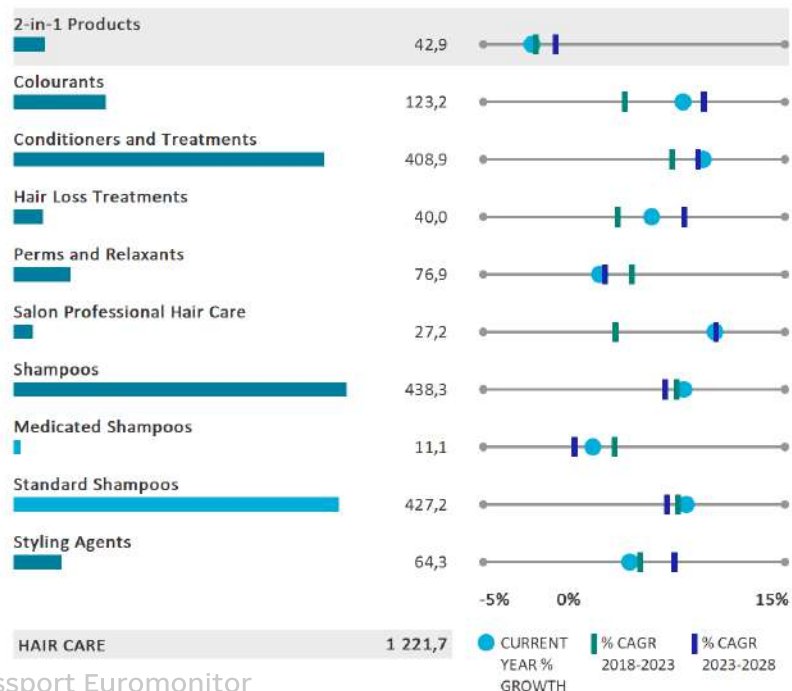
Саудівська Аравія: Загальне зростання 8% у 2023р

За останні 5 років найбільше зростання (CAGR) 2019/23 зафіксували:

- Стандартні шампуні - 10.0%;
- Кондиціонери, олії, маски - 10.0%;
- Стайлінгові муси, гелі, креми, воски, тощо - 5.9%.

На майбутні 5 років найбільшого зростання (CAGR) 2024/28 прогнозують:

- Салонні доглядові засоби - 11.5%;
- Фарби для волосся - 10.4%;
- Кондиціонери, олії, маски - 9.9%



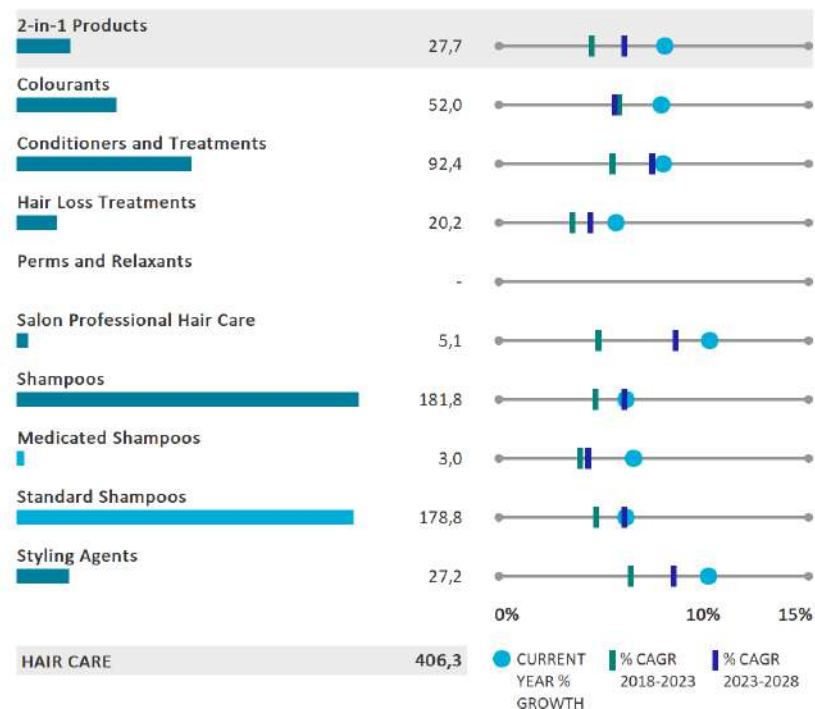
ОАЕ: Загальне зростання 7.2% у 2023р

За останні 5 років найбільше зростання (CAGR) 2019/23 зафіксували:

- Стайлінгові муси, гелі, креми, воски, тощо - 7.0%;
- Фарби для волосся - 6.2%;
- Кондиціонери, олії, маски - 5.9%.

На майбутні 5 років найбільшого зростання (CAGR) 2024/28 прогнозують:

- Салонні доглядові засоби - 8.3%;
- Стайлінгові муси, гелі, креми, воски, тощо - 8.2%;
- Кондиціонери, олії, маски - 7.2%



Тренди ринку догляду за волоссям

Саудівська Аравія

- **Зростання роздрібного ринку:** споживачі повертаються до допандемічного життя, збільшується кількість іноземних працівників.
- **Два підходи до догляду за волоссям:** частина жінок прагнуть доглядати за волоссям у салонах, інша частина – надає перевагу догляду за волоссям в домашніх умовах.
- **Органічність та натуральність:** все більше споживачів прагнуть користуватись препаратами з натуральним або жограниченим складом. Відсутність сульфатів, парабенів і силікону стають все більш важливим при виборі продукції.
- **Підвищена увага до іміджу та здоров'я:** все більше саудівців будуть більше відвідувати дерматологів, а тому зростатимуть продажі продуктам з м'якою формулою, що підходить для чутливої шкіри. А також через більшу увагу до іміджу споживачі будуть мити, фарбувати та вкладати волосся частіше.



