



Bank Polski

BRANŻA KOSMETYCZNA

Pozycja międzynarodowa polskich producentów
i prognozy rozwoju rynku do 2026 r.

Departament Analiz Ekonomicznych
styczeń 2023



Wstęp

Trendy:

W drugim roku pandemii COVID-19 branża kosmetyczna osiągnęła wzrost sprzedaży. Statista szacuje, że sprzedaż kosmetyków na świecie w 2021 r. wzrosła o 3% do poziomu 425,5 mld EUR podczas, gdy w 2020 r. zanotowano istotny spadek o blisko 9%. Rynek kosmetyków i artykułów do pielęgnacji ciała należy do prężnie rozwijających się rynków konsumenckich i jest napędzany w szczególności przez segment kosmetyków do pielęgnacji skóry. Pozytywnie na branżę wpływa zmiana pokoleniowa i wejście na rynek młodych konsumentów, którzy częściej kupują kosmetyki. Jednocześnie zmianę tę wzmacniają media społecznościowe, umiędzynarodowienie i e-commerce, które mają trwały wpływ na zachowania zakupowe produktów kosmetycznych.

Statista prognozuje, że dynamika wzrostu światowego rynku kosmetyków w 2022 r. zwiększy się do ponad 12% odrabiając całość strat z pierwszego roku pandemii. W latach 2023-2026 spodziewane jest tempo wzrostu sprzedaży kosmetyków na świecie wynoszące prawie 5% średniorocznie (CAGR).

Branża kosmetyczna jest relatywnie odporna na obecne zawirowania rynkowe, osiąga korzystne wyniki finansowe, choć w 2023 r. należy oczekiwać spowolnienia dynamiki wzrostu rynku. Pogarszające się nastroje konsumenckie w Polsce, a także w krajach, do których jest kierowany eksport polskich kosmetyków (efekt silnie rosnącej inflacji ograniczającej dochody rozporządzone w ujęciu realnym), najpewniej przełożą się na koszyk zakupowy konsumentów poprzez spadek zainteresowania zakupami towarów, które nie są dobrami pierwszej potrzeby (np. kosmetyki premium). Zaniepokojenie budzi również możliwość wystąpienia kolejnej fali zakażeń koronawirusem i przywrócenie części obostrzeń, co może negatywnie odbić się na popycie na kosmetyki do makijażu i perfumach.

W raporcie przedstawiamy prognozy wielkości branży kosmetycznej w perspektywie do 2026 r., a także sytuację na rynkach 10 największych światowych importerów kosmetyków.

Polska branża kosmetyczna:

W 2021 Polska była 14. światowym eksporterem kosmetyków z udziałem na poziomie 2,9%, który wzrósł w ciągu 4 lat o 0,4pp. Największym eksporterem była Francja z udziałem wynoszącym 13,9%, drugą pozycję zajmowały Stany Zjednoczone (z udziałem 8,5%), na trzeciej lokacie uplasowały się Niemcy (z udziałem 7,5%).

W 2021 r. sytuacja krajowych producentów kosmetyków była korzystna, pod względem rentowności lepsza niż średnio w przetwórstwie przemysłowym. Rosyjska agresja na Ukrainę negatywnie wpłynęła na wyniki w pierwszej połowie 2022 r. Silny wzrost kosztów działalności związany z kryzysem energetycznym obniżył wynik finansowy producentów kosmetyków o 23% w porównaniu z pierwszą połową 2021 r. Słabsza dynamika przychodów (+9,7% r/r) niż kosztów (+13,4% r/r) wiązała się z zaprzestaniem wysyłki produktów do Rosji i Białorusi, ograniczeniem eksportu do Kazachstanu (problemy logistyczne) oraz okresowym zawieszeniem działalności w Ukrainie. Mimo utraty rynków wschodnich, przychody ze sprzedaży eksportowej w pierwszej połowie 2022 r. zwiększyły się 26% r/r. Kosmetyki wytwarzane w Polsce zarówno przez koncerny międzynarodowe, które ulokowały u nas produkcję, jak i przez krajowe podmioty, niezmiennie cieszą się popularnością na świecie. Producenci znajdują nowych odbiorców w krajach UE oraz na pozaeuropejskich rynkach, np. w Arabii Saudyjskiej, Kuwejcie, Iraku, Izraelu, Wietnamie, Japonii, Emiratach Arabskich, czy Stanach Zjednoczonych.

Czynniki wzmacniające pozycję polskiej branży kosmetycznej w najbliższych latach:

- + znaczny udział w sprzedaży eksportowej spółek córek międzynarodowych koncernów kosmetycznych mających w Polsce zakłady produkcyjne;
- + wysoka jakość i konkurencyjna cena polskich produktów;
- + szybkie dopasowywanie asortymentu do zmieniających się potrzeb i oczekiwań odbiorców;
- + umacniający się trend związany ze zdrowym stylem życia i większą świadomością ekologiczną sprzyjający popytowi na kosmetyki naturalne, wegańskie i dermokosmetyki;
- + dobra kondycja finansowa przemysłu kosmetycznego sprzyjająca wzrostowi inwestycji i rozbudowie oferty produktowej;
- + sprzedaż polskich produktów za granicę w formule e-commerce stwarzająca szanse zaistnienia markom niszowym, wytwarzanym poza wielkimi światowymi korporacjami;
- + korzystny dla eksporterów kurs EUR/PLN.

Czynniki osłabiające pozycję polskiej branży kosmetycznej w najbliższych latach:

- przedłużająca się wojna w Ukrainie, osłabiająca koniunkturę na rynkach europejskich i obniżająca konsumpcję prywatną;
- ryzyko dalszego zwiększenia kosztów produkcji kosmetyków z uwagi na rosnące ceny surowców, opakowań, energii, transportu i wynagrodzeń;
- nadal niedostatecznie wypromowana marka polskich kosmetyków/wzornictwa na rynkach międzynarodowych;
- słabsza pozycja eksportowa przedsiębiorstw z krajowym kapitałem w stosunku do spółek globalnych koncernów;
- krótki cykl życia produktów wymagający od producentów stałego wprowadzania nowych serii kosmetyków i prowadzenia kampanii marketingowych;
- planowana przez Komisję Europejską rewizja rozporządzenia kosmetycznego nr 1223/2009/WE mająca na celu wdrożenie Strategii ws. Zrównoważonych Chemikaliów (Chemicals Sustainability Strategy, CSS), która jest jednym z kluczowych elementów Zielonego Ładu. Wymagać to będzie od producentów kosztownych zmian formuł zdecydowanej większości kosmetyków, które są dziś obecne na sklepowych półkach.



Metodologia

Sprzedaż kosmetyków:

Według danych opublikowanych na platformie Statista „wartość sprzedaży”, określana też „sprzedaż” oraz „wielkością rynku”, została obliczona jako: produkcja powiększona o import i pomniejszona o eksport kosmetyków. W opracowaniu przedstawiono szacunkową sprzedaż kosmetyków za 2021 r. oraz prognozy wielkości rynku i wydatków per capita na lata 2022-2025/2026 opracowane przez analityków firmy Statista w sierpniu 2022 r.

Dane obejmują kosmetyki i produkty do pielęgnacji ciała produkowane dla prywatnych klientów końcowych, w tym:

- kosmetyki makijażowe (do twarzy i ust), lakiery do paznokci, kosmetyki do pielęgnacji paznokci, kosmetyki naturalne,
- produkty do pielęgnacji skóry (kremy – w tym pod oczy i do rąk, do ciała, mleczka kosmetyczne, produkty promieniochronne, kosmetyki do pielęgnacji niemowląt i dzieci),
- zapachy (perfumy i wody toaletowe),
- produkty do pielęgnacji osobistej (produkty do pielęgnacji włosów, pod prysznic i do kąpeli, do higieny jamy ustnej, dezodoranty oraz produkty do golenia).

Do kategorii kosmetyków nie są zaliczane: usługi kosmetyczne (takie jak fryzjer, kosmetyczka), produkty profesjonalne i elektryczne produkty do pielęgnacji osobistej (np. suszarki do włosów) oraz kosmetyki służące przede wszystkim celom medycznemu.

Eksport i import:

W opracowaniu przedstawiono najnowsze dostępne dane:

- dane publikowane przez International Trade Centre <https://www.trademap.org/> eksport i import kosmetyków na świecie w 2021 r.; import wybranych krajów w 2021 r.;
- dane publikowane przez GUS w bazie Handel Zagraniczny <http://swaid.stat.gov.pl/SitePages-DBW/HandelZagraniczny.aspx> eksport i import kosmetyków w Polsce w 2021 r.

Dane dotyczące handlu zagranicznego przedstawiono wg zharmonizowanego systemu klasyfikacji (ang. Harmonized System, HS) opracowanego przez Światową Organizację Celną. Obejmują one towary zaklasyfikowane do działu 33. Dane do raportu pobrano w dniu 26.10.2022 r.

Uwaga: wszystkie dane przedstawione w opracowaniu pochodzą z deklaracji kraju raportującego dany strumień handlu, tzn. przykładowo: dane dotyczące eksportu kosmetyków z Polski do Niemiec w oparciu o deklarację Polski, a dane dotyczące importu kosmetyków do Niemiec z Polski w oparciu o deklarację Niemiec (tzw. mirror data). Dane te najczęściej nieznacznie różnią się między sobą, co wynika m.in. z różnic w systemach raportowania poszczególnych krajów, czy też sposobie uwzględniania kosztów transportu towarów.

Kurs walutowy:

Portal Statista przedstawia dane w USD, które przelicza na EUR. Dla lat 2022-2026 przyjęto prognozy kursów walutowych publikowane przez Statistę. Dane z ITC oraz GUS są prezentowane w EUR zgodnie z wartością raportowaną przez poszczególne kraje.

Rynek kosmetyków na świecie

SPRZEDAŻ

- Statista szacuje, że sprzedaż na światowym rynku kosmetyków wzrosła w 2021 r. o 2,9% rocznie, osiągając wartość 425,5 mld EUR.
- Azja to największy rynek sprzedaży kosmetyków na świecie, w 2021 r. wartość jego przychodów wyniosła 160,8 mld EUR i było to 37,8% światowej sprzedaży.
- Największym importerem kosmetyków w 2021 r. były Chiny – z udziałem 14,4% w światowym imporcie.



(mld EUR, 2021)

Świat 425,5



Europa 106,4



Polska 3,9

Źródło: Statista

EKSPORT

- Francja jest światowym liderem w eksporcie kosmetyków. W 2021 r. osiągnęła udział w rynku na poziomie 13,9%.
- W 2021 r. Polska była 14. największym eksporterem kosmetyków na świecie – z udziałem na poziomie 2,9% – oraz 17. największym importem – z udziałem w wysokości 2,0%.



(mld EUR, 2021)

Świat 134,2



Europa 72,0



Polska 3,9

Źródło: International Trade Centre

WYDATKI PER CAPITA

- Pierwszą pozycję na świecie pod względem wydatków per capita przeznaczanych na zakup kosmetyków zajmują Japończycy, którzy w 2022 r. wydadzą przeciętnie na ten cel 289 EUR. Drugie miejsce zajmują Islandczycy (285 EUR), a trzecie – Szwajcarzy (252 EUR). W 2022 r. średnie wydatki na kosmetyki na mieszkańca w Europie wyniosły 126 EUR.



(2022 (P))

Europa 126,0 EUR



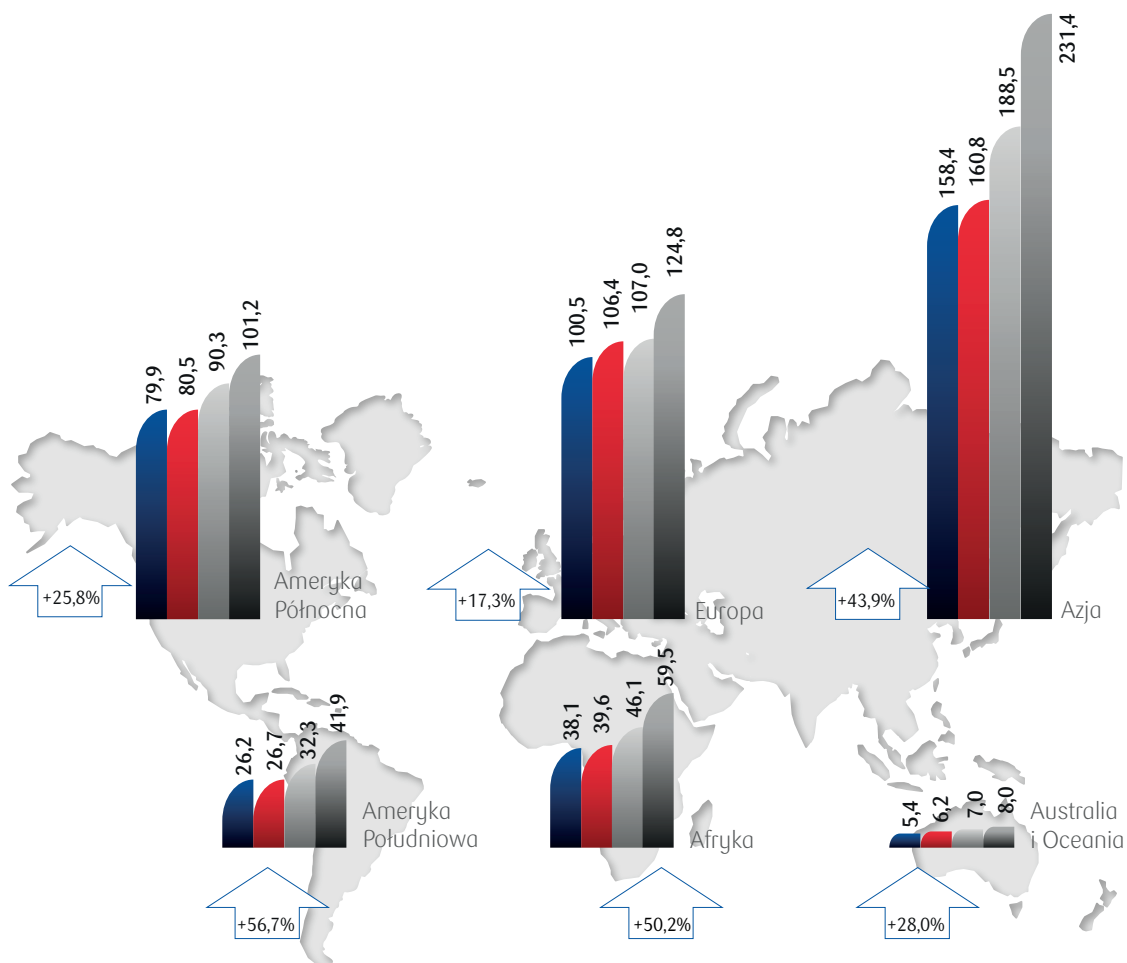
Polska 105,4 EUR



Świat 62,7 EUR

Źródło: Statista

Rynek kosmetyków na świecie – sprzedaż wg kontynentów (mld EUR)



Wg prognoz wartość rynku kosmetycznego na świecie wzrośnie w latach 2022-2026 o 34,9% osiągając poziom 574,1 mld EUR

● 2020 ● 2021 ● 2022 (P) ● 2026 (P)

Źródło: Statista

Statista szacuje, że sprzedaż kosmetyków na świecie w warunkach pandemii COVID-19 spadła średnio o 3,2% rocznie (CAGR 2020-2021) do poziomu 425,5 mld EUR w 2021 r., o 6,2% niższego od notowanego w 2019 r. W latach 2022-2026 średnie tempo wzrostu sprzedaży kosmetyków na świecie będzie ponad 2,2-krotnie wyższe niż w latach 2018-2019, osiągając odpowiednio 6,2% rocznie wobec 2,8%.

