



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

Raport Sektorowy
**Sektor kosmetyczny
w Hiszpanii**



**SEKTOR KOSMETYCZNY
W HISZPANII**

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny.
Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne
i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

PAIH S.A. nie ponosi odpowiedzialności za sposób wykorzystania
zamieszczonych w niniejszej publikacji informacji oraz za możliwe
konsekwencje jakichkolwiek działań podjętych w oparciu o te informacje.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Warszawa, październik 2018 r.

Spis treści

1.	Branża. Informacje podstawowe	5
2.	Charakterystyka sektora kosmetyczno – perfumeryjnego w Hiszpanii	6
3.	Eksport i import	9
4.	Przedsiębiorstwa i rynek pracy	12
5.	Zestawienie największych firm na rynku	13
6.	Inwestycje zagraniczne.	15
7.	Perspektywy sektora	16
8.	Uwarunkowania formalno–prawne wejścia na rynek	18
9.	Aktualne formy pomocy publicznej	20
10.	Podsumowanie	21
11.	Główne instytucje i organizacje branżowe oraz imprezy branżowe.	22



1. Branża. Informacje podstawowe

Hiszpania to jeden z najważniejszych rynków kosmetyczno-perfumeryjnych w Unii Europejskiej. Jego wartość szacowana jest na blisko 7 mld euro, co plasuje ten kraj na piątym miejscu w Europie, zaraz po Niemczech, Francji, Anglii i Włoszech. Warto przy tym zauważyć, że unijny rynek kosmetyków i perfum o rocznej wartości ok. 70 mld euro jest największym na świecie, a udział Hiszpanii wynosi w nim ok. 10%. Regularny wzrost sprzedaży odnotowuje się we wszystkich kategoriach produktów.

Hiszpania jest ósmym światowym eksporterem kosmetyków i perfum, a piątym w ramach Unii Europejskiej. Obserwuje się wyraźny wzrost wartości eksportu hiszpańskiego, który wyniósł o 10,5% więcej w roku 2017, w porównaniu z rokiem poprzednim. Odnotowano wzrost eksportu w każdej z kategorii produktów, w tym największy w kategorii perfum gdzie wzrost eksportu wyniósł 40% w stosunku do roku poprzedniego. Co dało Hiszpanii czwartą pozycję¹.

¹ Dane Hiszpańskiego Stowarzyszenia Przemysłu Kosmetycznego i Perfumeryjnego (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética), www.stanpa.com



2. Charakterystyka sektora kosmetyczno – perfumeryjnego w Hiszpanii

Wartość sprzedaży perfum i kosmetyków w Hiszpanii wzrosła o 2,15% w roku 2017 i wyniosła 6,82 mld euro. To trzeci z rzędu rok wzrostu sektora.² Dla porównania, wartość w 2016 roku wynosiła 6,65 mld euro, a w 2016-6,45 mld euro.

Wzrost sprzedaży odnotowano we wszystkich pięciu kategoriach produktów: perfumy i zapachy, kosmetyki kolorowe, produkty do pielęgnacji skóry, produkty do włosów i produkty higieny osobistej.

Tab. 1. Wartość sprzedaży perfum i kosmetyków w Hiszpanii w latach 2016-2017 w milionach euro³.

Wartość sprzedaży (miliony euro)	2016	2017	Zmiana (%)
Perfumy i zapachy	1 245,42	1 312,92	5,42
Kosmetyki kolorowe	649,04	670,04	3,24
Produkty do pielęgnacji skóry	1 885,69	1 908,07	1,19
Produkty do włosów	1 249,10	1 277,82	0,81
Produkty higieny osobistej	1 627,63	1 650,82	1,42
SUMA	6 656,88	6 819,67	2,16

Największy wzrost odnotowano w kategoriach perfum i kosmetyków kolorowych. Sprzedaż w kategorii perfumy i zapachy wzrosła o 5,4% i wyniosła 1,31 mld euro. Zauważalnie wzrosła sprzedaż perfum męskich: wartość sprzedaży wzrosła o 7%, natomiast liczba sprzedanych sztuk o 12%. Największy wzrost sprzedaży odnotowano w kanale komunikacji

² Dane Hiszpańskiego Stowarzyszenia Przemysłu Kosmetycznego i Perfumeryjnego

³ Dane Hiszpańskiego Stowarzyszenia Przemysłu Kosmetycznego i Perfumeryjnego

selektywnej: 90% mężczyzn wybiera ten kanał podczas zakupu perfum i zapachów z grupy premium.

