

## Promocja eksportu przenosi się do wirtualnego świata. Czy polskie firmy będą na to gotowe?

data aktualizacji: 2020.07.13



**Blisko połowa firm kosmetycznych prognozuje, że powrót na niektóre z dotychczasowych rynków eksportowych może być trudny. Pomóc może udział w wirtualnych edycjach znanych targów branżowych. Jednak, aby polskie przedsiębiorstwa były na nich widoczne, potrzebne jest finansowe wsparcie agend rządowych - pisze „Puls Biznesu”, powołując się na opinię Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego.**

Końcówka ubiegłego roku i początek obecnego zapowiadały szybki rozwój eksportu polskiej branży kosmetycznej. Co drugi kosmetyk produkowany w Polsce trafiał na eksport do jednego ze 160 krajów. Po brexicie branża awansowała z szóstego miejsce w Unii Europejskiej na pozycję piątą.

Jednak lockdown światowej gospodarki sprawił, że polska branża kosmetyczna zderzyła się z licznymi przeszkodami. Jedną z najbardziej odczuwalnych był brak etanolu skażonego, niezbędnego do produkcji żeli antybakteryjnych czy środków biobójczych. Na ich produkcję przestawiło się odpowiednio 31 i 11 proc. firm - podaje „Puls Biznesu” (PB).

Obecnie blisko połowa polskich firm kosmetycznych przewiduje, że będzie miała trudności z przywróceniem dawnego poziomu eksportu - wynika z badania przeprowadzonego przez Polski

Związek Przemysłu Kosmetycznego, na które powołuje się „PB”. Obawy te najczęściej wyrażają firmy małe i największe (z obrotami powyżej 50 mln euro) oraz te, które przeznaczają na eksport nie więcej niż 1/3 swoich produktów. 20 proc. liczy na szybki powrót sytuacji sprzed pandemii. 14 proc. uważa, że odbudowa eksportu będzie możliwa tylko z pomocą agend rządowych, gwarancji finansowych i ubezpieczeń. Na taką pomoc liczą zwłaszcza firmy średnie (26 proc.).

Producenci przyznają, że powoli eksport rusza. Największe pobudzenie widać na rynkach azjatyckich. Zdecydowanie gorzej wygląda sytuacja w Europie. Kraje Unii nadal bowiem mierzą się z pandemią i nie są pewne co przyniosą kolejne tygodnie – pisze „PB”.

Produkty, które sprzedają się najlepiej to wciąż preparaty antybakteryjne i biobójcze. Natomiast najsilniejsze spadki odczuwają kosmetyki do makijażu.

Największą przeszkodą, która może w tym roku zaszkodzić rozwojowi polskiego eksportu jest odwołanie międzynarodowych imprez targowych, takich jak Cosmoprof w Bolonii – pisze „PB”. – *Tradycyjne imprezy targowe przechodzą do świata digitalowego. W związku z tym konieczne jest wypracowanie nowych rozwiązań, które umożliwią zagranicznym kontrahentom dotarcie do polskich firm* – mówi **Blanka Chmurzyńska-Brown**, dyrektor PZPK cytowana przez „PB”.

Zwraca uwagę, że nowe narzędzia cyfrowe są kosztowne, więc branża liczy na wsparcie rządu. Jedną z propozycji jest stworzenie wirtualnego katalogu polskich producentów. Dzięki niemu cudzoziemcy za sprawą kilku kliknięć mogliby znaleźć wszystkie polskie firmy produkujące np. szampony czy kosmetyki do pielęgnacji ciała – czytamy w „PB”.

Nie wiadomo jednak czy Ministerstwo Rozwoju przekaże środki na taką formę promocji. Tłumaczy bowiem, że finansowanie promocji eksportu odbywa się w większości z pieniędzy unijnych, co oznacza konieczność zachowania ustalonych wcześniej reguł. Zapewnia jednak równocześnie, że prowadzone są rozmowy na temat udziału polskich firm w targach wirtualnych. W koncepcji tego udziału wyraźnie wskazane zostały takie aspekty, jak zwiększenie widoczności polskich marek i stworzenie polskiej strefy wirtualnej skupiających polskich przedsiębiorców.

- *Będziemy dalej pracować nad udoskonaleniem koncepcji udziału branży kosmetycznej w targach wirtualnych WeCosmoprof w Bolonii* – zapewnia resort.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/promocja-eksportu-przenosi-sie-do-wirtualnego-swia,65528>