



# **POLONIA**

## **Il settore della cosmesi**

aggiornato: aprile 2006

## Situazione congiunturale

Indicatori macroeconomici

<b>Crescita PIL 2005 %</b> (dato provvisorio)	<b>3,4</b>
<b>previsione 2006</b>	<b>4,6</b>
<b>Andamento dei consumi</b> (% novembre 2005)	<b>2,1</b>
<b>Disoccupazione 2005</b> (previsioni 2006)	<b>17,3</b> (16,9)
<b>Inflazione 2005</b> (previsioni 2006)	<b>2,2</b> (1,5)
<b>Tasso di sconto</b> (dal 21 dicembre 2005)	<b>4,5</b>
<b>Cambio PLN/USD</b> (14 marzo 2006)	<b>3,2652</b>
<b>Cambio PLN/EUR</b> (14 marzo 2006)	<b>3,8952</b>
<b>Salario mensile lordo aziende</b> (€, aprile 2005)	<b>669</b>
<b>Esportazioni I-XI 2005</b> (2004) mld €	<b>65,0</b> (59,7)
<b>Importazioni I-XI 2005</b> (2004) mld €	<b>73,3</b> (71,4)
<b>saldo 2005</b> (2004) mld €	<b>-8,35</b> (-11,7)
IDE (mld USD, valore cumulativo, I sem. 2005)	<b>84,5</b>

Fonte: Elaborazioni ICE

## Profilo del mercato

In Polonia ci sono circa 600 produttori di cosmetici di cui solo l'11% circa impiega oltre 50 dipendenti, mentre il rimanente 89% circa è costituito da imprese di dimensioni ridotte, spesso di carattere familiare.

Le quote dominanti del mercato appartengono alle aziende multinazionali. Le prime sei imprese (Procter & Gamble Polska, Avon Cosmetics, Beiersdorf-Lechia, L'Oreal Polska, Cussons Polska, Oriflame Poland) contribuiscono per il 60% del fatturato dell'intero settore dei cosmetici e articoli per toilette.

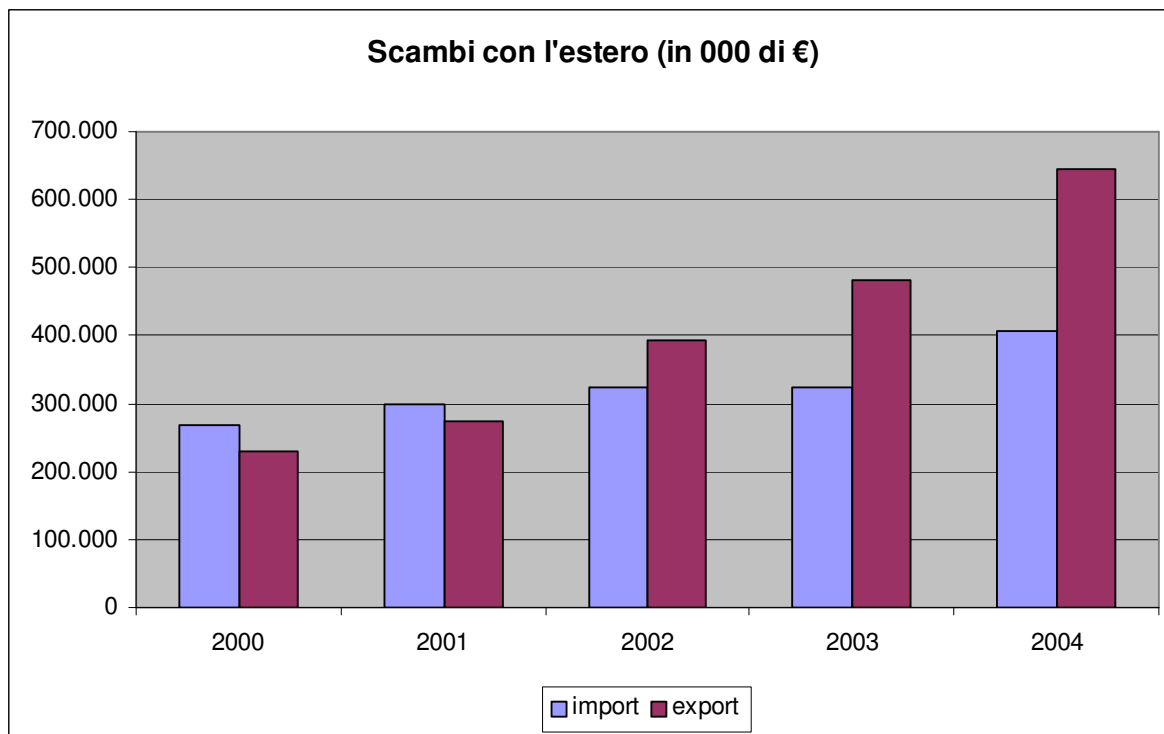
I più rilevanti produttori locali sono: Kolastyna, Oceanic, Euro Fragrance, Pharma C Food, Eris, Ziaja, Pollena Ewa, Dax Cosmetics, Dermica e Soraya.