Najwyższą szacunkową sprzedaż kosmetyków w wysokości 160,8 mld EUR w 2021 r. obserwowano

na rynkach Azji, a ich sprzedaż spadła w latach 2020-2021 średnio rocznie o 2,4%. Na kolejne lata prognozy zakładają, iż do 2026 r. rynki azjatyckie będą odnotowywały istotny wzrost sprzedaży w tempie średnio 7,6% rocznie (CAGR 2022-2026) i region umocni się na pozycji światowego lidera pod względem wielkości sprzedaży kosmetyków.

W latach 2022-2026 najwyższy średni roczny wzrost – w wysokości 9,4% – będzie dotyczył rynków Ameryki Południowej.

Rynek kosmetyków na świecie – sprzedaż wg kategorii (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	194,2	196,6	199,3	215,9	249,9	2,3%	-1,0%	4,6%
Pielęgnacja skóry	114,8	112,8	115,2	130,0	158,9	3,3%	-3,0%	6,6%
Makijaż	74,2	63,4	68,2	83,9	109,9	4,0%	-7,8%	10,0%
Perfumy i wody toaletowe	40,7	40,8	42,7	47,6	55,5	1,8%	-5,2%	5,4%
Suma	429,2	413,6	425,5	477,4	574,1	2,8%	-3,2%	6,2%

Źródło: Statista

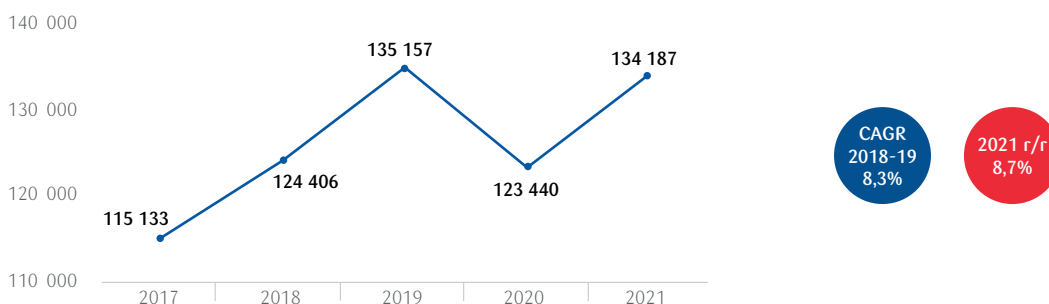
Od lat największy udział w rynku ma segment kosmetyków przeznaczonych do pielęgnacji osobistej, którego szacunkowa sprzedaż na świecie w 2022 r. będzie stanowiła 45,2% całkowitej sprzedaży branży i udział ten stopniowo obniży się do 43,5% w 2026 r. W latach 2022-2026 kosmetyki do makijażu będą segmentem rynku o najwyższym średnim rocz-

nym tempie wzrostu (10,0%), szybszym od średniego wzrostu o 6,2% rocznie – przewidywanego w tym okresie dla kosmetyków ogółem. Natomiast najniższy średni roczny wzrost w latach 2022-2026 odnotowany będzie dla segmentu kosmetyków do pielęgnacji osobistej – i wyniesie 4,6%.



Światowy eksport kosmetyków (HS 33)

Eksport kosmetyków na świecie (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

W latach 2018-2019 światowy eksport kosmetyków odnotował średni roczny wzrost 8,3% – do prawie 135,2 mld EUR w 2019 r. Pandemia COVID-19 w 2020 r. znacznie obniżyła światowy eksport

kosmetyków o 8,7%, jednak już w 2021 r. zanotowano jego znaczące odbicie również o 8,7% do blisko 134,2 mld EUR.

Struktura światowego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2021 r.

Preparaty do higieny zębów, jamy ustnej, włącznie z pastami i proszkami do przytwierdzenia protez; nici dentystyczne, w opakowaniach do sprzedaży detalicznej
4,1%

Olejki eteryczne z konkretami i absolutami; reinoidy; oleozywice; koncent. olejk. eteryczn., terpenowe prod. deterpenacji olejk.; wodne roztw. olejk. eterycz.
3,7%

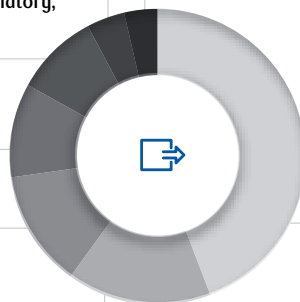
Preparaty do golenia, dezodoranty, do kąpieli, depilatory, preparaty toaletowe gdzie indziej niewymienione; dezodoranty do pomieszczeń nawet dezynfekcyjne
9,2%

Preparaty do włosów
10,2%

Preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure
44,4%

Perfumy i wody toaletowe
12,9%

Mieszanki substancji zapachowych (włącznie z roztworami alkoholowymi), w rodzaju stosowanych jako surowce w przemyśle; preparaty stosowane do produkcji napojów
15,6%



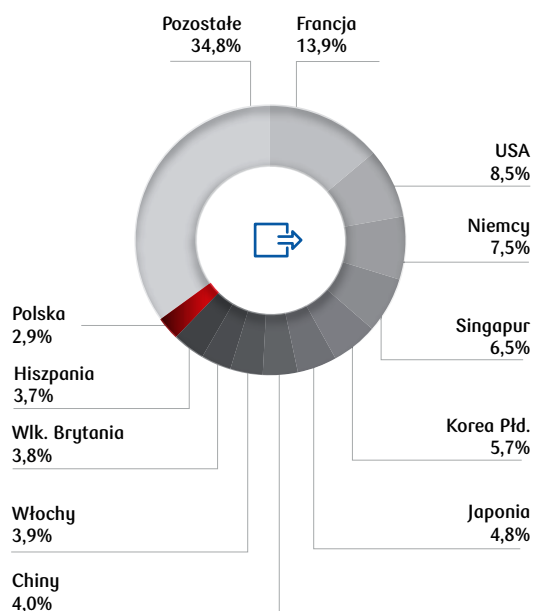
Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Największy udział w światowym eksporcie kosmetyków ma szeroka kategoria: preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry

(z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure (oznaczona HS 3304) – z udziałem 44,4%.

Kierunki eksportu i importu kosmetyków (HS 33)

Struktura światowego eksportu kosmetyków w 2021 r.

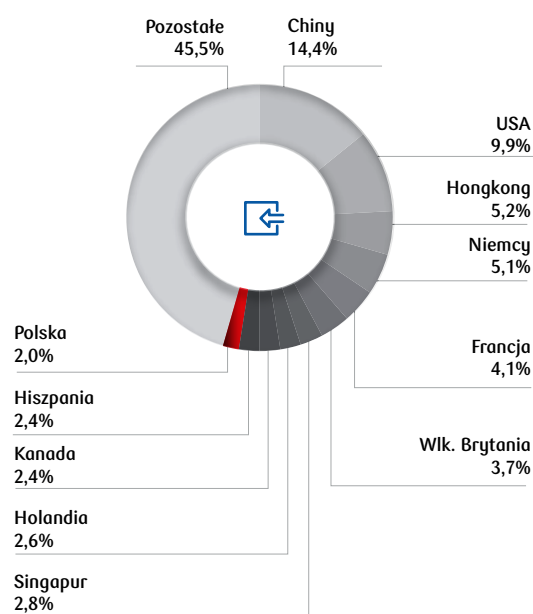


Źródło: International Trade Centre (HS 33)

- Światowym liderem w eksporcie kosmetyków jest Francja, która w 2021 r. sprzedała za granicę kosmetyki o wartości nieco ponad 18,6 mld EUR, osiągając udział w rynku na poziomie 13,9%.
- 10 największych eksporterów kosmetyków odpowiadało za 62,4% eksportu ogółem w 2021 r.
- Udział Polski w globalnym eksporcie nieznacznie wzrósł w latach 2017-2021 z poziomu 2,5% do 2,9%.

Polska jest 14. największym eksporterem kosmetyków, z udziałem na poziomie 2,9%

Struktura światowego importu kosmetyków w 2021 r.



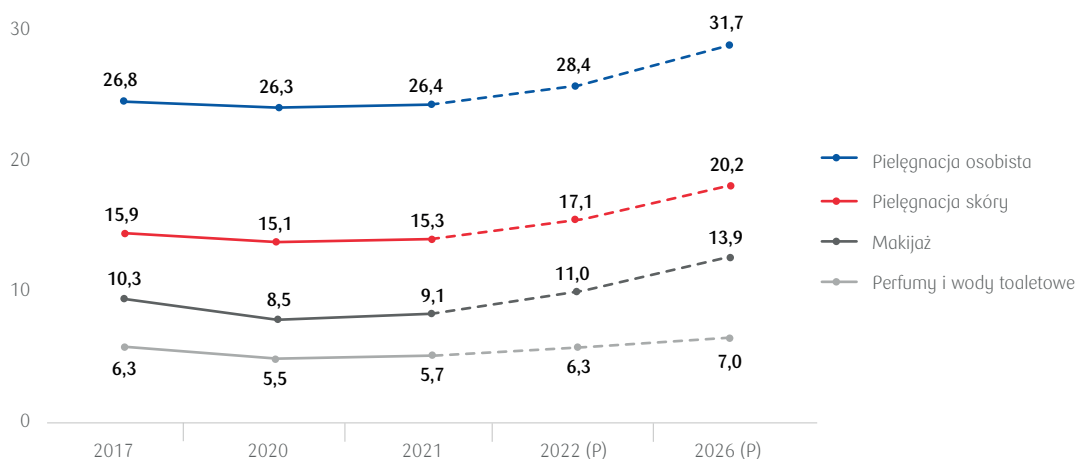
Źródło: International Trade Centre (HS 33)

- Światowym liderem w imporcie kosmetyków są Chiny, które w 2021 r. nabyły z zagranicy kosmetyki o wartości blisko 20,4 mld EUR, osiągając udział w globalnym imporcie w wysokości 14,4%.
- 10 największych importerów kosmetyków odpowiadało za 52,5% importu ogółem w 2021 r.
- Udział Polski w światowym imporcie nieznacznie wzrósł w latach 2017-2021 z poziomu 1,9% do 2,0%.

Polska jest 17. największym importerem kosmetyków, z udziałem na poziomie 2,0%

Rynek kosmetyków na świecie

Wydatki per capita na światowym rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2022 r. szacunkowe przeciętne wydatki per capita na kosmetyki na świecie wyniosą blisko 63 EUR. Prognozowany jest wzrost tej wartości do około 73 EUR w 2026 r.

Top 5 krajów na świecie pod względem sprzedaży kosmetyków (mld EUR)

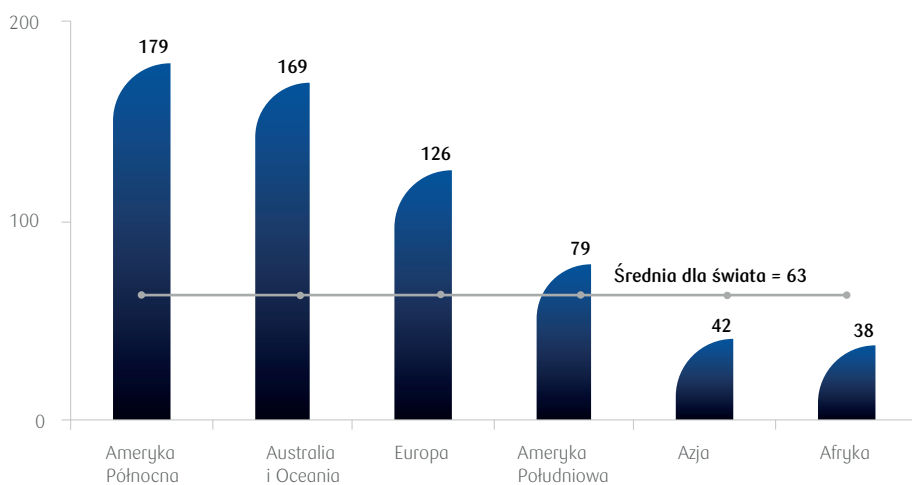
Kraj (mld EUR)	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)
Stany Zjednoczone	68,1	67,8	76,1	85,0
Chiny	43,1	43,7	52,9	72,1
Japonia	31,6	32,0	36,3	44,3
Indie	19,2	18,9	22,8	26,7
Brazylia	15,2	15,3	18,6	24,6

Źródło: Statista

Największym rynkiem na świecie dla branży kosmetycznej są obecnie Stany Zjednoczone. W 2022 r. sprzedaż kosmetyków na tym rynku szacowana jest na 76,1 mld EUR, co będzie stanowić 15,9% wartości dla świata. Według prognoz Statisty, Stany Zjednoczone pozostaną globalnym liderem na rynku kosmetycznym, jednak do 2026 r. ich udział w światowej sprzedaży kosmetyków obniży się do

14,8%. Spośród pięciu wymienionych rynków, najwyższą dynamiką wzrostu w latach 2022-2026 będą charakteryzować się Chiny, w których wartość rynku w 2026 r. przewyższy poziom z 2022 r. o 36,2%. Wysoką dynamikę rynku będzie mieć również Brazylia (32,2%), natomiast w pozostałych trzech krajach tempo wzrostu w tym okresie będzie oscylować między 12% a 22%.