ОАЕ

- **Зростання роздрібного ринку салонних доглядових засобів:** цілеспрямовані рекламні кампанії, а також зростання доступності салонних засобів призводять до зростання .
- **Відкритість ринку до нових гравців:** на ринку домінує бренд L'Oréal, а вітчизняних виробників мало, і це дозволяє новим гравцям входити та завойовувати частки на ринку.
- **Індивідуальний підхід до споживача:** в країні проживають споживачі з різними відтінками шкіри, з різним волоссям, тому все більше виробників застосовують інклюзивний підхід у виробництві (наприклад шампуні для ефіопського волосся)
- **Екологічність пакування:** ОАЕ заохочують виробників до використання більш екологічних матеріалів, наприклад переробленого пластику. Тому гравці, які займаються доглядом за волоссям, все частіше використовують перероблені та придатні для вторинної переробки матеріали для своїх продуктів.



Частки брендів продукції для догляду за волоссям

Саудівської Аравії

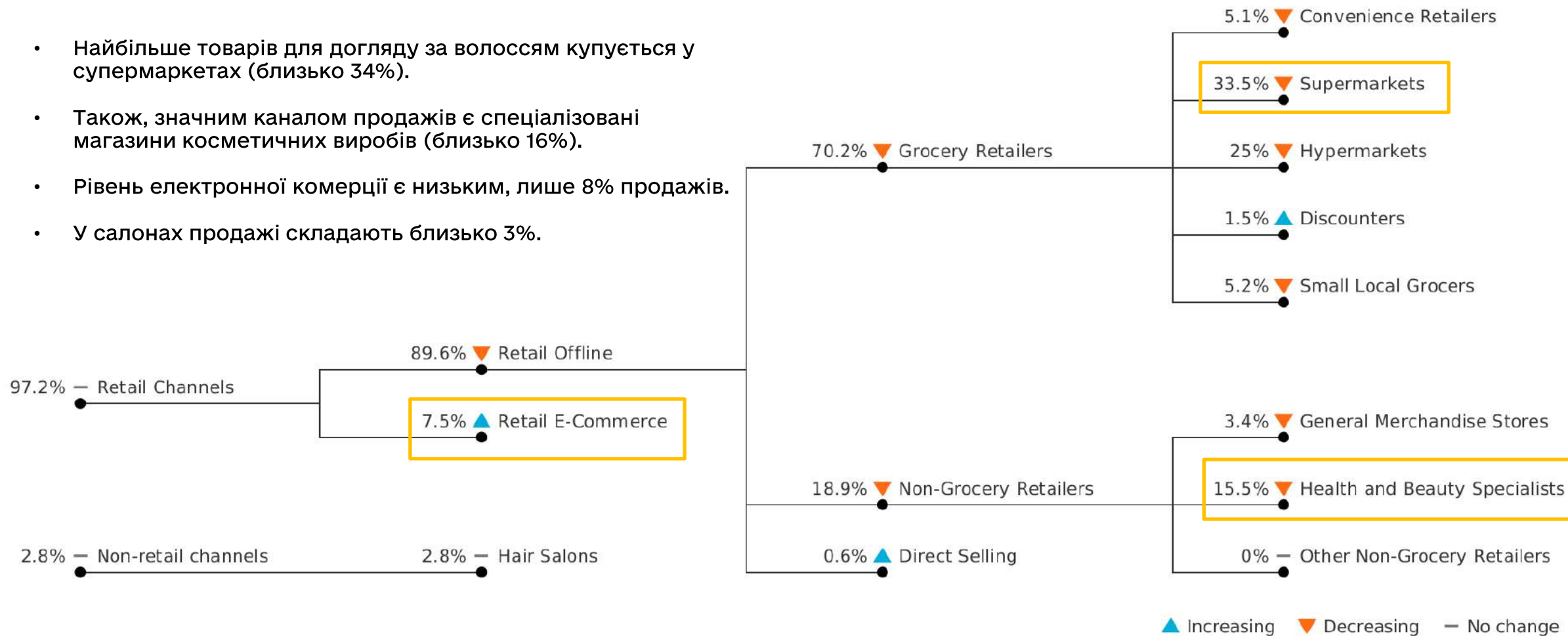
Бренд	Компанія	Частка на ринку
Pantene (Procter & Gamble Co, The)	Modern Products Co	11.0%
Garnier (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	6.4%
Head & Shoulders (Procter & Gamble Co, The)	Modern Products Co	5.4%
Sunsilk (Unilever Group)	Binzagr Lever Ltd (Unilever Arabia)	4.8%
Dove (Unilever Group)	Binzagr Lever Ltd (Unilever Arabia)	4.1%
Elvive (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	4.1%
Dabur (Dabur India Ltd)	Khalifa A Algozaibi Holding Co	3.6%
Koleston (Wella AG)	Coty Middle East FZCO	3.0%
Clear (Unilever Group)	Binzagr Lever Ltd (Unilever Arabia)	2.2%
Інші	Інші	55.4%

ОАЕ

Бренд	Компанія	Частка на ринку
Pantene (Procter & Gamble Co, The)	Procter & Gamble Gulf FZE	12.0%
Head & Shoulders (Procter & Gamble Co, The)	Procter & Gamble Gulf FZE	7.4%
Dove (Unilever Group)	Unilever Gulf FZE	6.3%
Sunsilk (Unilever Group)	Unilever Gulf FZE	5.9%
Vatika (Dabur India Ltd)	Dabur International Ltd	5.2%
Clear (Unilever Group)	Unilever Gulf FZE	5.0%
Garnier Fructis (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	3.2%
Elvive (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	3.0%
Koleston (Wella AG)	Coty Middle East FZCO	2.3%
Parachute (Marico Ltd)	Marico Ltd	2.2%
Garnier Color Naturals (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	2.2%
Schwarzkopf (Henkel AG & Co KGaA)	Henkel Jebel Ali FZCO	1.9%
L'Oréal Paris (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	1.1%
L'Oréal Paris Excellence (L'Oréal Groupe)	L'Oréal Middle East FZE	1.1%
TRESemmé (Unilever Group)	Unilever Gulf FZE	1.1%
Інші	Інші	40.1%

