Akceptuję
W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczone w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. Więcej szczegółów w naszej Polityce Prywatności

Targi CosmeticBusiness umacniają pozycję lidera

W dniach 13 - 14 czerwca w Monachium odbyła się kolejna edycja najważniejszych na rynku niemieckim targów dostawców dla przemysłu kosmetycznego. W tym roku po raz pierwszy targi CosmeticBusiness organizowane były przez nowego właściciela - Leipziger Messe GmbH. Miniona edycja zachowała swoją klasyczną koncepcję.

Jako impreza B2B skierowana była m.in. do producentów i dystrybutorów surowców, producentów kontraktacyjnych, technologów, producentów opakowań, maszyn i usług dla branży. Zdaniem wystawców tegoroczna edycja była bardzo udana, szczególnie doceniano profesjonalizm odwiedzających, jakość przeprowadzonych rozmów oraz stronę organizacyjną. Sukcesem nowego właściciela było podniesie międzynarodowego charakteru targów. W porównaniu do ubiegłorocznej edycji znacznie wzrosła liczba zarówno wystawców, jak i odwiedzających spoza Niemiec.

„Naszym założeniem była kontynuacja przyjętej przez poprzedniego organizatora koncepcji targów B2B, co zostało docenione przez całą branżę. Rozmowy z wystawcami potwierdziły nasze obserwacje - podczas targów zauważalna była wyższa frekwencja odwiedzających. Liczba gości targowych szła w parze z jakością rozmów prowadzonych na stoiskach. Wśród odwiedzających większość stanowiły osoby decyzyjne w swoich firmach, których celem było zdobycie informacji o trendach i produktach dedykowanych branży kosmetycznej. CosmeticBusiness odniosły duży sukces na branżowej, międzynarodowej arenie, stając się tym samym naszym sukcesem", mówi Markus Geisenberger, Prezes Zarządzający Targów Lipskich GmbH.

Profesjonalnie i międzynarodowo

Aż 24% odwiedzających stanowili przedstawiciele branży spoza Niemiec, głównie z Austrii, Szwajcarii, Włoch, Francji, Holandii, Hiszpanii i Polski. Godnym podkreślenia jest fakt, że 87% wszystkich odwiedzających to osoby zaangażowane w procesy decyzyjne w firmach, które reprezentują. Mario De Luigi, CEO w firmie B. Kolormakeup & Skincare tak reasumuje swój udział: „Bardzo cenimy targi CosmeticBusiness w Monachium. To impreza na najwyższym światowym poziomie, odwiedzana przez najważniejsze osoby z branży, zaś kwestie organizacyjne są dopięte na ostatni guziki."

Największym zainteresowaniem wśród odwiedzających cieszyła się oferta opakowań, produkcji kontraktacyjnej oraz surowców. Z przeprowadzonej podczas targów ankiety wynika, że głównymi założeniami obecności w Monachium było „poznanie ogólnej sytuacji na rynku", „poznanie aktualnych trendów w branży oraz zorientowanie się w ofercie konkretnych produktów i usług", „podtrzymanie istniejących kontaktów handlowych" oraz „nawiązanie nowych kontaktów handlowych". Dla 88% respondentów pobyt na targach okazał się sukcesem, 94% planuje powrót w przyszłym roku, a 95% poleci CosmeticBusiness znajomym z branży.

Melanie Rusch, członek zarządu firmy Togal-Werk AG potwierdza wyniki ankiety: „Cały dzień spędziłam na targach i jestem pod dużym wrażeniem ich profesjonalizmu. To najważniejsza platforma wymiany poglądów, kontaktów oraz konkretnych rozmów biznesowych."

Sukces wystawców

Podczas dwóch dni targowych swoją ofertę zaprezentowało 370 przedsiębiorstw i marek. Zainteresowanie ze strony wystawców było w tym roku tak duże, że organizatorzy sprzedali każdy metr kwadratowy w halach. Wiele firm znalazło się na liście oczekującej. Jednym z priorytetów Leipziger Messe było podniesie międzynarodowego charakteru targów. Dzięki zaangażowaniu swoich zagranicznych przedstawicielstw udział wystawców spoza Niemiec wyniósł 34%. „W tym roku wiele polskich przedsiębiorstw przyjechało do Monachium po raz pierwszy, aby poznać targi CosmeticBusiness", mówi Magdalena Dziemidek, Prezes Zarządu firmy Targi Lipskie Polska Sp. z o.o., która od ośmiu lat reprezentuje w Polsce Leipziger Messe GmbH. „Polska jest jednym z wiodących graczy w przemyśle kosmetycznym i jestem pewna, że w przyszłym roku kolejne krajowe firmy wykorzystają potencjał, jaki niosą ze sobą targi CosmeticBusiness. Podczas targów gościliśmy Radcę Ambasady RP w Berlinie, panią Katarzynę Rzeźniczek, z którą przeprowadziłyśmy wiele interesujących rozmów z polskimi wystawcami oraz zarządem targów. Naszym celem jest intensywniejsza promocja polskich dostawców dla branży kosmetycznej w przyszłym roku."