Szacunkowe wydatki per capita na kosmetyki wg kontynentów w 2022 r. (EUR)



Źródło: Statista

Statista szacuje, że w podziale na kontynenty najczęściej per capita na zakup kosmetyków przeznaczają w 2022 r. mieszkańcy Ameryki Północnej (179 EUR) oraz Australii i Oceanii (169 EUR), podczas gdy

wydatki te będą najniższe w Afryce (38 EUR), a także w Azji (42 EUR) i w Ameryce Południowej (79 EUR) – ze względu na niski średni poziom dochodów mieszkańców tych kontynentów.



Rynek kosmetyków w Europie

Rynek kosmetyków w Europie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	46,8	46,1	47,9	46,7	52,2	1,1%	0,1%	1,7%
Pielęgnacja skóry	28,2	26,2	27,6	27,8	33,2	1,6%	-2,7%	3,8%
Makijaż	17,4	14,5	16,2	17,7	22,7	2,7%	-6,1%	6,9%
Perfumy i wody toaletowe	15,6	13,7	14,7	14,9	16,9	1,0%	-3,4%	2,8%
Suma	107,9	100,5	106,4	107,0	124,8	1,5%	-2,1%	3,2%

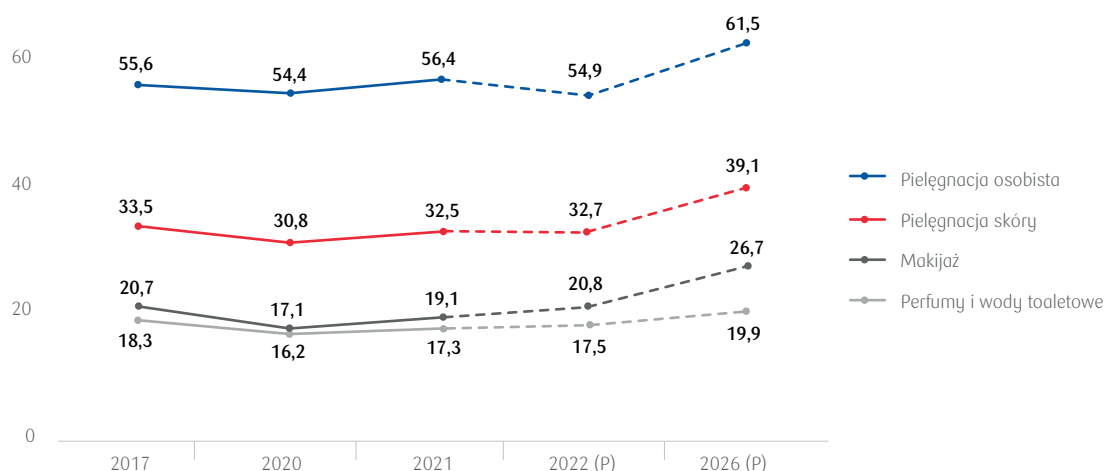
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 sprzedaż kosmetyków w Europie wzrastała średnio o 1,5% rocznie. Pandemia COVID-19 w okresie 2020-2021 wpłynęła negatywnie na rynek i zanotowano średni roczny spadek europejskiego rynku kosmetycznego o 2,1%. W tym czasie obniżenie sprzedaży odnotowano w większości segmentów rynku kosmetyków, w tym najsilniejsze w przypadku kosmetyków do makijażu (6,1%). Według prognoz Statisty, w latach 2022-2026 wartość przychodów całego rynku kosmetyków w Europie odnotuje szybszy niż przed pandemią

wzrost w wysokości 3,2% średnio rocznie, osiągając poziom 124,8 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2022-2026 wynoszącym 6,9%), a sprzedaż tego segmentu w 2026 będzie wyższa od wartości z 2021 r. o 17,3%.

Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Europie jest szacowana na 46,7 mld EUR, stanowiąc 43,6% rynku.

Wydatki per capita na europejskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2022 r. mieszkańiec Europy wyda szacunkowo na kosmetyki średnio 126 EUR. W kolejnych latach

prognozuje się zwiększenie wydatków na ten cel do nieco ponad 147 EUR w 2026 r.

Top 5 krajów w Europie pod względem sprzedaży kosmetyków (mld EUR)

Kraj (mld EUR)	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)
Niemcy	14,6	15,2	15,8	17,8
Wielka Brytania	12,0	13,0	13,8	16,5
Francja	12,3	12,9	13,4	14,8
Rosja	11,2	12,6	10,3	13,5
Włochy	8,8	9,2	9,6	10,4

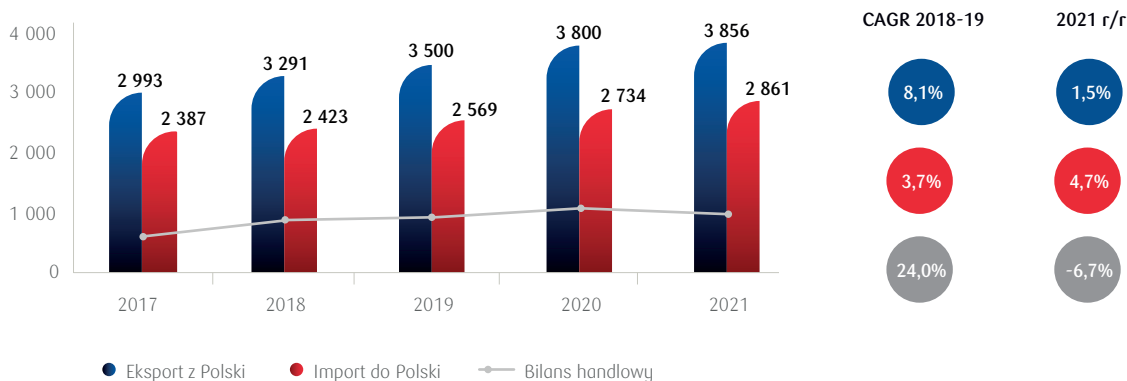
Źródło: Statista

W 2022 r. najwyższa szacunkowa sprzedaż kosmetyków wśród krajów europejskich obserwowana będzie w Niemczech w wysokości 15,8 mld EUR, co stanowi 14,7% europejskiego rynku. Prognozowany jest wzrost tej wartości do poziomu 17,8 mld EUR w 2026 r., czyli poziomu o 13,2% wyższego niż w 2022 r. Najbardziej dynamiczny rozwój spośród

tych pięciu rynków pomiędzy rokiem 2022 a 2026 nastąpi w przypadku Rosji, gdzie spodziewany jest wzrost sprzedaży w tym okresie o 31,7% (który w dużej mierze będzie wynikał z niskiej bazy odniesienia z 2022 r., w którym oczekiwany jest spadek wartości rynku o 18,2%). Na drugim biegunie będą Włochy z łącznym wzrostem o 8,7% w kolejnych 4 latach.

Polski eksport kosmetyków (CN 33)

Handel zagraniczny kosmetykami w Polsce (mln EUR)



Źródło: GUS (CN 33)

Eksport kosmetyków z Polski w latach 2018–2021 wzrósł znacząco o 28,8% z poziomu prawie 3,0 mld EUR w 2017 r. do blisko 3,9 mld EUR w 2021 r., a import odpowiednio o 19,9% z niespełna 2,4 mld EUR do blisko 2,9 mld EUR. W trakcie pande-

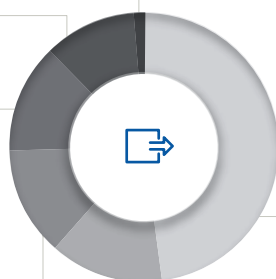
mii COVID-19 nie zanotowano spadków w skali roku w polskim handlu zagranicznym kosmetykami, choć jego dynamika wzrostu wyhamowała – zwłaszcza w 2021 r.

Struktura polskiego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2021 r.

Preparaty do higieny zębów, jamy ustnej, włącznie z pastami i proszkami do przytwierdzenia protez; nici dentystyczne, w opakowaniach do sprzedaży detalicznej
11,0%

Preparaty do golenia, dezodoranty, do kąpielii, depilatory, preparaty toaletowe gdzie indziej niewymienione; dezodoranty do pomieszczeń nawet dezynfekcyjne
13,0%

Mieszanki substancji zapachowych (włącznie z roztworami alkoholowymi), w rodzaju stosowanych jako surowce w przemyśle; preparaty stosowane do produkcji napojów
1,6%



Preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure
47,5%

Perfumy i wody toaletowe
13,6%

Preparaty do włosów
13,1%

Źródło: GUS (CN 33)

W klasyfikacji wg 4-cyfrowych kodów CN dominującą kategorią polskiego eksportu kosmetyków w 2021 r. była pozycja 3304, pod którą mieszczą się preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty

do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure, stanowiące 47,5% polskiego eksportu tych towarów.

Rynek kosmetyków w Polsce

Rynek kosmetyków w Polsce – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	2,0	2,0	2,0	2,0	2,4	2,0%	-1,7%	3,6%
Pielęgnacja skóry	0,9	0,9	1,0	1,0	1,3	4,4%	-1,0%	6,6%
Makijaż	0,5	0,4	0,4	0,5	0,6	3,1%	-8,2%	7,9%
Perfumy i wody toaletowe	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	1,8%	-4,4%	3,2%
Suma	3,9	3,9	3,9	4,0	4,9	2,5%	-2,7%	4,8%

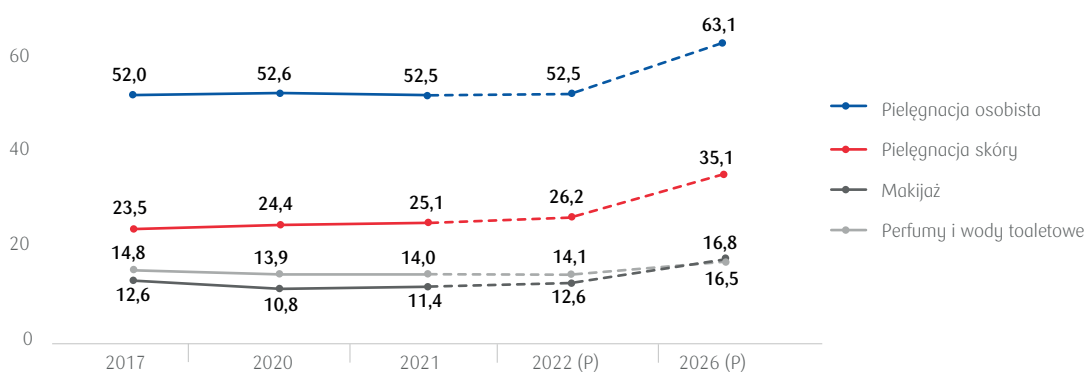
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 sprzedaż kosmetyków w Polsce wzrastała średnio o 2,5% rocznie. Pandemia COVID-19 w okresie 2020-2021 wpłynęła negatywnie na rynek i zanotowano średni roczny spadek polskiego rynku kosmetycznego o 2,7%. W tym czasie obniżenie sprzedaży odnotowano we wszystkich segmentach rynku kosmetyków. Najsilniej zmniejszyła się sprzedaż kosmetyków do makijażu (8,2%) i była to podobna tendencja do obserwowanej na świecie i w Europie. Według prognoz Statistyk, w latach 2022-2026 wartość przychodów całego rynku kosmetyków w Polsce odnotuje szybszy niż przed pandemią

wzrost w wysokości 4,8% średnio rocznie, osiągając poziom 4,9 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2022-2026 wynoszącym 7,9%), a sprzedaż tego segmentu w 2026 r. będzie wyższa od wartości z 2021 r. o 26,5%.

Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Polsce jest szacowana na 2,0 mld EUR, stanowiąc aż 49,7% całkowitej sprzedaży branży.

