



2024



Bank Polski

BRANŻA KOSMETYCZNA

Sytuacja bieżąca i prognozy do 2028

Departament Analiz Ekonomicznych
Styczeń 2024

BRANŻA KOSMETYCZNA 2024

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
Metodologia	6
Rynek światowy	8
Światowy eksport	14
Kierunki eksportu i importu	15
Rynek w Europie	16
Rynek w Polsce	18
Polski eksport	21
Sytuacja na rynkach największych importerów	24
Chiny	26
Stany Zjednoczone	29
Niemcy	32
Hongkong	35
Francja	38
Wielka Brytania	41
Holandia	44
Singapur	47
Hiszpania	50
Kanada	53

Wstęp

2022

W 2022 Polska była 14. światowym eksporterem kosmetyków z udziałem na poziomie 2,7%, czyli zbliżonym do średniego udziału notowanego w poprzednich 4 latach.

Trendy:

Rok 2022 przyniósł wysoki 16,7-procentowy wzrost globalnej sprzedaży w branży kosmetycznej (wobec +1,7% w 2021 i -6,9% w 2020). Według szacunków firmy Statista sprzedaż kosmetyków na świecie w 2022 osiągnęła rekordowe 552 mld EUR. Statista prognozuje, że dynamika wzrostu światowego rynku kosmetyków w kolejnych latach osiągnie 4,4% średnio rocznie (CAGR 2023-2028).

Na rynku kosmetycznym upowszechnia się koncepcja „czystego piękna”, która odnosi się do kosmetyków, produktów do pielęgnacji skóry i higieny osobistej pozbawionych szkodliwych substancji chemicznych, takich jak np. propyloparaben i butyloparaben. Okres pandemii COVID-19 wzmocnił tę tendencję, ponieważ znaczny spadek intensywności kontaktów społecznych spowodował czasowe przesunięcie konsumpcji z kosmetyków do makijażu na produkty do pielęgnacji skóry i higieny osobistej. Innym aspektem dotyczącym „czystego piękna” są kwestie etyczne (np. rezygnacja z testów na zwierzętach), a także dbanie o zrównoważony rozwój w całym procesie produkcyjnym kosmetyków. Konsumenci popierający koncepcję „czystego piękna” są w stanie zapłacić więcej za zgodne z nią kosmetyki. Eksperci szacują, że takie produkty będą zyskiwać na popularności w branży kosmetycznej i higieny osobistej w najbliższych latach.

W raporcie przedstawiamy prognozy wielkości branży kosmetycznej w perspektywie do 2027 lub 2028, a także sytuację na rynkach 10 największych światowych importerów.

Polska branża kosmetyczna:

W 2022 Polska była 14. światowym eksporterem kosmetyków z udziałem na poziomie 2,7%, czyli zbliżonym do średniego udziału notowanego w poprzednich 4 latach. Największym eksporterem kosmetyków była Francja (z udziałem wynoszącym 13,9%), drugą pozycję zajmowały Stany Zjednoczone (z udziałem 8,6%), a na trzeciej lokacie uplasowały się Niemcy (z udziałem 7,4%). Swoją pozycję na rynku umacnia czwarta w zestawieniu Irlandia, która w 2022 zanotowała ponad 20-procentowy wzrost eksportu tych produktów.

W 2022 roku sytuacja ekonomiczno-finansowa producentów kosmetyków była korzystna, pod względem rentowności lepsza niż średnio w przetwórstwie przemysłowym. Przychody branży zwiększyły się o 12%, co w znacznej mierze było efektem wzrostu cen wyrobów gotowych. Gwałtownie rosnące ceny energii elektrycznej, opakowań i surowców wpłynęły negatywnie na wynik finansowy netto obniżając jego wartość o 16%.

Pierwsza połowa 2023, mimo niesprzyjającego dla producentów otoczenia makroekonomicznego (słabe nastroje konsumentów, spadek realnych wynagrodzeń, ostrożniejsze decyzje zakupowe), przyniosła poprawę wyników branży. Zwiększenie przychodów wynikało m.in. ze wzrostu sprzedaży eksportowej o 45% r/r, przy czym udział przychodów z eksportu w przychodach ogółem zwiększył się w ciągu roku z 44% do 50%. Ceny detaliczne kosmetyków i wyrobów toaletowych w pierwszej połowie 2023 rosły szybciej niż ceny dóbr konsumpcyjnych ogółem (CPI).

Krajowa branża kosmetyczna jest rozdrobniona. Na koniec czerwca 2023 w systemie REGON w klasie PKD 20.42 – produkcja wyrobów kosmetycznych i toaletowych – działalność zarejestrowały 1292 podmioty, przy czym 90% stanowiły mikrofirmy. Wśród 82 podmiotów zatrudniających

powyżej 9 osób, w 61 (74% ogółu) przeważa kapitał krajowy. Udział tych firm w przychodach branży na koniec 1h23 roku sięgał 45%, a w zysku netto 65%. 21 podmiotów z przewagą kapitału zagranicznego (w Polsce produkują największe światowe koncerny jak Beiersdorf, L'Oréal, Colgate-Palmolive, Oriflame czy Avon) wypracowuje 55% przychodów branży i 35% wyniku finansowego. Firmy zagraniczne znacząco przeważają w ogólnej wartości nakładów inwestycyjnych oraz sprzedaży eksportowej.

Perspektywy rozwoju branży kosmetycznej są dobre. W 2024 obniżenie inflacji do poziomu ok. 4% r/r i realny wzrost wynagrodzeń powinny przynieść ożywienie sprzedaży kosmetyków. Poprawie wyników finansowych branży sprzyjać będą spadki cen surowców do produkcji wyrobów kosmetycznych oraz obniżenie w porównaniu z 2023 rokiem cen energii elektrycznej i gazu.

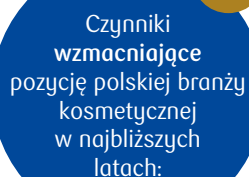
Pierwsza połowa 2023, mimo niesprzyjającego dla producentów otoczenia makroekonomicznego (słabe nastroje konsumentów, spadek realnych wynagrodzeń, ostrożniejsze decyzje zakupowe), przyniosła poprawę wyników branży. Zwiększenie przychodów wynikało m.in. ze wzrostu sprzedaży eksportowej o 45% r/r.



Branża stoi przed koniecznością zmiany składów produktów i zastąpieniu surowców syntetycznych składnikami naturalnymi, pozyskiwanymi z poszanowaniem środowiska naturalnego. Już obecnie konsumenci szukają produktów, które w jak najmniejszym stopniu negatywnie oddziałują na zdrowie i otoczenie człowieka.


Do głównych trendów zaliczyć należy:

- zrównoważony rozwój potwierdzony odpowiednimi certyfikatami (wybór surowców już na etapie opracowywania formuł produktów)
- tworzenie produktów skoncentrowanych, bardziej wydajnych i ekonomicznych
- zminimalizowanie obecności substancji alergizujących
- produkcję na bazie surowców biodegradowalnych
- stosowanie coraz łagodniejszych konserwantów
- używanie opakowań pochodzących z recyklingu
- opracowanie innowacyjnych technologii w celu zmniejszenia zużycia energii i wody, emisji CO₂ oraz ilości odpadów (np. energia z OZE, przykładowo oczyszczalnie ścieków)
- stopniowe wycofywanie ze sprzedaży produktów zawierających mikrodrobiny plastiku (syпки brokat plastikowy, który jest stosowany w kosmetykach w celu uzyskania efektu połysku)
- ograniczenie poziomu dopuszczalnego stężenia witaminy A w kosmetykach i obowiązek informowania o jego zawartości na etykietach.



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 naturalne kosmetyki
- dobra kondycja finansowa przemysłu kosmetycznego, wzrost inwestycji i rozbudowa oferty produktowej
- zmiana pokoleniowa i wejście na rynek młodych konsumentów, którzy wydają więcej na kosmetyki
- 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:

- słaba koniunktura gospodarcza w krajach Unii Europejskiej, będących odbiorcami polskich wyrobów kosmetycznych
- nadal niedostatecznie wypromowana marka polskich kosmetyków 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
- rewizja rozporządzenia kosmetycznego nr 1223/2009/WE mająca na celu wdrożenie Strategii ws. Zrównoważonych Chemikaliów (Chemicals Strategy for Sustainability, CSS), która jest jednym z kluczowych elementów Zielonego Ładu. Wdrożenie CSS wymagać będzie od producentów kosztownych zmian formuł zdecydowanej większości kosmetyków, które są dziś obecne na sklepowych półkach
- nowe wymogi raportowania oraz nakazy i zakazy podejmowania określonych działań dotyczących poszczególnych obszarów ESG.

Metodologia

Sprzedż kosmetyków:

Według metodologii firmy Statista „wartość sprzedaży”, określana też „sprzedażą” oraz „wielkością rynku”, to równowartość produkcji powiększonej o import i pomniejszonej o eksport kosmetyków. W opracowaniu przedstawiono szacunkową sprzedaż ogółem, sprzedaż wg kanałów dystrybucji oraz wydatki per capita na kosmetyki w 2022 oraz prognozy na lata 2023-2027/2028 opracowane przez analityków firmy Statista we wrześniu 2023. Wszystkie dane i prognozy Statisty pobrano 27.10.2023.

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

- kosmetyki do pielęgnacji osobistej: produkty do pielęgnacji włosów, pod prysznic i do kąpieli, do higieny jamy ustnej, dezodoranty oraz produkty do golenia, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,
- kosmetyki do pielęgnacji skóry: kremy – w tym pod oczy i do rąk, do ciała, mleczka kosmetyczne, produkty promieniochronne, kosmetyki do pielęgnacji niemowląt i dzieci, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,
- kosmetyki makijażowe: do twarzy i ust, lakiery i kosmetyki do pielęgnacji paznokci, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,
- zapachy: perfumy i wody toaletowe,
- technologia dla urody (ang. beauty tech): wykorzystanie zaawansowanych

technologii, takich jak sztuczna inteligencja (AI), rzeczywistość rozszerzona (AR) i Internet rzeczy (IoT), w celu poprawy rutynowych zabiegów pielęgnacyjnych i zapewniania spersonalizowanych rozwiązań kosmetycznych przy wykorzystaniu spersonalizowanych produktów i inteligentnych urządzeń do pielęgnacji skóry (np. elektroniczna szczoteczka do oczyszczania twarzy czy inteligentne lustro kosmetyczne).

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

Eksport i import:

W opracowaniu przedstawiono najnowsze dostępne dane (pobrane 27.10.2023):

- dane roczne publikowane przez International Trade Center <https://www.trademap.org/>: eksport i import kosmetyków na świecie w latach 2019-2022; import wybranych krajów w latach 2019-2022,
- dane publikowane przez GUS w bazie Handel Zagraniczny <http://swaid.stat.gov.pl/SitePagesDBW/HandelZagraniczny.aspx> eksport i import kosmetyków w Polsce w 2022.

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.

Kurs walutowy:

Portal Statista przedstawia dane w USD, które przelicza na EUR. Dla lat 2023-2028 przyjęto prognozy kursów walutowych publikowane przez Statistę.

Dane z ITC oraz GUS są prezentowane w EUR zgodnie z wartością raportowaną przez poszczególne kraje.



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.

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.

Wg prognoz wartość
rynku kosmetycznego
na świecie **wzrośnie** w latach
2023-2028 o **29,3%** osiągając
poziom **713,7 mld EUR**



Rynek światowy

Sprzedaż

- Statista szacuje, że globalna sprzedaż kosmetyków wzrastała w latach 2020-2022 w średnim tempie 3,4% rocznie, osiągając wartość ponad 522 mld EUR w końcu tego okresu.
- Azja to największy rynek kosmetyków, w 2022 wartość jego przychodów wyniosła nieco ponad 218 mld EUR i stanowiła 39,5% światowej sprzedaży.

Źródło: Statista

mld EUR, 2022



Świat 522,1



Europa 123,6



Polska 4,7

Eksport

- Francja jest światowym liderem w eksporcie kosmetyków. W 2022 osiągnęła udział w rynku na poziomie 13,9%, o 0,8 pp wyższym niż w 2021.
- Z kolei największym importerem kosmetyków w 2022 były Chiny – z udziałem 12,6% w światowym imporcie, o 1,6 pp niższym r/r.
- W 2022 Polska była 14. największym eksporterem kosmetyków na świecie – z udziałem na poziomie 2,7% – oraz także 14. największym importerem – z udziałem w wysokości 1,9%.

Źródło: International Trade Centre



Świat 157,7



Europa 88,0



Polska 4,3

Wydatki per capita

- Pierwszą pozycję na świecie pod względem wydatków per capita przeznaczanych na zakup kosmetyków zajmują Japończycy, którzy w 2022 wydali przeciętnie na ten cel 334 EUR. Drugie miejsce zajmują Islandczycy (303 EUR), a trzecie – Szwajcarzy (284 EUR).
- W 2022 średnie wydatki na kosmetyki w Europie wyniosły 146 EUR.

Źródło: Statista

2022



Europa 146 EUR



Polska 117 EUR



Świat 72 EUR

Według danych Statista, w latach 2020-2022 sprzedaż kosmetyków na świecie wzrastała średnio o 3,4% rocznie (CAGR) do poziomu 552,1 mld EUR w końcu tego okresu. W latach 2023-2028 średnie roczne tempo wzrostu sprzedaży kosmetyków na świecie będzie nieco wyższe i osiągnie 4,4%.