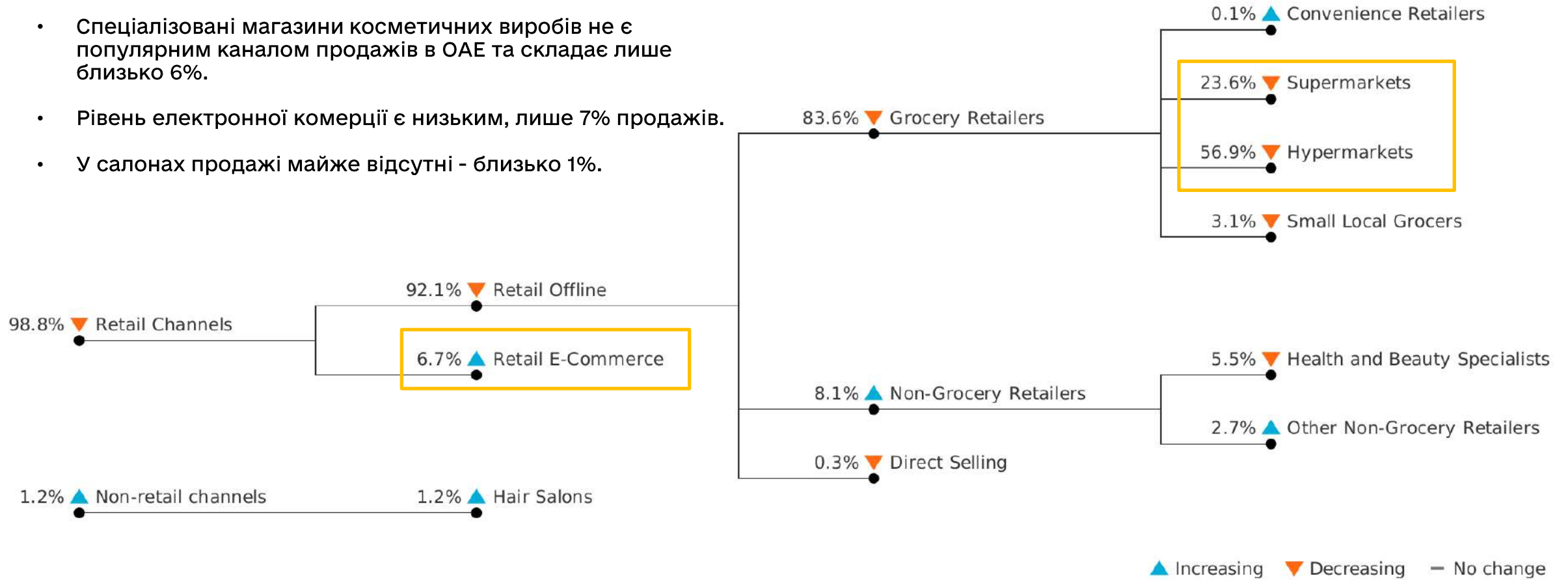
Канали продажів товарів для догляду за волоссям Саудівської Аравії

- Найбільше товарів для догляду за волоссям купується у супермаркетах (близько 34%).
- Також, значним каналом продажів є спеціалізовані магазини косметичних виробів (близько 16%).
- Рівень електронної комерції є низьким, лише 8% продажів.
- У салонах продажі складають близько 3%.



Канали продажів товарів для догляду за волоссям ОАЕ

- Найбільше товарів для догляду за волоссям купується у гіпермаркетах супермаркетах (близько 80%).
- Спеціалізовані магазини косметичних виробів не є популярним каналом продажів в ОАЕ та складає лише близько 6%.
- Рівень електронної комерції є низьким, лише 7% продажів.
- У салонах продажі майже відсутні - близько 1%.



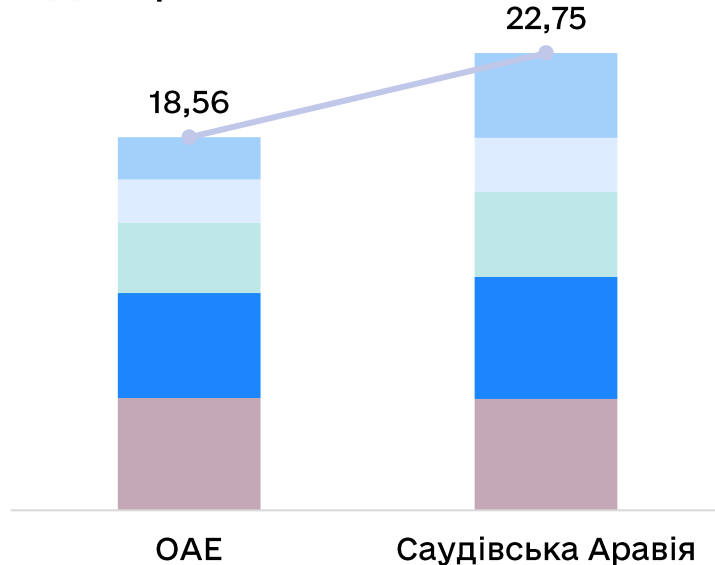
Середній обсяг продажів на душу населення у 2024 році, в дол. США

- Натуральна косметика має більші обсяги саме в Саудівській Аравії

- Сонцезахисні продукти для шкіри найменш популярні в ОАЕ серед інших доглядових засобів

- Продукти для Волосся займають лідируючу частку в обох країнах в порівнянні з іншими продуктами для особистої гігієни

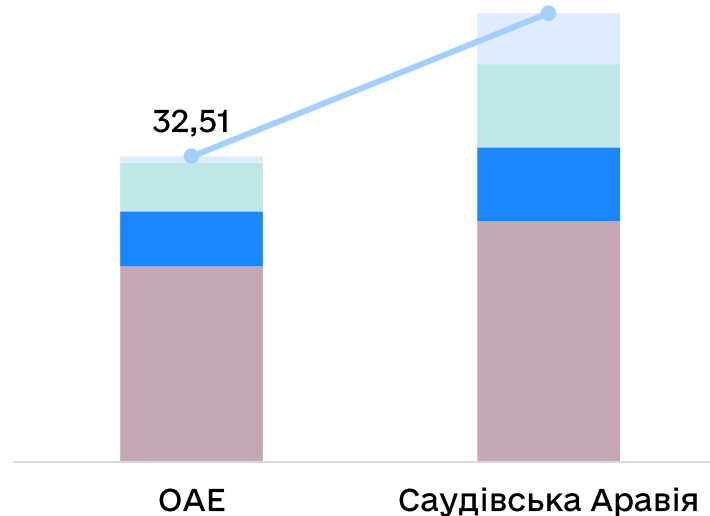
Декоративна косметика



- Натуральна косметика
- Нігті
- Губи
- Очі
- Тон

*Натуральна косметика: охоплює косметичні засоби для обличчя, очей і нігтів, виготовлені повністю або частково з натуральних інгредієнтів і містять низьку або мінімальну кількість синтетичних хімікатів.

