

### [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](#)

[Portal](#) [Informacje](#) [Katalog firm](#) [Praca](#) [Szkolenia](#) [Wydarzenia](#) [Porównania międzylaboratoryjne](#)  
[Kontakt](#)



**[Laboratoria](#)**  
**[.net](#)**  
**[Innowacje](#)**  
**[Nauka](#)**  
**[Technologie](#)**

[Logowanie](#) [Rejestracja](#) [pl](#)

Newsletter

zapisz się



[Strona główna](#) > [Biznes laboratoryjny](#)

## Targi Cosmoprof: polscy producenci kosmetyków pokażą liczne nowości



**Już za tydzień, 4 kwietnia, rozpoczną się targi kosmetyczne Cosmoprof w Bolonii. Na tych najważniejszych targach kosmetycznych na świecie określone zostaną trendy na najbliższy rok. Swoje premiery przygotowali także wystawcy z Polski, których w Bolonii będzie ponad stu.**

Polska branża kosmetyczna może pochwalić się wysokim poziomem kreatywności i innowacyjności. Przedsiębiorcy uczestniczący w Branżowym Programie Promocji zdecydowali się właśnie w Bolonii w sposób szczególny podkreślić te cechy branży, podejmując dodatkowe działania promujące produkty, które w Bolonii zaprezentują po raz pierwszy.

W Polskim Pawilonie Narodowym, zlokalizowanym w hali 29, powstanie kawiarnia Poland's Novelties Showroom & Café, której ważnym elementem będzie Novelities Showroom - ściana z ekspozycją najciekawszych premierowych produktów polskich wystawców. W kawiarni będzie się mieścić także punkt informacyjno-promocyjny, w którym odwiedzający targi będą mogli otrzymać odpowiedzi na pytania dotyczące polskiej branży kosmetycznej, napić się kawy i przejrzeć katalog premierowych produktów.

W drugim dniu targów, 5 kwietnia o godz. 10:00, w centralnym punkcie targów (Service Center) odbędzie się Poland's Novelties Show - atrakcyjny, multimedialny przegląd produktów premierowych i firm kosmetycznych, któremu towarzyszyć będzie muzyka na żywo i inne atrakcje.

### **Przed premierą: zaawansowane prace badawcze**

Zanim dojdzie do premiery nowego, ekscytującego kosmetyku, musi upłynąć sporo czasu, poświęconego między innymi na zaawansowane prace badawcze i naukowe. Nie byłoby najnowszych propozycji polskich producentów, gdyby nie długie godziny spędzone przez naukowców w laboratoriach i centrach rozwojowych.

Wiktoria Brzozowska, Dyrektor Eksportu w Laboratorium Kosmetycznym Dr Irena Eris podkreśla, że to właśnie badania i rozwój są jednym z kluczowych elementów, na których firma opiera swą działalność: - *Działania badawczo-rozwojowe stanowią trzon działalności firmy. Jako jedyna firma kosmetyczna w Polsce dysponujemy własną placówką naukową, prowadzącą rozbudowane prace*

*badawcze. Centrum Naukowo Badawcze Dr Irena Eris to nowoczesne laboratoria, znakomici naukowcy oraz niezwykle wysoki poziom zaawansowanych, wielokierunkowych badań i doświadczeń, opartych o unikalne metody badawcze. Nad pracami czuwają specjaliści z dziedziny farmacji, biologii, biologii molekularnej, chemii, dermatologii, alergologii i medycyny estetycznej. Wynik badań są prezentowane na międzynarodowych konferencjach i publikowane w czasopiśmie naukowych, także tych najbardziej cenionych, z tzw. listy filadelfijskiej.*

Jagna Dyżakowska, Senior PR Manager w firmie Dax Cosmetics, także podkreśla znaczenie naukowego zaplecza dla rozwoju firmy. - *Siłą Dax Cosmetics są laboratoria: badawczo-rozwojowe, mikrobiologiczne i fizykochemiczne oraz doświadczony zespół badawczy, zajmujący się opracowywaniem nowych receptur.*

Seria rewolucyjnych zabiegów w kremie dla skóry wrażliwej i skłonnej do alergii: AA CollagenHial +, Mezzolaser and Revita intensa, których zadaniem jest cofnięcie wieku estetycznego skóry nie powstałaby, gdyby nie prace badawcze, prowadzone przez firmę Oceanic. - *Laboratorium Naukowo-Badawcze Oceanic jest jedną z najnowocześniejszych tego typu placówek w Polsce. Nasze badania prowadzimy zawsze w ścisłej współpracy z naukowcami oraz lekarzami dermatologami, alergologami i ginekologami - mówi Marek Chotkowski, Export Manager w Oceanic S.A.*