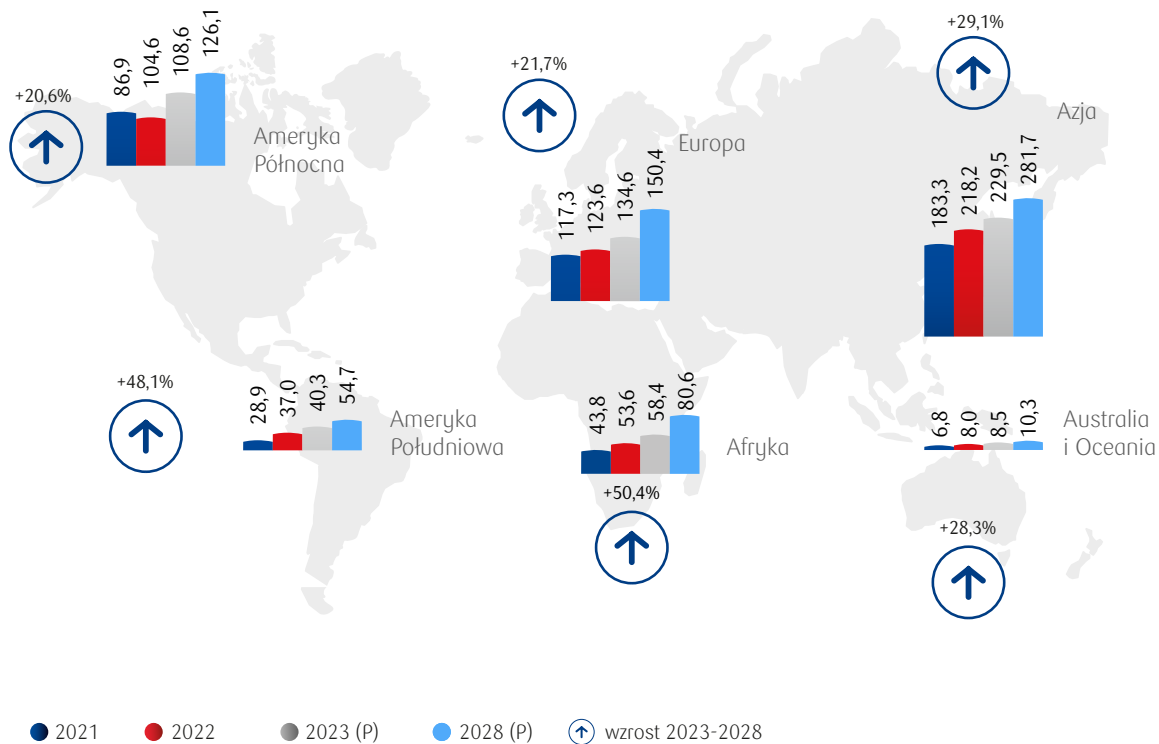
Najwyższą sprzedaż kosmetyków w wysokości 218,2 mld EUR w 2022 obserwowano w Azji, a ich sprzedaż w latach 2020-2022 wzrastała średnio

rocznie o 4,7%. Mimo że wg prognozy rynek azjatycki będzie odnotowywał w najbliższych latach nieco wolniejszy wzrost sprzedaży w tempie średnio 4,3% rocznie (CAGR 2023-2028), to region ten pozostanie światowym liderem pod względem wielkości sprzedaży kosmetyków.

W latach 2023-2028 najwyższy średni roczny wzrost – w wysokości 7,0% – będzie dotyczył rynku afrykańskiego, przy nieco słabszym wzroście na rynku południowoamerykańskim (6,8%).

W latach 2023-2028 najwyższy średni roczny wzrost – w wysokości 7,0% – będzie dotyczył rynku afrykańskiego, przy nieco słabszym wzroście na rynku południowoamerykańskim (6,8%).

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



Źródło: Statista



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

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	219,0	215,9	245,6	257,6	309,4	6,6%	3,9%	3,9%
Pielęgnacja skóry	146,3	138,9	160,0	170,2	204,1	8,1%	3,0%	4,1%
Makijaż	80,3	68,2	88,3	97,5	124,8	8,3%	3,2%	5,9%
Perfumy i wody toaletowe	47,6	42,7	50,7	54,7	65,3	5,9%	2,1%	4,3%
Technologia dla urody	6,5	7,2	7,5	7,7	10,1	10,2%	5,0%	5,1%
Suma	499,6	472,9	552,1	587,7	713,7	7,2%	3,4%	4,4%

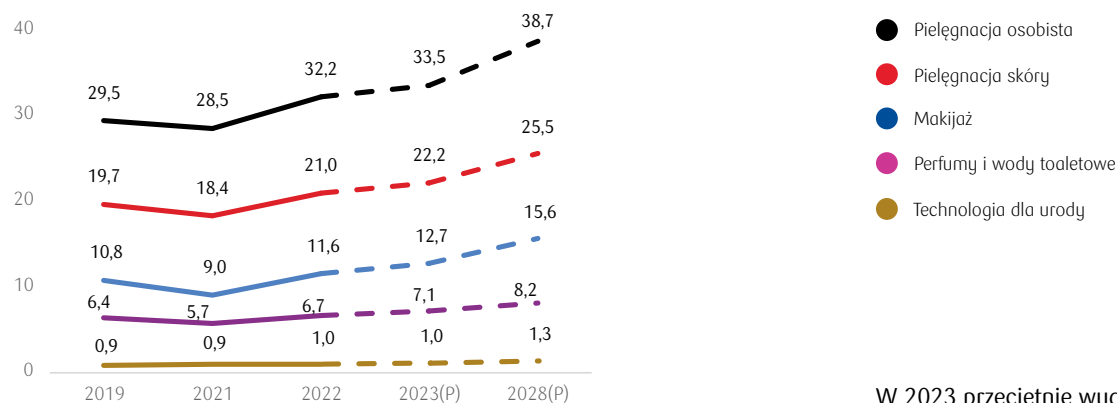
Źródło: Statista

Od lat największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego szacunkowa sprzedaż na świecie w 2023 będzie stanowiła 43,8% całkowitej sprzedaży branży, a do 2028 udział ten nieznacznie spadnie do

43,4%. W latach 2023-2028 kosmetyki do makijażu będą segmentem rynku o najwyższym średnim rocznym tempie wzrostu (5,9%), szybszym od średniego wzrostu o 4,4% rocznie – przewidywanego w tym okresie dla

kosmetyków ogółem. Natomiast najniższy średni roczny wzrost w latach 2023-2028 na poziomie 3,9% prognozowany jest dla segmentu pielęgnacja osobista.

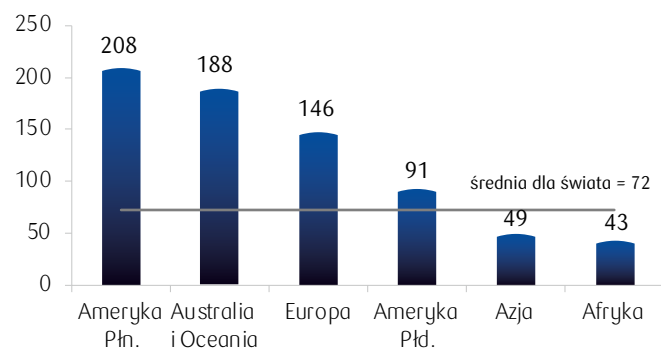
Wydatki per capita na światowym rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2023 przeciętnie wydatki per capita na kosmetyki na świecie wyniosą ponad 72 EUR. Prognozowany jest wzrost tej wartości do powyżej 89 EUR w 2028.

Wydatki per capita na kosmetyki wg kontynentów w 2022 (EUR)



Źródło: Statista

Statista podaje, że w podziale na kontynenty najczęściej per capita na zakup kosmetyków przeznaczali w 2022 mieszkańcy Ameryki Północnej (208 EUR). Wydatki te były najniższe w Afryce (43 EUR) i w Azji (49 EUR).

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

	2020	2021	2022	2023(P)	2028(P)
Stany Zjednoczone	74,1	73,2	88,6	91,9	106,8
Chiny	50,0	50,3	59,8	63,1	82,3
Japonia	37,2	37,0	41,5	43,2	50,4
Indie	22,3	21,6	27,5	28,7	34,4
Brazylia	16,4	16,4	21,0	23,1	31,8

Źródło: Statista

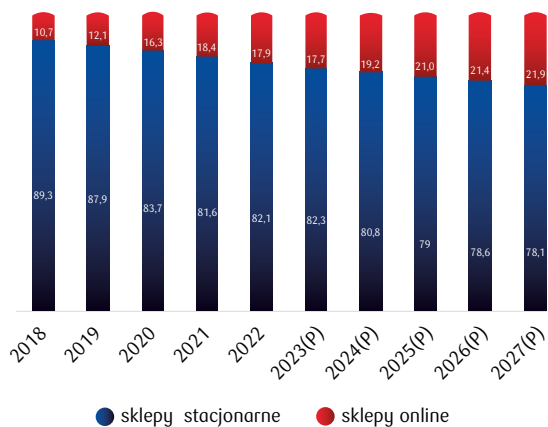
Największym rynkiem na świecie dla branży kosmetycznej są Stany Zjednoczone. W 2023 sprzedaż kosmetyków na tym rynku prognozowana jest na 91,9 mld EUR, co będzie stanowiło 15,6% wartości dla świata.

Według prognoz Statisty w latach 2023-2028 Stany Zjednoczone pozostaną globalnym liderem na rynku kosmetycznym, jednak ich udział obniży się do 15,0% w końcu tego okresu.

Prognoza

Spośród pięciu wymienionych rynków, najwyższą dynamiką wzrostu w latach 2023-2028 będzie charakteryzować się Brazylia, w której wartość rynku w 2028 przewyższy poziom z 2022 aż o 51%. Relatywnie wysoki łączny wzrost rynku w tym okresie zanotują też Chiny (blisko 38%). W pozostałych trzech krajach tempo wzrostu w latach 2023-2028 będzie oscylować między 21% a 25%.

Struktura sprzedaży kosmetyków na świecie wg kanałów dystrybucji (%)

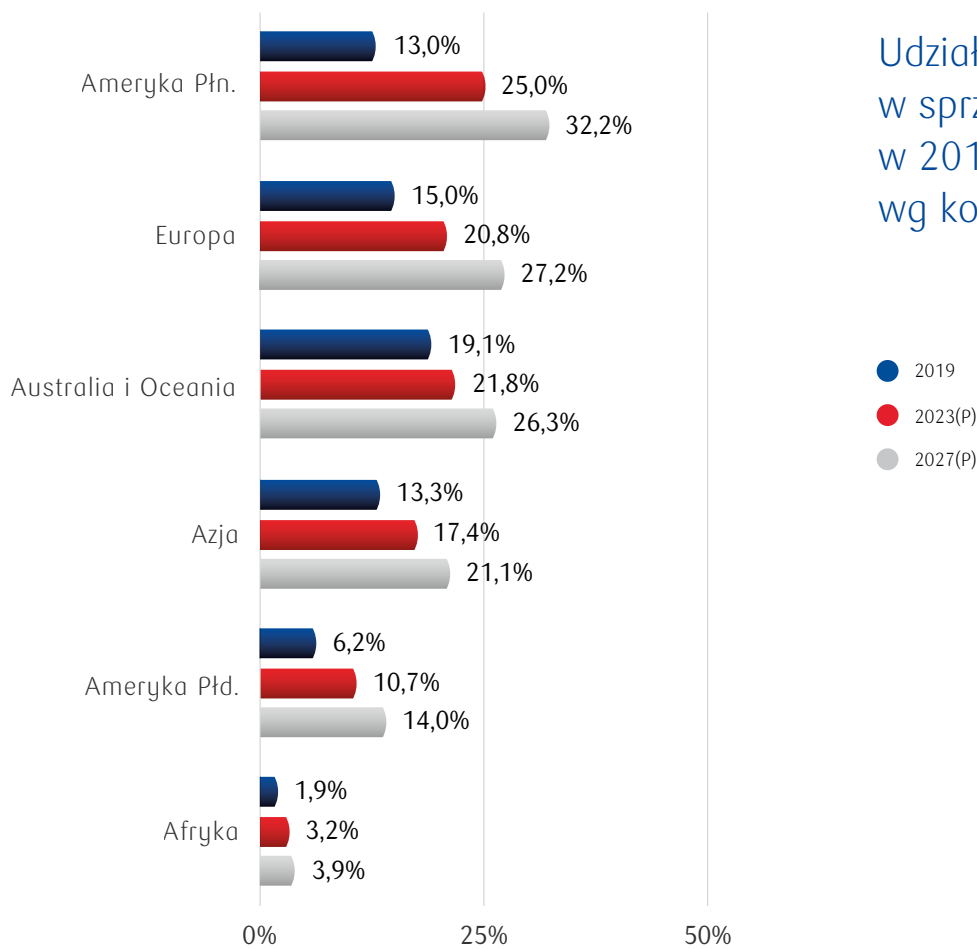


Źródło: Statista

Według Statisty, w 2023 17,7% przychodów ze sprzedaży kosmetyków będzie pochodzić ze sklepów online.

Prognoza

Prognozowany jest wzrost udziału tego kanału do 21,9% w 2027.



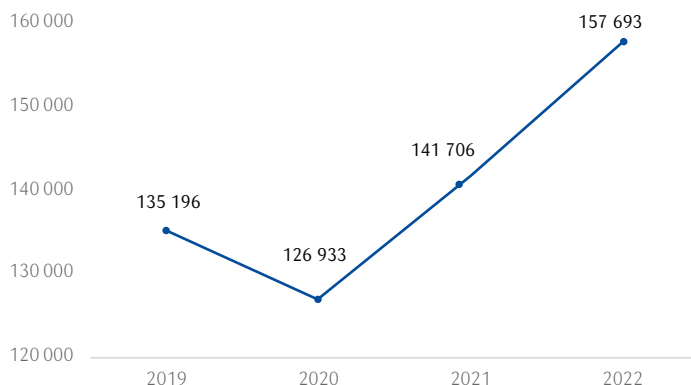
Udział kanału online w sprzedaży kosmetyków w 2019, 2023(P) i 2027(P) wg kontynentów

- 2019
- 2023(P)
- 2027(P)

Źródło: Statista

Światowy eksport

Światowy eksport kosmetyków (mln EUR)

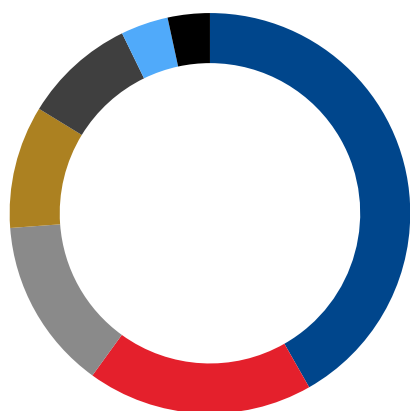


Źródło: International Trade Center (HS 33)

W latach 2020-2021 światowy eksport kosmetyków odnotował średni roczny wzrost 2,4% – do nieco ponad 141,7 mld EUR w 2021, tylko dzięki odbiciu o 11,6% w 2021. Pierwszy

rok pandemii COVID-19 przyniósł spadek globalnego eksportu o 6,1%. W 2022 zanotowano dalszy, znaczący 11,3-procentowy wzrost eksportu tych towarów.

Struktura światowego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2022



- **41,8%** – Preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure
- **18,2%** – Mieszanki substancji zapachowych (włącznie z roztworami alkoholowymi), w rodzaju stosowanych jako surowce w przemyśle; preparaty stosowane do produkcji napojów
- **13,8%** – Perfumy i wody toaletowe
- **9,9%** – Preparaty do włosów
- **9,0%** – Preparaty do higieny zębów, jamy ustnej, włącznie z pastami i proszkami do przytwierdzania protez; nici dentystryczne, w opakowaniach do sprzedaży detalicznej
- **3,8%** – Preparaty do golenia, dezodoranty, do kąpieli, depilatory, preparaty toaletowe gdzie indziej niewymienione; dezodoranty do pomieszczeń nawet dezynfekcyjne
- **3,4%** – Olejki eteryczne z konkretami i absolutami; rezinoidy; oleożywice; koncent. olejk. eteryczn., terpenowe prod. deterpenacji olejk.; wodne roztw. olejk. eterycz.