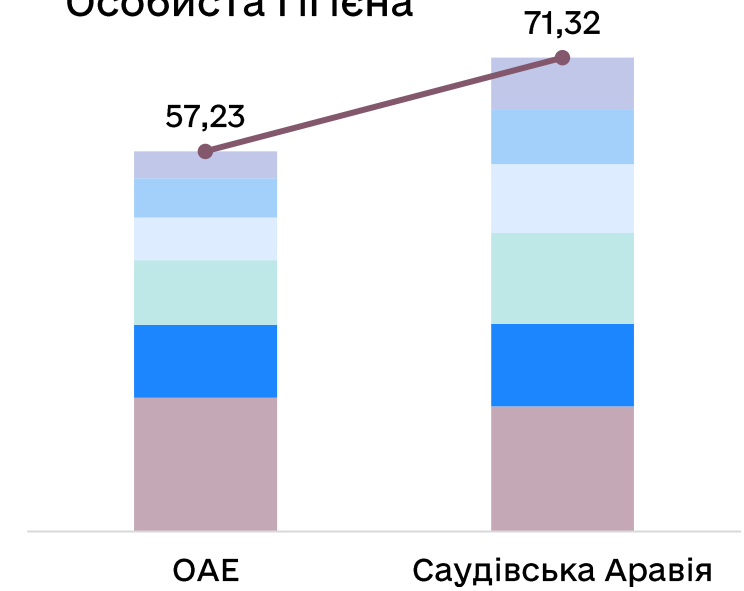
Доглядова продукція для шкіри



- Сонцезахист
- Натуральний догляд
- Тіло
- Обличчя

**Натуральний догляд: усі види кремів і лосьйонів для догляду за обличчям, руками та ногами, а також сонцезахисні засоби. Продукти виготовлені з натуральних інгредієнтів і розроблені з низьким або мінімальним вмістом синтетичних хімікатів.

Особиста гігієна



- Натуральний догляд
- Дезодоранти
- Засоби д/гоління
- Ванна & Душ
- Гігієна рота

***Натуральний догляд: усі види засобів особистої гігієни. Продукти виготовлені з натуральних інгредієнтів і розроблені з низьким або мінімальним вмістом синтетичних хімікатів.

Внутрішній ринок: Парфуми

Роздрібні продажі прафумів за країнами

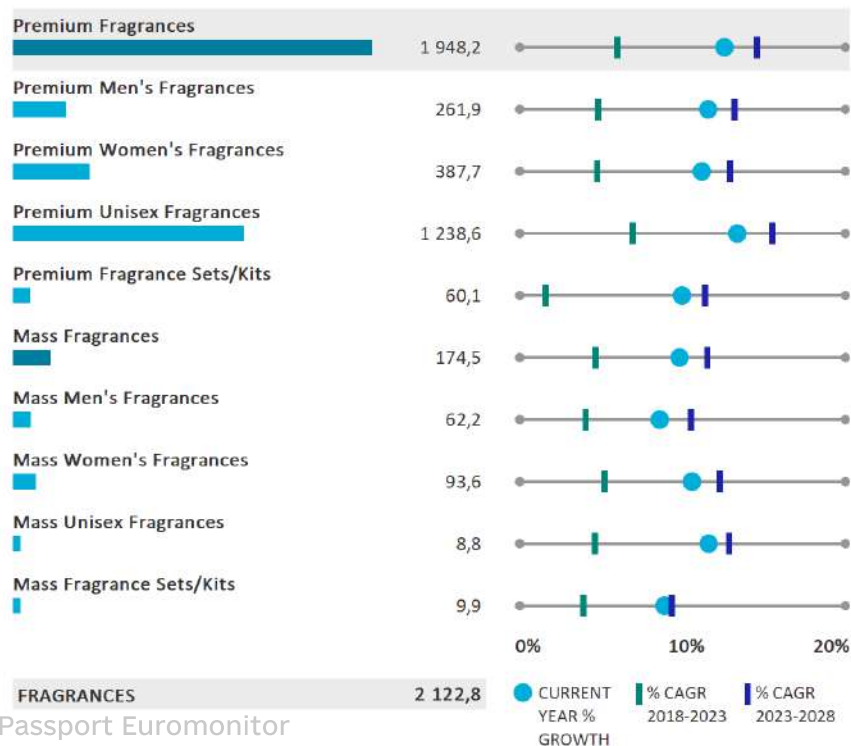
Саудівська Аравія: Загальне зростання 12.6% у 2023р

За останні 5 років найбільше зростання (CAGR) 2019/23 зафіксували:

- Унісекс парфуми (преміум) - 8.1%;
- Унісекс парфуми (масмаркет) - 7.4%;
- Жіночі парфуми (масмаркет) - 7.0%.