Sprzedaż kosmetyków kolorowych (kosmetyki do makijażu twarzy, ust, paznokci i oczu) wzrosła o 3,2% pod względem wartości (do 670 milionów euro) i 6% pod względem ilości sprzedanych sztuk w 2017 co oznacza, że ta kategoria znajduje się na drugim miejscu jeśli chodzi o dynamikę wzrostu. Moda na używanie szminek rośnie w tempie 7,4% pod względem wartości sprzedaży 13,5% pod względem ilości sprzedanych sztuk, co oznacza, że w dwa lata skumulowany wzrost sprzedaży szminek wyniósł 20%. Sprzedaż kosmetyków do makijażu twarzy, których udział w tej kategorii wynosi aż 38,8% wzrosła w 2017 o 4,6%. Lakiery do paznokci to jedyna grupa produktów z tej kategorii, której sprzedaż nieznacznie przyhamowała po spektakularnych wzrostach w poprzednich latach. W 2017 roku wartość sprzedaży zmniejszyła się o 0,9%.

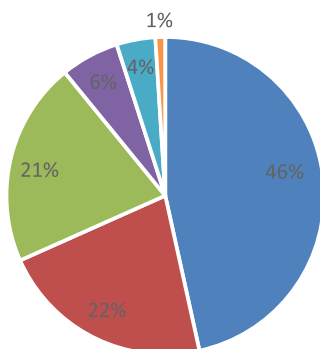
Produkty do pielęgnacji skóry mają największy udział w rynku, który aktualnie wynosi 28% (wzrost sprzedaży o 1,19%). Wyróżnia się w tej grupie wzrost sprzedaży o 8% produktów do pielęgnacji rąk z powodu mrozu. Największy rynkowy udział w tej kategorii nadal mają produkty do pielęgnacji twarzy, które odnotowały wzrost o 1,6% (sprzedaż o wartości 1,08 mld euro).

Jeśli chodzi o kategorię produktów do pielęgnacji włosów, odnotowano duży wzrost sprzedaży profesjonalnych produktów fryzjerskich (2,3%).

Produkty do higieny osobistej, które stanowią 25% rynku, odnotowały sprzedaż o wartości 1,65 mld euro (wzrost o 1,4%). W ramach produktów z tej grupy, po raz kolejny – z powodu mody na noszenie brody - odnotowano spadek sprzedaży produktów do golenia (-2,4%).

Kanały sprzedaży

Hiszpański konsument w większości (53%) wybiera kanały sprzedaży, które oferują doradztwo: apteki, wyspecjalizowane perfumerie, salony fryzjerskie, salony kosmetyczne (szczególnie przy zakupie produktów takich jak kremy, produkty do makijażu czy perfumy), podczas gdy produkty higieniczne kupuje w supermarketach.



- dystrybucja masowa 47%
- dystrybucja selektywna (produkty luksusowe) 21%
- sprzedaż bezpośrednia 4%
- apteki 22%
- salony fryzjerskie 6%
- salony kosmetyczne 1%

Fig. 1. Kanały sprzedaży produktów kosmetycznych i perfum w Hiszpanii w 2017 roku⁴.

W 2017 roku kanałem dystrybucji, który zanotował największy wzrost (2,9%) była dystrybucja masowa ze sprzedażą na poziomie 3,16 mld euro. Najwyższy wzrost sprzedaży zanotowano w kategoriach: pielęgnacja skóry (5,8%), kosmetyki kolorowe (5,7%) oraz zapachy (2,6%).

Kanał dystrybucji selektywnej (produkty luksusowe) wzrósł o 2,5%, najwyższy wzrost odnotowano w sprzedaży perfum (6,6%). Jeśli chodzi o profesjonalne kanały sprzedaży oraz sprzedaż bezpośrednią, również odnotowano pozytywne zmiany: salony fryzjerskie – wzrost o 2,3%, sprzedaż bezpośrednia: 2,7%, salony kosmetyczne aż o 3,1%.

Sektor dermo-kosmetyków jest sektorem dojrzałym, co odzwierciedla poziom wzrostu o jedyne 0,1% w 2017r.

⁴ Dane Hiszpańskiego Stowarzyszenia Przemysłu Kosmetycznego i Perfumeryjnego



3. Eksport i import

Eksport w 2017 odnotował rekordowe wzrosty i wyniósł blisko 4 mld euro.