I marchi locali prevalgono nel segmento dei cosmetici "bianchi" intesi come creme, maschere, latte, balsami e tutti altri prodotti per la cura del viso e del corpo. Anche nel segmento di prodotti per make up i produttori polacchi cercano di seguire i concorrenti stranieri, dominando soprattutto la fascia di cosmetici a basso prezzo. Dopo primi dieci mesi del 2005 i primi cinque produttori polacchi di cosmetici per make up avevano una quota di mercato pari al circa 18%. In quantità, la loro fetta di mercato ammontava al 28%.

## Scambi con l'estero

Nonostante il fatto che la Polonia risulta più l'esportatore che l'importatore di prodotti cosmetici, dal 2000 si osserva una continua tendenza positiva nelle importazioni di tali

prodotti. Nel 2004 il valore dell'import polacco in questo settore ha sfiorato la soglia di 400 milioni di €.



Fonte: CIHZ, elaborato da ICE Polska

*dati corrispondono alle seguenti voci doganali: 3303 (profumi) + 3304 (make up) + 3305 (prodotti per capelli) + 3307 (altri cosmetici, ad es. deodoranti, da barba, da bagno, ecc.)*

Nel 2004 il 42% circa dei cosmetici importati sono prodotti per make up. Il rimanente 58% è diviso tra prodotti per toilette, tra essi creme da barba, deodoranti, linee da bagno (26%), prodotti per capelli (22%) e profumi (10%).

Nello stesso 2004 il principale, e ormai tradizionale, fornitore di prodotti cosmetici in Polonia è la Germania con una quota all'import pari al 36%. La sua posizione si è rafforzata notevolmente incrementando di circa 10 punti percentuali rispetto al 2003 (25,9%). La Germania viene seguita da Francia (20%), Regno Unito (9,7%) e Italia (8,4%). In generale oltre l'80% dell'import in questo settore proviene dai paesi dell'UE.

### **Investimenti esteri**

La Polonia attira gli investimenti esteri anche nel settore della cosmesi. Alcuni esempi:

- Avon Operations Polska, che già opera con una fabbrica a Garvolin (nell'area di Varsavia), intendeva investire nel 2005 ulteriori 20 mln USD in sviluppo del Laboratorio R&D. Alla fine del 2004 Avon aveva investito in Polonia circa 112 mln USD;
- L'Oreal ha un impianto produttivo in Kanie Helenowskie (nell'area di Varsavia) – dove produce i prodotti per capelli e per la cura del corpo e del viso (marchi L'Oreal e Garnier);

- Oriflame Cosmetics dispone in Polonia di una propria fabbrica ed un centro logistico;
- PZ Cussons ha acquisito nel 1993 la ditta statale Pollena Wroclaw; trasformandola in PZ Cussons Polska; nel 1995 ha rilevato un'altra azienda statale, Pollena Uroda;
- Procter&Gamble ha fatto un'investimento tipo "green field" acquistando nel 1993 il terreno con un capannone e trasformandolo nell'arco di un anno in una moderna fabbrica di cosmetici e articoli igienici. Fino al 2000 P&G ha investito in Polonia oltre 190 milioni di USD.