На майбутні 5 років найбільшого зростання (CAGR) 2024/28 прогнозують:

- Унісекс парфуми (преміум) - 16.5%;
- Чоловічі парфуми (преміум) - 14.0%;
- Жіночі парфуми (преміум) - 13.5%



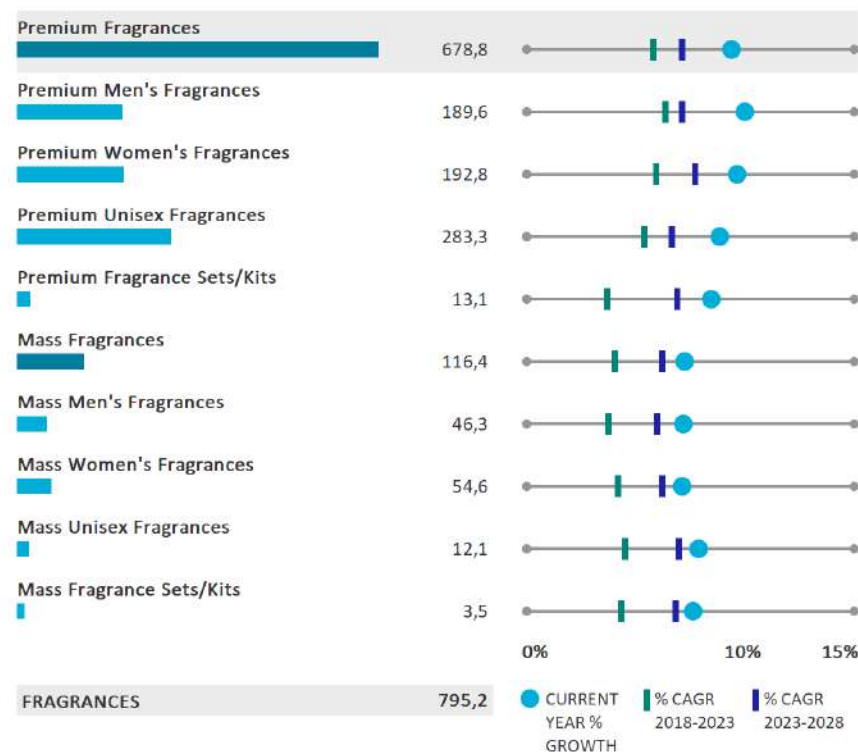
ОАЕ: Загальне зростання 9.3% у 2023р

За останні 5 років найбільше зростання (CAGR) 2019/23 зафіксували:

- Чоловічі парфуми (преміум) - 7.6%;
- Жіночі парфуми (преміум) - 6.5%;
- Унісекс парфуми (преміум) - 5.6%.

На майбутні 5 років найбільшого зростання (CAGR) 2024/28 прогнозують:

- Жіночі парфуми (преміум) - 7.4%;
- Чоловічі парфуми (преміум) - 6.6%;
- Унісекс парфуми (масмаркет) - 6.6%



Тенденції ринку парфумів

Саудівська Аравія

- **Користуються попитом місцеві та міжнародні бренди:** міжнародні бренди притягують споживачів, проте саудівці мають великий культурний зв'язок через що відіграють місцеві бренди.
- **Різні формати та унікальність:** найбільш популярним форматом парфумів залишається спрей, проте набирають популярність і масляні парфуми. Споживачі шукають унікальності в ароматах, а тому зростає сегмент нішевої парфумерії.
- **Послуга «Купуйте зараз, платіть пізніше»:** парфуми преміум-класу є бажаними продуктами для багатьох споживачів, проте не є доступними для деяких менш заможних споживачів..
- **Працевлаштування жінок та трудовий туризм:** жінки долучаються до робочої сили, а тому матимуть додатковий дохід та витратять на косметику, зокрема парфуми. Також країна планує залучати понад 100 мільйонів відвідувачів щорічно до 2030 року в рамках своєї стратегії Vision 2030 та продовжувати розширювати трудовий туризм.



ОАЕ

- **Країна вишуканих парфумів:** Споживачі ОАЕ відомі своїми значними витратами на аромати преміум-класу. Вони часто наносять шари олій і мускусу перед парфумами, причому високим попитом користуються як арабський уд (Oudh), так і західні парфуми.
- **Легкість та інноваційність:** набирають популярності місти завдяки їхній легкості, тонкому та стійкому ароматові. Крім того, вони часто використовуються в поєднанні з іншими ароматами. Виробники вдаються до інноваційних ароматів, що поєднують вишуканість та арабські ноти.
- **Зростання продажів парфумів унісекс:** в країні, як і у всьому світові набирають популярність парфуми унісекс. Таким чином споживачі прагнуть відійти від традиційного поділу за гендером, та знаходити аромати, що підкреслять їх ідентичність.
- **Парфуми як подарунок:** парфуми є популярним подарунком у Рамадан. У 2024 році вже були запуснені бренди, що пропонують подарункові коробки з удом Ramadan, зокрема Bath & Body Works, Rituals і Ajmal.



