

## Podpisano nowe porozumienie, które wesprze eksport polskich kosmetyków

data aktualizacji: 2022.01.18



**PAIH, Kosmetyczni.pl i ACA podpisały porozumienie o współpracy, które ma stworzyć nowe możliwości eksportu dla branży kosmetycznej na rynek państw ASEAN. Dziś, 18 stycznia 2022 roku prezes Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu Krzysztof Drynda, dyrektor generalna Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego Blanka Chmurzyńska-Brown oraz przewodnicząca ASEAN Cosmetics Association (ACA) Lee Pang podpisali memorandum o współpracy pomiędzy organizacjami.**

Współpraca PAIH, PZPK i ACA otwiera nowe możliwości dla polskich produktów na rynkach Azji Południowo-Wschodniej. Tamtejsi konsumenci już czekają na polskie kosmetyki o unikalnych recepturach, wyroby ekologiczne bazujące na składnikach organicznych oraz produkty halal – czytamy w komunikacie.

Azja to największy rynek kosmetyków na świecie generujący ok. 38 proc. przychodów ze światowej sprzedaży. Pandemia COVID-19 wpłynęła na ograniczenie sprzedaży kosmetyków w sklepach stacjonarnych. Organizacje widzą szansę dla polskich producentów w eksporcie do państw regionu ASEAN.

**Region ASEAN - warto wiedzieć**

Kraje Azji Południowo-Wschodniej wraz ze wzrostem populacji oraz zamożności obywateli stają się głównym motorem napędzającym sprzedaż kosmetyków i produktów do higieny osobistej w regionie Azji i Pacyfiku. W 2019 roku sektor ten osiągnął w ASEAN wartość 5,9 mld dolarów. Zgodnie z prognozami, do 2027 roku jego wartość wyniesie 8,4 mld dolarów.

W Azji Południowo-Wschodniej uwidaczniają się ponadto nowe trendy, a wraz z rozwojem gospodarki zmianom ulegają preferencje zakupowe klientów. Pomimo silnej obecności na rynku uznanych marek kosmetycznych, coraz większą popularność zyskują marki niszowe, ale nowatorskie. Klienci poszukują kosmetyków przyjaznych środowisku, w tym bazujących na składnikach organicznych. Szczególnym zainteresowaniem cieszą się produkty przeznaczone do pielęgnacji skóry i włosów, a także dla dzieci. Silny wzrost sprzedaży odnotowują kosmetyki z certyfikatem halal, chroniące przed słońcem oraz kosmetyki dla mężczyzn.

Mimo stabilnego rozwoju sektora kosmetycznego, wejście na rynki Azji Południowo-Wschodniej wymaga odpowiedniego przygotowania oraz długofalowej strategii ekspansji, w tym znaczących nakładów na promocję marki i produktów. Wyzwaniem dla polskich kosmetyków jest m.in. silna konkurencja ze strony lokalnych, azjatyckich marek, w tym przede wszystkim japońskich i koreańskich producentów.

Szanse polskich firm na tamtejszym rynku wzmacnia jednak dynamiczny rozwój handlu elektronicznego w regionie. Sprzedaż internetowa staje się głównym kanałem dystrybucji produktów kosmetycznych – już teraz produkty z segmentu beauty są najczęściej kupowanym rodzajem produktów w kanałach e-commerce. Polskie marki kosmetyczne z sukcesami rozwijają sprzedaż w Azji, w tym Azji Płd.-Wsch., chociażby w Wietnamie, Malezji, Singapurze czy na Filipinach.



**[Przeczytaj również: Polskie firmy kosmetyczne mają ogromny potencjał eksportowy. Podsumowanie Regional Cosmetics Forum PAIH](#)**

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/podpisano-nowe-porozumienie-ktore-wesprze-eksport-,69097>