



ZAŁĄCZNIK 2

Do Regulaminu Badania „Perły Rynku Kosmetycznego 2020”

LISTA KATEGORII

1. Kosmetyki pielęgnacyjne do twarzy (kremy do twarzy na dzień, na noc i pod oczy)
2. Kompleksowa pielęgnacja twarzy (serum, maski, maseczki, glinki, olejki)
3. Maski na tkaninach
4. Kosmetyki i akcesoria do demakijażu (mleczka, toniki, płyny micelarne, chusteczki, płatki)
5. Pielęgnacja jamy ustnej
6. Kosmetyki ochrony przeciwsłonecznej
7. Kosmetyki do ciała (balsamy, maśła, olejki, peelingi, inne)
8. Kosmetyki modelujące do ciała (wyszczuplające, antycellulit)
9. Kosmetyki do pielęgnacji dłoni i stóp
10. Kosmetyki do kąpieli i pod prysznic
11. Produkty do higieny intymnej (żele, płyny, chusteczki odświeżające)
12. Dezodoranty i antyperspiranty damskie
13. Dezodoranty i antyperspiranty męskie
14. Wody toaletowe i perfumowane damskie
15. Wody toaletowe i perfumowane męskie
16. Kosmetyki do mycia i pielęgnacji włosów damskie i rodzinne (szampony, odżywki, maski, olejki)
17. Kosmetyki do stylizacji włosów
18. Kosmetyki do koloryzacji włosów
19. Tusze, odżywki i produkty do stylizacji rzęs
20. Kosmetyki do stylizacji i koloryzacji brwi
21. Kosmetyki do makijażu oczu (cienie do powiek, kredki do oczu i eyelinery)
22. Kosmetyki do ust (szminki, pomadki, błyszczki, peelingi, olejki)
23. Fluidy, pudry, bazy pod makijaż, kremy BB
24. Produkty do konturowania twarzy (bronzery, rozświetlacze, korektory)
25. Zdobienie paznokci (lakiery, emalie, szablony, sztuczne paznokcie, top coats)
26. Lakiery hybrydowe
27. Pielęgnacja paznokci odżywki, oliwki do paznokci, kremy do skórek, akcesoria)
28. Kosmetyki do golenia i po goleniu dla mężczyzn
29. Kosmetyki pielęgnacyjne dla mężczyzn (kremy, balsamy, szampony, żele pod prysznic)
30. Produkty do pielęgnacji dzieci (kremy, chusteczki, inne)
31. Kosmetyki apteczne – kosmetyki do twarzy
32. Kosmetyki apteczne – kosmetyki do włosów
33. Kosmetyki apteczne – kosmetyki do ciała
34. Kosmetyki naturalne certyfikowane
35. Kosmetyki w trendzie eko
36. Innowacja roku (istotna jest przełomowa funkcja, technologia, cecha, która decyduje, że produkt spowodował przełom na rynku, np. zapoczątkował istnienie, bądź istotnie zmienił oblicze kategorii, kreował trendy)

37. Najbardziej perspektywiczny debiut
38. INNE (produkty niemieszczące się w pozostałych kategoriach – prosimy o kontakt z organizatorem)