Частки парфумерних брендів

Саудівської Аравії

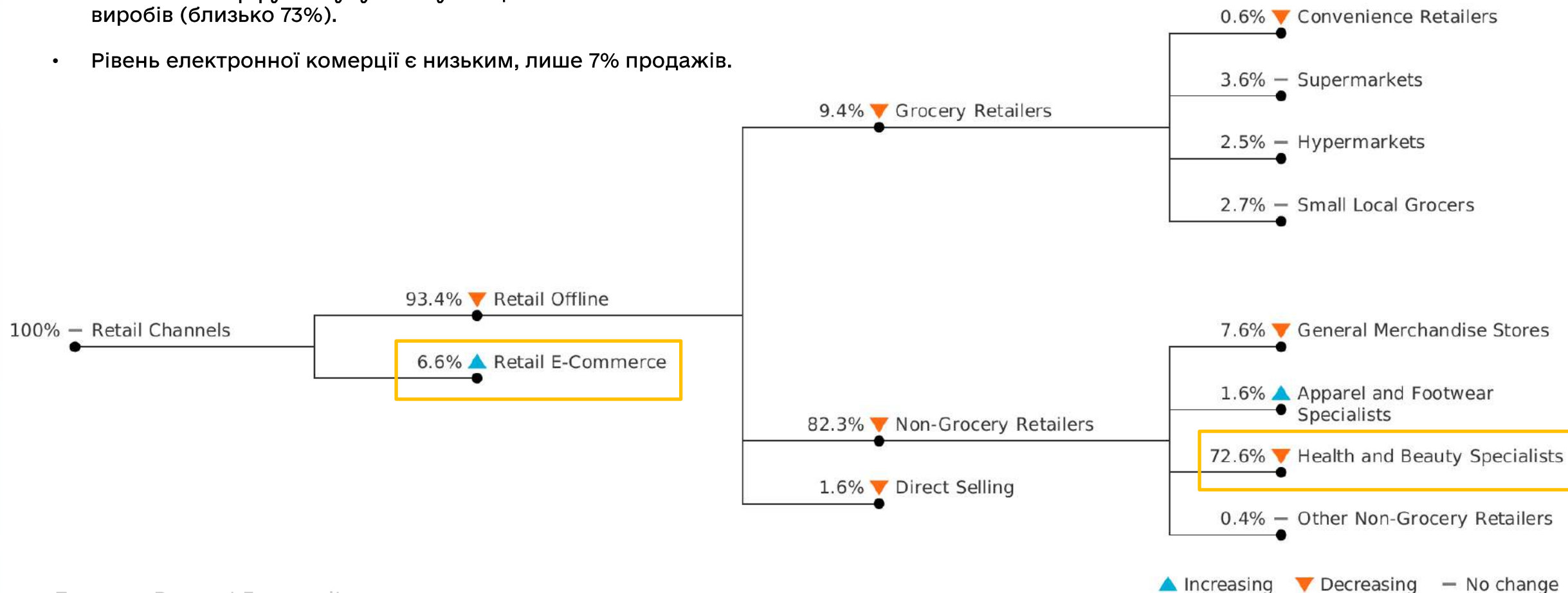
Бренд	Компанія	Частка на ринку
Arabian Oud (Arabian Oud Co)	Arabian Oud Co	24.2%
Al Qurashi (Abdul Samad Al Qurashi Co)	Abdul Samad Al Qurashi Co	7.5%
Deraah (Deraah Co)	Deraah Co	5.1%
Al-Majed for Oud	Al-Majed for Oud	4.6%
Dior (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA)	Christian Dior SA, Parfums	2.3%
Ajmal (Ajmal International Trading Co LLC)	Al Zaman Trading Co Ltd	1.8%
Mahmood Saeed (Mahmood Saeed Group)	Saudi Factory for Perfumes & Cosmetics Ltd	1.5%
Zohoor Al Reef (Zohoor Al Reef Co)	Zohoor Al Reef Co	1.4%
Chanel (Chanel SA)	Chanel SA	1.4%
Ibraheem AlQurashi (Ibraheem AlQurashi Perfumes LLC)	Ibraheem AlQurashi Perfumes LLC	1.1%
Rasasi (Rasasi Perfumes Industry LLC)	Rasasi Perfumes Industry LLC	1.1%
Інші	Інші	48.0%

ОАЕ

Бренд	Компанія	Частка на ринку
Al Qurashi (Abdul Samad Al Qurashi Co)	Abdul Samad Al Qurashi Co	12.8%
Arabian Oud (Arabian Oud Co)	Arabian Oud Co	9.7%
Ajmal (Ajmal International Trading Co LLC)	Ajmal International Trading Co LLC	5.4%
Rasasi (Rasasi Perfumes Industry LLC)	Rasasi Perfumes Industry LLC	3.8%
Versace (Euroitalia Srl)	Al Fahim Enterprises	1.5%
Prada (L'Oréal Groupe)	Prada SpA	1.4%
Burberry (Coty Inc)	Al Tayer Group	1.3%
Tom Ford (Estée Lauder Cos Inc)	Estée Lauder Middle East FZE	1.2%
Jo Malone London (Estée Lauder Cos Inc)	Estée Lauder Middle East FZE	1.1%
Victoria's Secret (Victoria's Secret & Co)	Victoria's Secret & Co	1.0%
Chanel Coco Noir (Chanel SA)	Chanel SA	1.0%
Arabian Oud Arabian Legend Silver (Arabian Oud Co)	Arabian Oud Co	1.0%
Інші	Інші	58.8%

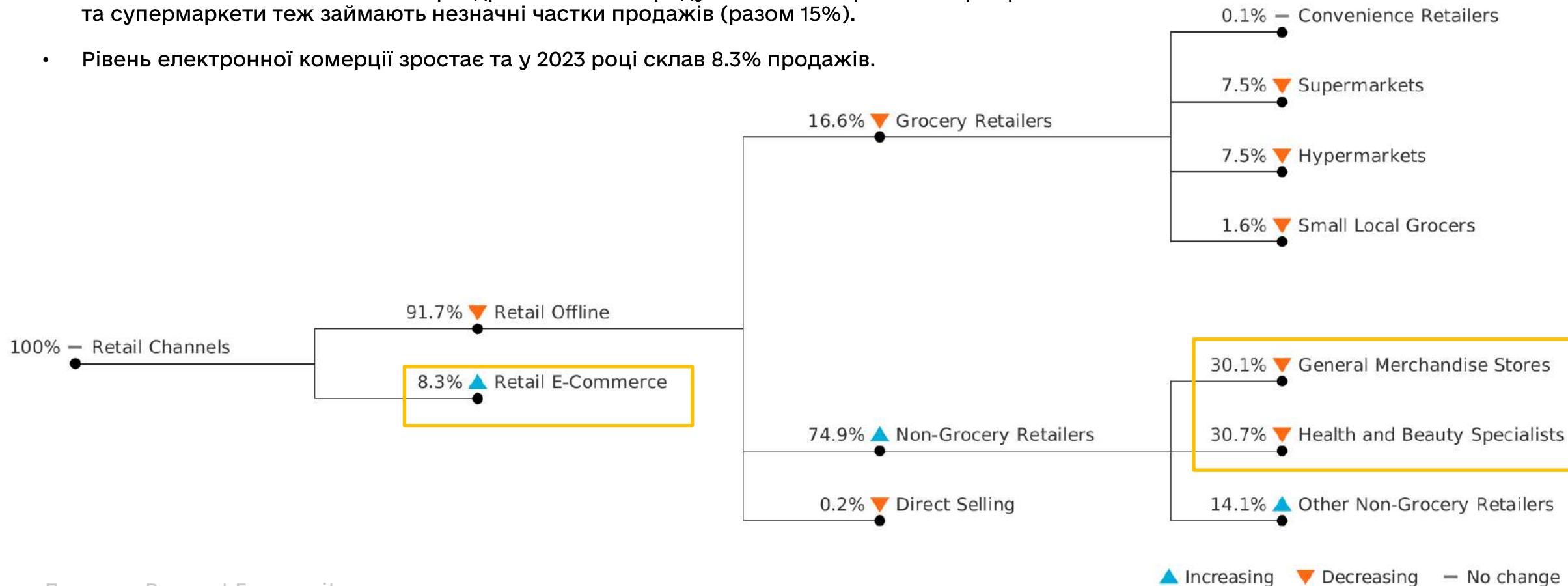
Канали продажів парфумів Саудівської Аравії

- Найбільше парфумів купується у спеціалізованих магазинах косметичних виробів (близько 73%).
- Рівень електронної комерції є низьким, лише 7% продажів.