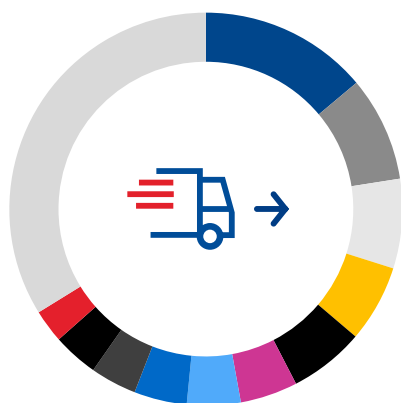
Źródło: International Trade Center (HS 33)

Największy udział (41,8%) w światowym eksporcie kosmetyków ma 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).

Kierunki eksportu i importu

Struktura światowego eksportu kosmetyków w 2022



● Francja 13,9%	● Chiny 4,4%
● Stany Zjednoczone 8,6%	● Włochy 4,3%
● Niemcy 7,4%	● Hiszpania 3,8%
● Irlandia 6,3%	● Japonia 3,7%
● Singapur 6,2%	● Polska 2,7%
● Korea Południowa 4,7%	● Pozostałe 33,8%

Polska jest 14. największym eksporterem kosmetyków, udziałem w sprzedaży międzynarodowej na poziomie 2,7%

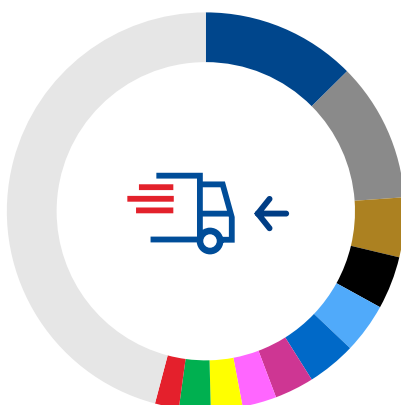
- Światowym liderem w eksporcie kosmetyków jest Francja, która w 2022 wyeksportowała kosmetyki o wartości blisko 21,9 mld EUR, osiągając udział w rynku na poziomie 13,9%.

- W 2022 na 10 największych eksporterów kosmetyków przypadało 63,5% światowego eksportu.

- Udział Polski w światowym eksporcie nieznacznie wzrósł w latach 2019-2022 z poziomu 2,6% do 2,7%.

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Struktura światowego importu kosmetyków w 2022



● Chiny 12,6%	● Holandia 3,2%
● Stany Zjednoczone 11,3%	● Singapur 2,8%
● Niemcy 4,8%	● Hiszpania 2,6%
● Hongkong 4,3%	● Kanada 2,6%
● Francja 4,1%	● Polska 1,9%
● Wielka Brytania 4,0%	● Pozostałe 45,9%

Polska jest 14. największym eksporterem kosmetyków, udziałem w zakupach międzynarodowych na poziomie 1,9%

- Światowym liderem w imporcie kosmetyków są Chiny. W 2022 nabyły one kosmetyki o wartości prawie 20,7 mld EUR, osiągając udział w światowym imporcie w wysokości 12,6%.

- 10 największych importerów kosmetyków odpowiadało za 52,2% światowego importu w 2022.

- W latach 2019-2022 udział Polski w światowym imporcie utrzymywał się na zbliżonym do 1,9% poziomie.

Źródło: International Trade Center (HS 33)



Rynek w Europie

Rynek kosmetyków w Europie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	51,4	51,7	53,2	57,0	62,6	2,6%	1,2%	2,8%
Pielęgnacja skóry	34,6	33,0	34,3	37,6	41,7	4,1%	-0,3%	3,3%
Makijaż	18,4	16,2	18,5	21,0	25,0	4,6%	0,3%	5,1%
Perfumy i wody toaletowe	15,8	14,7	15,8	17,4	19,1	2,7%	0,2%	3,1%
Technologia dla urody	1,5	1,7	1,7	1,7	2,0	5,5%	3,4%	3,1%
Suma	121,6	117,3	123,6	134,6	150,4	3,3%	0,5%	3,3%

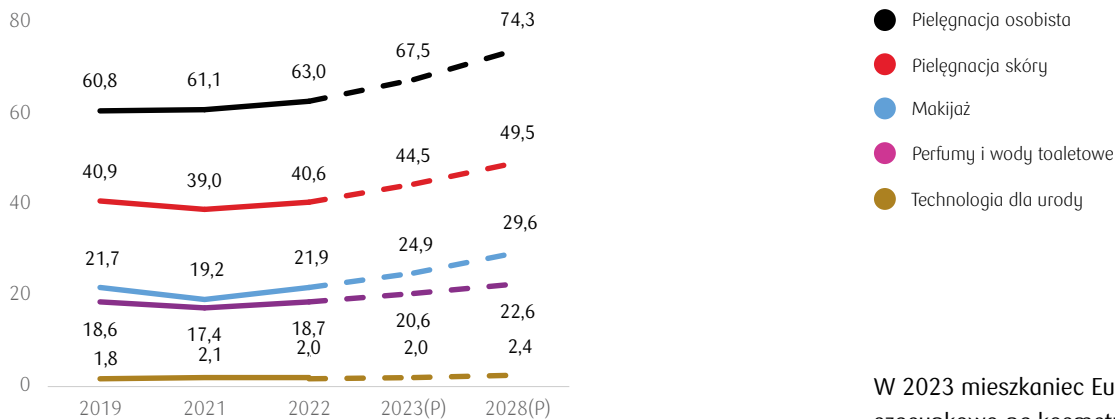
Źródło: Statista

W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Europie wzrastał średnio jedynie o 0,5% rocznie, na co negatywnie wpłynęła pandemia COVID-19. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w Europie odnotuje wzrost w wysokości

3,3% średnio rocznie, osiągając poziom 150,4 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 5,1%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2022 o 34,8%.

Największy udział w rynku (42,3%) ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Europie jest szacowana na 57,0 mld EUR.

Wydatki per capita na europejskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2023 mieszkańcy Europy wyda szacunkowo na kosmetyki średnio prawie 160 EUR. Prognozowany jest wzrost wydatków na ten cel do blisko 179 EUR w 2028.

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

	2020	2021	2022	2023(P)	2028(P)
Niemcy	16,5	16,9	18,2	19,1	20,6
Wielka Brytania	13,0	14,0	15,0	15,9	17,9
Francja	13,8	14,3	15,7	16,4	17,4
Rosja	12,6	13,9	12,0	15,1	16,6
Włochy	9,6	10,0	11,0	11,5	12,1

Źródło: Statista

W 2023 najwyższa sprzedaż kosmetyków wśród krajów europejskich obserwowana będzie w Niemczech i wg prognoz wyniesie 19,1 mld EUR, co będzie stanowić 14,2% europejskiego rynku. Prognozowany jest wzrost tej wartości do 20,6 mld EUR w 2028, czyli poziomu o 13,1% wyższego niż w 2022. Najbardziej dynamiczny rozwój

spośród tych pięciu rynków pomiędzy rokiem 2022 a 2028 nastąpi w przypadku Rosji, gdzie spodziewany jest wzrost sprzedaży o 38,7% (przy niskiej bazie odniesienia z 2022 w związku z agresją na Ukrainę). W pozostałych trzech krajach sprzedaż kosmetyków zwiększy się w tym okresie pomiędzy 9% a 19%.

Prognoza

W 2023 najwyższa sprzedaż kosmetyków wśród krajów europejskich obserwowana **będzie w Niemczech** i wg prognoz wyniesie 19,1 mld EUR.



Rynek w Polsce

Rynek kosmetyków w Polsce – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	2,2	2,2	2,3	2,5	3,0	1,8%	1,0%	4,7%
Pielęgnacja skóry	1,2	1,1	1,2	1,4	1,8	4,5%	2,2%	6,8%
Makijaż	0,5	0,4	0,5	0,6	0,8	4,1%	0,0%	7,1%
Perfumy i wody toaletowe	0,6	0,5	0,6	0,6	0,7	1,8%	-1,2%	4,5%
Technologia dla urody	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0%	5,3%	4,3%
Suma	4,5	4,3	4,7	5,1	6,4	2,3%	1,1%	5,5%

Źródło: Statista

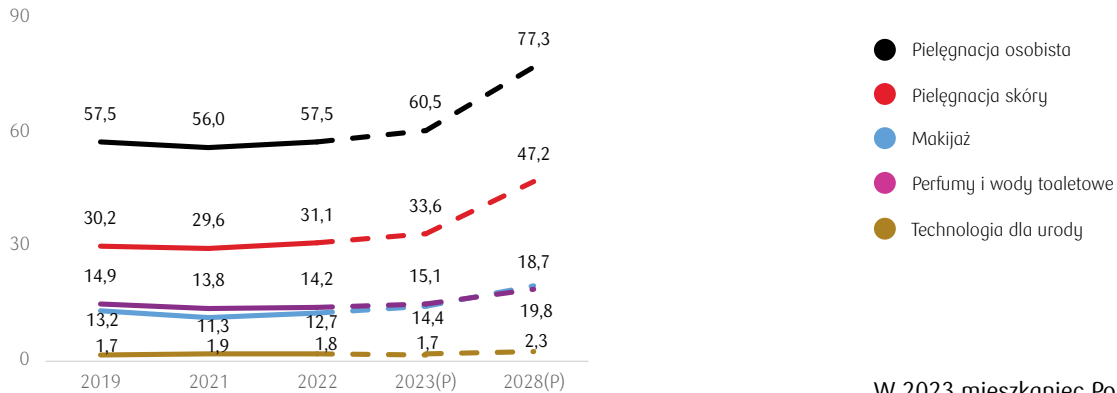
W latach 2020-2022 zanotowano średni roczny wzrost polskiego rynku kosmetycznego o 1,1% i był on słabszy od 2,3% obserwowanych w 2019. W tym czasie obniżenie sprzedaży odnotowano w segmencie perfumy i wody toaletowe, a w kategorii makijaż nie zanotowano zmian (0,0%). Natomiast spory wzrost (5,3%) odnotował najmniejszy segment –

technologia dla urody. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 wartość przychodów całego rynku kosmetyków w Polsce odnotuje przyspieszenie tempa wzrostu do 5,5% średnio rocznie, a wartość rynku osiągnie poziom 6,4 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 7,1%),

a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2022 aż o 51,0%.

Największy udział w rynku (48,2%) ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Polsce jest szacowana na 2,5 mld EUR.

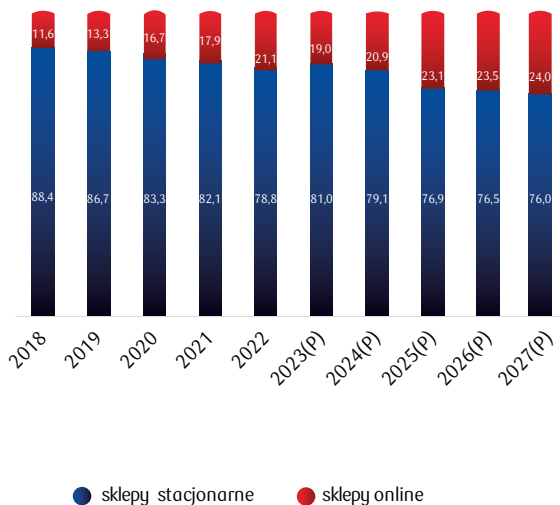
Wydatki per capita na polskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2023 mieszkaniec Polski wyda szacunkowo na kosmetyki średnio nieco ponad 125 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do powyżej 165 EUR w 2028.

Struktura sprzedaży kosmetyków w Polsce wg kanałów dystrybucji (%)



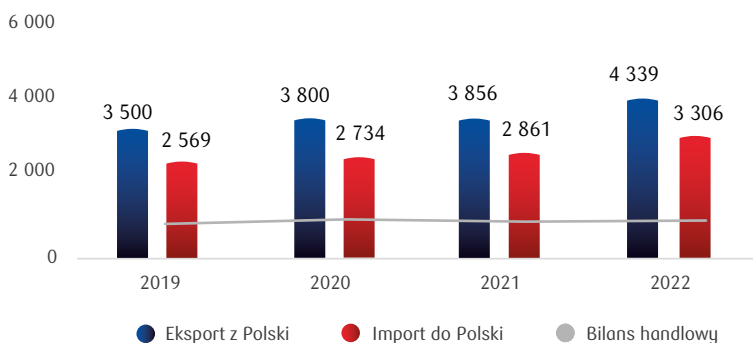
Prognoza

Prognozowany jest wzrost udziału online do 24% w 2027.

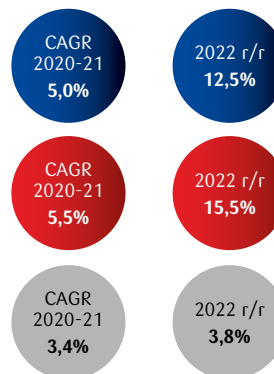
W 2023 19% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w Polsce będzie generowane przez sklepy online. Prognozowany jest wzrost tego udziału do 24% w 2027.

Polski eksport

Handel zagraniczny kosmetykami w Polsce (mln EUR)



Źródło: GUS (CN 33)

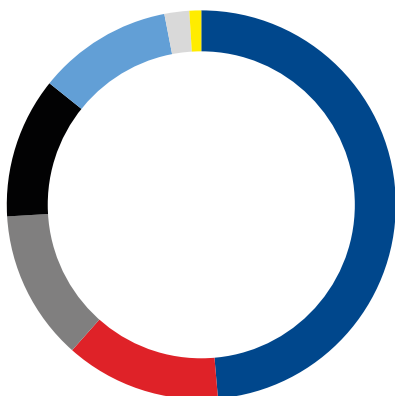


Eksport kosmetyków z Polski w latach 2020-2022 wzrósł znacząco, bo o 24,0%, z poziomu 3,5 mld EUR w 2019 do ponad

4,3 mld EUR w 2022. Jeszcze większy był wzrost importu - odpowiednio o 28,7% z blisko 2,6 mld EUR do 3,3 mld EUR. W 2022 nadwyżka w polskim handlu

zagranicznym kosmetykami osiągnęła nieco ponad 1 mld EUR.