Marta Morawska, Kierownik Marki Phenomé, zwraca uwagę na fakt, iż technologiczne zaawansowanie kosmetyków stanowi gwarancję ich jakości i bezpieczeństwa. - *W Phenomé, korzystamy z nowoczesnych technologii i świetnego zaplecza know-how: własnego laboratorium instytutu badawczo-rozwojowego. Nasze kosmetyki naturalne, odpowiadające wysokim wymaganiom klientów są z jednej strony bezpieczne, bo produkowane z organicznych surowców, bez użycia szkodliwych chemikaliów, z drugiej strony - skuteczne, bo wykorzystujące aktualną wiedzę oraz współczesne osiągnięcia z zakresu medycyny i kosmetologii.*

Zaplecza badawcze służą polskim firmom do opracowywania nie tylko kosmetyków, ale także maszyn i urządzeń, wykorzystywanych w kosmetyce i medycynie estetycznej. Jarosław Alot, prezes firmy Prof. Cosmetics i właściciel marki Chantarelle podkreśla: - *Firma łączy najnowsze, światowe technologie, specjalistyczną wiedzę naukową i nowatorskie rozwiązania medycyny estetycznej przy opracowaniu urządzeń laserowych, profesjonalnych preparatów dla najtrudniejszych problemów skóry twarzy i ciała oraz do kompleksowej pielęgnacji urody.*

### **Szeroka oferta premierowych produktów**

Targi Cosmoprof to doskonała okazja, aby pokazać światu efekty tej długotrwałej pracy. Osiągnięcia często są unikalne, tak jak w przypadku firmy Bowil Biotech: - *Bowil Biotech jest pierwszą w Europie firmą biotechnologiczną, która zgodnie z posiadanymi unikatowymi patentami, produkuje innowacyjny materiał, bionanocelulozę - podkreśla prezes firmy, Dariusz Bobiński. - Właśnie na bazie tego ultra czystego biopolimeru BNC o wyjątkowych właściwościach została stworzona marka inteligentnych kosmetyków pod nazwą CelMat® w postaci aktywnych masek i płatów dermo kosmetycznych.*

Duża część polskich producentów zaprezentuje kosmetyki do pielęgnacji skóry, łączące w sobie technologię i naturalne, często wyrafinowane składniki. Do tej grupy należy między innymi linia ze złotem i diamentami dla cery dojrzałej i bardzo dojrzałej Celebrity Collection firmy Bielenda: - *Zaawansowane i wyjątkowo skuteczne formuły anti-age łączą moc ekskluzywnych kamieni szlachetnych oraz bogactwo wyszukanych składników aktywnych, takich jak: mikrosfery kwasu hialuronowego, 24 karatowe złoto i diamenty, kawior i trufle, kolagen i perły - opowiada Adrian Winiarz, Export Manager w firmie Bielenda.*

Lidia Ziaja, Kierownik Działu Eksportu w Ziaja Ltd. również zwraca uwagę na przygotowane przez firmę nowości: - *Oprócz produktów flagowych przedstawimy również kosmetyki wprowadzone do oferty w ciągu ostatniego pół roku, takie jak seria szafranowa do pielęgnacji twarzy 60+, seria do skóry wrażliwej Ziaja Sensitive skin oraz seria orientalnych kremów do rąk i kremowych mydeł pod prysznic.*

Obok atrakcyjnej oferty kosmetyków do pielęgnacji skóry, nie zabraknie nowych propozycji w dziedzinie kosmetyków do włosów. Firma Beliso zaprezentuje Linie Cece MED Prevent Hair Loss, stworzoną z myślą o osobach zmagających się z problemem nadmiernego wypadania włosów. Dzięki kompleksowemu działaniu na 3 poziomach: na cały włos, skórę głowy oraz mieszek włosowy, kuracja cechuje się dużą skutecznością w zapobieganiu i walce z wypadaniem włosów - mówi Łukasz Barbacki, Dyrektor Exportu.

