



Годфри ТАУН,
председатель Home Use Devices (HUD)
Safety Group (Великобритания)

Рон ПЕТЕРСЕН,
партнер Longbow Capital LLP
(Великобритания)

Доминик дю КРЕСТ,
партнер Longbow Capital LLP
(Великобритания)

КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИЕ АППАРАТЫ ДЛЯ ДОМАШНЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Рынок косметологических аппаратов для домашнего использования развивается очень быстро, поэтому Годфри Таун, Рон Петерсен и Доминик дю Крест (рабочая группа компании Home Use Device) решили проанализировать его современное состояние и дать ему оценку

Рынок потребительских товаров для удаления волос в домашних условиях прошел длинный путь: от безопасной бритвы, домашней восковой депиляции и электродепиляторов до появления высокотехнологичных аппаратов на основе фототехнологий. Но у нас есть все основания предполагать, что это на самом деле только начало пути и в ближайшие годы рынок бьюти-девайсов для домашнего применения ожидает настоящий бум!

На сегодняшний день самой крупной нишей в сегменте аппаратов для домашнего использования остаются устройства для удаления волос. Однако уже появились и аппараты для борьбы со старением кожи, для коррекции фигуры, очищения кожи и лечения акне. В будущем многофункциональные устройства вполне могут стать нормой. Уже сейчас ведется активная работа в направлении создания домашнего оборудования для лечения кожных заболеваний, например экземы и актинического кератоза.

Что это означает для предприятий индустрии красоты и специалистов – врачей-дерматологов и косметологов? Ожесточение конкуренции или возможность занять лидирующие позиции в борьбе за деньги клиентов? Сейчас сложно ответить на этот вопрос, но в целом очевидно, что всем специалистам пора четко обозначить свою позицию на рынке и самим формировать свою судьбу.

ТЕКУЩИЙ ОБЗОР РЫНКА

В конце 2013 года компании Unilever и Syneron Medical объявили о создании совместного предприятия – компании Illuminage Beauty, которая будет специализироваться именно на производстве бьюти-девайсов для домашнего использования. Мы расцениваем это событие как поворотный момент в развитии индустрии косметологических аппаратов для домашнего использования. **Но для лучшего понимания текущей ситуации предлагаем вспомнить, где мы были всего пару лет назад:**

- **Palomar** (США), один из сильнейших игроков на рынке аппаратных бьюти-технологий, заключил соглашение с **Gillette** по созданию домашних устройств для удаления волос, параллельно развивая направление домашних устройств для омоложения кожи.
- **Syneron** (Израиль), помимо расширения своего ассортимента профессиональных аппаратов, начал разрабатывать оборудование для домашнего удаления волос и запустил его под брендом MeMyElos. В 2007 году Syneron подписал с компанией **Procter & Gamble** эксклюзивное соглашение, направленное на развитие высокотехнологичных устройств для омоложения кожи в домашних условиях.
- В 2009 году **Unilever** подписал долгосрочный контракт с **Cynosure** (США) по совместной разработке домашних аппаратов для уменьшения выраженности морщин.
- В **Philips** приступили к реализации долгосрочного научно-исследовательского проекта, в ходе которого изучался потенциал использования фототехнологий в домашних аппаратах по уходу за кожей. Итогом этого проекта стал выпуск в 2008 году аппарата для домашнего удаления волос Lumea, а в 2010–2011-м – аппарата для омоложения кожи RéAurа.
- В 2003 году была основана компания **Tria Beauty** (США), которая спустя два года презентовала в Японии собственный аппарат для удаления волос в домашних условиях, а в 2008 году получила одобрение FDA.
- В 2009 году свою систему по удалению волос в домашних условиях выпустил **Remington** (США).
- В 2012 году с IPL-системой для домашнего применения вышла на рынок **Groupe SEB** (Франция).
- Испанская группа компаний **Dezac** выпустила свой первый аппарат для домашней эпиляции в 2006 году.
- **Radiancy** (Израиль) в 2008 году запустил свою разработку в области



домашней эпиляции No!No!Hair. Благодаря цене 200 долларов и широкой ТВ-рекламе в формате «магазин на диване» продукт быстро стал хитом продаж. На сегодняшний день во всем мире продано более 5 млн единиц, несмотря на недавно опубликованные клинические доказательства того, что устройство является неэффективным.

Что изменилось с тех пор?

- В 2013 году американский гигант **Cynosure** купил компанию Palomar Medical.
- **Unilever** объявил о создании совместного предприятия с **Syneron** – теперь все девайсы для домашнего использования, производимые Syneron'ом, будут продаваться через данное предприятие.
- В **Philips** создали новое отдельное подразделение Philips Light & Health, которое будет специализироваться в разработке новых фототехнологий.
- **Radiancy** стала глобальным игроком, проведя несколько лет назад процесс обратного поглощения компании **Photomedex**.

