



Bank Polski

BRANŻA KOSMETYCZNA

Wzrost znaczenia polskich producentów na świecie

Departament Strategii i Analiz Międzynarodowych
Maj 2019

Podsumowanie

ŚWIAT



Konsumpcja

Wartość rynku kosmetycznego na świecie wyniosła w 2018 r. **366,5 mld EUR**. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku do **409 mld EUR** w 2023 r.

W ciągu ostatnich lat **największą dynamikę wzrostu odnotował region Azji**, gdzie skoncentrowane jest **prawie 35,7%** światowej sprzedaży kosmetyków.

Stany Zjednoczone są największym rynkiem kosmetyków na świecie, generującym przychody w wysokości **67 mld EUR** według cen detalicznych.



Eksport

Wartość eksportu kosmetyków na świecie w 2018 r. wyniosła **124 mld EUR**.

Światowym liderem eksportu jest **Francja** posiadająca udział w rynku na poziomie **ponad 13,5%**. W 2018 r. wyeksportowała kosmetyki o wartości ponad **16,7 mld EUR**.

Drugie miejsce zajęły Stany Zjednoczone – ponad 9,3% udział w eksporcie globalnym, a trzecie Niemcy, których udział w eksporcie wyniósł 7,9%.



Import

Import kosmetyków na świecie wzrósł do poziomu **122,5 mld EUR w 2018 r.**

Stany Zjednoczone są światowym liderem w imporcie kosmetyków (10,4% światowego importu branży). W 2018 r. nabyły one kosmetyki o wartości ponad 12,8 mld EUR.

Drugie miejsce zajęły Chiny – 8,6% udział w imporcie globalnym, a trzecie Niemcy, których udział w imporcie wyniósł 6%.



UE / EUROPA

Konsumpcja

Wartość europejskiego rynku kosmetyków (kraje UE oraz Szwajcaria i Norwegia) w 2017 r. wyniosła blisko **77,7 mld EUR** według cen detalicznych.

Największym europejskim rynkiem kosmetycznym są Niemcy generujące przychody w wysokości 13,6 mld EUR według cen detalicznych.

Największymi konsumentami kosmetyków w Europie są Szwajcarzy i Norwegowie, którzy przeznaczyli w 2017 r. na ich zakup odpowiednio 230 EUR oraz 229 EUR per capita.

Eksport

Wartość eksportu kosmetyków w 2018 r. z UE wyniosła **64,9 mld EUR**. Udział procentowy wszystkich krajów UE w eksporcie globalnym wyniósł ponad **52,4%**.

Największymi eksporterami kosmetyków w UE w 2018 r. były: Francja, Niemcy i Irlandia, które wyeksportowały kosmetyki o wartości odpowiednio **16,7 mld EUR, 9,8 mld EUR oraz 7,7 mld EUR**.

Import

Wartość kosmetyków importowanych przez kraje UE w 2018 r. wyniosła **43,8 mld EUR**. Udział % wszystkich krajów UE w imporcie globalnym wyniósł ponad **35,8%**.

Największymi importerami w UE w 2018 r. były: Niemcy, Wlk. Brytania i Francja, które nabyły kosmetyki o wartości odpowiednio 7,3 mld EUR, 5,8 mld EUR oraz 5,4 mld EUR.

POLSKA

Konsumpcja

Polski rynek kosmetyczny jest 6. największym w Europie pod względem przychodów uzyskanych ze sprzedaży kosmetyków. Wartość polskiego rynku kosmetyków w 2017 r. wyniosła **3,7 mld EUR** według cen detalicznych.

Konsumpcja kosmetyków per capita wyniosła 96 EUR w 2017 r., co oznacza wzrost o ponad 23% w stosunku do 2014 r., jednakże wzrost w 2017 r. w wysokości 10,3% był najwyższy w UE.

Eksport

W latach 2014-2018 eksport kosmetyków z Polski wzrósł o **ponad 47,1%** z poziomu **2,2 mld EUR do 3,3 mld EUR** wg danych International Trade Center.

Polska jest 13. największym eksporterem kosmetyków na świecie, z udziałem na poziomie 2,6%.