Канали продажів парфумів ОАЕ

- Найбільше парфумів продається у спеціалізованих магазинах косметичних виробів та роздрібні точки непродуктових товарів (близько 61%).
- Також значні обсяги мають інші роздрібні точки непродуктовими товарами. Гіпермаркети та супермаркети теж займають незначні частки продажів (разом 15%).
- Рівень електронної комерції зростає та у 2023 році склав 8.3% продажів.



Магазини косметики

Саудівська Аравія

- kiehls.sa
- al-dawaa.com
- nahdionline.com
- sephora.sa
- niceonesa.com
- Nazih Cosmetics
- ذافيسشوب THE FACE SHOP
- BEAUTI
- Watsons KSA

OAE

- sephora.ae
- 6Skins
- Green Cosmetics AE
- Millia Cosmetics
- Nazih Cosmetics
- Watsons UAE
- Makeup UAE
- 117cosmeticshop.com
- Jashanmal

Кувейт

- My Colors by Jothen Cosmetics
- Nazih Cosmetics
- sephora.com.kw
- ALNASAEM
- Apotheca Beauty Assima Mall
- Kling
- Bloomingdales
- Makyajek
- The Curl Nation
- Beautica Cosmetics

Катар

- Beauty Booth QATAR
- Karisma Cosmetics
- Myriad Beauty
- sephora.qa
- AHMarket.Com
- Addoony Beauty
- Nature & Pure

Оман

- BEAUTY VILLAGE Azaiba
- Chic Essence Oman
- Bronze Bousher
- Ghazi Cosmetics
- وندروم لمستحضرات التجميل Wunderoom
- Skin Secrets
- Ghawy
- sephora.om
- OUNASS Oman

Бахрейн

- Sephora.bh
- Zavala Bahrain Cosmetics
- Loja Glamourosa
- Boots
- Asteri Beauty
- Belleza Beauty And Cosmetics
- Muji

نايس ون
NICE ONE



OUNASS



Місцеві виробники

PEACEFULL

Країна: OAE
Засновано у 2021 році.

BARKHA BEAUTY

Країна: OAE
Засновано у 2018 році.

YASKIN NATURAL

Країна: OAE
Засновано у 2021 році.

MARIAM EM

Країна: OAE
Засновано у 2022 році.

SKIN STORY

Країна: OAE
Засновано у 2021 році.

SHIFFA BEAUTY

Країна: OAE
Засновано у 2004 році.

IZIL BEAUTY

Країна: OAE
Засновано у 2012 році.

ASTERI

Країна: Саудівська Аравія
Засновано у 2023 році.

HAN MAKEUP

Країна: Саудівська Аравія
Засновано у 2015 році.

MOONGLAZE

Країна: Саудівська Аравія
Засновано у 2024 році.

ARCADIA

Країна: OAE
Засновано у 2015 році.

JUANA

Країна: OAE
Засновано у 2021 році.

GLOSSIC

Країна: OAE
Засновано у 2023 році.

K7L COSMETICS

Країна: Кувейт
Засновано у 2003 році.

GREEN BAR

Країна: Бахрейн
Засновано у 2012 році.

YOME NATURAL CARE

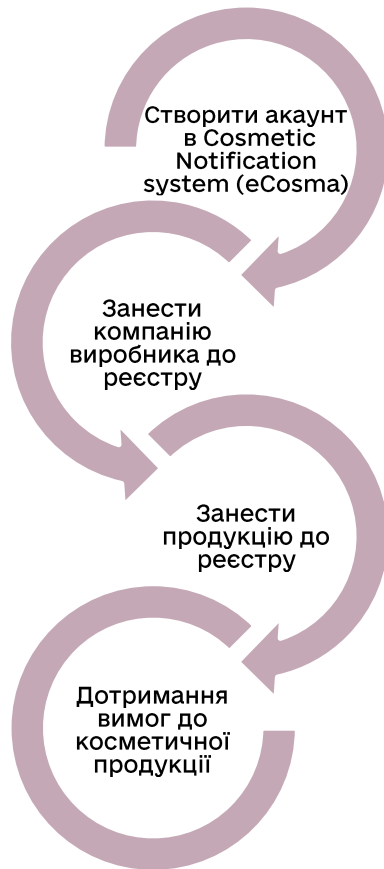
Країна: Оман
Засновано у 2019 році.



**Вимоги до косметичної продукції
у країнах Перської затоки**

Саудівська Аравія

Процес реєстрації товару в Cosmetic Notification system (eCosma)



Законодавство:

- Закон про косметику (Королівський указ No. М/49, від 7 квітня 2019 року)
- [Імплементативні положення](#) (Закон про косметику).

Реєстрація косметичної продукції в базі даних Управління з контролю за продуктами і ліками Королівства Саудівська Аравія [SFDA](#) через систему eCosma (Cosmetic Notification system) є обов'язковою вимогою надання на ринку косметичної продукції. Виконується імпортером або уповноваженим представником, якій має осідок в КСА.

Процедура реєстрації: створення облікового запису у системі eCosma, внесення даних про виробника косметичної продукції, реєстрація косметичних продуктів, дотримання вимог до продукції ([Керівництво КСА](#) з реєстрації косметичної продукції в Саудівській Аравії).

Увага! Реєстрація в eCosma не означає перевірку безпеки косметичної продукції.