Struktura polskiego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2022



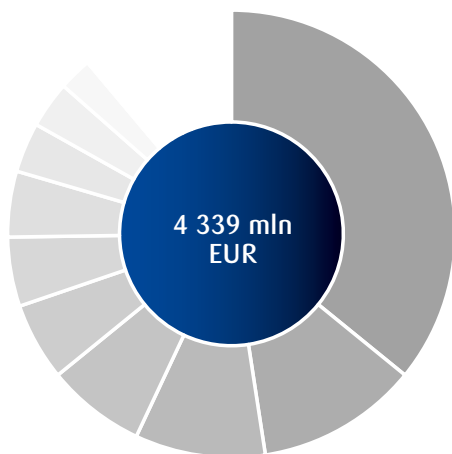
Źródło: GUS (CN 94)

W klasyfikacji wg 4-cyfrowych kodów CN dominującą kategorią polskiego eksportu kosmetyków w 2022 z udziałem wynoszącym 48,6%

była pozycja 3304, pod którą kryją się preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry

(z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure.

Struktura polskiego eksportu kosmetyków w 2022 (CN 33)



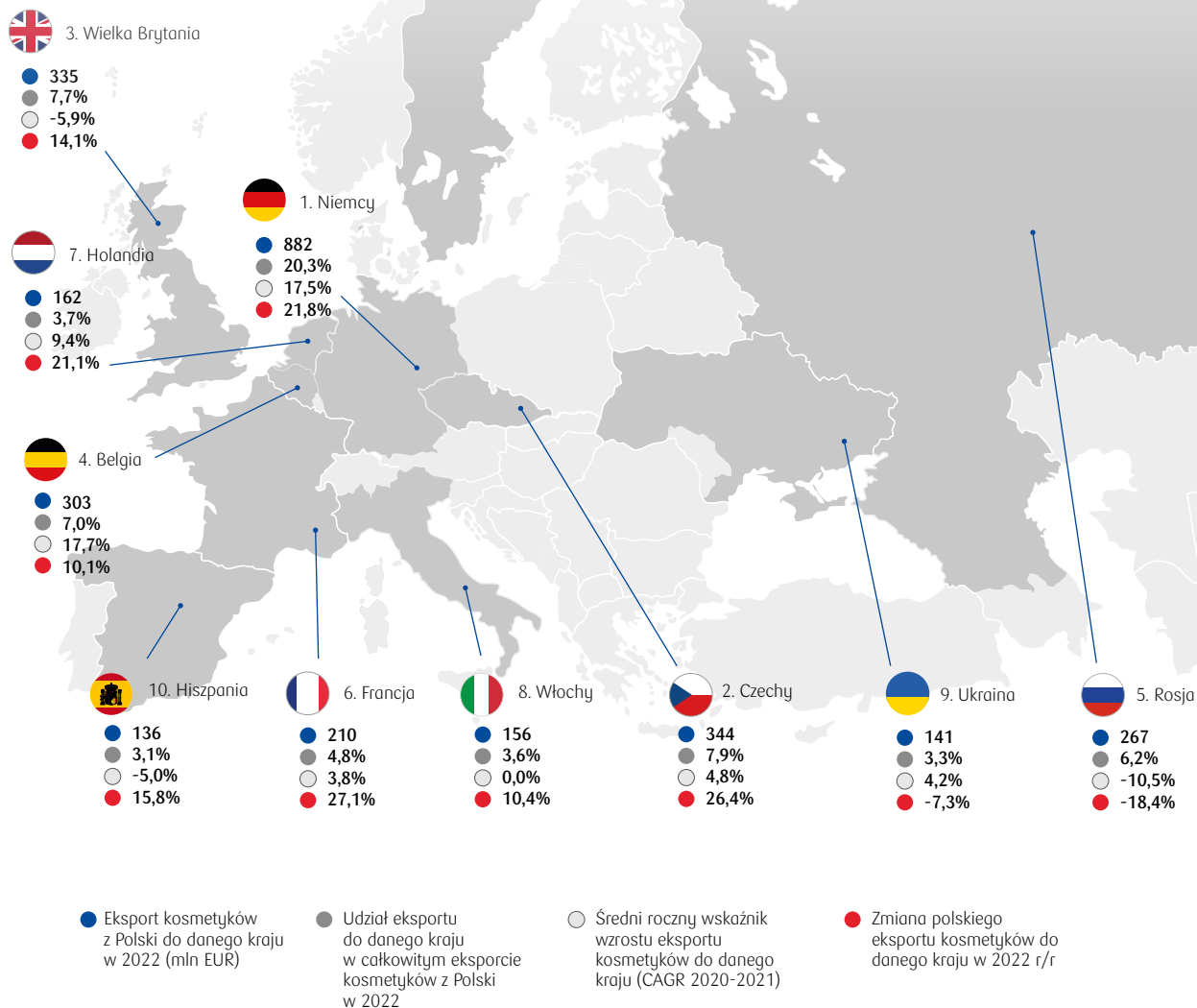
Źródło: GUS (CN 33)

35,9%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
11,7%	Perfumy i wody toaletowe
9,4%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
7,1%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
5,6%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
5,0%	Szampony do włosów
4,8%	Preparaty do malowania oczu
3,6%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
3,4%	Preparaty do manicure lub pedicure
2,4%	Preparaty do malowania ust
2,3%	Pudry, nawet prasowane
1,7%	Preparaty do higieny jamy ustnej i preparaty do protez, gdzie indziej niewymienione
1,3%	Preparaty stosowane przed goleniem, do golenia lub po goleniu
1,3%	Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
1,2%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
3,3%	Pozostałe

Według 6-cyfrowych kodów CN, największy udział (35,9%) w polskim eksporcie kosmetyków w 2022 miała kategoria 330499: preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione.



Główni odbiorcy polskich kosmetyków w 2022



Źródło: GUS (CN 33)

Głównymi kierunkami eksportowymi dla polskich producentów w 2022 były kraje europejskie. Od lat największym odbiorcą są Niemcy, do których w 2022 trafiło 20,3% polskiego

eksportu kosmetyków. Trzej kolejni odbiorcy w 2022 to: Czechy, Wielka Brytania i Belgia, które nabyły łącznie 22,6% eksportowanych przez Polskę kosmetyków. Na 10 największych

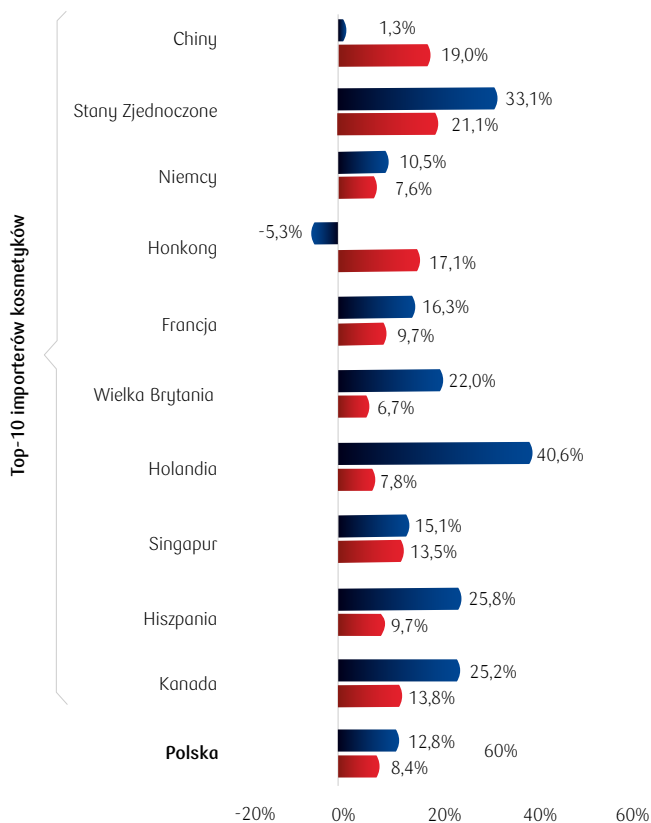
rynków docelowych w 2022 trafiło 67,7% naszego eksportu kosmetyków.

Sytuacja na rynkach
największych
importerów kosmetyków



Sytuacja na rynkach największych importerów

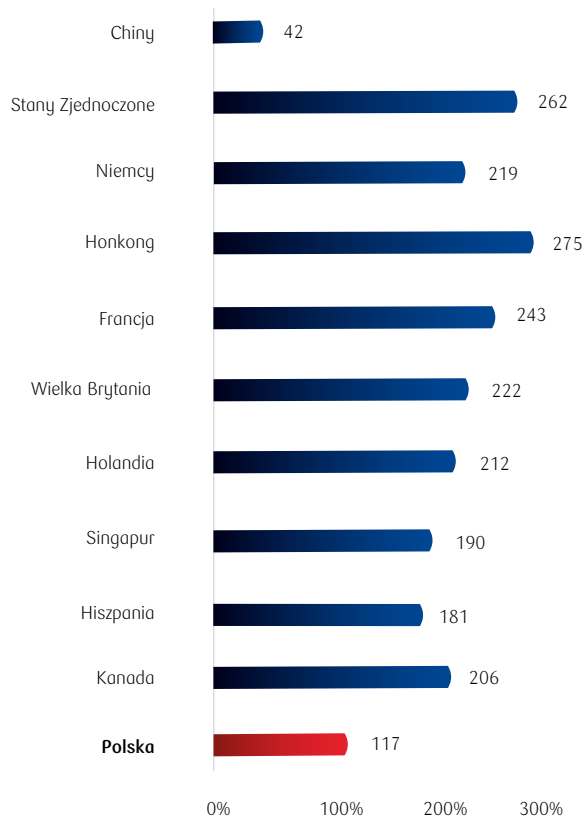
Zmiana wielkości rynku i importu kosmetyków w 2022



- zmiana importu
- zmiana wielkości rynku

Źródło: International Trade Center (HS 33), Statista

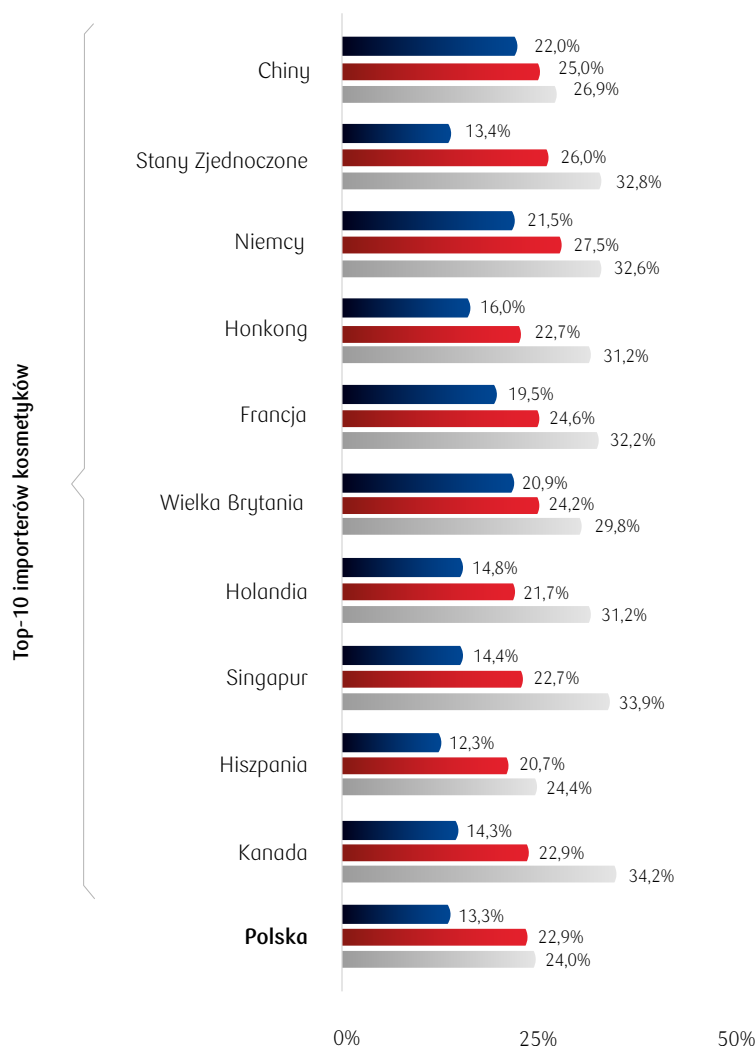
Wydatki per capita na kosmetyki w 2022 (EUR)



Uwaga

Ranking 10 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych krajów w 2022 dostępnych w dniu 27.10.2023.

Udział kanału online w sprzedaży kosmetyków w 2019, 2023(P) i 2027(P)



Źródło: Statista

Według szacunków Statystyki krajem z najniższym odsetkiem sprzedaży zdalnej kosmetyków wśród Top-10 ich importerów jest Hiszpania, w której w 2023 udział ten wynosi 20,7%, a w perspektywie 2027 zwiększy się do 24,4%. W 2023 najczęściej zakupy zdalne kosmetyków dokonywane są

w Niemczech (z udziałem 27,5%), natomiast w 2027 na pierwszym miejscu uplasuje się Kanada (z udziałem 34,2%). Pomiędzy 2023 a 2027 Polska zanotuje wzrost udziału sprzedaży zdalnej kosmetyków o 1,1pp do 24,0% w końcu okresu.

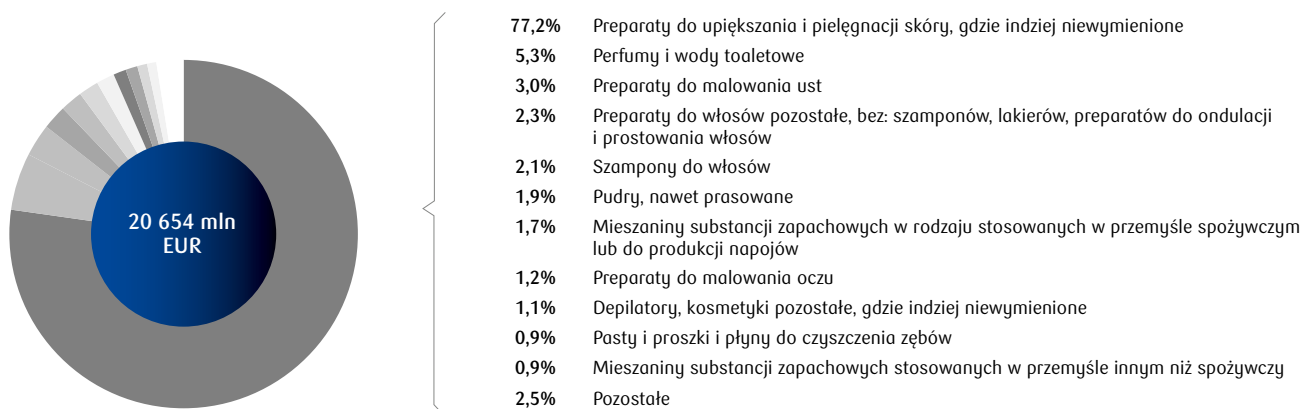
Uwaga

Ranking 10 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych krajów w 2022 dostępnych w dniu 27.10.2023.