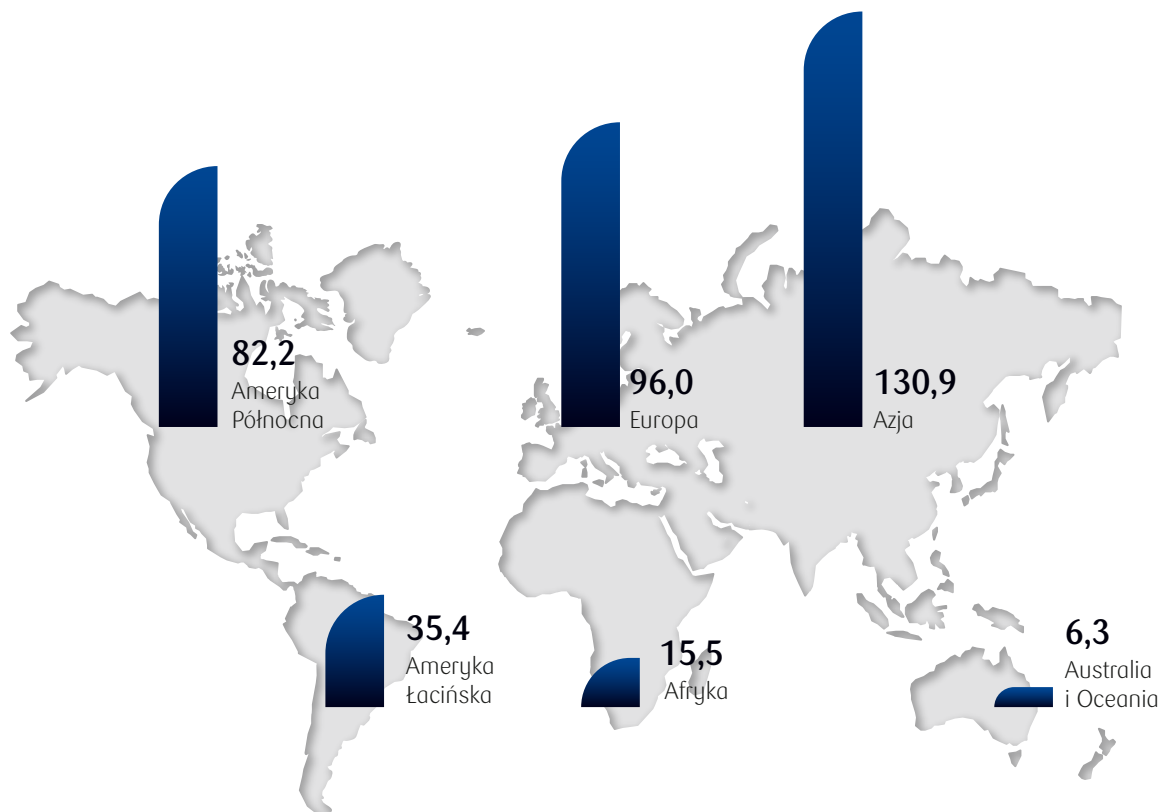
Import

W latach 2014-2018 import kosmetyków do Polski wzrósł o **ponad 49,2%** z poziomu **1,6 mld EUR do 2,4 mld EUR** wg danych International Trade Center.

Polska jest na 17. miejscu wśród największych importerów kosmetyków na świecie z udziałem na poziomie 1,9%.

Świat – wielkość rynku

Wartość rynku kosmetycznego w 2018 r. (mld EUR)



Źródło: Statista, wielkość rynku kosmetycznego oznacza całkowitą wartość sprzedaży produktów kosmetycznych na danym rynku

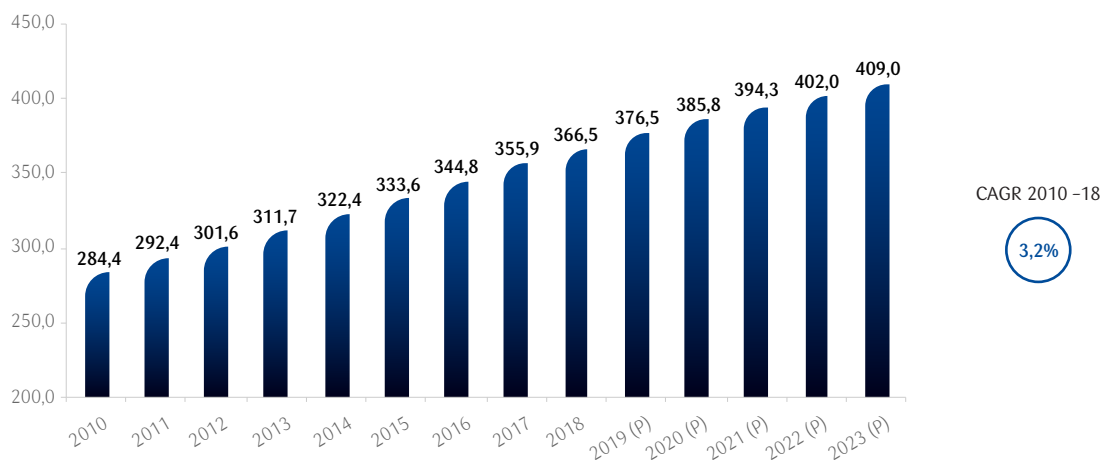
Rynek kosmetyczny obejmuje następujące linie biznesowe:

- kosmetyki do makijażu,
- kosmetyki do pielęgnacji skóry,
- kosmetyki do higieny osobistej,
- kosmetyki do pielęgnacji włosów,
- zapachy i perfumy,
- higiena jamy ustnej.

Rynek kosmetyczny jest szczególnie stabilny nawet podczas kryzysów gospodarczych na świecie. **Od 2010 r. wartość światowego rynku kosmetycznego nieprzerwanie rośnie.** Zgodnie z danymi portalu Statista wartość rynku kosmetycznego na świecie w 2018 r. wyniosła **366,5 mld EUR**, podczas gdy w 2010 r. rynek warty był 284,4 mld EUR.

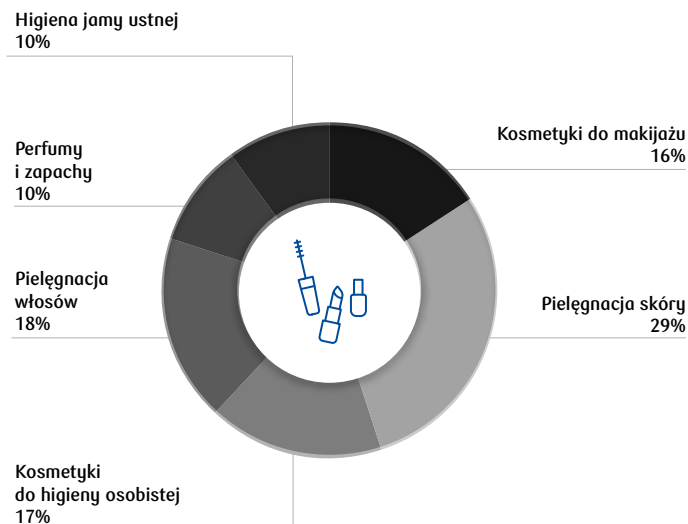
Średnioroczny wzrost wartości rynku kosmetycznego w latach 2010-2018 wyniósł 3,2%, a w dużej mierze do tego wzrostu przyczynił się **silny rozwój handlu elektronicznego. Głównym motorem wzrostu światowej sprzedaży kosmetyków są kraje azjatyckie.** W 2010 r. udział sprzedaży kosmetyków na rynku azjatyckim wynosił 32,9%, a w 2018 r. wzrósł do 35,7%. Region Azji jest największym rynkiem kosmetycznym na świecie z uwagi na populację przekraczającą 4 mld mieszkańców, wzrost urbanizacji, bogacenie się społeczeństw, duży odsetek nastolatków oraz skłonność mieszkańców do dbania o lepszy wygląd.

Wartość rynku kosmetycznego na świecie (mld EUR)



Źródło: Statista

Segmentacja rynku kosmetycznego na świecie (mld EUR)



Źródło: Statista

Największy udział w sprzedaży mają kosmetyki do pielęgnacji skóry, ich udział wzrósł z 28,4% w 2010 r. do 28,9% w 2018 r.



Największe światowe rynki kosmetyczne

Zgodnie z raportem Cosmetics Europe (organizacji skupiającej największych producentów kosmetyków w Europie) w latach 2014 – 2017 obserwowany jest znaczący wzrost wartości rynku kosmetycznego na głównych rynkach na świecie.

- Na wybranych rynkach opisanych w raporcie w ciągu zaledwie 3 lat wzrost wartości sprzedaży wyniósł 32% z 201 mld EUR do 266 mld EUR według cen detalicznych.
- Na wszystkich głównych rynkach poza Europą dynamika wzrostu jest dwucyfrowa.
- Według stanu na koniec 2017 r. Stany Zjednoczone pozostawały największym krajowym rynkiem kosmetycznym na świecie, generując

przychody w wysokości 67 mld EUR.

- Największe dynamiki wzrostu w latach 2014-2017 zanotowały Indie oraz Japonia odpowiednio 143% i 67%.