Hiszpania jest ósmym światowym eksporterem kosmetyków i perfum, a piątym w ramach Unii Europejskiej. Wzrost w eksporcie wyniósł 10,5% w roku 2017 w porównaniu z rokiem poprzednim. Odnotowano wzrost eksportu w każdej z kategorii produktów. Liderem są perfumy, które stanowią 40% eksportu. Wzrost w tej kategorii wyniósł 11,2%, co oznacza czwartą pozycję Hiszpanii.

Eksport produktów kosmetycznych do pielęgnacji skóry i kosmetyków kolorowych wzrósł o 21% dzięki poszerzeniu portfolio produktów eksportowanych przez firmy hiszpańskie. Także produkty do włosów odnotowały wzrost, na poziomie 7,8%.

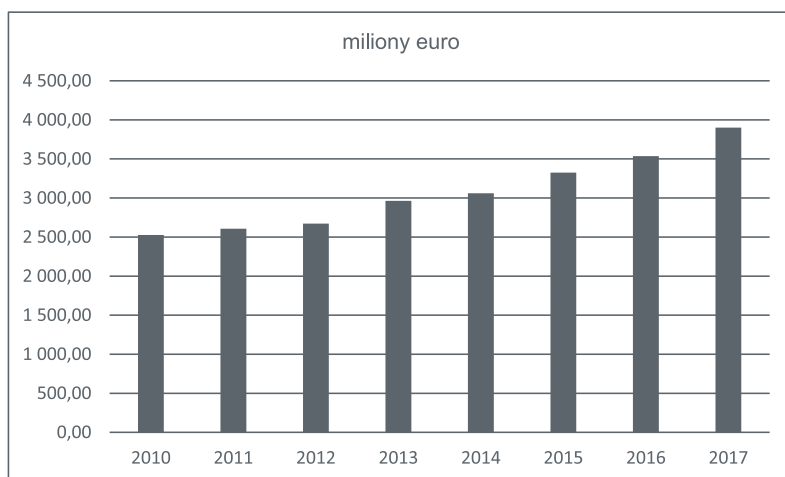


Fig. 2. Wartość eksportu produktów kosmetycznych i perfumeryjnych w Hiszpanii w latach 2010-2017 w milionach euro⁵.

⁵ Dane Hiszpańskiego Stowarzyszenia Przemysłu Kosmetycznego i Perfumeryjnego (hiszp. Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética), www.stanpa.com

Eksport w tym sektorze jest bardzo zróżnicowany, co oznacza, że nie zależy w znacznej mierze od konkretnego rynku czy produktu. Hiszpania eksportuje do ponad 150 krajów. 54% eksportu kierowanego jest do UE, głównie do Portugalii, Francji i Niemiec. Pozostałe 46% eksportuje się głównie do USA, Emiratów Arabskich, Hong Kongu, Meksyku, Rosji, Chile i Maroka. Bilans handlowy, podobnie jak w 2016 jest dodatni (134% w 2017, o 6% więcej niż w 2016 roku), a dodatnie saldo netto wynosi miliard euro.

Wymiana handlowa polsko – hiszpańska

Polskie firmy mają stosunkowo niewielki udział w hiszpańskim rynku kosmetyczno - perfumeryjnym. Mimo tego, wartość eksportu polskich produktów do Hiszpanii stale rośnie. W 2017 roku wyniosła 103 miliony euro. Dla przykładu, w 2010 r. wyniosła 69,5 mln euro. Hiszpania importuje z Polski głównie kosmetyki do makijażu i pielęgnacji skóry, preparaty do higieny jamy ustnej i kosmetyki do włosów. Na rynku hiszpańskim obecnych jest już wiele polskich marek, takich jak chociażby Inglot czy Ziaja.

Tab.2. Obroty towarowe Polska – Hiszpania w euro w latach 2016 i 2017 oraz w okresie 1-5.2018⁶.