### **Spese in servizi cosmetici**

Tuttora le spese dei polacchi destinate ai prodotti cosmetici risultano 4-5 volte inferiori alla media europea, e da qualche anno si mantengono sul livello di ca. 3-3,5 € al mese. Situazione simile riguarda anche le spese in servizi.

In un sondaggio condotto dall'agenzia IMAS International nell'autunno 2004 emerge che nel primo semestre 2004 la donna polacca ha speso mediamente 190 PLN (ca. 45 €) in cure estetiche. Rispetto all'anno precedente cresce notevolmente il numero di donne che hanno speso in sei mesi meno di 100 PLN (ca. 25 €). Invece si mantiene allo stesso livello, del 10% circa, il numero di donne che hanno dedicato in servizi di bellezza oltre 500 PLN (ca. 125 €).

Spese leggermente più alte dichiarano invece gli uomini, che nel primo semestre 2004 hanno speso negli studi di bellezza mediamente 208 PLN (52 €).

### **Il profilo dei clienti dei saloni di estetica**

La struttura del gruppo femminile che usufruisce di servizi di bellezza da qualche anno rimane invariata. Tra utenti prevale la fascia 25-44 anni (42% ca.), donne benestanti, single o in coppie.

Nel gruppo della clientela maschile prevalgono persone mature. Vale sottolineare che il 19% ca. degli utenti sono gli uomini di oltre 45 anni, ben istruiti, single, professionalmente attivi, benestanti.

### **Canali di distribuzione**

I principali canali per introdurre il prodotto d'origine straniera sul mercato polacco sono i seguenti:

- apertura della propria filiale (ad es. la ditta Coty Polska, che non produce in Polonia ma soltanto distribuisce i propri prodotti);
- collaborazione con un importatore introdotto nel settore.

Dopo l'entrata della Polonia nell'UE, sempre più aziende che finora, per motivi burocratici, non si sono occupati dell'import (ad es. grossisti e distributori al dettaglio), attualmente cercano nuovi contatti all'estero per approvvigionarsi direttamente al fine di ridurre il numero di intermediari e risparmiare i costi.

Vale sottolineare una forte posizione della GDO nella vendita dei prodotti cosmetici mass market. Questo particolare canale distributivo, con circa 2.500 punti vendita (tra discount, super- ed ipermercato) costituisce soltanto il 2% del numero totale di negozi con cosmetici in Polonia, ma nello stesso tempo genera il 43-44% del fatturato dei cosmetici e detergenti.

In ricerca dei cosmetici più economici le donne polacche, abitanti nelle grandi città, in 50% si rivolgono alla GDO e in 45% ai negozi tradizionali. Soltanto il 2% acquista nelle profumerie di lusso oppure negli showroom monomarca, altre 2% di donne acquista nel sistema della vendita diretta attraverso delle consulenti delle singole aziende (Avon, Oriflame, ecc.). Viene sottolineata sempre più forte importanza di questo canale distributivo. Nel 2005 tramite i consulenti sono stati venduti cosmetici per un valore di circa 500 milioni di Euro (2 miliardi di PLN). Nel sistema della vendita diretta in Polonia lavorano circa 350 mila persone (220 mila per Avon, 90 mila per Oriflame, 40 mila per Amway).

### Reti di profumerie

I prodotti di fascia alta vengono distribuiti negli showroom monomarca (ad esempio Dior, Lancome, Estee Lauder, Guerlain) annessi per lo più ai saloni di bellezza, oppure alla rete di profumerie quali ad es. Galeria Kosmeteria, Sephora, Marionnaud, Douglas.