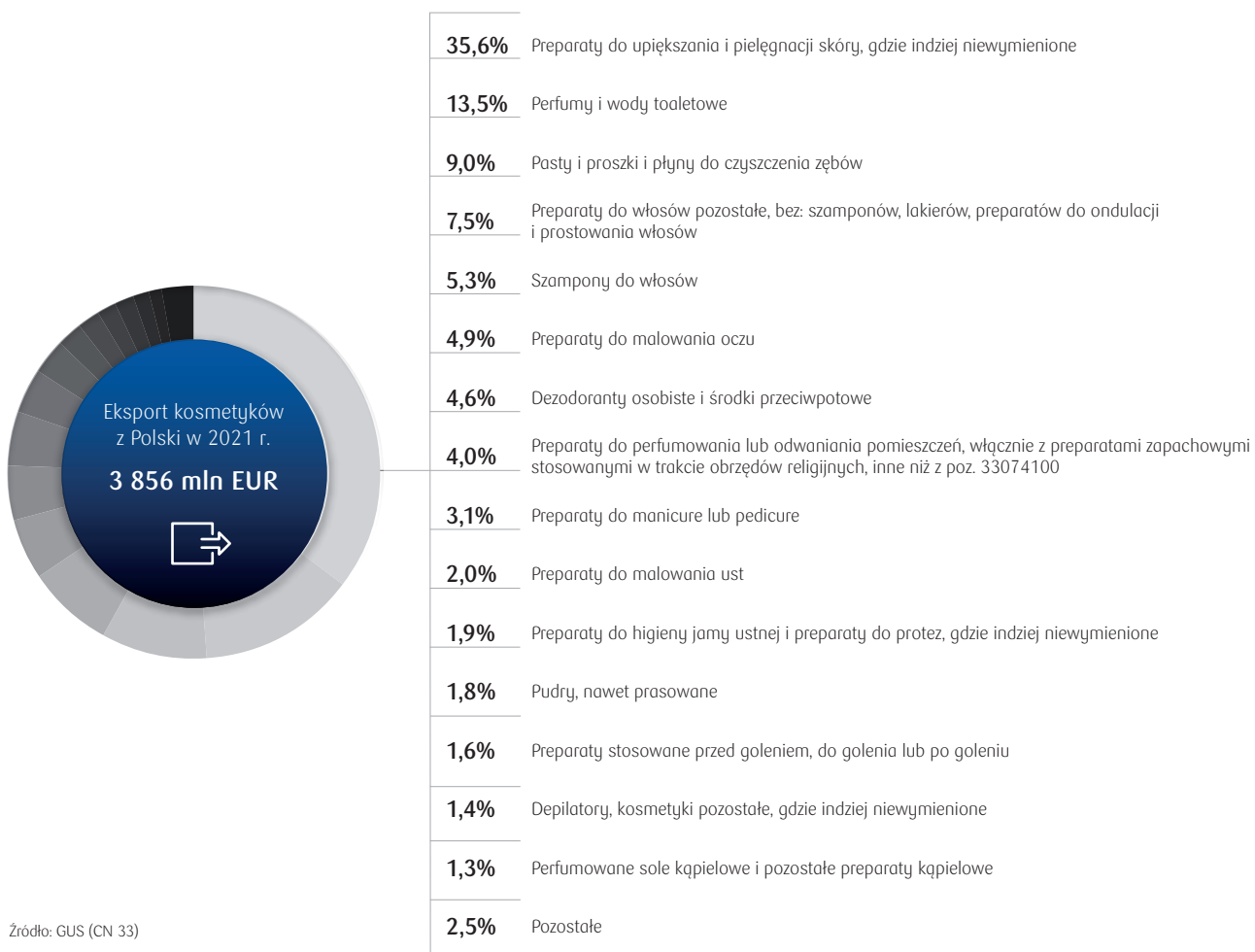
Wydatki per capita na polskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2022 r. mieszkaniec Polski wyda szacunkowo na kosmetyki średnio nieco ponad 105 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do prawie 132 EUR w 2026 r.

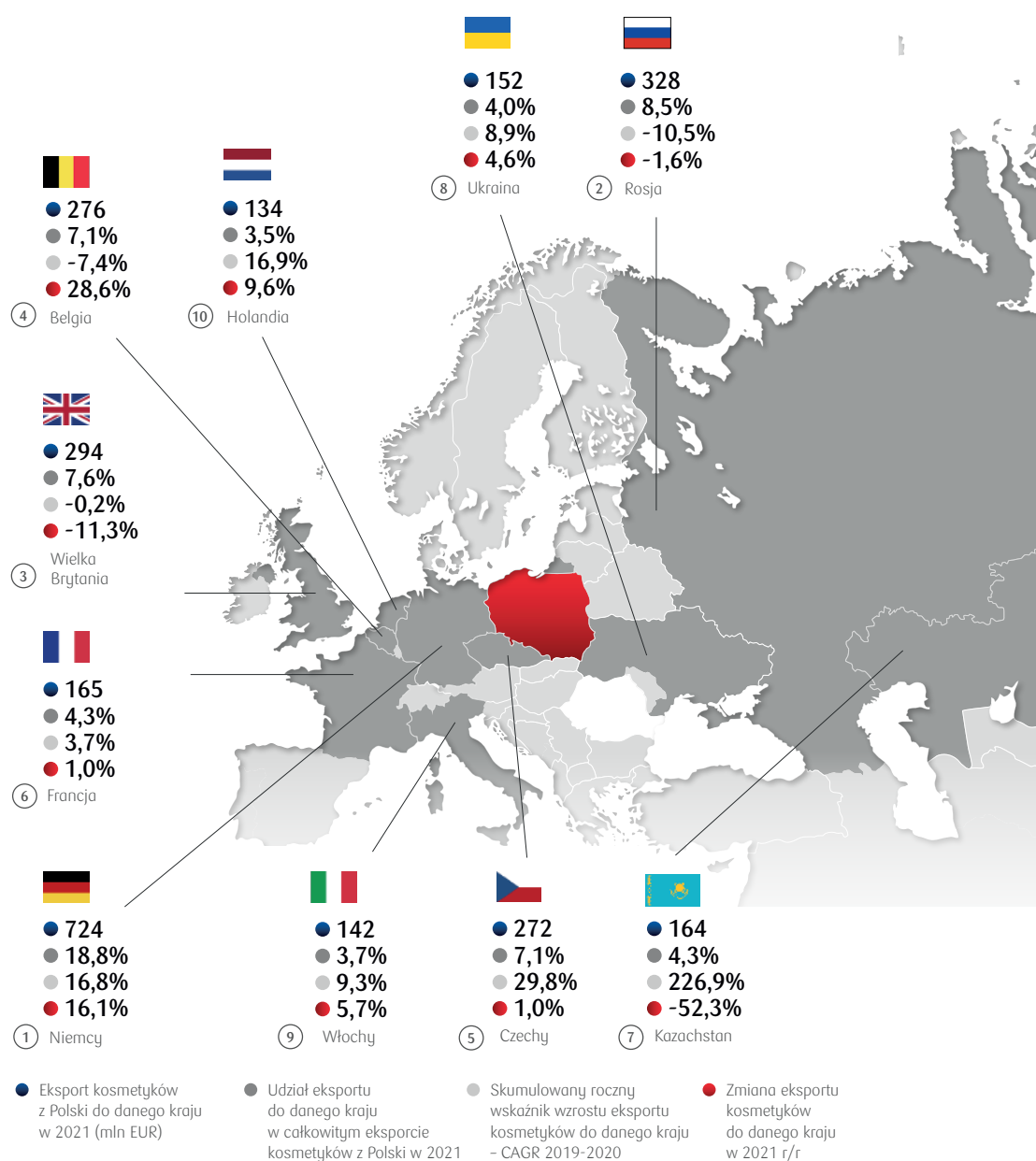
Struktura polskiego eksportu kosmetyków w 2021 r. (CN 33)



Źródło: GUS (CN 33)

Według 6-cyfrowych kodów CN, największy udział w polskim eksporcie kosmetyków w 2021 r. miała kategoria 330499: preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione – z udziałem 35,6%.

Główni odbiorcy polskich kosmetyków w 2021 r.



Źródło: GUS (CN 33)

Głównymi kierunkami eksportowymi dla polskich producentów w 2021 r. były kraje europejskie i Kazachstan. Od lat największym odbiorcą są Niemcy, do których w 2021 r. trafiło 18,8% polskiego eksportu kosmetyków. Trzej kolejni odbiorcy w 2021 r. to:

Rosja, Wielka Brytania i Belgia, które nabyły łącznie 23,3% eksportowanych przez Polskę kosmetyków. Na 10 największych rynków docelowych polskiej branży kosmetycznej trafiło 68,8% naszego eksportu tych towarów w 2021 r.

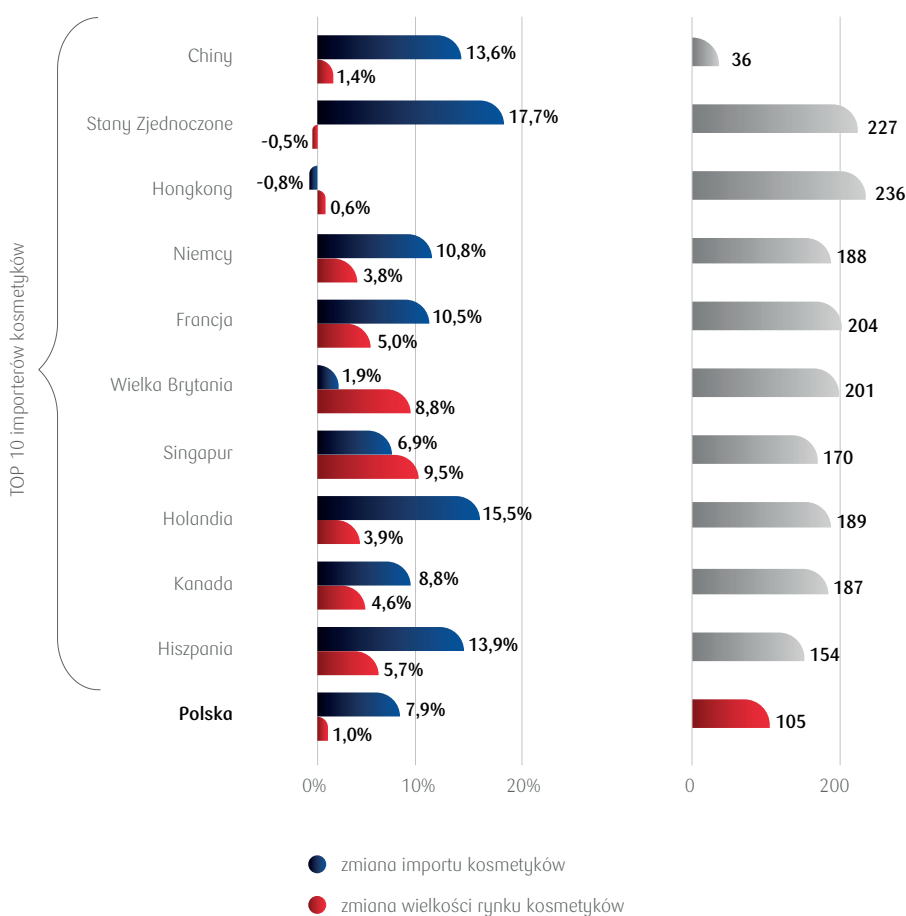


Analiza konkurencji
na rynkach największych
światowych importerów

Sytuacja na rynkach największych importerów kosmetyków

Zmiana wielkości rynku i importu kosmetyków w 2021 r. w ujęciu rocznym

Wydatki per capita na kosmetyki w 2022 r. (P) (EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33); Statista

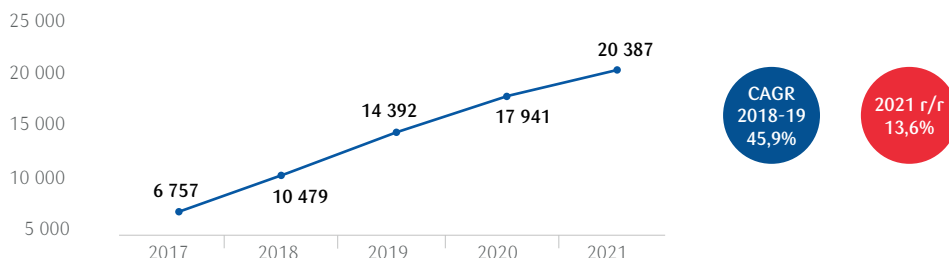
Uwaga: Ranking 10 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych krajów w 2021 r. dostępnych w dniu 26.10.2022 r.



Rynek kosmetyków w Chinach

IMPORT

Import kosmetyków do Chin (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców + Polska (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Chiny (20 387 mln EUR)	1. Japonia	23,4%	4 773,2	↑	11,6%
	2. Francja	22,4%	4 570,3	↑	16,2%
	3. Korea Płd.	17,3%	3 537,0	↑	13,8%
	4. USA	10,4%	2 127,7	↑	6,1%
	5. Wielka Brytania	8,5%	1 741,2	↑	15,1%
	6. Włochy	3,0%	610,1	↑	40,8%
	7. Belgia	1,9%	397,0	↑	26,6%
	8. Hiszpania	1,9%	384,6	↓	-5,2%
	9. Niemcy	1,5%	303,7	↑	12,8%
	10. Szwajcaria	1,3%	258,8	↑	8,5%
...
	15. Polska	0,7%	146,1	↑	120,1%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Chin zanotował w latach 2018-2019 średni wzrost na imponującym poziomie 45,9% rocznie do blisko 14,4 mld EUR. Mimo pandemii COVID-19 w kolejnym dwóch latach chiński import kosmetyków rósł i w 2021 r. osiągnął blisko 20,4 mld EUR.

W strukturze chińskiego importu kosmetyków najwyższą pozycję zajmowała Japonia z udziałem

wynoszącym 23,4%. Niewiele niższy był udział drugiej w rankingu Francji – 22,4%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 146,1 mln EUR stanowiły w 2021 r. zaledwie 0,7% importu kosmetyków do Chin, co dało Polsce 15. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku. Bardzo znaczący był wzrost importu kosmetyków z Polski – 120,1% r/r.



Struktura importu kosmetyków do Chin w 2021 r.