	I-V 2018r. [EUR]		2017r. [EUR]		2016r. [EUR]	
	Eksport	Import	Eksport	Import	Eksport	Import
olejki eteryczne (konkrety, absoluty, itp.); rezinoidy; produkty uboczne deterpenacji olejków	160	149 530	5 793	109 418	2 227	297 085
mieszaniny substancji zapachowych stosowane jako surowce w przemyśle	47 471	6 112 321	77 953	16 026 189	61 682	13 738 491
perfumy i wody toaletowe	3 568 103	10 524 193	8 169 091	24 434 057	10 319 245	21 570 655

⁶ Dane z systemu Insigos Ministerstwa Rozwoju RP

preparaty do upięk- szania, makijażu i pielęgnacji skóry (z wyjątkiem le- ków)	16 773 751	12 585 434	35 248 621	26 478 828	34 962 608	20 050 676
preparaty do włó- sów	10 435 243	10 544 472	19 283 255	20 451 109	19 103 528	24 783 891
preparaty do hi- gieny zębów, jamy ustnej i kleje do protez	12 103 638	24 834	23 815 179	149 185	23 349 427	584 586
preparaty perfu- meryjne, kosme- tyczne i toaletowe, dezodoranty do pomieszczeń	7 554 131	4 155 533	16 398 027	10 866 727	16 589 386	12 059 736



4. Przedsiębiorstwa i rynek pracy

Sektor perfumeryjny i kosmetyczny w Hiszpanii zatrudnia bezpośrednio 35 000 osób i szacuje się, że pośrednio daje zatrudnienie 200 000 pracownikom. W kraju znajduje się ponad 15 000 wyspecjalizowanych perfumerii, 50 000 salonów fryzjerskich, 22 300 salonów kosmetycznych i 21 900 aptek.

Jest to rynek o zróżnicowanej strukturze przemysłowej: tworzy go ponad 400 firm, z których 84% stanowią małe i średnie przedsiębiorstwa; niektóre z nich są światowym liderem w swojej kategorii produktowej. Hiszpania jest siedzibą ważnych zakładów przemysłowych międzynarodowych firm. Wiele małych firm jest przejmowanych przez duże grupy, w związku z czym sektor jest zdominowany przez liderów rynkowych.

Dane za rok 2017 pokazują, że sektor ten w Hiszpanii jest dojrzały, silny i stabilny, ze szczególnym zaangażowaniem w zrównoważony rozwój i wsparcie kobiet.

Pod względem struktury terytorialnej, kosmetyki i perfumy produkowane są w całym kraju. Najwięcej producentów prowadzi swoją działalność w Katalonii, a ich łączny udział w krajowej produkcji kosmetyków wynosi ponad 50%. Dla porównania, w Madrycie skupia się 30% wszystkich firm, przy czym ich udział w krajowej produkcji jest dużo mniejszy i stanowi 25% w skali całego kraju.



5. Zestawienie największych firm na rynku

W rankingu firm z sektora producentów perfum i kosmetyków⁷, największą sprzedaż w 2016 roku odnotowały takie firmy jak:

- Grupa PUIG (lider na krajowym rynku. Firma założona w Katalonii w 1914 r. przez Antonia Puiga, który stworzył wtedy swój najbardziej znany produkt Agua Lavanda Puig. Grupa uzyskała licencję na towary takich marek, jak Jean Paul Gaultier, Valentino, Prada, Paco Rabanne, Carolina Herrera czy Nina Ricci. Firma eksportuje do ponad 150 krajów i zatrudnia blisko 4,5 tys. pracowników na całym świecie.)
- L'OREAL
- Isdin SA (grupa z Katalonii)
- BEIERSDORF (producent takich marek jak np. Nivea)
- MAVERICK SL
- R N B SL
- SENSIENT FRAGRANCES SA
- AC MARCA
- DE RUY PERFUMES SAU (hiszpańska grupa)

⁷ Ranking producentów perfum i kosmetyków, www.ranking-empresas.economista.es

Natomiast w rankingu firm z branży sprzedaż produktów perfumeryjnych i kosmetycznych⁸, największą sprzedaż w 2016 roku osiągnęły:

- L'OREAL
- JOHNSON & JOHNSON SA
- BEAUTY BY DIA SA (grupa hiszpańska)
- LVMH IBERIA SL
- CHINA RED SL
- LOEWE SA
- CHANEL SA
- AVON COSMETICS SA
- COLGATE PALMOLIVE ESPAÑA SOCIEDAD ANONIMA
- PUIG.