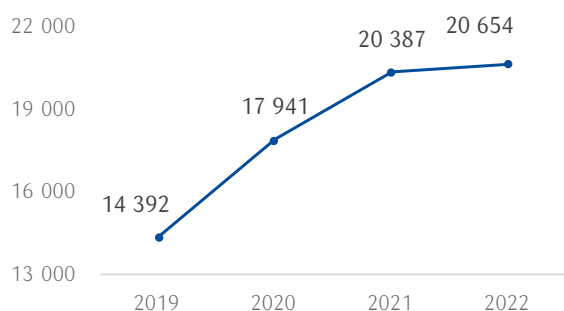
Chiny

Struktura importu kosmetyków do Chin w 2022



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Chin (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)



Import kosmetyków do Chin zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 19% rocznie do poziomu blisko 20,4 mld EUR. Natomiast w kolejnym roku chiński import kosmetyków wzrósł jedynie o 1,3% do prawie 20,7 mld EUR.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Francja	25,2%	5 206,0	↑	13,9%
2.	Japonia	23,5%	4 851,3	↑	1,6%
3.	Korea Płd.	12,6%	2 608,0	↓	-26,3%
4.	USA	11,4%	2 361,3	↑	11,0%
5.	Wielka Brytania	8,2%	1 694,7	↓	-2,7%
6.	Włochy	3,2%	657,9	↑	7,8%
7.	Belgia	2,3%	467,7	↑	17,8%
8.	Hiszpania	1,8%	363,8	↓	-5,4%
9.	Szwajcaria	1,4%	292,5	↑	13,0%
10.	Niemcy	1,4%	290,0	↓	-4,5%
11.	Polska	1,3%	278,1	↑	90,3%

Import Chiny – 20 654 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

W strukturze chińskiego importu kosmetyków pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 25,2%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 278,1 mln EUR w 2022 stanowiły 1,3% importu kosmetyków do Chin. Dało to Polsce 11. miejsce wśród dostawców – o 6 pozycji wyższe niż w 2021 – dzięki bardzo wysokiej dynamice importu wynoszącej 90,3% w 2022.

Rynek kosmetyków w Chinach – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	22,1	22,9	26,0	26,9	33,6	6,4%	5,7%	4,3%
Pielęgnacja skóry	15,4	15,3	18,4	19,4	25,1	9,2%	6,2%	5,3%
Makijaż	11,2	10,3	13,3	14,6	20,7	10,1%	5,9%	7,7%
Perfumy i wody toaletowe	1,0	0,9	1,1	1,2	1,5	7,5%	4,2%	4,4%
Technologia dla urody	0,8	0,9	1,0	1,0	1,5	11,1%	7,7%	6,4%
Suma	50,4	50,3	59,8	63,1	82,3	8,1%	5,9%	5,5%

Źródło: Statista

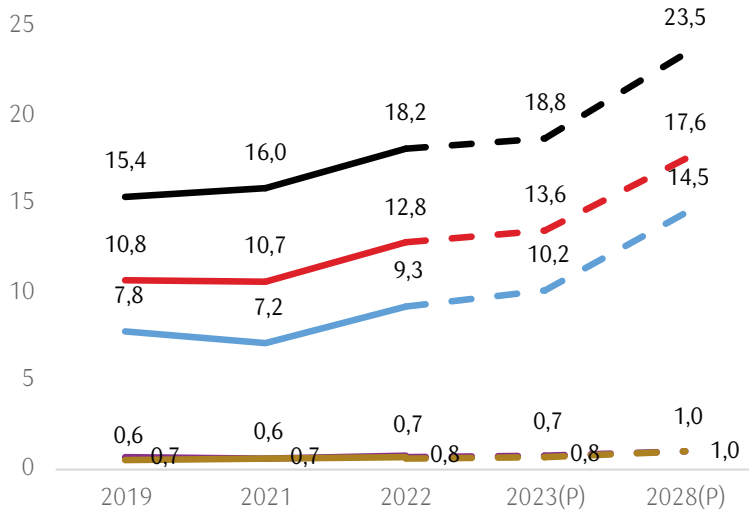
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Chinach wzrastał średnio o 5,9% rocznie vs 8,1% w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w Chinach odnotuje nieco słabszy wzrost w wysokości

5,5% średnio rocznie, osiągając poziom 82,3 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 7,7%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2022 aż o 56,3%.

Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Chinach jest szacowana na 26,9 mld EUR, stanowiąc 42,6% rynku.



Wydatki per capita na chińskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Chin wyda na kosmetyki średnio 44 EUR, co będzie najniższym poziomem spośród 10 głównych importerów kosmetyków. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do prawie 58 EUR w perspektywie 2028.

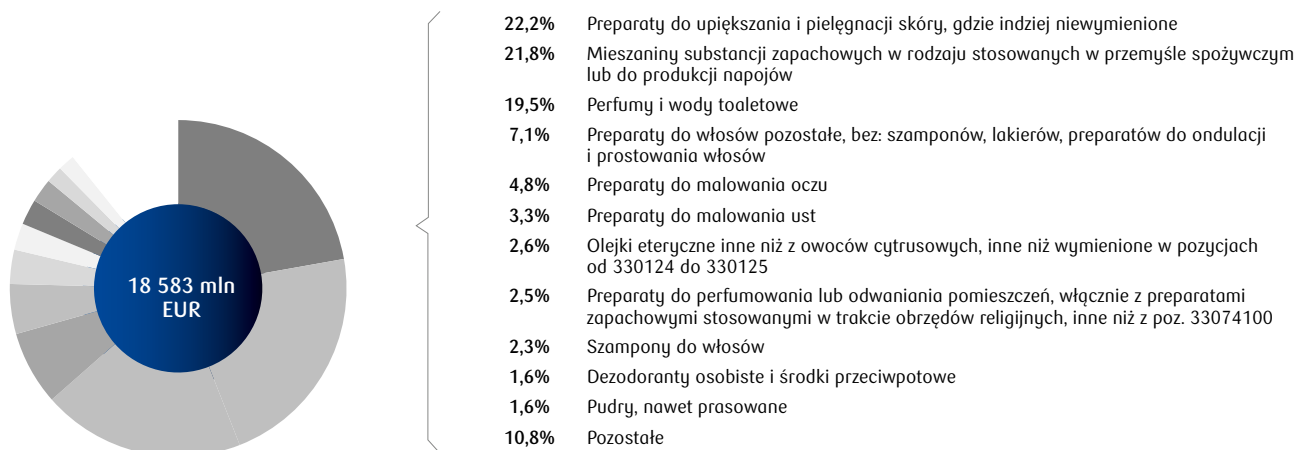
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



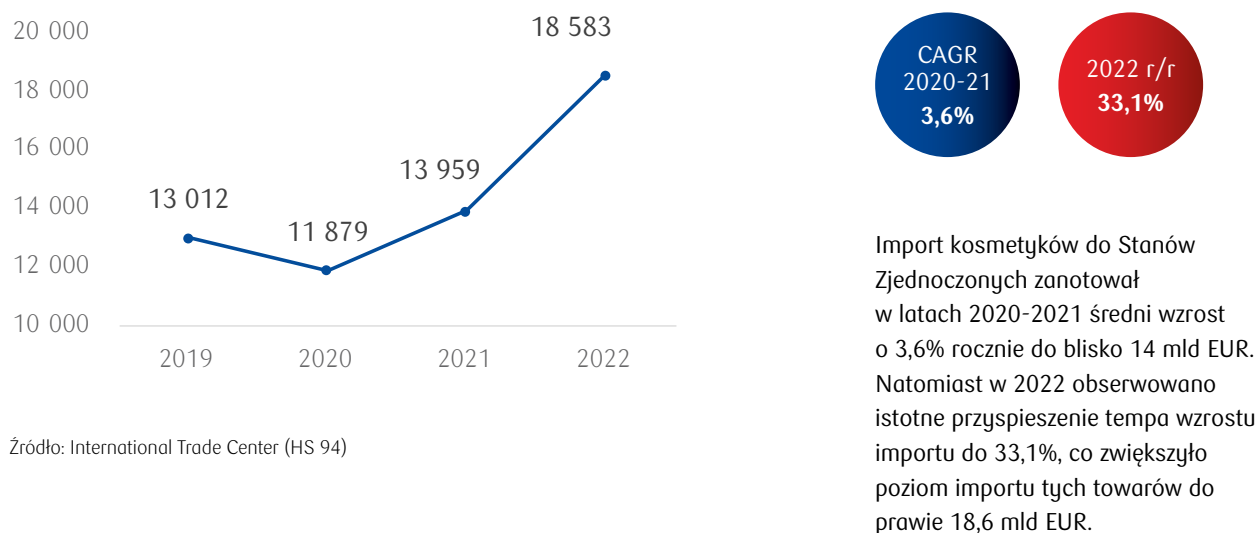
Stany Zjednoczone

Struktura importu kosmetyków do Stanów Zjednoczonych w 2022



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Stanów Zjednoczonych (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 94)



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Irlandia	20,6%	3 830,3	↑	43,6%
2.	Francja	18,8%	3 491,0	↑	34,8%
3.	Kanada	9,0%	1 674,1	↑	23,2%
4.	Meksyk	7,3%	1 356,0	↑	42,3%
5.	Włochy	7,2%	1 347,1	↑	44,0%
6.	Chiny	6,2%	1 148,8	↑	18,1%
7.	Korea Płd.	5,0%	921,8	↑	33,3%
8.	Hiszpania	3,8%	697,4	↑	56,0%
9.	Wielka Brytania	2,6%	492,0	↑	17,9%
10.	Niemcy	2,5%	457,8	↑	5,4%
...					
32.	Polska	0,2%	38,1	↓	-11,5%

Import Stany Zjednoczone – 18 583 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

W strukturze zagranicznych dostawców kosmetyków na rynek amerykański w 2022 najwyższą pozycję zajmowała Irlandia z udziałem wynoszącym 20,6%. Kosmetyki z Polski o wartości 38,1 mln EUR stanowiły w 2022 jedynie 0,2% importu do Stanów Zjednoczonych, co dało Polsce 32. miejsce wśród dostawców. W 2022 amerykański import kosmetyków z Polski spadł o 11,5%, co skutkowało przesunięciem pozycji naszego kraju o 4 miejsca w dół wobec lokaty z 2021.

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

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	36,9	35,5	41,1	42,0	47,3	7,4%	3,7%	2,4%
Pielęgnacja skóry	18,7	17,5	21,2	22,2	26,5	9,7%	4,2%	3,8%
Makijaż	15,2	12,5	17,1	18,3	22,4	9,1%	4,0%	4,6%
Perfumy i wody toaletowe	7,3	6,5	7,9	8,2	9,2	7,4%	2,9%	2,4%
Technologia dla urody	1,1	1,2	1,3	1,3	1,5	12,5%	5,8%	2,7%
Suma	79,2	73,2	88,6	91,9	106,8	8,4%	3,8%	3,2%

Źródło: Statista

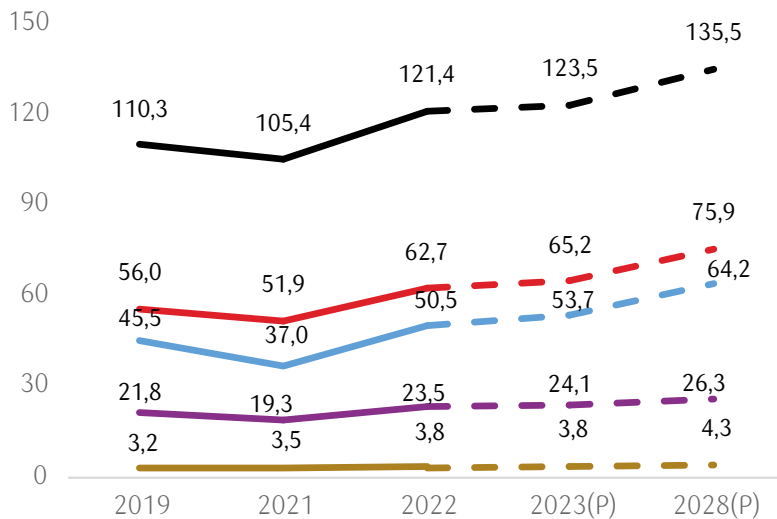
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Stanach Zjednoczonych wzrastał średnio o 3,8% rocznie vs 8,4% w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w Stanach Zjednoczonych odnotuje słabszy wzrost w wysokości

3,2% średnio rocznie, osiągając poziom 106,8 mld EUR. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 4,6%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2022 o 31%.

Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Stanach Zjednoczonych jest szacowana na 42,0 mld EUR, stanowiąc 45,7% rynku.



Wydatki per capita na amerykańskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Stanów Zjednoczonych wyda na kosmetyki średnio nieco ponad 270 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do powyżej 306 EUR w 2028.

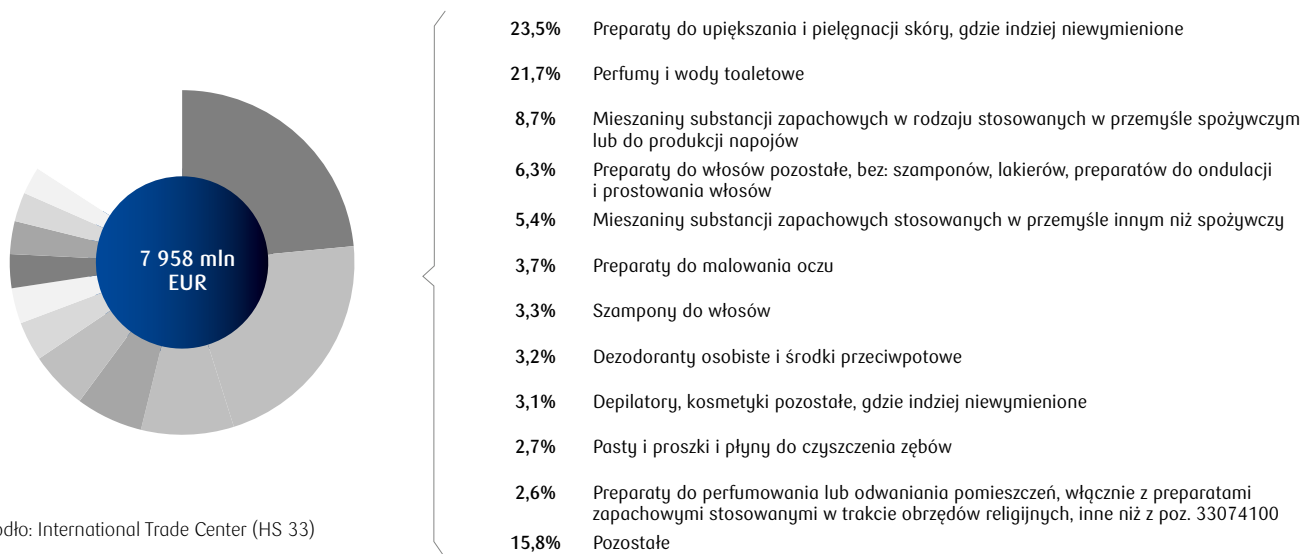
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



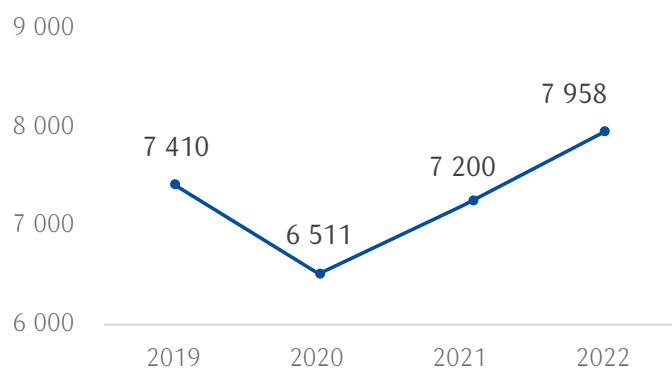
Niemcy

Struktura importu kosmetyków do Niemiec w 2022



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Niemiec (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

CAGR
2020-21
-1,4%

2022 r/r
10,5%

Import kosmetyków do Niemiec zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 1,4% rocznie do 7,2 mld EUR. Natomiast w 2022 nastąpił wzrost tego importu o 10,5% do prawie 8,0 mld EUR.