Рынок товаров для удаления волос в домашних условиях прошел длинный путь: от безопасной бритвы, домашней восковой депиляции и электродепиляторов до появления высокотехнологичных аппаратов на основе фототехнологий. И это только начало!



Лидером продаж на рынке косметологических аппаратов для домашнего использования являются США с долей рынка 40%. Далее следуют страны Азии (35%) и Европы (15%)

В 2012 году Kline & Company продемонстрировали устойчивый рост (+20%) на мировом рынке косметологических девайсов для домашнего использования, достигнув общего годового дохода 1,3 млрд долларов [1]. Поставим эту цифру в контекст: глобальный рынок товаров по уходу за кожей (без учета средств гигиены) оценивается в 130 млрд долларов, так что доля рынка в 1% – это прекрасный потенциал.

Если же анализировать мировой рынок косметологических аппаратов для домашнего использования в целом, то лидером продаж являются США с долей рынка 40%. Далее следуют страны Азии (35%) и Европы (15%).

Глобальные, региональные и локальные бренды сегодня борются за лидерство, но ожидается, что уже через пару лет глобальные компании займут лидирующие позиции. В Азии, например, уже сейчас более чем две трети рынка принадлежит японским компаниям MTG и Ya-man. А Китай переживает исключительный рост рынка (+100% в 2012 году), судя по данным глобального игрока Nu Skin.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Хотя в целом рынок товаров по уходу за кожей продолжает демонстрировать стабильный рост, самые большие доходы имеют люксовые бренды. Поэтому для производителей девайсов для домашнего использования будет целесообразно сосредоточиться на инновациях и качестве выпускаемой продукции, одновременно следя за ее эффективностью и безопасностью.

Предполагается, что новые высокотехнологичные продукты могут стать драйверами рынка в ближайшее время, поскольку их возможности по удовлетворению эстетических требований покупателей практически неограниченны. Многообещающие тенденции в этой сфере – это разработки для лечения конкретных заболеваний, появление многофункциональных устройств и возможности для роста в мужской категории рынка. В долгосрочной перспективе развитию этого направления будет способствовать расширение ассортимента и разнообразный дизайн устройств. Эффективная диджитал-стратегия для поддержания прямой связи с потребителями, разветвленная дистрибьюторская сеть, сочетающая офлайн- и онлайн-продажи, и, конечно же, профессиональная поддержка будут способствовать успеху розничных продаж.

А ЧТО ГОВОРЯТ ПРОФЕССИОНАЛЫ?

Многие ведущие дерматологи положительно относятся к тому, что интерес потребителей к медицинскому оборудованию для домашнего применения растет, так как, по их мнению, это косвенно способствует привлечению новых клиентов в их косметологические кабинеты и клиники. Если не относиться к домашним девайсам как к конкурентам салонных процедур, то их использование может стать стимулом для многих потребителей к дальнейшему обращению за помощью к профессионалам. Кроме того, возможности девайсов для домашнего ухода можно использовать в качестве поддерживающей терапии в перерывах между салонными процедурами, – соответственно, это может быть хорошим инструментом для косметологов в деле поддержания долгосрочных отношений с пациентами.

Вместе с тем некоторые опасения высказываются по поводу отсутствия конкретных стандартов безопасности и законодательных норм, регламенти-

рующих использование медицинских девайсов для домашнего применения. В первую очередь подчеркивается потенциальный риск для глаз, возможность повреждения кожи из-за неправильной эксплуатации устройств. В связи с этим Европейская ассоциация лазерной дерматологии (European Society for Laser Dermatology) недавно опубликовала рекомендации по безопасности оборудования на основе фототехнологий для домашнего удаления волос [2]. Эти рекомендации декларируют необходимость контролировать изменения на рынке и закрепить нормы безопасности для всех имеющихся косметологических устройств для домашнего применения. Чтобы соответствовать этим рекомендациям, производители должны будут проводить клинические испытания эффективности и безопасности своего оборудования перед выпуском на рынок.

Недавно был опубликован обзор испытаний фотоэпиляторов для домашнего применения, причем авторы нашли только семь перспективных исследований, среди них только одно было контролируемым, не было ни одного рандомизированного [3]. Авторы обзора делают вывод, что протестированные устройства продемонстрировали краткосрочную эффективность и что необходимы дальнейшие исследования в отрасли, которые смогут подтвердить полученные результаты и установить частоту нежелательных явлений в отдельных группах пациентов. Долгосрочные эпидемиологические исследования должны продемонстрировать профиль безопасности домашних девайсов в реальных условиях эксплуатации.