**Sephora** (francese) - entrata in Polonia nel 1999. Il primo showroom è stato aperto a Bydgoszcz. Attualmente sono operativi su tutto il territorio polacco circa 47 showroom.

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

**Marionnaud** (francese) - presente in Polonia dal novembre 2003 in seguito all'acquisizione di partecipazioni nella rete greca Ina Center. Dispone di 39 punti vendita di cui 9 dotati di uno studio di estetica.

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

**Douglas** (tedesca) - presente in Polonia dal 2001 con circa 18 punti vendita nelle principali città polacche.

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

**Perfumerie Polskie** - per combattere la forte concorrenza straniera, le aziende locali sono state costrette a riunire le proprie forze, e così è nata nel 2003 la rete **Perfumerie Polskie** che attualmente raggruppa circa 53 selezionate profumerie locali che vendono i prodotti di lusso.

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

**Galeria Kosmeteria** - aperta il 20.04.05, sui 1.100 mq di superficie sono raggruppati tutti i marchi più famosi, soprattutto quelli selettivi ma anche quelli di mass market.

### Supermercati specializzati - "drogherie"

Le catene straniere sono molto attive anche nel segmento dei cosmetici di massa, nel quale ancora fino a poco tempo fa dominavano i negozi tradizionali di prodotti chimici ad uso domestico, articoli igienici e profumi.

**Rossmann** - la catena tedesca, leader in Polonia, presente dal 1993, con i suoi 162 negozi ha conquistato quasi 20% del mercato.

[www.rossmann.com.pl](http://www.rossmann.com.pl)

**Drogerie Natura** - azienda a capitale misto polacco-tedesco; opera nel sistema di franchising; circa 240 punti vendita in tutta la Polonia.

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

**Schlecker** - nuovo attore sul mercato polacco, primo punto vendita a Mosina vicino a Poznan

## Tendenze e conclusioni

I polacchi acquistano sempre più cosmetici in termini di quantità. Cercano comunque di non aumentare il budget destinato a questa categoria di spese, perciò l'incremento di vendite in termini di volume è accompagnato dallo stabile, o addirittura leggermente negativo, livello del fatturato. In altre parole, i clienti scelgono i prodotti più economici. Le donne polacche non vogliono rinunciare all'acquisto di cosmetici, ma da alcuni mesi – per motivi economici - sono costrette a scegliere prodotti a basso prezzo. Ad esempio i leader nel segmento dei cosmetici per la cura del viso sono i marchi più economici.

Parallelamente al segmento economico, cresce anche quello di dermocosmetici e così detti "cosmoceutici", cioè prodotti per la cura e per la bellezza distribuiti presso le farmacie. I consumatori polacchi di cosmetici risultano assai informati, soprattutto grazie alle numerose e intense campagne pubblicitarie presso la stampa femminile e quella specializzata. Questo fatto conferma sempre più crescente vendita di prodotti specifici. Tra questi cosmetici per modellare il corpo, per le cure dimagranti e trattamenti anticellulite. Fino a poco fa nelle farmacie si trovavano solo due marchi – Vichy e La Roche Posay. Attualmente la gamma di prodotti commercializzati tramite questo particolare canale distributivo risulta assai ricca e diversificata. Vi si trovano i marchi locali quali Pharmaceris (Dr Irena Eris), Dermedic (Polona/Kolastyna), Ocerin (Oceanic), Soraya e Dermica, ma anche quelli dei nuovi attori stranieri tra cui Avene (Pierre Fabre), RoC (Jonson & Jonson), Les Soins Paris (JMP International).

Promettente appare il segmento di cosmetici per gli uomini.

Peculiarità che diversifica la Polonia dagli altri membri UE è l'accisa su alcuni cosmetici. Polonia è l'unico paese della comunità in cui vige l'obbligo di accisa - pari al 10% - sui prodotti per make up e profumi.