Top 10 dostawców (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Francja	24,4%	1 944,2	↑	11,1%
2.	Polska	8,2%	650,9	↑	1,9%
3.	Szwajcaria	8,0%	638,9	↑	3,2%
4.	Włochy	7,8%	617,9	↑	1,9%
5.	Hiszpania	7,4%	586,9	↑	27,8%
6.	USA	7,1%	563,9	↑	19,7%
7.	Holandia	5,5%	435,7	↑	4,3%
8.	Wielka Brytania	5,0%	395,1	↑	3,5%
9.	Irlandia	4,9%	389,2	↑	6,8%
10.	Chiny	3,1%	244,2	↑	24,9%

Import Niemcy – 7 958 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

W strukturze niemieckiego importu kosmetyków najwyższą pozycję w 2022 zajęła Francja - z udziałem 24,4%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 650,9 mln EUR stanowiły 8,2% niemieckiego importu, co dało Polsce wysokie 2. miejsce wśród dostawców, jednak dynamika importu kosmetyków z Polski była bardzo niska i nie przekroczyła 2%.

Rynek kosmetyków w Niemczech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	8,0	8,2	8,7	9,0	9,6	1,5%	2,9%	1,7%
Pielęgnacja skóry	4,9	4,8	5,2	5,4	5,8	2,9%	1,8%	2,0%
Makijaż	2,3	2,1	2,4	2,6	3,0	3,7%	2,3%	3,6%
Perfumy i wody toaletowe	1,6	1,5	1,7	1,8	1,9	0,6%	1,6%	1,7%
Technologia dla urody	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	8,0%	3,6%	1,6%
Suma	17,0	16,9	18,2	19,1	20,6	2,3%	2,4%	2,1%

Źródło: Statista

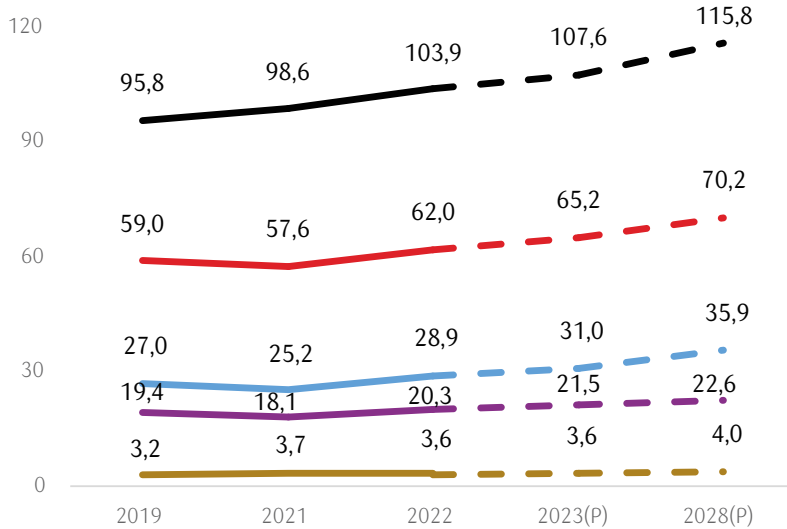
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Niemczech wzrastał średnio o 2,4% rocznie - w sposób bardzo zbliżony do 2,3% wzrostu obserwowanego w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w tym kraju odnotuje nieco słabszy wzrost

w wysokości 2,1% średnio rocznie, osiągając poziom 20,6 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 3,6%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2022 o 23,7%.

Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Niemczech jest szacowana na 9,0 mld EUR, stanowiąc 47% rynku.



Wydatki per capita na niemieckim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Niemiec wyda na kosmetyki średnio niespełna 229 EUR. Do 2028 prognozuje się wzrost tej kwoty do prawie 249 EUR.

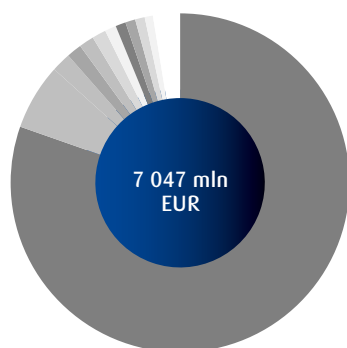
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



Hongkong

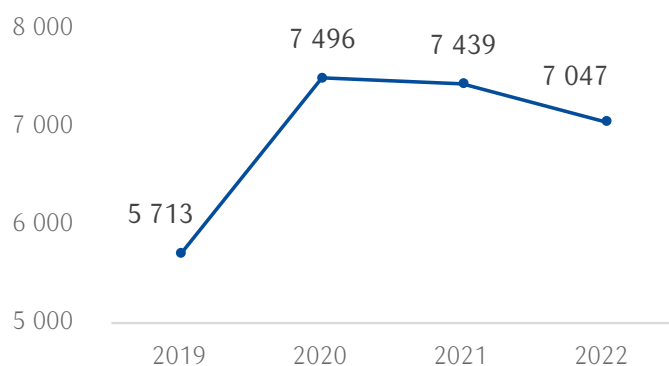
Struktura importu kosmetyków do Hongkongu w 2022



80,4%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
6,3%	Perfumy i wody toaletowe
1,8%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
1,4%	Szampony do włosów
1,4%	Preparaty do malowania ust
1,3%	Preparaty do malowania oczu
1,1%	Pudry, nawet prasowane
1,0%	Perfumowane sole kąpielowe i pozostałe preparaty kąpielowe
1,0%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
0,9%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
0,8%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
2,6%	Pozostałe

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Hongkongu (mln EUR)



CAGR
2020-21
14,1%

2022 r/r
-5,3%

Import kosmetyków do Hongkongu zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 14,1% rocznie do poziomu powyżej 7,4 mld EUR. Natomiast w 2022 importu ten obniżył się o 5,3% do 7 mld EUR.

Źródło: International Trade Center (HS 33)



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR		2022 r/r
1.	Korea Płd.	43,6%	3 070,7	↑	2,7%
2.	Singapur	9,7%	684,1	↓	-17,8%
3.	Chiny	9,5%	672,8	↓	-1,7%
4.	Japonia	8,4%	589,6	↓	-2,6%
5.	Szwajcaria	6,0%	425,0	↑	24,9%
6.	USA	4,2%	296,0	↓	-17,6%
7.	Francja	3,9%	277,8	↓	-18,1%
8.	Włochy	3,0%	211,8	↓	-15,2%
9.	Niemcy	1,5%	104,4	↑	3,5%
10.	Tajlandia	1,4%	101,6	↓	-33,3%
...					
23.	Polska	0,2%	10,6	↑	30,5%

Import Hongkong – 7 047 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

W strukturze hongkońskiego importu kosmetyków dominującą pozycję zajmuje Korea Południowa z udziałem wynoszącym 43,6%. Kosmetyki z Polski o wartości 10,6 mln EUR stanowiły w 2022 tylko 0,2% importu kosmetyków do Hongkongu, co dało Polsce 23. miejsce wśród dostawców. Hongkoński import kosmetyków z Polski w 2022 wzrósł znacząco o blisko 31%, co przesunęło miejsce Polski o 4 lokaty w górę wobec 2021.

Rynek kosmetyków w Hongkongu – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	0,8	0,8	0,9	0,9	1,1	8,5%	4,3%	2,5%
Pielęgnacja skóry	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	8,9%	3,1%	2,4%
Makijaż	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	8,9%	3,4%	3,2%
Perfumy i wody toaletowe	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	8,7%	3,9%	2,8%
Technologia dla urody	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,3%	5,1%	2,3%
Suma	1,8	1,8	2,1	2,1	2,4	8,8%	3,8%	2,6%

Źródło: Statista

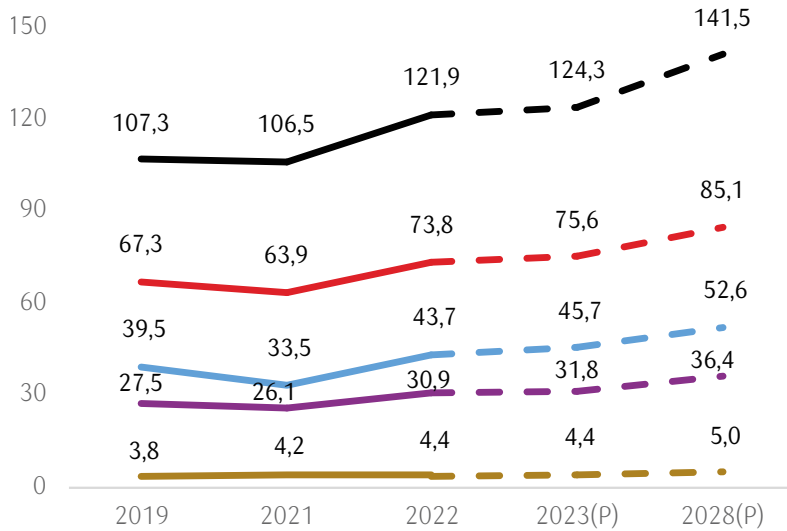
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Hongkongu wzrastał średnio o 3,8% rocznie, znacznie słabiej niż o 8,8% w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w Hongkongu odnotuje dalsze spowolnienie tempa wzrostu

do 2,6% średnio rocznie, osiągając poziom 2,4 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 3,2%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie

wyższa od wartości z 2022 o 20,5%. Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Hongkongu jest szacowana na 0,9 mld EUR, stanowiąc 44,1% rynku.



Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Hongkongu (EUR)



W 2023 mieszkaniec Hongkongu wyda na kosmetyki średnio prawie 282 EUR, co jest najlepszym wynikiem spośród top-10 importerów kosmetyków. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do blisko 321 EUR w 2028.

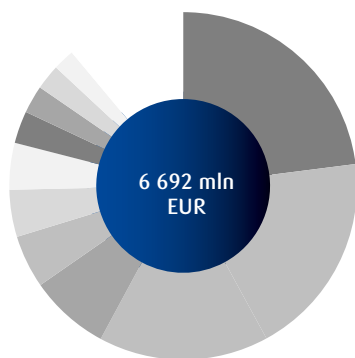
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



Francja

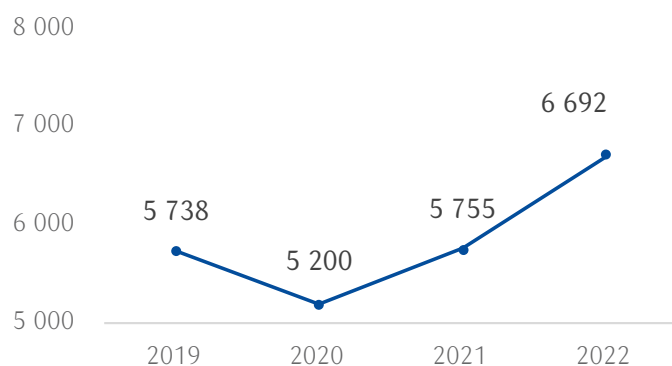
Struktura importu kosmetyków do Francji w 2022



23,0%	Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
19,1%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
15,8%	Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
7,5%	Perfumy i wody toaletowe
4,9%	Preparaty do malowania oczu
4,4%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,3%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
3,0%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
2,6%	Szampony do włosów
2,3%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
2,0%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
11,1%	Pozostałe

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Francji (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Francji zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost jedynie o 0,1% rocznie do blisko 5,8 mld EUR. W 2022 dynamika importu kosmetyków znacznie przyspieszyła do 16,3% i jego wartość wzrosła do niespełna 6,7 mld EUR.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR		2022 r/r
1.	Szwajcaria	16,4%	1 100,5	↑	11,2%
2.	Włochy	9,6%	645,0	↑	22,2%
3.	Niemcy	9,5%	636,8	↑	2,7%
4.	Hiszpania	8,9%	596,7	↑	34,3%
5.	Irlandia	8,6%	573,3	↑	23,8%
6.	Wielka Brytania	7,8%	521,4	↑	12,5%
7.	USA	6,5%	436,8	↑	20,3%
8.	Holandia	5,7%	382,8	↑	12,2%
9.	Belgia	3,5%	232,6	↑	4,8%
10.	Chiny	3,1%	209,1	↑	33,6%
...					
12.	Polska	2,8%	188,0	↑	23,5%

Import Francja – 6 692 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 94)

W strukturze francuskiego importu kosmetyków najwyższą pozycję zajmuje Szwajcaria z udziałem wynoszącym 16,4%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 188 mln EUR stanowiły 2,8% importu kosmetyków do Francji w 2022, co pozwoliło Polsce na utrzymanie 12. miejsca wśród dostawców. W 2022 francuski import kosmetyków z Polski wzrósł o blisko 1/4.