Zgodnie z opinią ekspertów firmy L'Oreal głównym motorem wzrostu jest pokolenie Y („pokolenie Millenium”), które weszło na rynek pracy i które przeznacza znaczną część środków na zakup kosmetyków. Ponadto wzrost sprzedaży kosmetyków można przypisać zmianie stylu życia, wzrostowi zamożności społeczeństw, wzrostowi gospodarczemu i zwiększeniu siły nabywczej konsumentów, a także świadomości konsumentów, aby wyglądać reprezentacyjnie i czuć się pewnie.

Główni gracze na rynku kosmetycznym wg wartości sprzedaży

	2014	2017	Zmiana
Kraj	mld EUR	mld EUR	2014/17
1. Europa*	72	74	3%
2. USA	49	67	37%
3. Chiny	32	43	34%
4. Brazylia	16	25	56%
5. Japonia	18	30	67%
6. Indie	7	17	143%
7. Korea Płd.	7	10	43%
Suma	201	266	32%

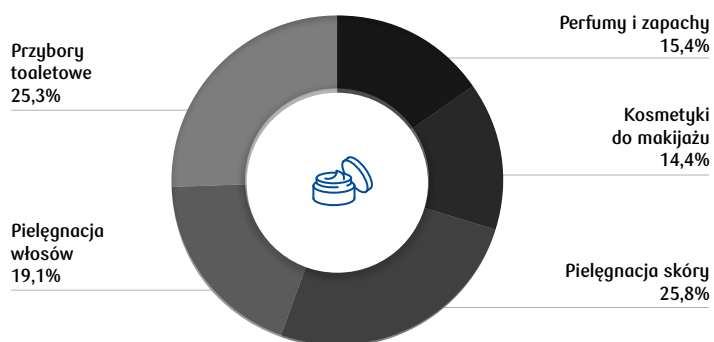
Źródło: Cosmetics Europe, Market Performances 2017, European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data, wg cen detalicznych.

* Europa została zdefiniowana jako UE oraz Szwajcaria i Norwegia, rynek kosmetyczny obejmuje kosmetyki oraz przybory toaletowe



Rynek kosmetyków w UE

Segmentacja europejskiego rynku kosmetyków wg linii produktowych w 2017 r.



Źródło: Cosmetics Europe, Market Performances 2017, European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data, wg cen detalicznych – dane dla krajów UE oraz Szwajcarii i Norwegii

Jak pokazują dane opracowane przez Cosmetics Europe w 2017 r. wartość rynku kosmetycznego w UE wyniosła **77,7 mld EUR wg cen detalicznych**.

Największym europejskim rynkiem kosmetycznym generującym przychody w wysokości 13,6 mld EUR według cen detalicznych są **Niemcy**.

Największy udział w rynku miały produkty związane z pielęgnacją skóry oraz przybory toaletowe (łącznie ponad 50% rynku). Liderem w sprzedaży kosmetyków do pielęgnacji skóry oraz kategorii zapachy i perfumy jest Francja, zaś w przypadku kosmetyków do pielęgnacji włosów, kosmetyków

do makijażu oraz przyborów toaletowych wiodącą pozycję zajmują Niemcy.

Największy wzrost sprzedaży odnotowują kosmetyki do makijażu. Rosnący popyt na produkty do makijażu napędzany jest głównie przez młode pokolenie i szybko rozwijające się wykorzystanie mediów społecznościowych w tej dziedzinie, promujące dużą koncentrację na wyglądzie.

W Polsce dominującą pozycję w strukturze sprzedaży zajmują przybory toaletowe.

Wartość sprzedaży kosmetyków według kategorii produktów w 2017 r. (mln EUR, w cenach detalicznych)