⁸ Ranking firm o największej sprzedaży kosmetyków i perfum, www.ranking-empresas.economista.es



6. Inwestycje zagraniczne

Jak wspomniano powyżej, bardzo wysoką sprzedaż na rynku hiszpańskim odnotowują marki zagraniczne, takie jak: L'Oreal, Sephora, Guerlain, Elizabeth Arden, Lancaster, Chanel, Clarins, LVMH, PPR, Nivea, Henkel oraz Benkshire. Spośród marek pozaeuropejskich dużą popularnością cieszą się towary pochodzące ze Stanów Zjednoczonych (Estee Lauder, Coty, Avon, Revlon) oraz Japonii (Shiseido). Międzynarodowe koncerny mają ponad 50% udziałów w hiszpańskim rynku.

Swoje fabryki w Hiszpanii mają takie koncerny jak L'Oreal, Nivea, Henkel, Coty czy Revlon.



7. Perspektywy sektora

Od kilku lat obserwujemy dynamiczny wzrost hiszpańskiego rynku kosmetyczno-perfumeryjnego, co z punktu widzenia polskich firm mających silną pozycję na rodzimym rynku stwarza możliwości ekspansji na rynek hiszpański.

W sumie w 2017 roku sprzedano w Hiszpanii ponad 1,2 mld sztuk produktów kosmetycznych i perfumeryjnych. Średni wydatek na ww. produkty wyniósł 147 euro rocznie (w 2016 roku były to 144 euro), przy średniej europejskiej wynoszącej 137 euro, co plasuje Hiszpanię m. in. za takimi krajami jak Francja (171 euro), Włochy (163 euro) czy Irlandia (164 euro). Hiszpania to piąty rynek w Unii Europejskiej pod względem zużycia kosmetyków.

Bardzo dynamiczny rozwój turystyki w Hiszpanii, obserwowany szczególnie w ostatnich kilku latach, będzie miał ogromny wpływ na wzrost popytu na kosmetyki. Warto wspomnieć, że w 2017 roku hiszpańska turystyka pobiła rekord przyjmując 82 miliony zagranicznych turystów (wzrost o 8,9% względem 2016 roku), co oznacza również, że po raz pierwszy Hiszpania przyjęła więcej turystów niż Stany Zjednoczone, zajmując tym samym drugie miejsce, zaraz po Francji, wśród państw przyjmujących rocznie największą liczbę turystów. Całkowity wydatek zrealizowany przez turystów, którzy odwiedzili Hiszpanię w tym okresie wzrósł o 12,4%, osiągając rekordową kwotę 87 miliardów euro. Również średni wydatek na turystę zanotował w 2017 wzrost o 3,1%, osiągając tym samym kwotę 1061 euro na osobę. Tym samym, średni dzienny wydatek na osobę wyniósł 137 euro, czyli o 4,4% więcej niż w 2016 roku. Coraz popularniejsze są podróże do Hiszpanii w celu zrobienia zakupów, a wśród produktów najchętniej kupowanych przez zagranicznych turystów są: ubrania, buty i dodatki, urządzenia technologiczne, biżuteria, perfumy i kosmetyki.

Wśród trendów, które najczęściej są wskazywane przez hiszpańskich przedsiębiorców z sektora, wyróżnia się rosnąca tendencja do nabywania bardziej naturalnych produktów - coraz większą popularnością wśród hiszpańskich konsumentów cieszą się bowiem dermokosmetyki, kosmetyki na bazie surowców naturalnych, bezzapachowe i antyalergiczne. Kolejnym trendem jest jeszcze większy wpływ na decyzje zakupowe przez tzw. influencerów oraz media społecznościowe. Trzecim obserwowanym trendem jest rozpowszechnienie się wykorzystania cyfryzacji w punktach sprzedaży.

Rynek kosmetyczny jest perspektywiczny głównie dla produktów o dobrej jakości i konkurencyjnych cenowo. Rozwija się bardzo dynamicznie, a na rynku pojawiają się nowe produkty, które cieszą się coraz większą popularnością wśród konsumentów (np. kosmetyki naturalne).

Hiszpański sektor kosmetyczny inwestuje w badania, rozwój i innowacje ok. 120 milionów euro rocznie. Konsumentów oczekują produktów coraz bardziej innowacyjnych i skutecznych, co wymusza na producentach ciągły rozwój. Co roku jedna czwarta produktów zmienia skład, co oznacza, że maksymalny okres sprzedaży danego produktu to pięć lat⁹.

⁹ Industria Cosmética, #001, jesień 2016.