\* \* \*

Fonti:

CIHZ (Istituto Centrale per il Commercio Estero)

Beauty Forum, 4/2005

Rzeczpospolita, 03.08.04; 21.03.05; 23.02.05; 3.06.05; 20.01.06

Puls Biznesu. 12.04.2005

Gazeta Wyborcza, 9.2.2006

### Alcune riviste specializzate per operatori del settore (acconciatori, saloni di estetica):

rivista	frequenza	tiratura	www
Estetyka	bimensile	4.000	<a href="http://www.estetyka.pl">www.estetyka.pl</a>



Beauty Forum	10 edizioni all'anno	5.000	<a href="http://www.beauty-forum.com.pl">www.beauty-forum.com.pl</a>
Swiat Fryzjerstwa	ogni 6 settimane	10.000	<a href="http://www.swiatfryzjerstwa.pl">www.swiatfryzjerstwa.pl</a>
Kosmetyka e cosmetologia	bimensile	5.000	<a href="http://www.psk.krakow.pl">www.psk.krakow.pl</a>
Paznokcie (Professional Nails)	trimensile	6.000	<a href="http://www.paznokcie.pl">www.paznokcie.pl</a>
Solarium & Fitness	trimensile	4.000	<a href="http://www.solarium.net.pl">www.solarium.net.pl</a>

**Fiere del settore:**

fiera	città	data	www
Salon Jesien (Autunno) semestrale	Varsavia, Expo XXI	Autunno, ancora non disponibile	<a href="http://www.expomediagroup.com">www.expomediagroup.com</a> <a href="http://www.kosmetyka-profesjonalna.pl">www.kosmetyka-profesjonalna.pl</a>
Salon Wiosna (Primavera) semestrale	Varsavia, Expo XXI	25-26.02.2006	<a href="http://www.expomediagroup.com">www.expomediagroup.com</a> <a href="http://www.kosmetyka-profesjonalna.pl">www.kosmetyka-profesjonalna.pl</a>
Beauty Forum, annuale	Varsavia, Torwar	25-26.03.2006	<a href="http://www.beauty-forum.com.pl">www.beauty-forum.com.pl</a>
Look, annuale	Poznan	22-23.04.2006	<a href="http://www.look.mtp.pl">www.look.mtp.pl</a>
Intercharm, annuale	Varsavia, Expo XXI	25-27.05.2006	<a href="http://www.intercharm.pl">www.intercharm.pl</a>
Targi Kosmetologiczne Estetyka Professionalismus, annuale	Varsavia, Torwar	Autunno, ancora non disponibile	<a href="http://www.estetyka.pl">www.estetyka.pl</a>

**Associazioni di categoria:****Stowarzyszenie Producentow Kosmetykow i Chemii Gospodarczej - SPKiCG**

(Associazione di produttori di cosmetici e prodotti chimici uso domestico)

ul. Mokotowska 49, 00-542 Warszawa (nuovo indirizzo valido dal 10 giugno 2005)

tel. 022 3544316-18, fax 022 3544319

[ascosdet@ascosdet.org.pl](mailto:ascosdet@ascosdet.org.pl); [www.ascosdet.org.pl](http://www.ascosdet.org.pl)**Polski Zwiasek Pracodawcow Prywatnych Branzy Kosmetycznej**

(Federazione di datori di lavoro privati nel settore della cosmesi)

ul. Klonowa 6, 00-591 Warszawa

tel. 022 8459550, 8459596, 8459557, fax 022 8459551

[www.prywatni.pl](http://www.prywatni.pl)**Polskie Stowarzyszenie Kosmetyczne – PSK**

(Associazione Polacca di Cosmesi)

ul. Stawki 14/25, 00-178 Warszawa

tel. 022 6361345, 8315261

[kosmetyka@neostrada.pl](mailto:kosmetyka@neostrada.pl); [www.psk.krakow.pl](http://www.psk.krakow.pl)