

[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](#)

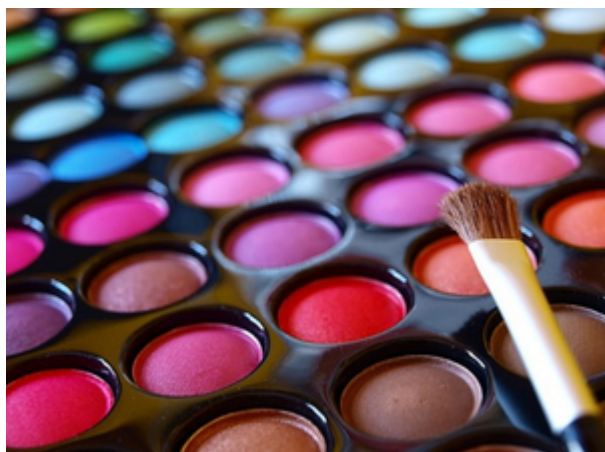
Newsletter

zapisz się



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

Polska branża kosmetyczna zabłysnęła na światowych targach



W poniedziałek zakończyły się targi Cosmoprof w Bolonii - najważniejsza impreza wystawiennicza dla branży kosmetycznej. Trwały od 4 do

7 kwietnia 2014. Polska branża kosmetyczna zaprezentowała się na nich bardzo widocznie i w znakomitym stylu.

W tym roku w targach udział wzięło ponad sto polskich firm. Prawie połowa wystawiła się w hali skupiającej pawilony narodowe, tworząc dużą, widoczną reprezentację Polski.

Zgrupowanie polskich stoisk w jednym miejscu doskonale pokazuje siłę naszej branży. Wyglądem wyróżniliśmy się korzystnie na tle sąsiednich Pawilonów - francuskiego czy niemieckiego - twierdził Marek Chotkowski, Export Manager firmy Oceanic SA.

Beata Jastrzębska, Export Business Development Manager w Laboratorium Kosmetycznym Floslek dodała: *W tym roku przeniesiliśmy nasze stoisko z hali tematycznej do Pawilonu Narodowego. To był strzał w dziesiątkę. Pawilon, duży, estetyczny, nowoczesny, zwrócił na siebie uwagę i przyciągnął do polskich stoisk wielu ważnych klientów z całego świata. Rozmawialiśmy z sieciami handlowymi ze Stanów, Litwy czy nawet Polski, dystrybutorami z różnych regionów Rosji, Łotwy, Kanady, Zjednoczonych Emiratów Arabskich czy Iraku.*

W drugim dniu targów polscy producenci zaprezentowali także swoje produkty podczas multimedialnego pokazu z muzyką na żywo, zorganizowanego w prestiżowym, centralnym miejscu targów, tzw. International Forum, inaugurując tym samym prezentacje różnych krajów. Pokaz obejrzało około 100 osób - przedsiębiorców, dziennikarzy i przedstawicieli organizacji branżowych z całego świata (tych ostatnich zaprosił Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego).

Pokaz był przeglądem premierowych produktów, przygotowanych przez polskich producentów specjalnie na Cosmoprof. Prezentowane podczas niego produkty można było także obejrzeć przez cały okres trwania targów w specjalnym showroomie. Był on zlokalizowany w polskiej kawiarni w centrum Polskiego Pawilonu Narodowego, gdzie dystrybuowano także drukowany katalog produktów. W kawiarni serwowano również bezpłatną kawę i udzielano informacji o polskiej branży kosmetycznej i wystawcach z Polski.

Targi Cosmoprof to miejsce, gdzie dyktowane są trendy w kosmetyce na kolejny rok. Stąd w showroomie pokazywano premiery, nie zabrakło ich także na stoiskach polskich firm.

Cosmoprof to nie tylko doskonała platforma spotkań biznesowych, ale także najlepsze źródło do pozyskania inspiracji na najbliższy sezon. Najbardziej dynamiczną kategorią pozostaje z pewnością kosmetyka kolorowa, a wszystkie zaobserwowane w niej trendy zawrzemy w produktach naszych trzech marek - Ingrid, Vollare i Butterfly. Pod tymi markami, po ich głębokim rebrandingu, proponujemy pełną ofertę produktową. Ich nową odsłonę z ogromnym sukcesem zaprezentowaliśmy na stoisku nie tylko poprzez wystawienie nowych produktów i szaf kosmetycznych, ale też przeprowadzenie profesjonalnego pokazu wizażu - powiedziała Katarzyna Olędzka, Marketing Manger w Verona Products Professional.

Olimpia Romanik, Marketing Manager Export w Laboratorium Kosmetycznym Dr Irena Eris dodała: *Jesteśmy bardzo zadowoleni z tego, co udało nam się zrealizować w tym roku podczas Cosmoprof. Nasze stoisko wyróżniło się poprzez zastosowanie multimedialnych technologii oraz ciekawą oprawę graficzną, pozwalając na spójną i jasną prezentację naszej wizji holistycznego podejścia do piękna by Dr Irena Eris. Tak jak się spodziewaliśmy, dużym zainteresowaniem cieszyły się przygotowane premiery produktowe, w tym szczególnie dodanie linii kosmetyków kolorowych Provoke do oferty marki premium Dr Irena Eris. Potwierdza to potencjał rozwoju produktów selektywnych oraz rosnące zaufanie dla naszych kosmetyków wśród wymagających klientów. Zgodnie z filozofią naszej*

firmy staramy się sami wytyczać nowe trendy w rozwoju nowych produktów oraz sposobu komunikacji naszych marek. Na pewno główne cele zostały osiągnięte, przeprowadziliśmy szereg zaplanowanych spotkań i nawiązaliśmy obiecujące nowe kontakty biznesowe.