Polskie kosmetyki to oczywiście nie tylko produkty do pielęgnacji - wystawcy zaskoczą także produktami do makijażu. Gabriel Skóra, Export Manager w firmie Euphora, przedstawia serię cieni Opal marki Paese: *Półtransparentne cienie matowe charakteryzują się tym, że nakładane na sucho nadają powiece matowy, lekki kolor, który można delikatnie budować i intensyfikować według uznania. Nałożenie cieni na mokro tworzy z kolei o wiele mocniejszy efekt kolorystyczny z ciekawym satynowym wykończeniem.*

Laboratorium Kosmetyczne Dr Irena Eris na targi w Bolonii przygotowało nie tylko nowe produkty, ale również debiut w nowej dla siebie kategorii: - *Bolonia będzie miejscem międzynarodowej premiery linii Provoke by Dr Irena Eris. Marka premium, do tej pory znana z najwyższej jakości produktów do pielęgnacji twarzy i ciała, dzięki tej serii wejdzie w nową kategorię kosmetyków do makijażu - mówi Olimpia Romanik, Szef Marketingu Eksportowego firmy.*

Producent kosmetyków do makijażu Pierre Rene podczas targów w Bolonii chce z kolei zaakcentować swoją ofertę dla profesjonalistów. - *Wprowadzamy w tej chwili nowe produkty o przeznaczeniu profesjonalnym, cechujące się przede wszystkim długotrwałością oraz gwarancją perfekcyjnego efektu. Debiutem na targach będzie proponowany przez firmę Kohl Kajal Professional oraz Palette Match System Pierre Rene Professional, magnetyczne palety do makijażu umożliwiające wybór cieni indywidualnie przez każdą klientkę - mówi Agnieszka de Lubicz Szeliska, Product & Marketing Director w Pierre Rene.*

Katarzyna Olędzka, Kierownik Marketingu w Verona Products Professional, firmie specjalizującej się między innymi w produkcji kosmetyków do makijażu, podkreśla kompleksowy charakter oferty firmy: - *Podczas tegorocznej edycji targów zaprezentujemy przede wszystkim nową odsłonę naszych trzech marek kosmetyki kolorowej: Ingrid, Vollare i Butterfly. Marki te, dostępne są w naszej ofercie od kilku lat. Obecnie, po głębokim rebrandingu, stanowią pełną ofertę produktową, po którą sięgnąć mogą kobiety dosłownie w każdym wieku.*

Młoda firma Phenicoptere zaprezentuje swój hit w dziedzinie akcesoriów kosmetycznych, specjalną rękawicę. Prezes firmy Monika Żochowska podkreśla - *Glov to absolutnie nowe rozwiązanie do demakijażu, które pozwala usunąć makijaż wyłącznie za pomocą wody, jest wielokrotnego użytku i odpowiada na rosnące potrzeby osób ze skórą alergiczną.*

W polskiej ofercie nie zabraknie także kosmetyków skierowanych do mężczyzn. - *W odpowiedzi na potrzebę kompleksowej pielęgnacji mężczyzn zamierzamy promować kosmetyki Bond Expert z serii Sensitive. Receptura produktów została stworzona w oparciu o minerały morskie, przede wszystkim z myślą o skórze wrażliwej - deklaruje Konrad Wojciechowski, Account Director w firmie PharmaCF.*

## Nowe produkty - nowi klienci

Polskie firmy kosmetyczne z niecierpliwością czekają na możliwość zaprezentowania swoich nowych produktów oraz technologii. Dla niektórych będzie to debiut na targach Cosmoprof. *Uczestniczymy w targach Cosmoprof po raz pierwszy. Zależy nam, aby nasza obecność została zapamiętana, więc oprócz prezentowania naszych kosmetyków, specjalnie dla naszych gości będziemy bezpłatnie wykonywać zabiegi: inhalacje solankowe, „Aksamitne Dłonie” oraz „Dotyk Natury”* - mówi Edyta Jamrozik, Kierownik Działu Handlu Uzdrawiska Rabka.

Większość polskich wystawców uczestniczy jednak w targach Cosmoprof od wielu lat. Wracają, ponieważ ich produkty cieszą się zawsze dużym zainteresowaniem, o czym zresztą świadczy obecność polskich marek na międzynarodowych rynkach.

*Produkty sygnowane logo Verona Products Professional dostępne są w ponad 60-ciu krajach na świecie, u kluczowych dystrybutorów oraz w ważnych sieciach detalicznych. Lista ta wciąż się poszerza* - mówi Katarzyna Olędzka.