Wśród wystawców przeprowadzona została ankieta dotycząca jakości imprezy. Jej wyniki wykazały, że 93% pytanych zrealizowało na targach założone przed nimi cele, 89% już teraz planuje udział w przyszłorocznej edycji, a aż 95% wystawców docenia profesjonalizm odwiedzających i wysoką jakość prowadzonych rozmów.

Te wyniki potwierdzają również wypowiedzi wystawców. Haral Ballestaedt, Prezes Zarządu firmy Ballestaedt &CO. OHG: „Targi CosmeticBusiness mogę oceniać w samych superlatywach. Podczas dwóch dni odbyliśmy wiele konkretnych rozmów. Był to dla nas niezwykle intensywny i pracowity czas, ale już teraz jestem pewien, że nam się to opłaci. Tegoroczna impreza była również na znacznie wyższym poziomie, niż jej poprzednie edycje."

Jean Paul Corbeil, Managing Dyrektor firmy Corpack GmbH przyznaje: „CosmeticBusiness były dla nas bardzo udaną imprezą. Na naszym stoisku gościliśmy naszych stałych klientów, jak również nowych kontrahentów. Prowadzone rozmowy były na bardzo wysokim, profesjonalnym poziomie. Udział w targach w pełni sprostał naszym założeniom postawionym przed nimi."

Wśród polskich wystawców (JOKO Cosmetics, Passage Cosmetics Laboratory, PLEKSUS oraz Zakład Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych Katarzynki Halina Błażejewicz) również panowała dobra atmosfera. Dyrektor firmy Passage Cosmetics Laboratory, dr Antoni Gwardys przyznaje: „Minione targi CosmeticBusiness były dla naszej firmy bardzo udane. Co prawda wymierne efekty handlowe pojawią się zapewne dopiero w przyszłości, ale pierwsze sygnały i zwiastuny takich efektów odczuwamy już teraz. Na targach pojawili się kontrahenci zainteresowani nie tyle ogólną ofertą naszej firmy, ile konkretnymi produktami, co bardzo dobrze rokuje na przyszłość. Targi CosmeticBusiness w Monachium trwają tylko dwa dni, a jednak ilość prowadzonych rozmów jest znacząca. Co prawda odwiedzający targi to głównie klienci niemieccy, trzeba jednak pamiętać o tym, że wśród nich wiele firm to korporacje o zasięgu międzynarodowym. Zdobycie takiego klienta to sukces warty wielokrotnie więcej niż inwestycja w wystąpienie na targach. Sama organizacja targów od dostępności do niezbędnych informacji po kwestie techniczne związane z przygotowaniem stoisk jest godna najwyższych ocen. Systematycznie wystawiamy się na targach branżowych w całej Europie i ta ocena ma swoje źródło w porównaniu z targami i wystawami organizowanymi w innych krajach. Na chwilę obecną mogę również powiedzieć z dużą dozą pewności, że za rok będziemy chcieli wziąć udział w targach CosmeticBusiness w Monachium."

Prezes Zarządzający Leipziger Messe GmbH, Markus Geisenberger podsumowuje: „Targi CosmeticBusiness 2013 były dla nas dużym sukcesem i dołożymy wszelkich starań, aby będąc w ścisłej współpracy z przedstawicielami przemysłu kosmetycznego, nadal je rozwijać."

Kolejna edycja Międzynarodowych Targów Dostawców dla Przemysłu Kosmetycznego CosmeticBusiness odbędzie się w Monachium, w dniach 5 - 6 czerwca 2014 roku.

Źródło: http://kosmetyka.farmacom.com.pl/

http://laboratoria.net/biznes-i-przetargi/18397.html

Informacje dnia: Jazda na rolkach - Czy jest dobrym sportem? Polimer o właściwościach przeciwgrzybiczych Stypendia ministra nauki dla niemal 400 studentów Skuteczniejsze leczenie chorych na nowotwory krwi Tylko 36% transgranicznych wód podziemnych ma ochronę Technologia ultradźwiękowa w diagnostyce chorób Jazda na rolkach - Czy jest dobrym sportem? Polimer o właściwościach przeciwgrzybiczych Stypendia ministra nauki dla niemal 400 studentów Skuteczniejsze leczenie chorych na nowotwory krwi Tylko 36% transgranicznych wód podziemnych ma ochronę Technologia ultradźwiękowa w diagnostyce chorób Jazda na rolkach - Czy jest dobrym sportem? Polimer o właściwościach przeciwgrzybiczych Stypendia ministra nauki dla niemal 400 studentów Skuteczniejsze leczenie chorych na nowotwory krwi Tylko 36% transgranicznych wód podziemnych ma ochronę Technologia ultradźwiękowa w diagnostyce chorób

Partnerzy