77,1%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
4,5%	Perfumy i wody toaletowe
3,8%	Preparaty do malowania ust
2,2%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
2,1%	Szampony do włosów
1,9%	Pudry, nawet prasowane
1,5%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
1,3%	Preparaty do malowania oczu
1,0%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
0,9%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
0,9%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
2,7%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Chinach – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	18,5	20,4	20,5	23,5	29,4	4,2%	1,1%	7,5%
Pielęgnacja skóry	11,0	12,1	12,0	14,6	20,0	5,9%	-1,4%	10,8%
Makijaż	9,6	9,7	10,3	13,7	21,2	8,0%	-4,1%	15,6%
Perfumy i wody toaletowe	0,7	1,0	0,9	1,1	1,4	4,8%	-3,0%	8,9%
Suma	39,9	43,1	43,7	52,9	72,1	5,6%	-0,9%	10,5%

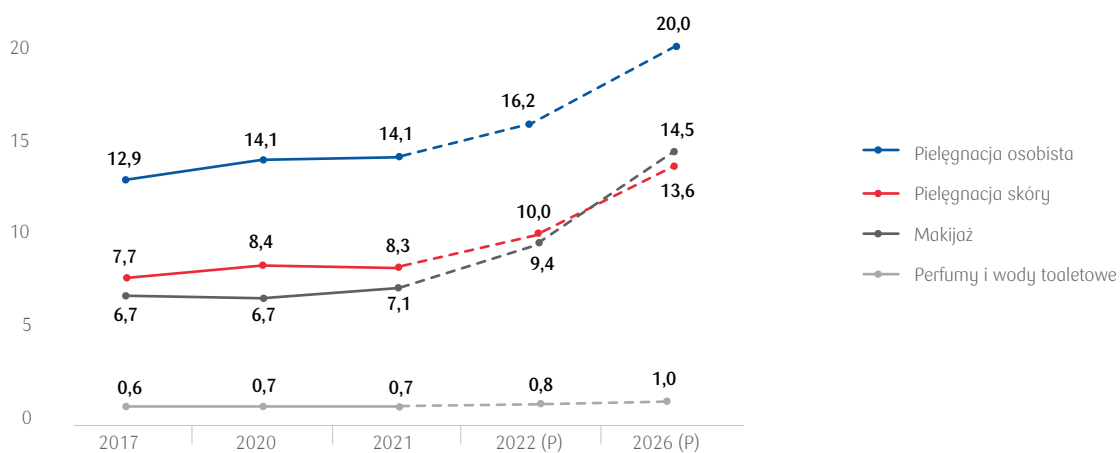
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Chinach zwiększał się średnio o 5,6% rocznie. Pandemia COVID-19 wywołała spadek rynku o średnio 0,9% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika sprzedaży kosmetyków w Chinach będzie blisko dwukrotnie wyższa od notowanej w latach 2018-2019 i osiągnie średnio 10,5% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Chinach jest przewidywana na 23,5 mld EUR, stanowi 44,4% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na chińskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

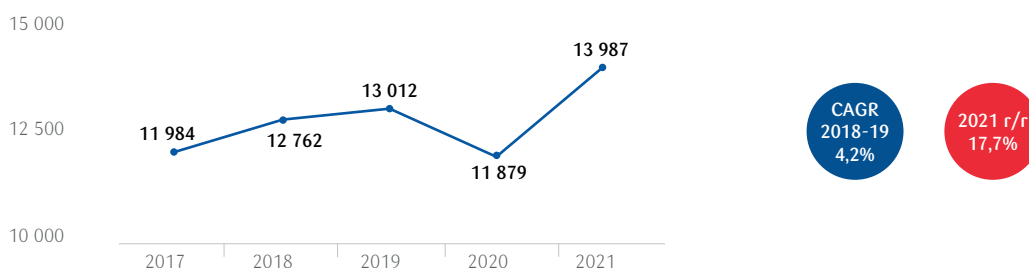
W 2022 r. mieszkaniec Chin wyda szacunkowo na kosmetyki średnio ponad 36 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do lekko powyżej 49 EUR w perspektywie 2026 r.



Rynek kosmetyków w USA

IMPORT

Import kosmetyków do Stanów Zjednoczonych (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców + Polska (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import USA (13 987 mln EUR)	1. Irlandia	19,1%	2 671,6	↑	2,9%
	2. Francja	18,5%	2 594,5	↑	24,6%
	3. Kanada	9,7%	1 360,2	↑	17,1%
	4. Chiny	7,1%	989,1	↑	13,9%
	5. Meksyk	6,8%	953,2	↑	11,3%
	6. Włochy	6,7%	934,0	↑	32,7%
	7. Korea Płd.	4,9%	690,2	↑	26,7%
	8. Hiszpania	3,2%	447,3	↑	33,0%
	9. Niemcy	3,1%	434,5	↑	26,6%
	10. Wielka Brytania	3,0%	418,9	↑	9,6%

	28. Polska	0,3%	43,0	↑	12,0%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Stanów Zjednoczonych zanotował w latach 2018-2019 średni wzrost 4,2% rocznie do 13,0 mld EUR. Pandemia COVID-19 wpłynęła na spadek importu w 2020 o 8,7% r/r, natomiast w 2021 r. zanotowano wzrost importu aż o 17,7% r/r do poziomu blisko 14,0 mld EUR.

W strukturze amerykańskiego importu kosmetyków najwyższą pozycję zajmowała w 2021 r. Irlandia z udziałem wynoszącym 19,1%. Niewiele niższy był udział drugiej w rankingu Francji – 18,5%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 43,0 mln EUR stanowiły w 2021 r. jedynie 0,3% importu kosmetyków do Stanów Zjednoczonych, co dało Polsce 28. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku.



Struktura importu kosmetyków do Stanów Zjednoczonych w 2021 r.



23,3%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
20,1%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
18,7%	Perfumy i wody toaletowe
7,4%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
5,2%	Preparaty do malowania oczu
3,6%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
2,7%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
2,7%	Preparaty do malowania ust
2,2%	Szampony do włosów
1,4%	Pudry, nawet prasowane
1,4%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
11,3%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Stanach Zjednoczonych – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	33,5	34,2	33,5	36,1	38,4	2,2%	-2,2%	2,8%
Pielęgnacja skóry	15,3	15,4	15,3	17,4	20,2	3,9%	-3,9%	5,7%
Makijaż	14,1	12,0	12,5	15,4	18,5	3,8%	-9,4%	8,2%
Perfumy i wody toaletowe	5,5	6,6	6,5	7,3	7,8	2,2%	-5,5%	3,8%
Suma	69,9	68,1	67,8	76,1	85,0	2,9%	-4,3%	4,6%

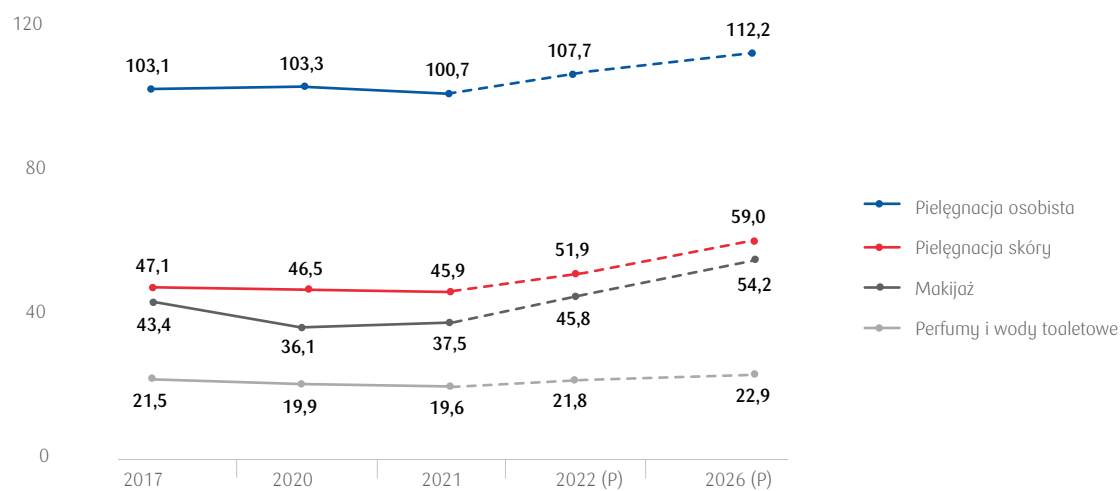
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Stanach Zjednoczonych zwiększał się średnio o 2,9% rocznie. Pandemia COVID-19 wywołała spadek rynku średnio o 4,3% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika ta odbije do 4,6% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Stanach Zjednoczonych jest przewidywana na 36,1 mld EUR, będzie stanowił 47,4% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na amerykańskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

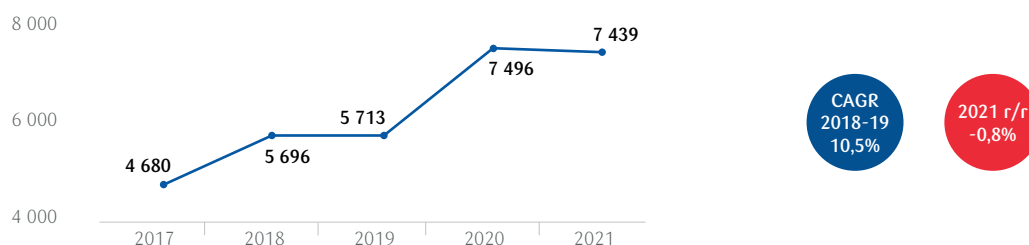
W 2022 r. mieszkaniec Stanów Zjednoczonych wyda szacunkowo na kosmetyki średnio ponad 227 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do powyżej 248 EUR w 2026 r.



Rynek kosmetyków w Hongkongu

IMPORT

Import kosmetyków do Hongkongu (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców + Polska (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Hongkong (7 439 mln EUR)	1. Korea Płd.	40,2%	2 988,8	↑	0,2%
	2. Singapur	11,2%	832,6	↓	-14,9%
	3. Chiny	9,2%	684,1	↑	16,0%
	4. Japonia	8,1%	605,5	↓	-2,4%
	5. USA	4,8%	359,3	↓	-20,9%
	6. Szwajcaria	4,6%	340,2	↓	-17,7%
	7. Francja	4,6%	339,2	↑	1,8%
	8. Włochy	3,4%	249,9	↑	24,3%
	9. Tajlandia	2,0%	152,3	↑	13,7%
	10. Holandia	1,4%	105,8	↓	-1,5%
...
	27. Polska	0,1%	8,1	↑	25,9%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Hongkongu osiągnął w latach 2018-2019 średni wzrost 10,5% rocznie do 5,7 mld EUR. Pomimo pandemii COVID-19 w 2020 r. zanotowało znaczny wzrost importu o 31,2% r/r, natomiast w 2021 obserwowano nieznaczny spadek o 0,8% r/r do poziomu 7,4 mld EUR.

W strukturze importu kosmetyków do Hongkongu dominującą pozycję zajmowała w 2021 r. Korea Południowa z udziałem wynoszącym 40,2%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 8,1 mln EUR stanowiły w 2021 r. jedynie 0,1% importu kosmetyków do Hongkongu, co dało Polsce 27. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku. W ciągu roku import kosmetyków z Polski wzrósł aż o blisko 26%.



Struktura importu kosmetyków do Hongkongu w 2021 r.



76,6%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
8,1%	Perfumy i wody toaletowe
2,3%	Preparaty do malowania ust
2,0%	Pudry, nawet prasowane
1,8%	Preparaty do malowania oczu
1,4%	Szampony do włosów
1,4%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
1,1%	Perfumowane sole kąpielowe i pozostałe preparaty kąpielowe
1,0%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
1,0%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
0,9%	Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
2,5%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Hongkongu – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	2,8%	0,0%	3,0%
Pielęgnacja skóry	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	2,4%	-2,4%	4,0%
Makijaż	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	3,5%	-8,7%	6,3%
Perfumy i wody toaletowe	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	5,1%	-2,4%	3,7%
Suma	1,6	1,6	1,6	1,8	2,0	3,4%	-2,4%	3,9%

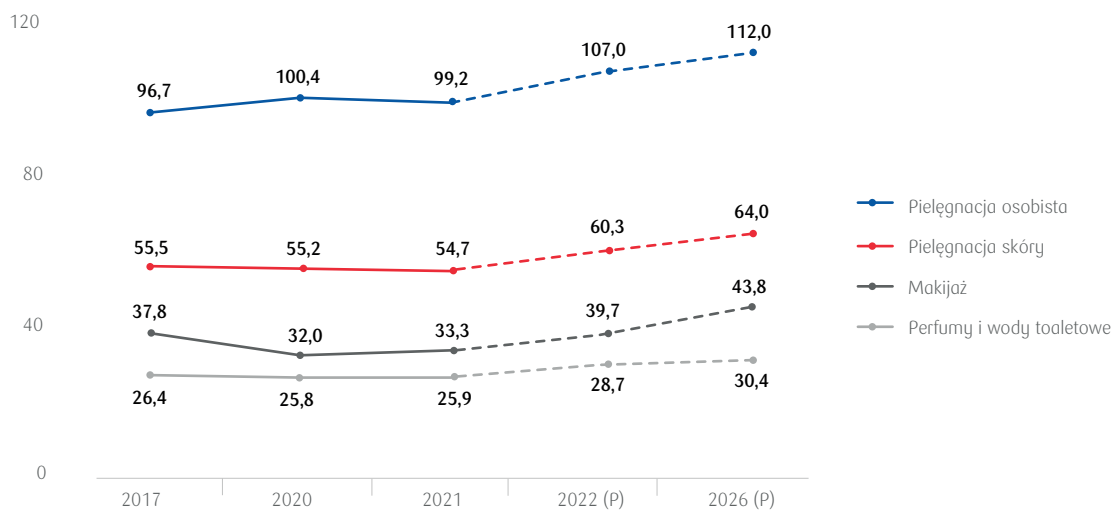
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Hongkongu zwiększał się średnio o 3,4% rocznie. Pandemia COVID-19 w latach 2020-2021 spowodowała spadek tego rynku średnio o 2,4% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika przyspieszy do 3,9% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Hongkongu jest przewidywana na 0,8 mld EUR, stanowi 45,3% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Hongkongu (EUR)



Źródło: Statista

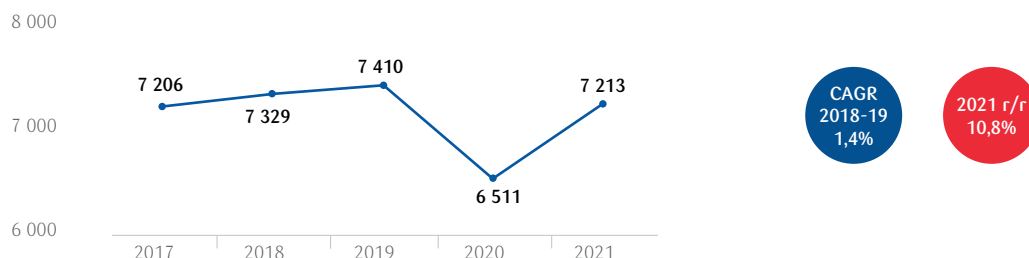
W 2022 r. mieszkaniec Hongkongu wyda szacunkowo na kosmetyki średnio blisko 236 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do nieco ponad 250 EUR w 2026 r.



