

## [FBK 2021] Kolejni Partnerzy dołączają do Forum Branży Kosmetycznej 2021 Piękno z natury

data aktualizacji: 2021.05.11



**Firmy Dermena, HemPoland, Herbapol-Polana, TAAT, Berani, Lirene to pierwsi Partnerzy Forum Branży Kosmetycznej 2021, które odbędzie się już 22 czerwca br. pod hasłem: Piękno z natury. Patronat handlowy nad wydarzeniem objęły już sieci drogeryjne Hebe, Super-Pharm, Natura, Drogerie Polskie, Jasmin, Koliber, Drogerie Vica, Drogerie Jawa, a patronat branżowy największe organizacje skupiające firmy z sektora kosmetycznego i detergentowego.**

[Dermena](#), [HemPoland](#), [Herbapol-Polana](#), [TAAT](#), [Berani](#), [Lirene](#) to pierwsze firmy, które nam zaufały i dołączyły do grona Partnerów Forum Branży Kosmetycznej 2021. Wiosenna edycja konferencji odbędzie się online już 22 czerwca br. pod hasłem *Piękno z natury*. Za chwilę przedstawimy Państwu kolejne firmy i marki, które przyłączyły się do projektu.

### **DOŁĄCZ DO GRONA PARTNERÓW**

Patronat handlowy nad wydarzeniem objęły sieci drogeryjne: Hebe, Super-Pharm, Natura, Drogerie Polskie, Jasmin, Koliber, Drogerie Vica, Drogerie Jawa.

Patronat branżowy sprawują Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego Kosmetyczni.PL oraz Polskie Stowarzyszenie Przemysłu Kosmetycznego i Detergentowego.

Dla przedstawicieli handlu udział w konferencji jest bezpłatny. Dla producentów i usługodawców przygotowaliśmy atrakcyjne ceny wejściówek i pakietów współpracy.

## ZAREJESTRUJ SIĘ

W programie Forum znajdzie się szereg interesujących prelekcji dotyczących rozwoju rynku kosmetycznego, a jego głównym motywem będzie najsilniejszy trend - ekologii, zrównoważonego rozwoju i powrotu do natury.

*Trendy naturalne motorem napędowym rynku kosmetycznego.* MAGDALENA PIWKOWSKA, Trends & Content Development Leader, NielsenIQ, MICHAŁ RUDECKI, Client Director, Beauty & Home Care, Nielsen Polska

*Green claims a greenwashing - gdzie przebiega cienka granica w komunikacji produktu?* dr inż. JUSTYNA ŻERAŃSKA, Regulatory Affairs Manager, Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, KosmetyczniPL

*Kierunek eksport: Czy naturalne produkty są szansą na sukces eksportowy?* MAJA JUSTYNA, Manager, Centrum Obsługi Przedsiębiorstw, Polska Agencja Inwestycji i Handlu

*Co w trawie piszczy? Jakie czynniki wpłyną na dalszy rozwój rynku produktów naturalnych?* KAMILA STAŃCZYK, Prezes, Eco&More

*Nowe potrzeby konsumentów. Holistyczna pielęgnacja prosto z natury.* DIANA WASILEWSKA, Beauty Category Manager, Herbapol Polana, „Herbapol-Lublin” S.A

*CBD wszechstronny składnik z wielkim potencjałem. Wykorzystanie CBD w przemyśle kosmetycznym.* TOMASZ KEMPA, Dyrektor Sprzedaży, HemPoland

*Oczyszczanie włosów z wykorzystaniem składników pochodzenia naturalnego - aktualne wyzwania producentów szamponów.* ANNA ZWOLIŃSKA, dyrektor ds. rozwoju nowych produktów, Pharmena SA

Debata: *Zielony konsument. Strategie dla marek eko w sieciach handlowych*

BARBARA GOŹDZIKOWSKA, Prezes Zarządu, Drogerie Natura; ADAM KOŁODZIEJCZYK, Prezes Zarządu, Super-Pharm Poland; EDYTA KRESIŃSKA, Doradca Zarządu ds. Marketingu, Drogerie Jawa

## **Świadoma konsumpcja**

Z raportu firmy Nielsen "Breakthrough Innovations" - cyklicznej analizy nowości wprowadzanych w Europie, Stanach Zjednoczonych i w Azji - wynika, że coraz więcej innowacji w sektorze FMCG jest utrzymanych w trendzie świadomej konsumpcji. To produkty wegańskie, roślinne, z czystym składem, krótką etykietą, odpowiadające na potrzebę zrównoważonego rozwoju i dbania o środowisko. W samej edycji europejskiej raportu z 2020 r. 52 proc. nowości odwołuje się do tych wartości, w 2019 r. było to 26 proc. Przyjemne, dobre dla mnie, a jednocześnie dobre dla Ziemi - takich innowacji poszukują konsumenci.

## **Sklepy szukają ekologicznych produktów**

Segment kosmetyków naturalnych rośnie szybciej niż cały rynek. I to te produkty ciągną go w górę. Umacnia się kategoria kosmetyków wegańskich. Pandemia przyspieszyła te zjawiska. Według danych

GfK Polonia udział kosmetyków naturalnych w rynku tylko w miesiącach styczeń-czerwiec 2020 wzrósł o 40 proc. rok do roku, a wydatki na nie o 39 proc. osiągając wartość 194 mln zł. Również ekologiczne środki czystości zdobywają coraz większe grono odbiorców. Sklepy i sieci handlowe poszukują takich produktów, o czym świadczą działania wiodących detalistów, którzy tworzą „zielone strefy”, poszukują nowych, ciekawych, ekologicznych marek.

### **Zwrot ku roślinnym składnikom**

Głównym motywem przewodnim czerwcowej edycji Forum Branży Kosmetycznej 2021 będzie natura. Nie oznacza to, że ograniczamy się wyłącznie do kosmetyków naturalnych, jednak chcemy zwrócić uwagę na to, że zwrot ku roślinnym składnikom jest faktem, a troska o środowisko, poszanowanie zwierząt stają się dla nas wszystkich coraz ważniejsze. Chcemy ocalić Ziemię i zostawić ją w dobrym stanie dla kolejnych pokoleń. Nawet jeśli naszym wkładem w to miałyby być tylko lub aż kupowanie produktów, przy produkcji których nie ucierpiały zwierzęta i podanych w ekologicznych opakowaniach. Wszyscy jesteśmy konsumentami i wszyscy w życiu prywatnym i w biznesie decydujemy o tym, jak będzie wyglądał nasz świat.

### **Wskazujemy trendy**

[Forum Branży Kosmetycznej](#) ma niezmiennie trzy główne cele – dostarczyć wiedzę, łączyć biznesy, stymulować sprzedaż. W tym roku, korzystając z zasięgów i możliwości, jakie daje formuła online, zapraszamy Państwa na prezentacje nowości w duchu naturalnym, eko i wege marek świetnie znanych, ale także takich, które są zupełnie nowe i wnoszą na rynek innowacyjne rozwiązania. Producenci mają okazję zaprezentować swoje marki i produkty poprzez wykłady i podczas wywiadów z dziennikarzami Wiadomości Kosmetycznych. My gwarantujemy, że nagłośnimy te działania korzystając z naszych narzędzi – gazety i portalu, a także z mediów społecznościowych. Handel ma okazję poznać nowe marki i produkty, wzbogacić półki o nowości kosmetyczne zgodne z naturalnym trendem oraz skorzystać ze specjalnych rabatów przygotowanych przez Partnerów na zakupy tylko tego dnia.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/fbk-2021-kolejni-partnerzy-dolaczaja-do-forum-bran,67644>