Engin Egemen, Dyrektor Rozwoju Eksportu w Eveline Cosmetics deklaruje, że kosmetyki firmy obecne są w ponad 70 krajach świata. Mocną pozycję firma ma także w Europie: *- Jesteśmy obecni w większości krajów Europy Środkowej (Czechy, Słowacja, Węgry) i Wschodniej (Rosja, Ukraina, Białoruś, Kazachstan). Nasze kosmetyki cieszą się ogromną popularnością wśród krajów bałkańskich, szczególnie w Bułgarii, ale także w Słowenii, Chorwacji, Serbii oraz w Bośni i Hercegowinie. W Europie Zachodniej dynamicznie rozwijamy sprzedaż między innymi w Hiszpanii. Na rynku europejskim jesteśmy obecni w dużych sieciach detalicznych, takich jak Rossmann, DM, Watsons, Muller, Lilly.*

Jagna Dyżakowska zauważa, że kosmetyki Dax są powszechnie dostępne w sieciach sprzedażowych w Polsce, liczba rynków eksportowych rośnie z roku na rok: *- Produkty Dax można także znaleźć już w 30 krajach świata, a w Europie między innymi w Wielkiej Brytanii, Hiszpanii czy Portugalii.*

Wśród mocnych polskich eksporterów nie brakuje także producentów oferujących usługi typu *private label*. Ewa Sabaj, Export Manager w BluxCosmetics twierdzi, że *produkty z linii kosmetyków Naturaphy sprzedawane są na prawie wszystkie rynki Unii Europejskiej, również pod markami własnymi klientów.* Norbert Wsół, Dyrektor Eksportu, dodaje: *- Podczas targów zamierzamy szczególnie promować naszą nową linię mydeł w płynie 650ml z pompką Naturaphy. Nasza nowa gama produktowa wyróżnia się bardzo dobrą relacją pojemności do ceny, liczymy więc na duże zainteresowanie naszych dotychczasowych klientów, a także na pozyskanie nowych.*

Do wzrostu eksportu polskich kosmetyków przyczynia się wsparcie, na jakie firmy mogą liczyć ze strony Ministerstwa Gospodarki w ramach prowadzonego w latach 2012-2015 Branżowego Programu Promocji Branży Przemysłu Kosmetycznego. Otrzymują one nie tylko dofinansowanie działań proeksportowych, ale też wsparcie organizatora Programu, firmy SPC House of Media, który odpowiada za organizację Polskiego Pawilonu Narodowego na różnych targach i prowadzone działania PR i reklamowe branży. Jest on też twórcą i wykonawcą działań promocyjnych skupionych wokół prezentacji polskich premier - Poland's Novelties - podczas tegorocznych targów Cosmoprof.

**Więcej informacji:**

[www.polishcosmetics.pl](http://www.polishcosmetics.pl)

<http://laboratoria.net/biznes-i-przetargi/21053.html>

**Informacje dnia:** [Skóra z butelki leczy rany oparzeniowe](#) [Wele osób po przejściu COVID nadal wymaga pomocy](#) [Działanie innowacyjnej metody terapeutycznej pracy z koniem](#) [Szkodliwy wpływ alkoholu na ryzyko nowotworów](#) [Dieta śródziemnomorska może łagodzić depresję u mężczyzn](#) [Co czwarty Brytyjczyk cierpi z powodu chronicznego bólu](#) [Skóra z butelki leczy rany oparzeniowe](#) [Wele osób po przejściu COVID nadal wymaga pomocy](#) [Działanie innowacyjnej metody terapeutycznej pracy z koniem](#) [Szkodliwy wpływ alkoholu na ryzyko nowotworów](#) [Dieta śródziemnomorska może łagodzić depresję u mężczyzn](#) [Co czwarty Brytyjczyk cierpi z powodu chronicznego bólu](#) [Skóra z butelki leczy rany oparzeniowe](#) [Wele osób po przejściu COVID nadal wymaga pomocy](#) [Działanie innowacyjnej metody terapeutycznej pracy z koniem](#) [Szkodliwy wpływ alkoholu na ryzyko nowotworów](#) [Dieta śródziemnomorska może łagodzić depresję u mężczyzn](#) [Co czwarty Brytyjczyk cierpi z powodu chronicznego bólu](#)

## **Partnerzy**