Дотримання вимог до косметичної продукції:

1. Створення Інформаційного файлу про продукт (PIF) за вимогами стандарту SFDA.CO 6000:2020 Cosmetic products – Product Information File (PIF). Файл містить інформацію, що підтверджує безпеку косметичної продукції:

- Звіти про випробування.
- Звіти про безпеку косметичної продукції.
- Декларація відповідності постачальника.
- Списки інгредієнтів продукту.
- Документація системи управління якістю.
- Інші (за стандартом).

2. Перевірку косметичної продукції на відповідність стандартам та специфікаціям:

- GSO 1943: Safety Requirements of Cosmetics and Personal Care Products.
- GSO 2528: Cosmetic Products - Technical Regulation of Cosmetic and Personal Care Products Claim.
- Інші стандарти GSO та SFDA.

Стандарти та технічні специфікації можна придбати в онлайн-магазині [Standards Web Shop](#) (Sector -> Drugs, Application Mechanism -> Standard / Technical Specification).

3. При ввезенні продукції потрібно надати сертифікат відповідності (Certificate of Conformity) від [затвердженого SASO органу з оцінки відповідності](#). Сертифікат відповідності повинен бути запитаний імпортером через [платформу FASEH](#).

Сертифікат Halal не є обов'язковим для імпорту косметичної продукції, проте багато виробників прагнуть отримати її як зв'язок з культурним та релігійним життям споживачів. Схема сертифікації та акредитовані органи сертифікації - [SFDA Saudi Halal Center](#).

ОАЕ

- Виробництво, імпорт та продаж косметичної продукції суворо регулюється в ОАЕ, вимагаючи, щоб усі косметичні продукти були зареєстровані до того, як вони будуть надані на ринку.
- Косметична продукція повинна відповідати вимогам The Emirates Conformity Assessment Scheme (ECAS) для того, щоб товари були надані на ринку ОАЕ. Без сертифікату ECAS продукт не має права ввозитися в країну або розповсюджуватися.
- Подати заявку на отримання сертифікату ECAS можна на порталі е-послуг [MoIAT](#).
- Після отримання сертифікату ECAS косметичні продукти повинні бути зареєстровані як у відповідному муніципалітеті (в якому продукт планується продавати), так і в ESMA (Emirates Standardization and Meteorological Authority).
- Компанія, яка подає заявку на реєстрацію косметичної продукції, повинна мати місцеву комерційну ліцензію з діяльністю, пов'язану з реєстрацією косметики, або загальну ліцензію. Іноземна компанією має призначити місцеву зареєстровану компанію своїм представником в ОАЕ, щоб пройти процес реєстрації.

Схема реєстрації косметичної продукції



Документи для реєстрації косметичного продукту в ОАЕ:

- Чіткі фото (ілюстрації) продукту, які відображають інформацію про продукт.
- Сертифікат вільного продажу (Free Sales Certificate), отриманий в країні походження товару (видає ТПП України та регіональні ТПП).
- Звіт про інгредієнти, склад та концентрацію інгредієнтів, виданий виробником або власником бренду.
- Звіт про лабораторні випробування від акредитованої лабораторії (залежно від продукту).
- Звіт про безпечність (див. Додаток 3 Закону про косметику).
- Дотримання належної виробничої практики (відповідно до затвердженого стандарту UAE.S GSO ISO 22716 або будь-якої системи управління якістю, прийнятої ESMA).
- Сертифікат халяль від сертифікованого органу (необов'язково).
- Сертифікат відповідності (CoC).

Вимоги до продукції:

- [Закон про косметику](#) (Cabinet Decision No. 18 of 2014 on the UAE Regulation - the "Cosmetics Law").
- UAE.S GSO 1943: Safety Requirements of Cosmetics and Personal Care Products.
- UAE.S GSO 2528: Cosmetic Products - Technical Regulation of Cosmetic and Personal Care Products Claim.
- Списки інгредієнтів в цілому узгоджені з Регламентом ЄС № 1223/2009 щодо косметичної продукції, за винятком чотирьох конкретних інгредієнтів (включених до списку обмежень): альфа-гідроксикислоти; сечовина; вітамін А та його ефіри (ретинілацетат, ретинілпальмітат, цетилпіридинію хлорид).

Катар

Катар є країною Ради співробітництва арабських держав Перської затоки (GCC) та впроваджує принципи законодавства з безпечності косметичної продукції, які визначає Організація стандартизації Перської затоки (GSO).

- Косметична продукція повинна відповідати стандартам:
 - GSO 1943: Safety Requirements of Cosmetics and Personal Care Products.
 - GSO 2528/2016: Cosmetic products – Technical Regulation of Cosmetic and Personal Care Product Claims.
 - GSO ISO 22716 щодо належної виробничої практики (GMP).
- Катар має національну процедуру реєстрації косметичної продукції, яка вимагає:
 - Реєстрацію імпортера в МОЗ, Департамент лікарських препаратів та контролю за наркотиками ([MoPH](#)).
 - Заповнення форми, яка включає, зокрема, країну походження продукту, перелік інгредієнтів, інструкції щодо використання та зберігання продукту, інформація про будь-які побічні ефекти або застереження.
 - Після подання заяви комісія Департамент лікарських препаратів та контролю за наркотиками визначає класифікацію продукту та приймає рішення щодо необхідності реєстрації.
 - Залежно від класифікації та складу інгредієнтів приймається рішення про надання дозволів або звітів про лабораторні випробування.
 - Департамент лікарських препаратів та контролю за наркотиками зазвичай не проводить лабораторні дослідження зразків, наданих заявником, але може запросити зразки, якщо є підозри, що продукти можуть містити деякі інгредієнти, які заборонені в Катарі.

- Митне оформлення
 - Для митного оформлення косметичних продуктів імпортер повинен надати копію схвалення (реєстрації) продукту від Департаменту лікарських препаратів та контролю за наркотиками.
 - В деяких випадках (залежить від продукту) подається сертифікат відповідності продукту стандартам країн Перської затоки, виданий затвердженою лабораторією (акредитованим органом).
- Іноземні компанії можуть зареєструвати та продавати свою косметичну продукцію в Катарі, імпортуючи її через зареєстрованого місцевого агента, або безпосередньо, створивши юридичну особу в країні.



Джерело: [Zawya](#), [CnbcArabia](#), [SGS](#)



Бізнес



info@epo.org.ua