РЕГУЛЯТОРНАЯ СРЕДА

С момента появления первых лазеров и IPL-устройств для домашнего использования производители опирались на существующие международные стандарты и национальные нормы в отношении бытовых электрических приборов, чтобы соответствовать тре-

бованиям безопасности. Поскольку какие-либо специальные нормы разработаны не были, в Европейском союзе делала ставку на соблюдение Генеральной директивы по безопасности продуктов (General Product Safety Directive – GPSD), законодательства электромагнитной совместимости (EMC) и международных стандартов, регламентирующих производство бытовых и аналогичных электроприборов (например, Международной электротехнической комиссии (IEC), объединяющей 60 335 стандартов).

В США ради получения одобрения FDA производители домашних медицинских девайсов придерживаются существующих лазерных стандартов – в тех пределах, в которых они могут быть применимы к домашним устройствам. К ним относятся стандарты IEC 60825-1 и IEC 60601, которые были разработаны для профессионального медицинского, стоматологического, диагностического и косметического электрооборудования.

Встроенные лазеры: класс 1С

Как и профессиональные устройства, домашние лазеры имеют лимит

Международная электротехническая комиссия определила новую категорию лазеров – класса 1С, который может быть применен для лазерных систем, предназначенных для применения в домашних условиях

количества вспышек, вследствие чего их причисляли к классам лазерной опасности 3А, 3В или 4. Но из-за особенностей конструкции домашние девайсы не могут быть источником опасного излучения, если аппарат не находится в непосредственном контакте с кожей. Естественно, без возможности контроля «свободного» излучения современные стандарты бессмысленны. Поэтому Международная электротехническая комиссия в своем проекте изменений к стандарту IEC 60825-1 (Безопасность лазерных устройств.





На сегодняшний день имеется лишь несколько доступных отчетов об осложнениях после использования девайсов для домашнего применения, хотя продано уже сотни тысяч единиц

Часть 1: классификация и требования к оборудованию) определила новую категорию лазеров – класса 1С, который может быть применен для лазерных систем, предназначенных для проведения процедур по уходу за кожей в домашних условиях.

В стандарте IEC 60825, определяющем требования для лазеров класса 1С, четко говорится, что если оборудование технически не способно предотвращать попадание излучения в окружающее пространство или является потенциально опасным для глаз, то классификация лазера классом 1С не допускается. Обычный класс 1С лазерной продукции охватывает только то оборудование, которое предназначено для домашнего использования, удаления волос, омоложения кожи, уменьшения выраженности морщин и проявлений акне.

Международная электротехническая комиссия также начала разрабатывать проект вертикального стандарта IEC 60335-2-xx (Бытовые и аналогичные электрические приборы. Безопасность. Часть 2-xx. Особые требования для косметологических и эстетических

приборов, в том числе для лазеров и интенсивных источников света), которым предусматривается новая классификация лазерных устройств и описываются конструктивные особенности, технические меры защиты, блокировок, которыми должны обладать устройства класса 1С.

Появление класса 1С для лазеров открывает рынок для новых продуктов, предлагаемых производителями фотооборудования. Этот процесс абсолютно обоснован, поскольку лазерная техника, относящаяся к классу опасности 3 или 4, может рассматриваться как очень опасная для глаз, следовательно, подвергается жесткому регулированию.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗА ПРЕДЕЛАМИ ЕС И США

Австралия и Новая Зеландия при выпуске на рынок косметологических девайсов для домашнего использования руководствуется теми же правилами и нормами, что и Европейский союз. Но на большинстве других рынков эти нормы не учитываются.

Например, японские производители выпускают большое количество

домашних девайсов на основе световых технологий, продавая их как на внутреннем рынке, так и экспортируя в другие страны. Однако законодательное регулирование этой отрасли в Японии в лучшем случае можно назвать неоднозначным: есть много разных точек зрения касательно использования домашних фотодевайсов, но они не подкреплены какими-либо значимыми законодательными актами или рекомендациями профильных министерств. Несмотря на многочисленные сообщения в СМИ и на национальных медицинских конференциях насчет неблагоприятных последствий использования такого оборудования, в Японии с 1999 по 2003 год было зафиксировано только семь жалоб потребителей, связанных с использованием домашних девайсов для удаления волос.

ВЫВОДЫ

Мы имеем дело с новым и быстроразвивающимся рынком, емкость которого с каждым годом увеличивается на миллиарды долларов. Категория косметологического оборудования для домашнего использования полностью отвечает требованиям современных потребителей. Тем не менее бесконтрольное использование новых высокотехнологичных продуктов, предназначенных для домашнего использования, вызывает определенные опасения в отношении здоровья. И стандарты безопасности, кажется, несколько отстали от развития рынка. ■