Rynek kosmetyków w Niemczech

IMPORT

Import kosmetyków do Niemiec (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Niemcy (7 213 mln EUR)	1. Francja	24,8%	1 786,3	↑	15,0%
	2. Polska	8,9%	642,4	↑	14,8%
	3. Szwajcaria	8,6%	622,8	↑	3,4%
	4. Włochy	8,5%	610,5	↑	13,3%
	5. USA	6,5%	468,8	↑	9,4%
	6. Hiszpania	6,3%	457,8	↑	29,4%
	7. Holandia	5,7%	410,1	↑	12,4%
	8. Wielka Brytania	5,2%	377,0	↑	0,9%
	9. Irlandia	5,1%	366,9	↓	-19,0%
	10. Chiny	2,7%	196,0	↑	19,4%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Niemiec zanotował w latach 2018-2019 średni wzrost 1,4% rocznie do ponad 7,4 mld EUR. Natomiast w 2020 r. nastąpił spadek tego importu aż o 12,1% r/r wskutek pandemii, jednak już w 2021 r. import istotnie wzrósł o 10,8% r/r do ponad 7,2 mld EUR.

W strukturze niemieckiego importu kosmetyków najwyższą pozycję w 2021 zajęła Francja – z udziałem 24,8%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości ponad 0,6 mld EUR stanowiły w 2021 8,9% importu kosmetyków do Niemiec, co dało Polsce wysokie 2. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku.



Struktura importu kosmetyków do Niemiec w 2021 r.



24,3%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
19,8%	Perfumy i wody toaletowe
9,3%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
6,3%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
5,9%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
3,5%	Preparaty do malowania oczu
3,4%	Szampony do włosów
3,2%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
2,9%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
2,8%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
2,6%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
15,8%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Niemczech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	7,2	7,3	7,6	7,6	8,4	1,5%	1,3%	2,0%
Pielęgnacja skóry	3,9	3,9	4,0	4,2	4,8	2,1%	-1,5%	4,0%
Makijaż	2,1	1,9	2,1	2,4	3,0	3,8%	-3,4%	7,0%
Perfumy i wody toaletowe	1,5	1,5	1,5	1,6	1,7	0,9%	-3,5%	2,9%
Suma	14,8	14,6	15,2	15,8	17,8	1,9%	-0,6%	3,3%

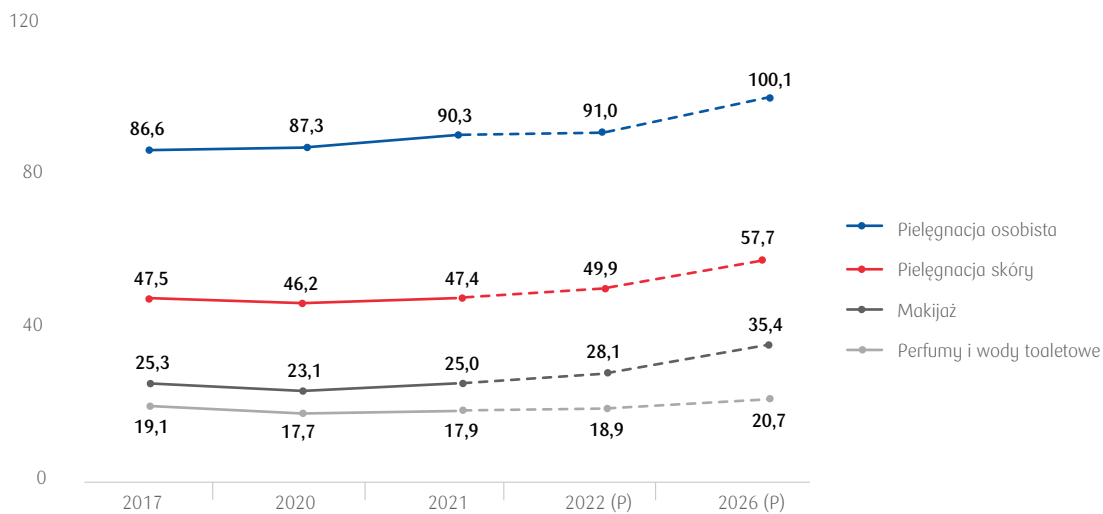
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Niemczech zwiększał się średnio o 1,9% rocznie. Pandemia COVID-19 spowodowała zmniejszenie tego rynku średnio o 0,6% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika odbije do 3,3% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Niemczech jest przewidywana na 7,6 mld EUR, stanowi 48,4% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na niemieckim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

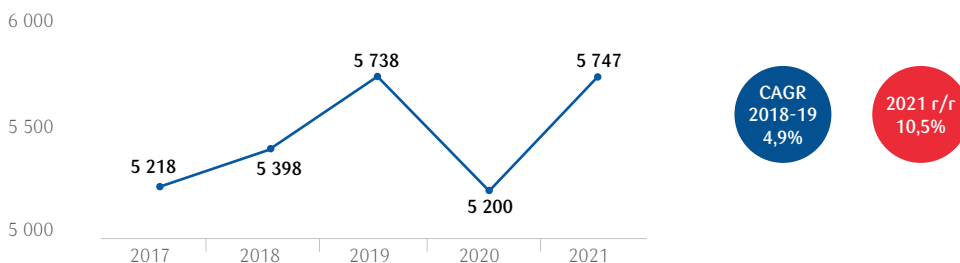
W 2022 r. mieszkańiec Niemiec wyda szacunkowo na kosmetyki średnio blisko 188 EUR. Do 2026 r. prognozuje się wzrost tej kwoty do niespełna 214 EUR.



Rynek kosmetyków we Francji

IMPORT

Import kosmetyków do Francji (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców + Polska (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Francja (5 747 mln EUR)	1. Szwajcaria	17,2%	989,3	↑	5,4%
	2. Niemcy	10,8%	619,5	↑	1,2%
	3. Włochy	9,2%	526,4	↓	-0,5%
	4. Wielka Brytania	8,1%	463,2	↑	71,5%
	5. Irlandia	8,1%	463,0	↓	-5,6%
	6. Hiszpania	7,7%	443,7	↑	9,5%
	7. USA	6,3%	362,2	↑	2,5%
	8. Holandia	5,9%	340,7	↑	23,3%
	9. Belgia	3,8%	219,9	↑	2,2%
	10. Chiny	2,7%	156,3	↑	27,0%
	11. Polska	2,6%	152,0	↑	24,2%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Francji zanotował w latach 2018-2019 średni wzrost 4,9% rocznie do ponad 5,7 mld EUR. Natomiast w 2020 r. nastąpił spadek importu kosmetyków o 9,4% r/r wskutek pandemii COVID-19. Za to już w 2021 r. zanotowano znaczący wzrost tego importu o 10,5% r/r do powyżej 5,7 mld EUR.

W strukturze francuskiego importu kosmetyków najwyższą pozycję zajęła Szwajcaria z udziałem wynoszącym 17,2%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 152,0 mln EUR stanowiły w 2021 r. 2,6% importu kosmetyków do Francji, co dało Polsce 11. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku. W 2021 r. francuski import kosmetyków z Polski wzrósł o blisko 1/4 w ciągu roku.



Struktura importu kosmetyków do Francji w 2021 r.



24,3%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
18,9%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
15,4%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
6,4%	Perfumy i wody toaletowe
4,9%	Preparaty do malowania oczu
4,6%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,4%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
2,9%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
2,6%	Szampony do włosów
2,4%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
2,2%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
11,0%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków we Francji – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	5,1	5,1	5,3	5,2	5,5	0,6%	0,5%	1,1%
Pielęgnacja skóry	3,7	3,4	3,5	3,7	4,1	1,1%	-3,0%	3,0%
Makijaż	2,0	1,8	2,0	2,3	2,9	4,1%	-4,2%	7,5%
Perfumy i wody toaletowe	2,3	2,0	2,1	2,2	2,2	-0,2%	-4,5%	1,7%
Suma	13,1	12,3	12,9	13,4	14,8	1,1%	-2,0%	2,8%

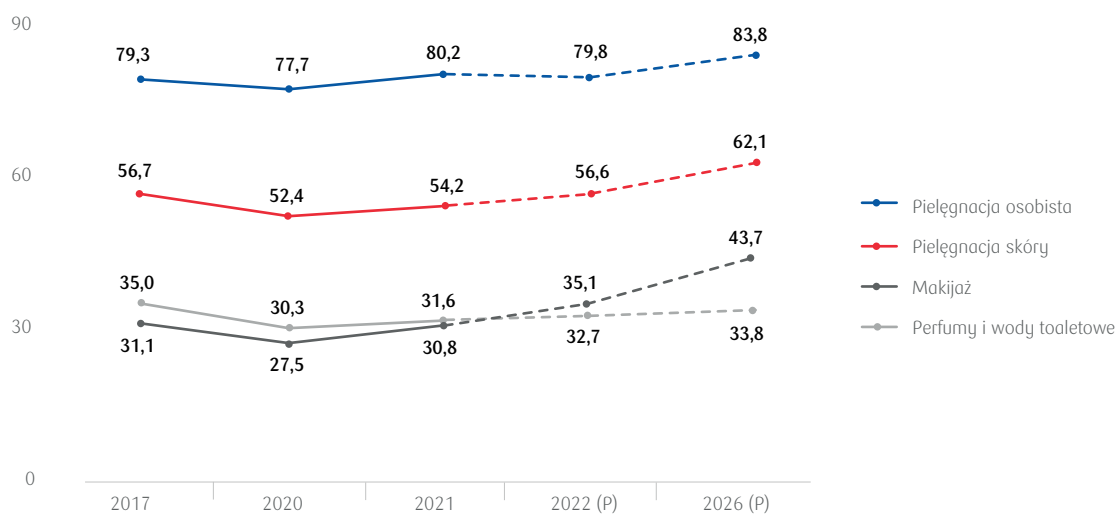
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków we Francji zwiększał się średnio o 1,1% rocznie. Pandemia COVID-19 spowodowała spadek tego rynku średnio 2,0% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika wzrośnie o 2,8% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. we Francji jest przewidywana na 5,2 mld EUR, stanowi 39,0% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na francuskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

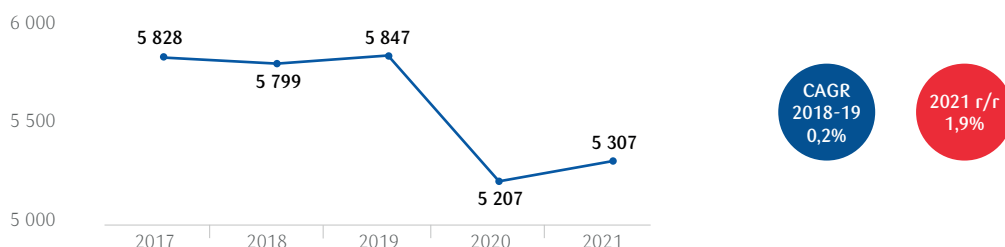
W 2022 r. mieszkaniec Francji wyda szacunkowo na kosmetyki średnio ponad 204 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do nieco powyżej 223 EUR w 2026 r.



Rynek kosmetyków w Wielkiej Brytanii

IMPORT

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Wlk. Brytania (5 307 mln EUR)	1. Francja	17,1%	909,1	↓	-6,8%
	2. Irlandia	12,4%	660,1	↑	35,5%
	3. USA	12,0%	636,3	↑	2,5%
	4. Niemcy	9,7%	517,1	↓	-13,5%
	5. Chiny	8,5%	450,3	↑	13,6%
	6. Holandia	5,9%	312,7	↓	-0,2%
	7. Polska	5,4%	288,3	↓	-7,1%
	8. Włochy	5,3%	278,8	↓	-12,6%
	9. Hiszpania	5,0%	265,7	↓	-9,2%
	10. Belgia	3,1%	162,9	↑	3,0%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii zanotował w latach 2018-2019 średni wzrost 0,2% rocznie do ponad 5,8 mld EUR. Pandemia COVID-19 przyczyniła się do istotnego spadku importu kosmetyków w 2020 r. o 10,9% r/r, natomiast w 2021 r. import ten lekko wzrósł o 1,9% r/r do nieco powyżej 5,3 mld EUR.

W strukturze brytyjskiego importu kosmetyków pierwszą pozycję zajmowała Francja z udziałem wynoszącym 17,1%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 288,3 mln EUR stanowiły w 2021 r. 5,4% importu kosmetyków do Wielkiej Brytanii, co dało Polsce wysokie 7. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku, mimo ponad 7-procentowego spadku tego importu w skali roku.



Struktura importu kosmetyków do Wielkiej Brytanii w 2021 r.



