

## Dziewczyny z Korei Południowej bardzo lubią polskie kosmetyki

data aktualizacji: 2016.07.22



**Polskie kosmetyki są jedną z naszych wizytówek. Jesteśmy szóstym największym ich eksporterem w Europie, a sama branża kosmetyczna ma u nas długą tradycję i wielu znakomitych specjalistów. Dzięki umowie handlowej UE z Koreą Południową od paru lat polscy producenci kosmetyków wkraczają na ten azjatycki rynek.**

Z danych GUS wynika, że co drugi wyprodukowany w Polsce krem, balsam czy lakier do paznokci trafia za granicę, do któregoś z ponad 130 krajów świata.

Przez ostatnie 10 lat eksport kosmetyków rósł średnio 25 proc. rocznie, co jest największym wzrostem procentowym od 2004 r., zaraz po wejściu Polski do Unii Europejskiej. W kolejnych latach umowy handlowe z krajami spoza UE, takie jak obchodząca piątą rocznicę umowa z Koreą Południową, otwierały nowe drzwi rodzimym producentom. Polskie firmy, takie jak krakowska Bielenda, doskonale tę szansę wykorzystały.

- Wartość rynku kosmetycznego Korei szacowana jest na ok 4,5 mld USD - mówi Paweł Szkudlarek, przedstawiciel firmy Hanpo, zajmującej się doradztwem handlowym pomiędzy Polską i Koreą. - Tak zwane K-beauty, czyli koreański sposób dbania o urodę, od lat podbija świat, a koreańskie marki kosmetyków szybko stają się hitem w Europie. Tymczasem w przypadku Polski ten trend jest odwrotny - to Koreanki coraz częściej sięgają po nasze marki - opowiada Szkudlarek.

W Korei Południowej, jest już min. Ziaja, Dax Cosmetics, Dr. Irena Eris, Eveline, Oceanic i krakowska Bielenda.

Bielenda Kosmetyki Naturalne powstała w 1990 roku w niewielkiej miejscowości położonej koło Krakowa - Cholerzynie. Dzisiaj Bielenda należy do grona największych producentów sektora kosmetycznego w Polsce. Obecnie firmą zarządzają synowie Pani Barbary - Marek i Jacek Bielenda. Zatrudniają ponad 150 osób, mają w swoim portfolio ponad 400 kosmetyków, a zakład produkcyjny, który mieści się w Krakowie, codziennie opuszcza tysiące produktów.

- Korea Południowa jest bardzo wymagającym rynkiem. Działa na nim wielu producentów wysokiej jakości kosmetyków, dlatego mogą tam zaistnieć wyłącznie najlepsi - tłumaczy Adrian Winiarz z Działu Eksportu Bielendy. - To jednocześnie duży i atrakcyjny obszar dla sprzedaży produktów kosmetycznych i stąd decyzja firmy, by o ten rynek zawalczyć. Główne korzyści jakie odnosimy, to rosnąca sprzedaż oraz zwiększająca się świadomość i rozpoznawalność marki w Korei - dodaje.

Punktem zwrotnym było podpisanie umowy z firmą dystrybucyjną z Korei, zainteresowanej sprzedażą kosmetyków Bielendy. Dzięki temu posunięciu możliwe było dalsze rozwijanie sprzedaży i kontakt z sieciami kosmetycznymi. Wkrótce potem marka podjęła współpracę z największą z nich - Olive Young, co znacząco pomogło w osiągnięciu sukcesu. Obecnie, serie Avokado i Bawełna zajmują wiodące miejsca w rankingach sprzedaży w swoich kategoriach w tej sieci, co na koreańskim rynku jest znaczącym sukcesem.

Azjatki uwielbiają produkty do ciała - peelingi i masła, płyny do demakijażu. Koreanki polubiły naturalne, owocowe peelingi do ciała.

Reszta jest w rękach dystrybucji i marketingu - mądrego prowadzenia sprzedaży na tym dojrzałym rynku. - Działalność na południowokoreańskim rynku jest częścią strategii rozwijania eksportu w firmie Bielenda. Skupiamy się na sprzedaży do naszego największego partnera w Korei - wspomnianej sieci handlowej. Prowadzimy konieczne działania do realizacji tego celu - tworzymy specjalne ekspozycje, dostosowujemy sposób pakowania produktów - kontynuuje Adrian Winiarz.

Bielenda chce być jedną z najbardziej rozpoznawalnych polskich marek kosmetycznych na świecie. Produkty eksportowane są do ponad 40 krajów. Do największych rynków należą Węgry, Portugalia, Rosja, Hiszpania i Finlandia. Z każdym rokiem rosną też sukcesy w Ameryce Północnej (głównie USA) oraz w Azji, gdzie ważnym rynkiem jest właśnie Korea Południowa. Bielenda planuje dalszą ekspansję i zwraca się coraz odważniej w stronę Chin kontynentalnych. A ponieważ mówi się od lat, że co polubią Koreanki to kochają również Chinki, firma ma szansę zdobyć kolejny rynek.

Tak intensywny rozwój eksportu nie byłby możliwy bez umów handlowych pomiędzy UE a Koreą. Wszelkie ułatwienia dot. regulacji i certyfikowania, znoszenie ceł sprawiają, że możliwe jest stopniowe rozwijanie sprzedaży na tym rynku. - Znoszenie barier w handlu zdecydowanie wzmacnia polski eksport i polskie marki takie jak Bielenda - dodaje Adrian Winiarz.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/dziewczyny-z-korei-poludniowej-bardzo-lubia-polski,7877>