Rynek kosmetyków we Francji – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	5,6	5,7	6,0	6,2	6,6	0,5%	2,5%	1,4%
Pielęgnacja skóry	4,5	4,3	4,6	4,9	5,1	1,6%	1,1%	1,6%
Makijaż	2,2	2,0	2,4	2,6	3,0	4,3%	3,1%	3,5%
Perfumy i wody toaletowe	2,3	2,1	2,4	2,5	2,6	0,0%	1,7%	1,2%
Technologia dla urody	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	4,2%	2,6%	0,6%
Suma	14,8	14,3	15,7	16,4	17,4	1,4%	2,1%	1,7%

Źródło: Statista

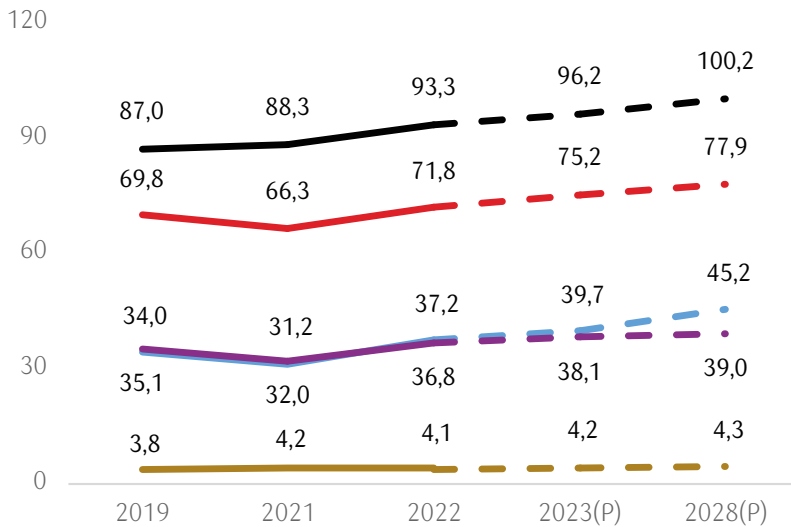
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków we Francji wzrastał średnio o 2,1% rocznie vs 1,4% w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków we Francji odnotuje słabszy wzrost w wysokości 1,7% średnio rocznie,

osiągając poziom 17,4 mld EUR końca okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 3,5%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2022 o 22,9%. Największy udział w rynku ma segment

kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 we Francji jest szacowana na 6,2 mld EUR, stanowiąc 38% rynku – co jest najniższą wartością dla top-10 importerów kosmetyków.



Wydatki per capita na francuskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Francji wyda na kosmetyki średnio nieco ponad 253 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do prawie 267 EUR w 2028.

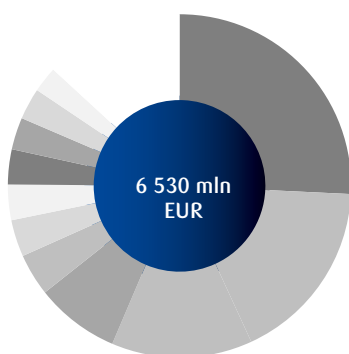
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



Wielka Brytania

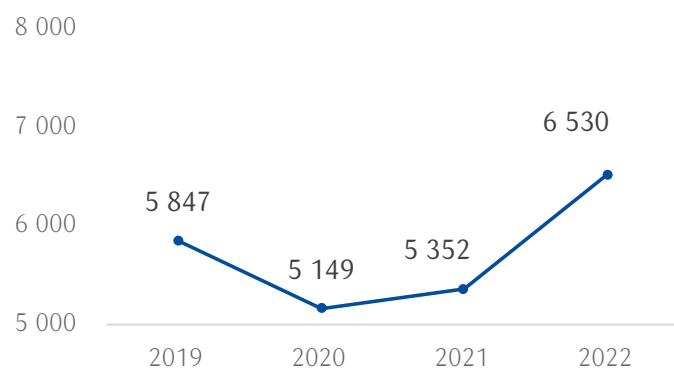
Struktura importu kosmetyków do Wielkiej Brytanii w 2022



Źródło: International Trade Center (HS 33)

25,8%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
17,4%	Perfumy i wody toaletowe
13,3%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
7,9%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,0%	Szampony do włosów
3,5%	Preparaty do malowania oczu
3,3%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
3,3%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
3,0%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
3,0%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
2,4%	Preparaty do malowania ust
13,2%	Pozostałe

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

CAGR
2020-21
-4,3%

2022 r/r
22,0%

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 4,3% rocznie do blisko 5,4 mld EUR. Natomiast w 2022 import ten znacząco wzrósł o 22% i jego wartość zwiększyła się do ponad 6,5 mld EUR.



Top 10 dostawców (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Francja	18,7%	1 223,0	↑	34,5%
2.	USA	13,9%	905,3	↑	42,2%
3.	Irlandia	10,2%	665,3	↑	0,7%
4.	Niemcy	8,4%	550,2	↑	6,3%
5.	Chiny	8,3%	541,6	↑	20,2%
6.	Włochy	7,6%	496,6	↑	78,0%
7.	Hiszpania	4,9%	321,5	↑	20,9%
8.	Polska	4,8%	314,7	↑	9,1%
9.	Szwajcaria	2,8%	181,2	↑	57,3%
10.	Holandia	2,4%	158,4	↓	-49,4%

Import Wielka Brytania – 6 530 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

W strukturze brytyjskiego importu kosmetyków pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 18,7%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 314,7 mln EUR stanowiły 4,8% importu kosmetyków do Wielkiej Brytanii w 2022, co dało Polsce 8. miejsce wśród dostawców wobec 7. pozycji w 2021.

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

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	5,7	5,9	6,0	6,3	6,9	2,2%	2,0%	2,3%
Pielęgnacja skóry	3,8	3,7	4,0	4,2	4,7	3,6%	1,7%	3,0%
Makijaż	2,5	2,3	2,7	3,0	3,5	4,6%	2,8%	4,4%
Perfumy i wody toaletowe	1,9	1,9	2,1	2,2	2,5	3,2%	2,2%	2,9%
Technologia dla urody	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	10,0%	2,9%	3,2%
Suma	14,1	14,0	15,0	15,9	17,9	3,3%	2,1%	3,0%

Źródło: Statista

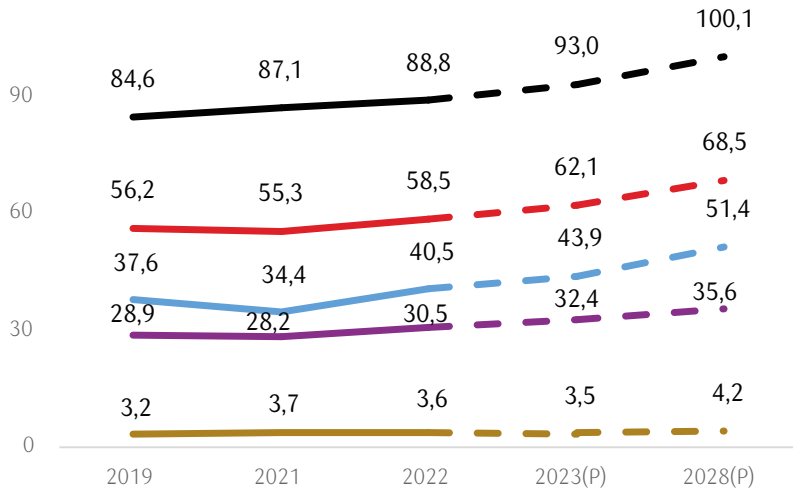
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Wielkiej Brytanii wzrastał średnio o 2,1% rocznie vs 3,3% w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w tym kraju odnotuje trochę silniejszy wzrost w wysokości

3,0% średnio rocznie, osiągając poziom 17,9 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 4,4%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie

wyższa od wartości z 2022 o 29,7%. Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Wielkiej Brytanii jest szacowana na 6,3 mld EUR, stanowiąc 39,6% rynku.



Wydatki per capita na brytyjskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Wielkiej Brytanii wyda na kosmetyki średnio 235 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do prawie 260 EUR w 2028.

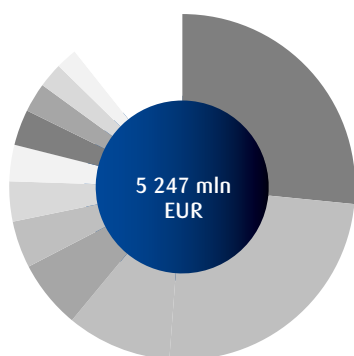
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



Holandia

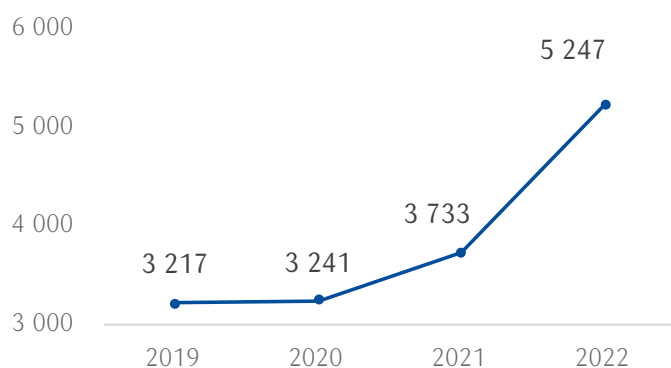
Struktura importu kosmetyków do Holandii w 2022



26,6%	Perfumy i wody toaletowe
24,6%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
9,8%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
6,4%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,4%	Szampony do włosów
3,7%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
3,4%	Preparaty do malowania oczu
3,4%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
2,7%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
2,3%	Preparaty do malowania ust
2,0%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
10,7%	Pozostałe

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Holandii (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

CAGR
2020-21
7,7%

2022 r/r
40,6%

Import kosmetyków do Holandii zanotował w latach 2020–2021 średni wzrost o 7,7% rocznie do ponad 3,7 mld EUR. W 2022 dynamika holenderskiego importu kosmetyków bardzo istotnie odbiła do 40,6%, a jego wartość wyniosła ponad 5,2 mld EUR.



Top 10 dostawców

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Niemcy	27,7%	1 454,9	↑	131,5%
2.	Belgia	10,5%	549,2	↑	16,8%
3.	USA	10,0%	523,2	↑	5,9%
4.	Francja	9,6%	504,2	↑	55,6%
5.	Wielka Brytania	7,6%	397,4	↑	2,2%
6.	Włochy	5,8%	304,8	↑	65,0%
7.	Irlandia	4,6%	243,6	↑	33,1%
8.	Hiszpania	4,1%	215,4	↑	10,1%
9.	Chiny	3,5%	185,7	↑	41,6%
10.	Polska	2,8%	147,3	↑	26,2%

Import Holandia – 5 247 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

W strukturze holenderskiego importu kosmetyków najwyższą pozycję zajmują Niemcy z udziałem wynoszącym 27,7%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 147,3 mln EUR stanowiły 2,8% importu kosmetyków do Holandii w 2022, co dało Polsce 10. miejsce wśród dostawców – podobnie jak w 2021.

Rynek kosmetyków w Holandii – wartość przychodów (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	1,7	1,8	1,8	1,9	2,0	1,2%	2,5%	1,5%
Pielęgnacja skóry	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	2,8%	0,9%	1,7%
Makijaż	0,6	0,5	0,6	0,6	0,7	1,9%	2,4%	3,1%
Perfumy i wody toaletowe	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,0%	2,1%	1,6%
Technologia dla urody	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0%	0,0%	3,8%
Suma	3,5	3,4	3,7	3,9	4,1	1,5%	2,1%	1,8%

Źródło: Statista

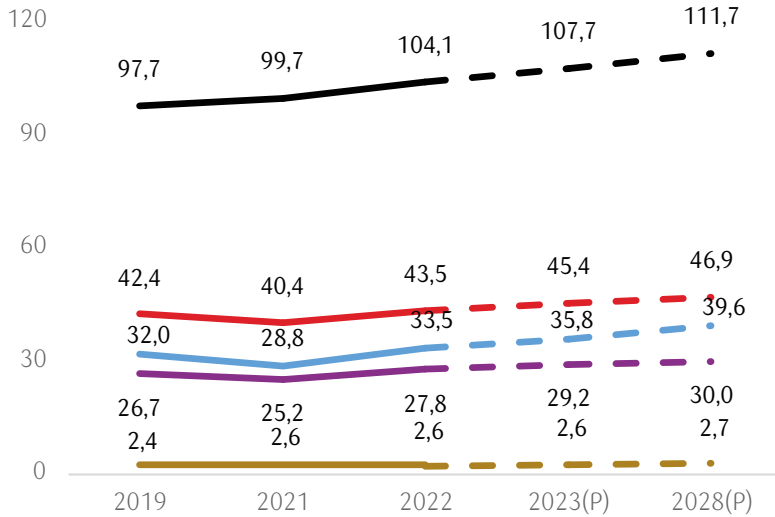
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Holandii wzrastał średnio o 2,1% rocznie vs 1,5% w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w Holandii odnotuje nieco słabszy wzrost w wysokości

1,8% średnio rocznie, osiągając poziom 4,1 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment technologii dla urody (z CARG 2023-2028 wynoszącym 3,8%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2022 o 25%.

Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Holandii jest szacowana na 1,9 mld EUR, stanowiąc 48,8% rynku – co jest najwyższą wartością wśród top-10 importerów kosmetyków.



Wydatki per capita na holenderskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Holandii wyda na kosmetyki średnio prawie 221 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do blisko 231 EUR w 2028.