Zainteresowanie klientów zaawansowanymi produktami z Polski potwierdził także Marek Chotkowski: *Klienci byli zainteresowani liniami dermokosmetycznymi, szczególnie marką Oillan, kosmetykami selektywnymi z serii Prestige oraz nowościami w segmencie pielęgnacji twarzy. Zdobyliśmy wiele nowych kontaktów z krajów arabskich, Azji, Ameryki i oczywiście Europy. Patrząc na ilość kontaktów i jakość odbytych rozmów, z optymizmem czekamy na kolejne, czekające nas targi w Dubaju.*

Targi okazały się sukcesem również dla firm, które dopiero debiutują na rynku kosmetycznym i rozpoczynają swoją przygodę z eksportem.

Jesteśmy bardzo zadowoleni z naszego debiutu na targach. Pokazaliśmy nasz nowy produkt, w tej chwili dopiero wprowadzany na rynek: bionanocelulozę, na której wytwarzanie nasza firma posiada patenty. Jest to produkt całkowicie naturalny, hipoalergiczny, ma właściwości łagodzące, jest doskonałym opatrunkiem na wszelkiego rodzaju poparzenia: słoneczne czy po zabiegach laserowych. Ma także właściwości silnie nawilżające, rewitalizujące i odświeżające. Kierujemy go do odbiorców profesjonalnych, klinik medycyny estetycznej czy salonów SPA. Takich klientów z całego świata udało nam się znaleźć na targach. Odnotowaliśmy duże zainteresowanie firm z Azji, ale również dużych koncernów kosmetycznych. – powiedziała Anna Łuba, Główny Inżynier Produkcji firmy Bowil Biotech.

W podobnie optymistycznym tonie wypowiada się Edyta Jamrozik, Sales Manager Uzdrowiska Rabka, które również pokazało się pierwszy raz na targach: *Decyzję o wzięciu udziału w targach Cosmoprof podjęliśmy chcąc uświadomić klientom, że Uzdrowisko Rabka to nie tylko zabiegi. Rabczańska solanka, bogata w minerały, to również znakomita baza kosmetyków pielęgnacyjnych. Świat zmienia trendy na produkty naturalne i widzimy w tym naszą szansę. Już dziś śmiało możemy powiedzieć, że targi są dla nas inspiracją do przyszłych działań i z chęcią weźmy udział w ich kolejnych edycjach.*

Polska branża kosmetyczna zwróciła na siebie uwagę podczas tegorocznej edycji targów. Podkreśli to m.in. prezes Bologna Fiere, Armando Campagnoli, wizytując polskie stoiska podczas uroczystej inauguracji. Michał Górski, kierownik WPHI Ambasady RP w Rzymie, obecny na targach, dodał: *Z dużym zadowoleniem obserwujemy rosnące znaczenie polskich firm kosmetycznych podczas tak ważnego wydarzenia gospodarczego jakim są międzynarodowe targi Cosmoprof w Bolonii.*

Zainteresowanie klientów przełożyło się na zainteresowanie mediów. Włoski dziennik o największym nakładzie w kraju, Corriere Della Sera, poświęcił polskiej branży kosmetycznej całostronicowy artykuł zatytułowany „Polonia - e' rinata una stella della cosmetica” (Polska - odrodzenie gwiazdy kosmetyki) w wydaniu z 4 kwietnia 2014.

Polski Pawilon Narodowy oraz towarzyszące mu działania PR organizowane są w ramach Branżowego Programu Promocji, zleconego przez Ministerstwo Gospodarki, a realizowanego przez firmę SPC House of Media. Bierze w nim udział kilkadziesiąt polskich firm kosmetycznych, od najbardziej znanych po dopiero startujące. Oprócz Pawilonu, SPC House of Media organizuje działania PR i marketingowe dla branży, wizyty dziennikarzy i kontrahentów w Polsce, misje gospodarcze czy szkolenia.

Pracę SPC House of Media wspierają Wydziały Handlu i Inwestycji Ambasad RP na całym świecie. W działania podczas targów Cosmoprof mocno i skutecznie zaangażowany był Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Rzymie.

Galeria zdjęć z targów:

<http://www.polishcosmetics.pl/en/index.php/cosmoprof-bologna-4-7-04-2014>

<https://laboratoria.net/biznes-i-przetargi/21156.html>

Informacje dnia: [Rozwiązania Watson-Marlow wspierają proces produkcyjny Torbay Pharma Mity na temat epilepsji](#) [Marzec był drugim najcieplejszym miesiącem w Europie](#) [Sporadyczne picie dużych ilości alkoholu](#) [W nagłych przypadkach ChatGPT Health często uspokaja](#) [Dieta bogata w warzywa i owoce zmniejsza ryzyko demencji nawet u seniorów](#) [Rozwiązania Watson-Marlow wspierają proces produkcyjny Torbay Pharma Mity na temat epilepsji](#) [Marzec był drugim najcieplejszym miesiącem w Europie](#) [Sporadyczne picie dużych ilości alkoholu](#) [W nagłych przypadkach ChatGPT Health często uspokaja](#) [Dieta bogata w warzywa i owoce zmniejsza ryzyko demencji nawet u seniorów](#) [Rozwiązania Watson-Marlow wspierają proces produkcyjny Torbay Pharma Mity na temat epilepsji](#) [Marzec był drugim najcieplejszym miesiącem w Europie](#) [Sporadyczne picie dużych ilości alkoholu](#) [W nagłych przypadkach ChatGPT Health często uspokaja](#) [Dieta bogata w warzywa i owoce zmniejsza ryzyko demencji nawet u seniorów](#)

Partnerzy