8. Uwarunkowania formalno-prawne wejścia na rynek

Od czasu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej polscy eksporterzy uzyskali łatwiejszy dostęp do unijnych rynków, a więc i do rynku hiszpańskiego. Wszystkich przedsiębiorców obowiązuje jednolite prawo, nie ma rozbieżności między ustawodawstwem polskim a hiszpańskim. Jedynym problemem na pierwszym etapie mogą być natomiast kwestie językowe, ponieważ przepisy oraz procedury krajowe wymagają znajomości języka hiszpańskiego.

Przedsiębiorcy zainteresowani wejściem na hiszpański rynek muszą spełnić wymogi ustawodawstwa krajowego dot. importu i sprzedaży produktów, a ich wyroby powinny posiadać certyfikaty zgodne z prawem miejscowym. Przemysł kosmetyczny w Hiszpanii regulowany jest przez kilka ustaw, które ustalają m.in. warunki, jakie musi spełnić importer, aby wejść na rynek hiszpański.

W szczególności warto pamiętać o przepisach Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczące produktów kosmetycznych (które są bezwzględnie obowiązujące zarówno w Hiszpanii jak i w Polsce) oraz na nowe przepisy uchwalone w Hiszpanii w tym zakresie przez Dekret Królewski z 2018 roku¹⁰. Istotny też jest aneks do tego Dekretu Królewskiego, który wprowadza wymogi dla działalności produkcji oraz eksportu kosmetyków do Hiszpanii. Tzw. nadzór kosmetyczny jest sprawowany przez Generalną Dyрекcję ds. Zdrowia i Produktów Farmaceutycznych w hiszpańskim Ministerstwie Zdrowia (hiszp. Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios) (www.aemps.gob.es/home.htm). Aby uzyskać zgodę od ww. instytucji, należy wykazać spełnienie odpowiednich standardów zarówno co do jakości produkcji, jak i samego wyrobu. Konieczne

¹⁰ Dekret Królewski regulujący produkcję Kosmetyków z dnia 23 lutego 2018 (Real Decreto 85/2018, de 23 de febrero, por el que se regulan los productos cosméticos)

jest również uzyskanie zgody na zatwierdzenie działalności importera. Ponadto, niezbędne jest podanie danych o możliwych skutkach medycznych preparatu. Należy także podać dane kontaktowe siedziby firmy lub jej przedstawiciela w Hiszpanii.

Niektóre firmy preferują jako formę wejścia na rynek współpracę z partnerem lokalnym albo przejęcie firmy lokalnej, nie jest to jednak warunek osiągnięcia sukcesu na rynku hiszpańskim.

Dobłą formą wejścia na hiszpański rynek może być produkcja eksportowa kosmetyków bez własnej marki dla dużych sieci handlowych i hoteli (tzw. *marca blanca*).

Kluczowym aspektem dla polskich producentów kosmetyków zainteresowanych eksportem do Hiszpanii, często pomijanym, jest właściwa strategia sprzedaży i komunikacji marketingowej. Hiszpanie przywiązują bardzo dużą wagę do prezentacji produktu i opakowania, na co zwracają uwagę już na pierwszym etapie rozmów handlowych. Opakowanie powinno być zgodne z najnowszymi trendami estetycznymi. Oczywiście niezbędne jest także podanie pełnej informacji o produkcie w języku hiszpańskim, podanie daty przydatności do zastosowania, numeru partii, informacji o środkach ostrożności, informacji o przeznaczeniu produktu oraz listy składników, ułożonej w porządku malejącym według wagi, zgodnie z Międzynarodowym Nazewnictwem dla Składników Kosmetycznych (INCI).



9. Aktualne formy pomocy publicznej

Aby uzyskać dostęp do pomocy publicznej, polska firma powinna starać się o wsparcie jako spółka hiszpańska, czyli zarejestrowana w Hiszpanii i prowadząca produkcję w tym kraju. Państwo hiszpańskie dysponuje szeregiem form przyciągania inwestycji zagranicznych. Szczegółowe informacje można znaleźć np. na stronie www.investinspain.org.



10. Podsumowanie

Hiszpański rynek perfumeryjno – kosmetyczny to rynek bardzo duży, o stabilnym wzroście, który zaspokaja potrzeby ponad 46 milionów konsumentów, których siła nabywcza jest stabilna i stale rośnie. Należy podkreślić, że na korzyść producentów kosmetyków i perfum działa rosnąca liczba turystów: w 2017 roku hiszpańska turystyka pobiła rekord przyjmując 82 miliony zagranicznych turystów, zajmując tym samym drugie miejsce, zaraz po Francji, wśród państw przyjmujących rocznie największą liczbę turystów.