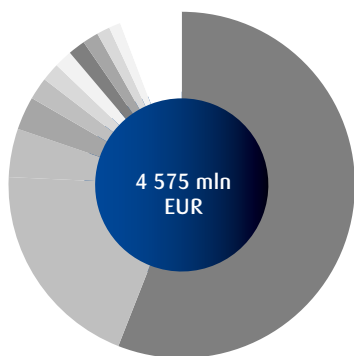
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



Singapur

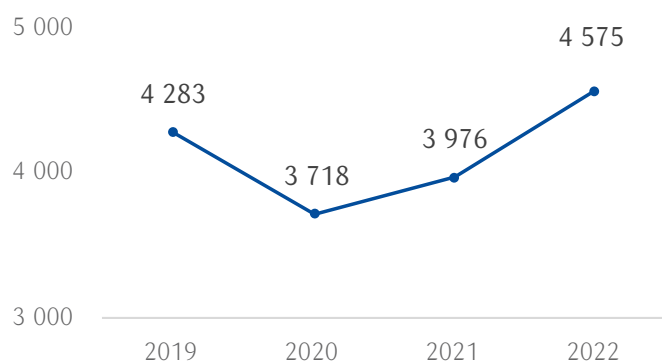
Struktura importu kosmetyków do Singapuru w 2022



Źródło: International Trade Center (HS 33)

56,0%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
19,8%	Perfumy i wody toaletowe
4,5%	Preparaty do malowania ust
3,1%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
2,1%	Pudry, nawet prasowane
1,7%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
1,7%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
1,6%	Preparaty do malowania oczu
1,5%	Szampony do włosów
1,2%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
1,1%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
5,8%	Pozostałe

Import kosmetyków do Singapuru (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)



Import kosmetyków do Singapuru zanotował w latach 2020–2021 średni spadek o 3,6% rocznie do blisko 4,0 mld EUR. W 2022 nastąpił wzrost singapurskiego importu kosmetyków o 15,1%, a jego wartość wyniosła prawie 4,6 mld EUR.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Francja	41,3%	1 891,5	↑	11,0%
2.	Japonia	16,4%	752,0	↑	19,5%
3.	USA	9,5%	434,2	↑	14,0%
4.	Korea Płd.	4,6%	210,4	↑	11,4%
5.	Włochy	3,9%	179,6	↑	38,3%
6.	Chiny	2,6%	117,9	↑	20,4%
7.	Tajlandia	2,3%	106,7	↑	8,4%
8.	Wielka Brytania	2,2%	101,4	↑	18,5%
9.	Hiszpania	2,2%	99,8	↑	33,4%
10.	Niemcy	1,7%	77,7	↓	-3,1%
...					
24.	Polska	0,3%	13,4	↑	8,8%

Import Singapur – 4 575 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Rynek kosmetyków w Singapurze – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	6,3%	3,5%	1,6%
Pielęgnacja skóry	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	6,6%	2,3%	1,2%
Makijaż	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	6,6%	2,6%	2,2%
Perfumy i wody toaletowe	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	6,5%	3,2%	1,7%
Technologia dla urody	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,9%	4,3%	3,2%
Suma	1,0	1,0	1,1	1,2	1,3	6,5%	3,0%	1,6%

Źródło: Statista

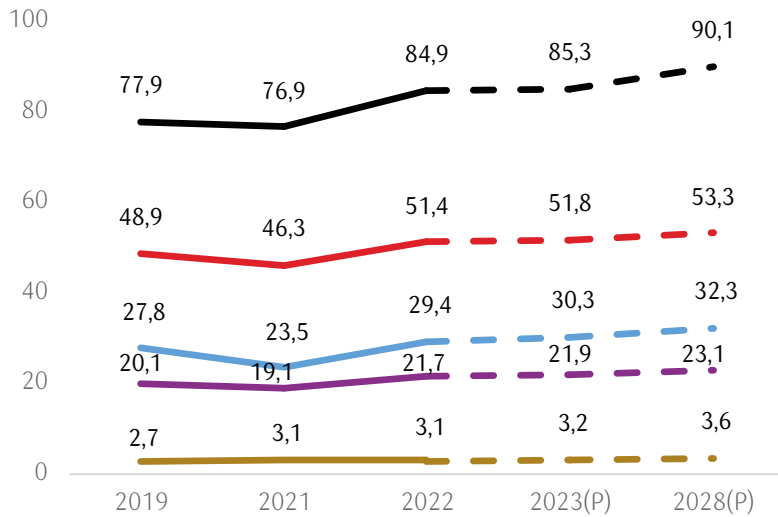
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Singapurze wzrastał średnio o 3,0% rocznie - ponad 2-krotnie słabiej niż 6,5% obserwowane w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w tym kraju odnotuje słabszy wzrost

w wysokości 1,6% średnio rocznie, osiągając poziom 1,3 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment technologia dla urody (z CARG 2023-2028 wynoszącym 3,2%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2022 o 21%.

Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Singapurze jest szacowana na 0,6 mld EUR, stanowiąc 44,3% rynku.



Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Singapurze (EUR)



W 2023 mieszkaniec Singapuru wyda na kosmetyki średnio niespełna 193 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do ponad 202 EUR w 2028.

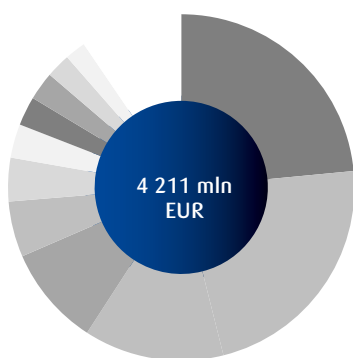
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



Hiszpania

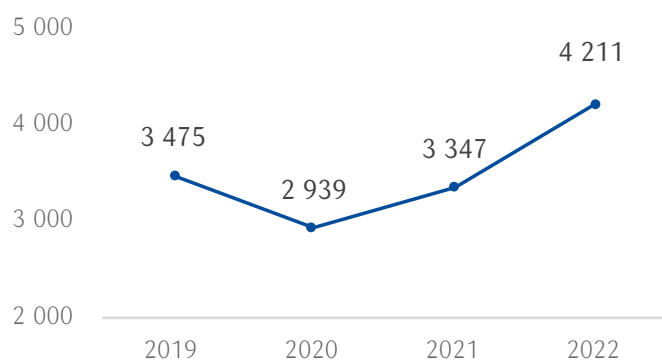
Struktura importu kosmetyków do Hiszpanii w 2022



23,5%	Perfumy i wody toaletowe
22,6%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
13,1%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
9,3%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
5,2%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,1%	Szampony do włosów
3,2%	Preparaty do malowania oczu
2,7%	Preparaty do malowania ust
2,6%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
2,3%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
1,9%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
9,5%	Pozostałe

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Hiszpanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Hiszpanii zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 1,9% rocznie do poziomu ponad 3,3 mld EUR. Natomiast w 2022 nastąpił bardzo wysoki wzrost tego importu o 25,8% i jego wartość przekroczyła 4,2 mld EUR.



Top 10 dostawców

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Francja	35,1%	1 477,8	↑	31,5%
2.	Niemcy	11,4%	479,7	↑	20,9%
3.	Irlandia	9,3%	391,2	↑	27,1%
4.	Holandia	8,8%	371,4	↑	36,2%
5.	Włochy	8,1%	341,3	↑	23,4%
6.	Wielka Brytania	3,9%	163,4	↑	12,9%
7.	Belgia	3,3%	139,6	↑	11,6%
8.	Chiny	3,2%	135,9	↑	35,3%
9.	Polska	3,0%	127,0	↑	16,0%
10.	USA	2,4%	100,7	↑	26,0%

W strukturze hiszpańskiego importu kosmetyków najwyższą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 35,1%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 127 mln EUR stanowiły 3,0% importu kosmetyków do Hiszpanii w 2022, co dało Polsce 9. miejsce wśród dostawców wobec 8. lokaty w 2021.

Import Hiszpania – 4 211 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Rynek kosmetyków w Hiszpanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	3,4	3,5	3,7	4,0	4,4	0,9%	3,0%	2,6%
Pielęgnacja skóry	2,2	2,1	2,4	2,6	2,9	2,3%	1,8%	3,7%
Makijaż	0,9	0,8	1,0	1,1	1,3	1,1%	1,4%	5,2%
Perfumy i wody toaletowe	1,4	1,3	1,4	1,5	1,7	0,7%	1,0%	2,8%
Technologia dla urody	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	9,1%	2,7%	1,2%
Suma	8,1	7,8	8,6	9,3	10,4	1,5%	2,1%	3,2%

Źródło: Statista

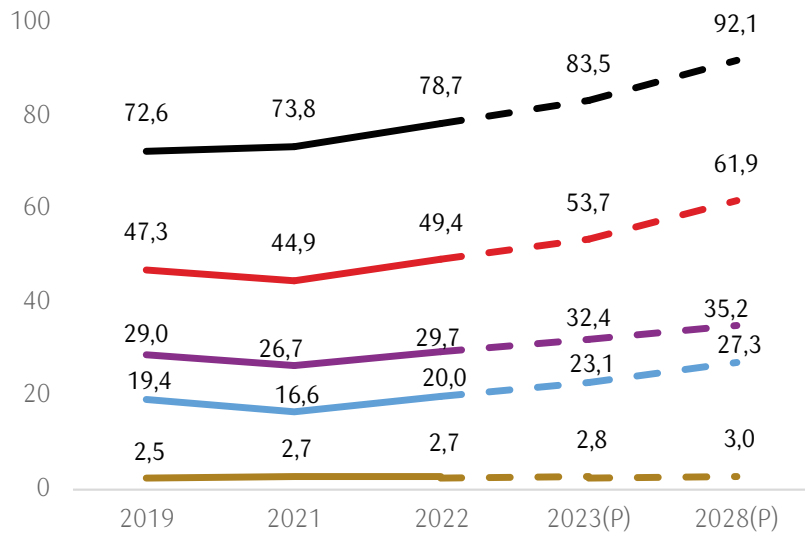
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Hiszpanii wzrastał średnio o 2,1% rocznie vs 1,5% w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w Hiszpanii odnotuje silniejszy wzrost

w wysokości 3,2% średnio rocznie, osiągając poziom 10,4 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 5,2%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie

wyższa od wartości z 2022 o 35,8%. Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Hiszpanii jest szacowana na 4,0 mld EUR, stanowiąc 42,7% rynku.



Wydatki per capita na hiszpańskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Hiszpanii wyda na kosmetyki średnio ponad 195 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do powyżej 219 EUR w 2028.

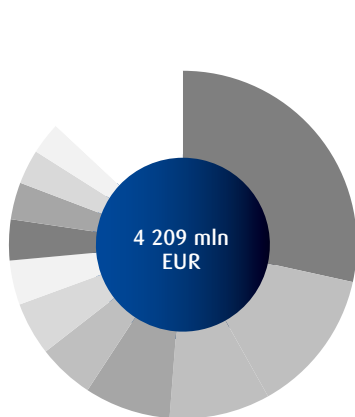
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



Kanada

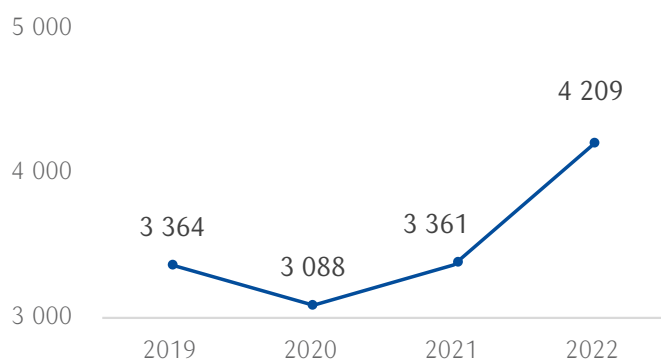
Struktura importu kosmetyków do Kanady w 2022



Źródło: International Trade Center (HS 33)

28,4%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
13,4%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
9,4%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
8,0%	Perfumy i wody toaletowe
5,2%	Szampony do włosów
4,9%	Preparaty do malowania oczu
4,1%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
3,8%	Preparaty do malowania ust
3,4%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
3,2%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
3,0%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
13,0%	Pozostałe

Import kosmetyków do Kanady (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

CAGR
2020-21
0,0%

2022 r/r
25,2%

W latach 2020-2021 Kanada zanotowała stagnację w imporcie kosmetyków i jego wartość pozostała w 2021 na poziomie bliskim obserwowanemu w 2019 – osiągając niespełna 3,4 mld EUR. Natomiast w 2022 import tych towarów gwałtownie odbił – zwiększając się o 25,2% do ponad 4,2 mld EUR.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	USA	63,5%	2 672,5	↑	24,2%
2.	Francja	9,6%	405,1	↑	31,4%
3.	Włochy	4,5%	189,2	↑	35,1%
4.	Chiny	3,1%	129,2	↑	34,5%
5.	Meksyk	2,9%	122,5	↑	36,0%
6.	Korea Płd.	2,3%	95,0	↑	42,8%
7.	Wielka Brytania	1,7%	72,3	↓	-10,4%
8.	Niemcy	1,5%	64,2	↑	19,9%
9.	Irlandia	1,5%	62,0	↓	-18,3%
10.	Japonia	1,3%	55,1	↑	36,0%
...					
20.	Polska	0,3%	13,1	↑	72,7%

Import Kanada – 4 209 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

W strukturze kanadyjskiego importu kosmetyków dominującą pozycję zajmują Stany Zjednoczone z udziałem wynoszącym 63,5%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 13,1 mln EUR stanowiły 0,3% importu kosmetyków do Kanady w 2022, co daje Polsce 20. miejsce wśród dostawców vs 21. lokaty w 2021, dzięki prawie 73-procentowej dynamice importu tych towarów.

Rynek kosmetyków w Kanadzie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2021	2022	2023(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-28)
Pielęgnacja osobista	3,4	3,4	3,8	3,8	4,2	4,3%	3,4%	2,0%
Pielęgnacja skóry	1,8	1,7	1,9	2,0	2,2	6,7%	2,6%	2,9%
Makijaż	1,3	1,1	1,4	1,4	1,6	5,0%	2,6%	3,0%
Perfumy i wody toaletowe	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	4,2%	3,1%	2,1%
Technologia dla urody	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	11,1%	3,2%	1,5%
Suma	7,2	6,9	7,9	8,2	9,1	5,2%	3,0%	2,4%

Źródło: Statista

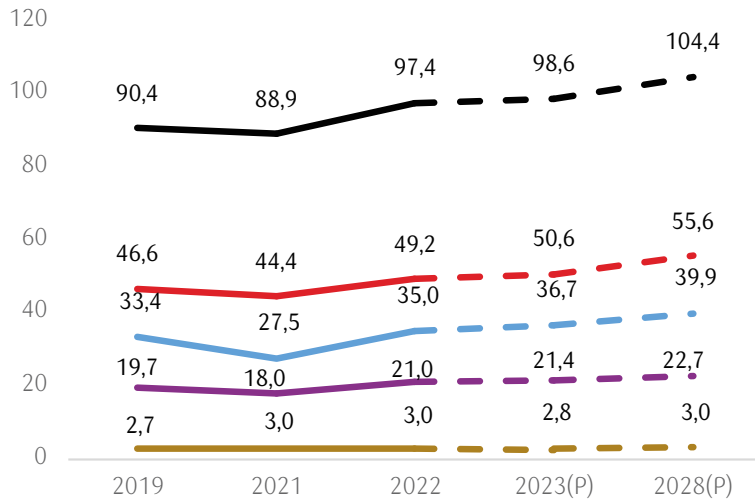
W latach 2020-2022 rynek kosmetyków w Kanadzie wzrastał średnio o 3,0% rocznie vs 5,2% w 2019. Według prognoz Statisty, w latach 2023-2028 rynek kosmetyków w tym kraju odnotuje słabszy wzrost

w wysokości 2,4% średnio rocznie, osiągając poziom 9,1 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2023-2028 wynoszącym 3,0%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie

wyższa od wartości z 2022 o 19,3%. Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2023 w Kanadzie jest szacowana na 3,8 mld EUR, stanowiąc 46,9% rynku.



Wydatki per capita na kanadyjskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Kanady wyda na kosmetyki średnio nieco ponad 210 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do blisko 226 EUR w 2028.

- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista

**OPRACOWANIE
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
<https://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
<https://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

Informacje i zastrzeżenia:

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.