23,2%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
16,8%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
16,1%	Perfumy i wody toaletowe
6,9%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,6%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
4,3%	Szampony do włosów
3,9%	Preparaty do malowania oczu
2,7%	Preparaty do malowania ust
2,6%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
2,3%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
2,3%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
14,2%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Wielkiej Brytanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	5,2	5,2	5,6	5,6	6,4	1,3%	1,8%	2,8%
Pielęgnacja skóry	3,2	3,0	3,3	3,5	4,3	2,5%	-0,6%	5,4%
Makijaż	2,3	2,0	2,3	2,7	3,5	3,8%	-3,9%	8,8%
Perfumy i wody toaletowe	1,7	1,7	1,9	2,0	2,4	2,4%	-1,0%	4,6%
Suma	12,5	12,0	13,0	13,8	16,5	2,3%	-0,3%	4,9%

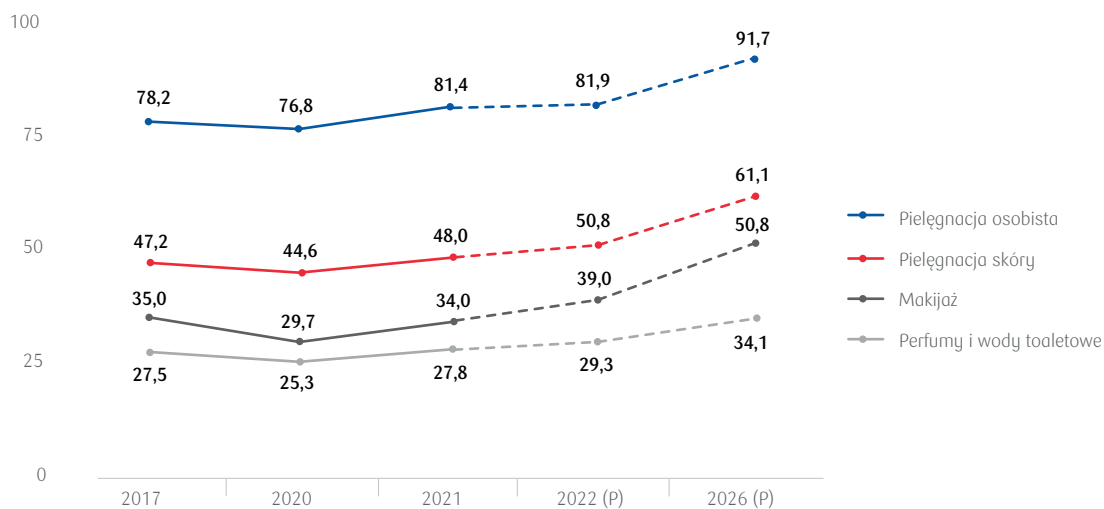
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Wielkiej Brytanii zwiększał się średnio o 2,3% rocznie. Pandemia COVID-19 wywołała lekki spadek tego rynku średnio o 0,3% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika odbije do 4,9% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Wielkiej Brytanii jest przewidywana na 5,6 mld EUR, stanowi 40,7% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na brytyjskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

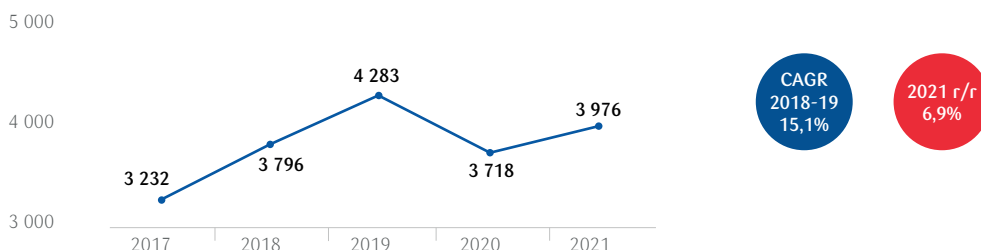
W 2022 r. mieszkaniec Wielkiej Brytanii wyda szacunkowo na kosmetyki średnio 201 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do blisko 238 EUR w 2026 r.



Rynek kosmetyków w Singapurze

IMPORT

Import kosmetyków do Singapuru (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców + Polska (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Singapuru (3 976 mln EUR)	1. Francja	42,9%	1 704,8	↑	8,9%
	2. Japonia	15,8%	629,2	↑	34,4%
	3. USA	9,6%	380,9	↓	-10,8%
	4. Korea Płd.	4,8%	188,9	↓	-11,5%
	5. Włochy	3,3%	129,8	↓	-7,2%
	6. Tajlandia	2,5%	98,4	↑	18,6%
	7. Chiny	2,5%	97,9	↓	-17,3%
	8. Wielka Brytania	2,2%	85,6	↓	-2,5%
	9. Niemcy	2,0%	80,2	↑	5,7%
	10. Hiszpania	1,9%	74,9	↑	30,8%
...
	22. Polska	0,3%	12,3	↑	17,8%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Singapuru zanotował w latach 2018-2019 średni znaczący wzrost w wysokości 15,1% rocznie do blisko 4,3 mld EUR. Pandemia COVID-19 spowodowała spadek tego import w 2020 r. o 13,2% r/r, jednak w 2021 dynamika roczna odbiła do 6,9%

W strukturze singapurskiego importu kosmetyków dominującą pozycję zajmowała Francja z udziałem wynoszącym 42,9%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 12,3 mln EUR stanowiły w 2021 r. tylko 0,3% importu kosmetyków do Singapuru, co dało Polsce 22. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku. Singapurski import kosmetyków z Polski w 2021 r. wzrósł o blisko 1/5.



Struktura importu kosmetyków do Singapuru w 2021 r.



56,2%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
18,3%	Perfumy i wody toaletowe
5,1%	Preparaty do malowania ust
2,9%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
2,2%	Preparaty do malowania oczu
2,1%	Pudry, nawet prasowane
1,7%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
1,6%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
1,6%	Szampony do włosów
1,3%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
1,1%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
5,8%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Singapurze – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	3,7%	0,0%	2,6%
Pielęgnacja skóry	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	4,3%	-2,0%	3,1%
Makijaż	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	3,3%	-6,5%	6,3%
Perfumy i wody toaletowe	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	4,4%	-4,3%	3,4%
Suma	0,9	0,8	0,9	1,0	1,1	2,7%	-1,6%	3,4%

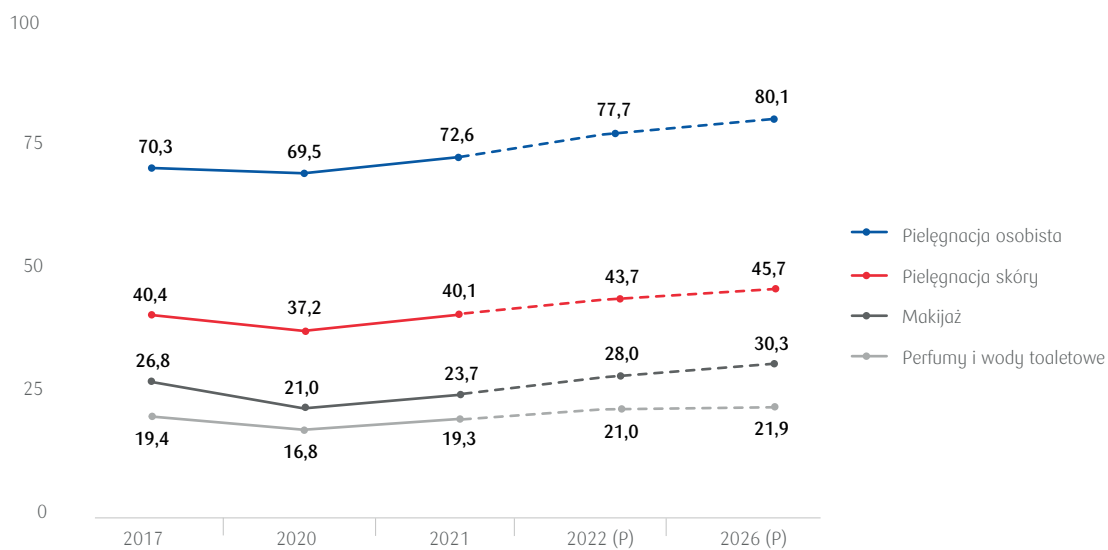
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Singapurze wzrósł średnio o 2,7% rocznie. Pandemia COVID-19 przyniosła spadek tego rynku o średnio 1,6% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika odbije do 3,4% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Singapurze jest przewidywana na 0,5 mld EUR, stanowi 45,5% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na singapurskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

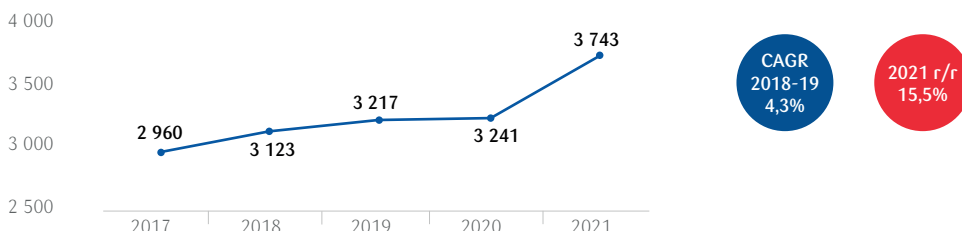
W 2022 r. mieszkaniec Singapuru wyda szacunkowo na kosmetyki średnio ponad 170 EUR. Prognozowany jest lekki wzrost tej kwoty do 178 EUR w 2026 r.



Rynek kosmetyków w Holandii

IMPORT

Import kosmetyków do Holandii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Holandia (3 743 mln EUR)	1. Niemcy	17,1%	638,5	↑	15,5%
	2. USA	13,2%	492,4	↑	1,7%
	3. Belgia	12,5%	469,7	↓	-1,7%
	4. Wielka Brytania	10,4%	388,9	↑	44,8%
	5. Francja	8,9%	331,9	↑	26,5%
	6. Hiszpania	5,3%	198,1	↑	9,2%
	7. Włochy	5,0%	186,3	↑	6,3%
	8. Irlandia	4,8%	179,8	↑	28,5%
	9. Chiny	3,5%	130,5	↑	48,2%
	10. Polska	3,1%	117,7	↑	11,9%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Holandii zanotował w latach 2018-2019 średni wzrost 4,3% rocznie do ponad 3,2 mld EUR. Pomimo pandemii COVID-19, w 2020 r. nastąpił niewielki wzrost importu kosmetyków o 0,7% r/r, a w 2021 r. import ten zwiększył się o 15,5% r/r do powyżej 3,7 mld EUR.

W strukturze holenderskiego importu kosmetyków najwyższą pozycję zajmowały Niemcy z udziałem wynoszącym 17,1%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 117,7 mln EUR stanowiły 3,1% importu kosmetyków do Holandii w 2021 r., co dało Polsce 10. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku.



Struktura importu kosmetyków do Holandii w 2021 r.



23,4%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
20,0%	Perfumy i wody toaletowe
11,0%	Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
8,8%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,3%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
4,3%	Szampony do włosów
3,6%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
3,3%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
3,1%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
2,7%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
2,6%	Preparaty do malowania oczu
12,8%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Holandii – wartość przychodów (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7	1,0%	0,9%	1,3%
Pielęgnacja skóry	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	1,6%	-2,4%	2,5%
Makijaż	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	1,9%	-4,7%	6,3%
Perfumy i wody toaletowe	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,0%	-2,2%	2,2%
Suma	3,2	3,0	3,2	3,3	3,6	1,3%	-1,1%	2,5%

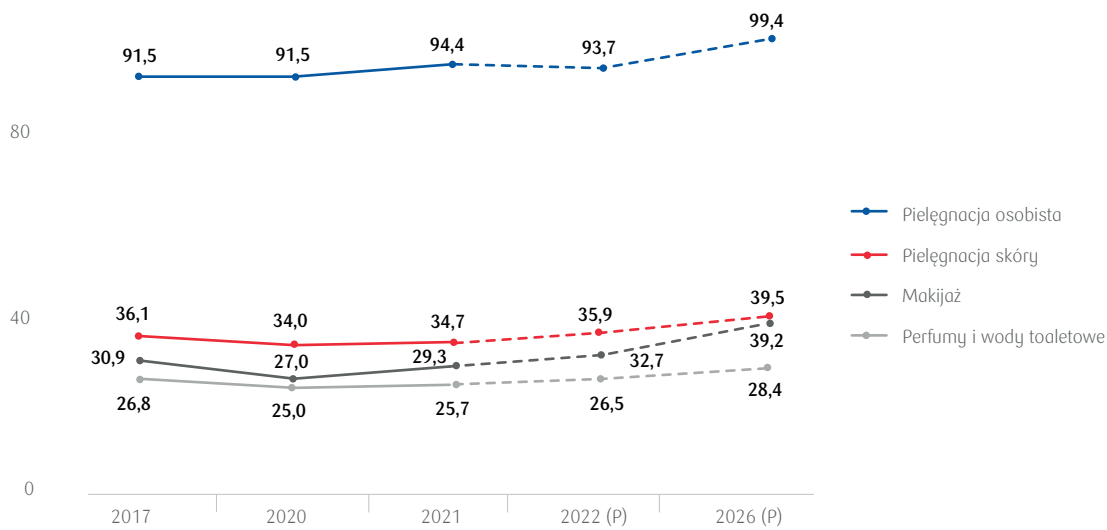
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Holandii zwiększał się średnio o 1,3% rocznie. Pandemia COVID-19 spowodowała spadek tego rynku o średnio 1,1% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika przyspieszy do 2,5% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Holandii jest przewidywana na 1,6 mld EUR, stanowi 49,5% całkowitej sprzedaży branży, co jest najwyższym udziałem notowanym wśród 10 analizowanych krajów.



Wydatki per capita na holenderskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

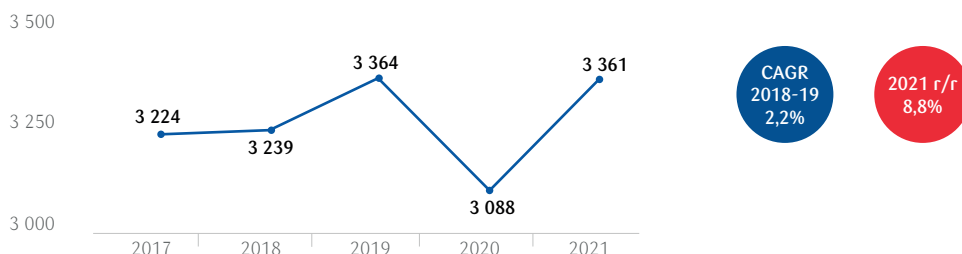
W 2022 r. mieszkańiec Holandii wyda szacunkowo na kosmetyki średnio prawie 189 EUR. Prognozowany jest znaczący wzrost tej kwoty do blisko 207 EUR w 2026 r.