11. Główne instytucje i organizacje branżowe oraz imprezy branżowe

Najważniejsze instytucje i organizacje branżowe to:

- STANPA - ASOCIACIÓN NACIONAL DE PERFUMERÍA Y COSMÉTICA

Plaza Santa Bárbara 3; 28004 Madrid

T: (+34) 91 571 16 40

www.stanpa.com, E: stanpa@stanpa.com

Hiszpańskie Stowarzyszenie Przemysłu Perfumeryjnego i Kosmetycznego utworzone w 1952 r. zrzeszające 270 firm, które poprzez swoje grupy reprezentują 400 producentów i dystrybutorów perfum, kosmetyków oraz środków higieny osobistej i stanowią 95% sektora.

- SEQC - SOCIEDAD ESPAÑOLA DE QUÍMICOS COSMÉTICOS

www.e-seqc.org; E: info@e-seqc.org

Pau Claris, 107 Principal; 08009 Barcelona

T: (+34) 934 881 808

- ACADEMIA DEL PERFUME

www.academiadelperfume.com; E: info@academiadelperfume.com

Plaza Santa Bárbara 3; 28004 Madrid

T: (+34) 915 711 640

- BEAUTY CLUSTER

www.beautyclusterbarcelona.com

T: (+34) 674784207; E: hellomember@beautyclusterbarcelona.com

C/ Mila i Fontanals, 14, 1^o 6^a; 08012 Barcelona

- La Asociación de Perfumería y Cosmética Europea (APCE)

www.perfumecosmetics-eu.com/es

Paseo de la Castellana, 135; 28046 Madrid

T: +34 917 90 67 38

- ACENE es una Asociación de Cosméticos Ecológicos y Naturales Españoles

www.aceneasociacion.org; E: info@aceneasociacion.org

Calle la Gardenia 39B; 47329 Villabañez, Valladolid

T: +34 690138808

- FANAE Federación Nacional de Asociaciones de Estética e Imagen Personal

www.fanae.org; E: info@fanae.org

GRAN VIA, 40.- 6º piso, puerta 3B; 28013. MADRID

T: (+34) 91 521 37 65

- Asociación Nacional de Empresas de Imagen Personal (ANEIP)

www.aneip.org; anepeca@apeluqueros.com

Calle Paraíso, 1-1º Derecha, 47003 Valladolid

T: (+34) 983.250.558

- AMAF Asociación Mediterránea de Aromas y Fragancias

www.amaforg.org; E: amaf@amaforg.org

- **Anepe** Asociación Nacional de Empresas del Sector Profesional de Peluquería y Estética

www.anepe.es; E: anepe@anepe.es

Mallorca, 286 - 08037 Barcelona

- Asociación de Maquilladores Españoles para Cámara y Focos

<http://www.asocmaquillacamarafocos.com/>

E: asocmaquilla@asocmaquillacamarafocos.com

TARGI KOSMETYCZNE W HISZPANII

W Hiszpanii odbywa się szereg imprez targowych dedykowanych branży kosmetycznej, zarówno o charakterze regionalnym, jak i międzynarodowym. W roku 2019 odbędą się następujące imprezy branżowe:

TARGI	MIASTO	WWW
SALON LOOK INTERNATIONAL	MADRYT	http://www.ifema.es/salonlook_06/
COSMOBEAUTY	BARCELONA, 6-8.04.2019	www.cosmobeautybarcelona.com
EXPO BELLEZA ANDALUCIA	SEVILLA, 9-11.02.2019	www.expobellezandalucia.com

BEAUTY VALENCIA	VALENCJA, 16-18.02.2019	www.beautyvalencia.es
JESAL EXTETIC	ALICANTE, 9-11.03.2019	www.feria-alicante.com/ferias/jesal-extetic-2019
Estilo MLG, Salón Profesional de Peluquería, Belleza y Estética	MALAGA, 30.03-01.04.2019	www.estilomlg.com
Feria de Salud y Estética Avanzada Mallorca	PALMA DE MALLORCA	www.estetica-salud.com
COSMETORIUM	BARCELONA	www.cosmetorium.es



I Forum Wsparcia
Polskiego Biznesu za Granicą

www.paih.gov.pl