Rynek kosmetyków w Kanadzie

IMPORT

Import kosmetyków do Kanady (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców + Polska (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Kanada (3 361 mln EUR)	1. USA	64,0%	2 152,0	↑	6,5%
	2. Francja	9,2%	308,0	↑	27,0%
	3. Włochy	4,2%	140,1	↑	10,2%
	4. Chiny	2,9%	96,1	↑	2,7%
	5. Meksyk	2,7%	90,0	↓	-4,6%
	6. Wielka Brytania	2,4%	80,8	↑	19,0%
	7. Irlandia	2,3%	75,9	↑	27,8%
	8. Korea Płd.	2,0%	66,5	↑	12,6%
	9. Niemcy	1,6%	53,5	↑	4,4%
	10. Japonia	1,2%	40,5	↓	-2,5%

	21. Polska	0,2%	7,6	↓	-16,8%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Kanada zanotowała w latach 2018-2019 wzrost importu kosmetyków, który wyniósł średnio 2,2% rocznie, do poziomu prawie 3,4 mld EUR w 2019 r. Pandemia COVID-19 przyniosła znaczne wahania tego importu – w 2020 spadek o 8,2% r/r, a w 2021 r. wzrost o 8,8% r/r do blisko 3,4 mld EUR.

W strukturze kanadyjskiego importu kosmetyków dominującą pozycję zajmowały Stany Zjednoczone

z udziałem wynoszącym 64,0%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 7,6 mln EUR stanowiły w 2021 r. jedynie 0,2% importu kosmetyków do Kanady, co dało Polsce 21. miejsce wśród dostawców branży do tego kraju. W 2021 r. zanotowano istotny spadek kanadyjskiego importu kosmetyków z Polski – o prawie 17% w ciągu roku.



Struktura importu kosmetyków do Kanady w 2021 r.



28,0%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
14,9%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
9,0%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
7,1%	Perfumy i wody toaletowe
5,1%	Szampony do włosów
4,9%	Preparaty do malowania oczu
4,2%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
4,1%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
3,4%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
3,3%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
3,0%	Preparaty do malowania ust
13,2%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Kanadzie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	3,2	3,1	3,2	3,5	3,8	0,8%	-0,3%	3,6%
Pielęgnacja skóry	1,5	1,4	1,5	1,7	2,0	2,4%	-2,0%	6,5%
Makijaż	1,2	1,0	1,1	1,3	1,5	1,6%	-8,3%	8,0%
Perfumy i wody toaletowe	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,7%	-3,4%	4,7%
Suma	6,6	6,1	6,4	7,2	8,2	1,3%	-2,5%	5,2%

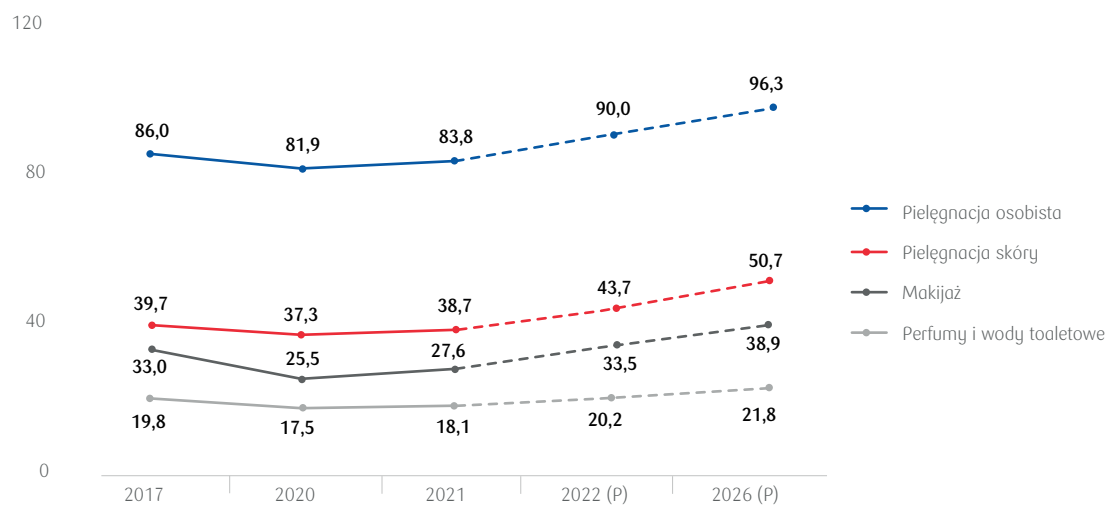
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Kanadzie zwiększał się średnio o 1,3% rocznie. Pandemia COVID-19 spowodowała spadek tego rynku średnio o 2,5% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika odbije do 5,2% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Kanadzie jest przewidywana na 3,5 mld EUR, stanowi 48,1% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na kanadyjskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

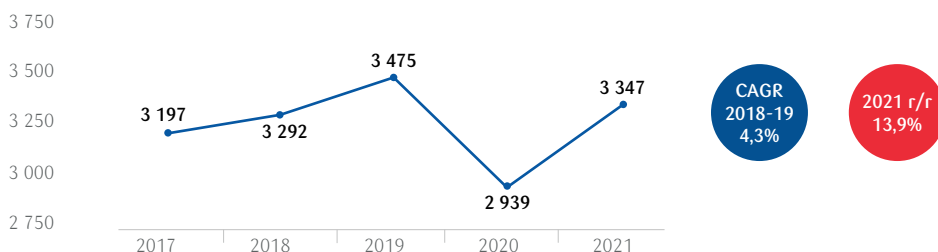
W 2022 r. mieszkańiec Kanady wyda szacunkowo na kosmetyki średnio ponad 187 EUR. Prognozowany jest istotny wzrost tej kwoty do prawie 208 EUR w 2026 r.



Rynek kosmetyków w Hiszpanii

IMPORT

Import kosmetyków do Hiszpanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Top 10 dostawców (2021)

	Kraj	Udział	EUR mln		2021 r/r
Import Hiszpania (3 347 mln EUR)	1. Francja	33,6%	1 124,1	↑	26,8%
	2. Niemcy	11,9%	396,7	↑	9,5%
	3. Irlandia	9,2%	307,9	↑	2,2%
	4. Włochy	8,3%	276,6	↑	5,2%
	5. Holandia	8,1%	272,7	↑	30,9%
	6. Wielka Brytania	4,3%	144,7	↓	-22,2%
	7. Belgia	3,7%	125,1	↑	38,2%
	8. Polska	3,3%	109,5	↑	0,5%
	9. Chiny	3,0%	100,4	↑	16,3%
	10. USA	2,4%	80,0	↓	-5,7%

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Hiszpanii zanotował w latach 2018-2019 średni wzrost 4,3% rocznie do blisko 3,5 mld EUR. Natomiast w 2020 r. nastąpił znaczny spadek importu kosmetyków o 15,4% r/r wskutek pandemii COVID-19. Sytuacja zmieniła się w 2021 r., kiedy hiszpański import kosmetyków zwiększył się w skali roku o 13,9% do ponad 3,3 mld EUR.

W strukturze hiszpańskiego importu kosmetyków najwyższą pozycję zajmowała Francja z udziałem wynoszącym 33,6%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 109,5 mln EUR stanowiły w 2021 r. 3,3% importu kosmetyków do Hiszpanii, co dało Polsce 8. miejsce wśród dostawców branży na tym rynku. W skali roku wartość importu kosmetyków z Polski prawie się nie zmieniła (+0,5% r/r).



Struktura importu kosmetyków do Hiszpanii w 2021 r.



21,3%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
21,3%	Perfumy i wody toaletowe
13,5%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
10,1%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
5,7%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,4%	Szampony do włosów
3,1%	Preparaty do malowania oczu
3,0%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
2,6%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
2,4%	Preparaty do malowania ust
2,2%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
10,4%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

WIELKOŚĆ RYNKU

Rynek kosmetyków w Hiszpanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2017	2020	2021	2022 (P)	2026 (P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-26)
Pielęgnacja osobista	3,1	3,0	3,2	3,2	3,4	0,8%	0,8%	1,4%
Pielęgnacja skóry	1,7	1,6	1,7	1,8	2,1	1,7%	-3,1%	4,3%
Makijaż	0,9	0,7	0,8	0,9	1,1	1,7%	-6,8%	6,5%
Perfumy i wody toaletowe	1,3	1,2	1,3	1,3	1,4	0,7%	-3,7%	2,5%
Suma	7,0	6,5	6,9	7,2	8,0	1,1%	-2,0%	3,0%

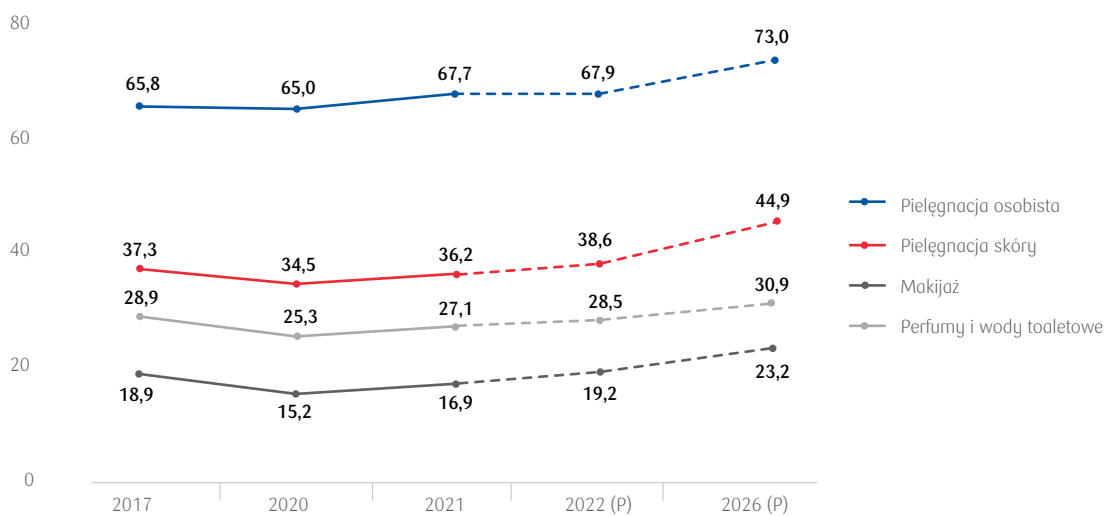
Źródło: Statista

W latach 2018-2019 rynek kosmetyków w Hiszpanii росł średnio o 1,1% rocznie. Pandemia COVID-19 przyniosła spadek tego rynku średnio o 2,0% rocznie w kolejnych dwóch latach (CAGR 2020-2021). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika będzie prawie 3-krotnie wyższa od notowanej przed pandemią i osiągnie średnio 3,0% rocznie (CAGR 2022-2026).

Segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2022 r. w Hiszpanii jest przewidywana na 3,2 mld EUR, stanowi 44,0% całkowitej sprzedaży branży.



Wydatki per capita na hiszpańskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2022 r. mieszkaniec Hiszpanii wyda szacunkowo na kosmetyki średnio ponad 154 EUR. Prognozowany jest istotny wzrost tej kwoty do 172 EUR w 2026 r.

OPRACOWANO
DEPARTAMENT ANALIZ EKONOMICZNYCH

PKO Bank Polski S.A.

ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa

wspieramy.eksport@pkobp.pl

Więcej informacji na temat branży kosmetycznej znajdziesz
na stronie: <https://wspieramy.eksport.pl/raporty-branzowe/B1.3/kosmetyki>

WSPARCIE DLA POLSKICH FIRM GRUPY PKO BANKU POLSKIEGO ZA GRANICĄ:

PKO Bank Polski S.A.
Niederlassung Deutschland
MAIN TOWER
Neue Mainzer Strasse 52-58
60311 Frankfurt am Main

Tel. DE: + 49 69 667 786 252

Tel. PL: + 48 22 517 76 80

Niederlassung.Deutschland@pkobp.pl

www.pkobp.pl/oddzial-niemcy/

PKO Bank Polski S.A.
Czech Branch
Klimentská 1216/46,
Nové Město
110 00 Praha 1

Tel. CZ: +420 234 129 830

Tel. PL: +48 22 561 49 50

czech.branch@pkobp.pl

www.pkobp.pl/oddzial-czechy/

PKO Bank Polski S.A.
pobočka zahraničnej banky
Pribinova 10
811 09 Bratislava

Tel. SK: +421 232 555 806

Tel. PL: +48 22 561 4806

slovak.branch@pkobp.pl

www.pkobp.pl/oddzial-slowacja

KREDOBANK S.A.

ul. Sacharowa 78A

79026, Lwów

Centrum Rozwoju Biznesu

Ukraińsko-Polskiego

79-026 Lwów, ul. Sacharowa 78

Tel.: +38 032 297 23 90

ovpalyvoda@kredobank.com.ua

www.kredobank.com.ua

Niniejszy materiał („Materiał”) ma charakter wyłącznie informacyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy - Kodeks cywilny, ani rekomendacji do zawarcia transakcji kupna, sprzedaży lub innego rodzaju przeniesienia któregośkolwiek instrumentu finansowego. Bank dołożył wszelkich racjonalnych i niezbędnych starań, aby informacje zamieszczone w Materiale były rzetelne oraz oparte na wiarygodnych źródłach.

Informacje zawarte w Materiale nie mogą być traktowane jako propozycja nabycia którychkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego lub podatkowego ani jako forma świadczenia pomocy prawnej. Prognozy oraz dane zawarte w Materiale nie stanowią zapewnienia uzyskania określonych wyników jakichkolwiek transakcji finansowych ani przyszłych cen którychkolwiek instrumentów finansowych.

Materiał nie stanowi badania inwestycyjnego ani publikacji handlowej w rozumieniu Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniającego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy.

Bank i jego spółki (podmioty) zależne oraz pracownicy tych podmiotów mogą być zainteresowani zawarciem lub być stroną transakcji finansowych, w tym zawartych na instrumentach finansowych, których wynik jest uzależniony od czynników (danych i informacji) wymienionych w Materiałach.

Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego numer KRS 0000026438, NIP: 525-000-77-38, REGON: 016298263; kapitał zakładowy (kapitał wpłacony) 1 250 000 000 zł.