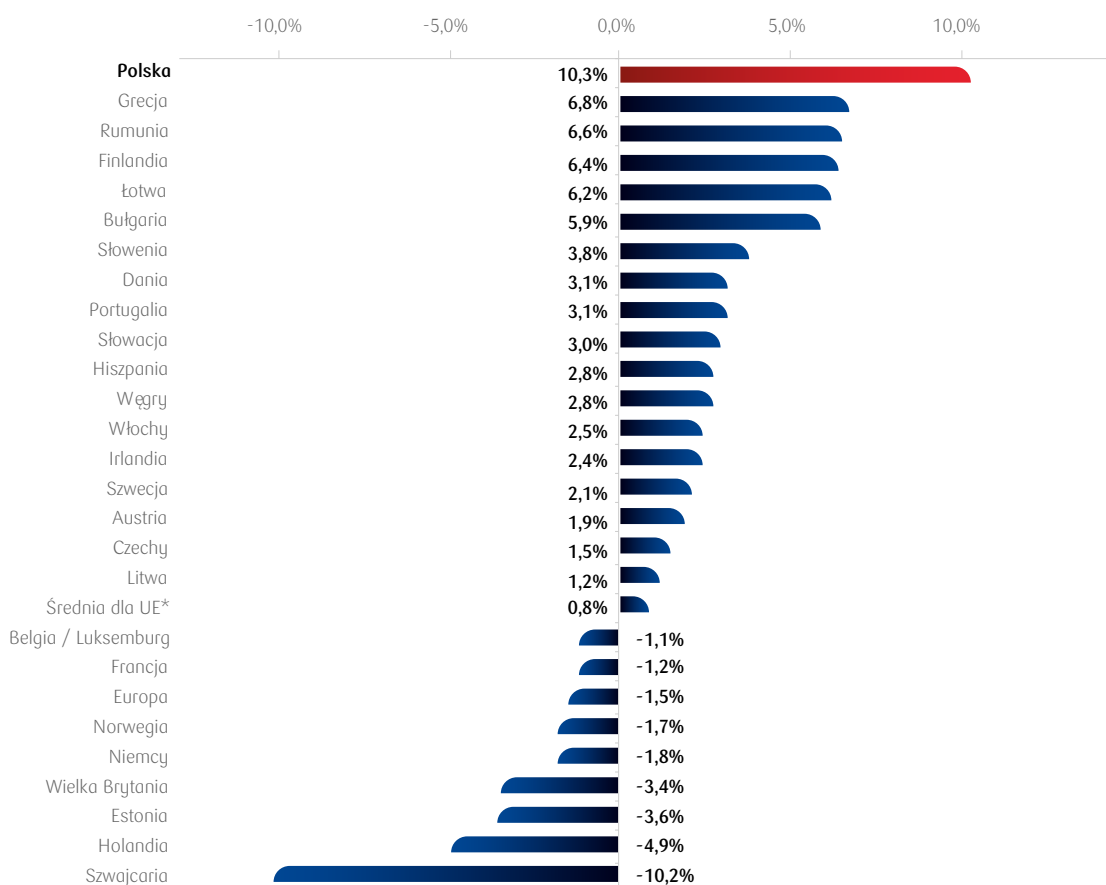
Kraj	Zapachy i perfumy	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Pielęgnacja włosów	Przybory toaletowe	Suma
Niemcy	1 611	1 842	3 093	2 959	4 058	13 563
Francja	2 208	1 440	3 456	1 626	2 608	11 338
Wlk. Brytania	2 055	1 827	2 624	1 948	2 675	11 129
Włochy	1 239	1 590	2 796	1 831	2 642	10 098
Hiszpania	1 313	670	1 908	1 278	1 651	6 820
Polska	538	479	927	747	1 014	3 705
Holandia	392	425	569	550	738	2 674
Belgia / Luksemburg	388	252	523	518	387	2 068
Szwecja	174	566	532	375	339	1 986
Austria	203	215	365	275	358	1 416
Portugalia	230	98	386	236	408	1 358
Rumunia	303	173	271	220	316	1 283
Dania	132	159	226	231	200	948
Finlandia	35	164	217	311	186	913
Grecja	80	81	274	210	206	851
Irlandia	126	117	167	165	221	796
Czechy	94	114	169	169	188	734
Węgry	110	90	131	119	273	723
Słowacja	90	81	125	105	164	565
Bułgaria	59	53	80	84	109	385
Chorwacja	45	53	101	50	104	353
Litwa	51	37	57	41	50	236
Słowenia	20	22	54	31	43	170
Łotwa	35	19	40	40	34	168
Estonia	23	20	39	27	33	142
UE*	11 554	10 587	19 130	14 146	19 005	74 422
Szwajcaria	317	318	622	439	337	2 033
Norwegia	63	264	322	258	305	1 212
Europa	11 934	11 169	20 074	14 843	19 647	77 667

* UE z wyjątkiem Malt i Cypru

Źródło: Cosmetics Europe, Market Performances 2017, European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data, wg cen detalicznych – dane dla krajów UE oraz Szwajcarii i Norwegii

Konsumpcja kosmetyków per capita w UE

Zmiana % konsumpcji per capita kosmetyków i przyborów toaletowych w UE wg krajów 2017/2016



Źródło: Cosmetics Europe, Market Performances 2017, European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data, wg cen detalicznych – dane dla krajów UE oraz Szwajcarii i Norwegii

Według danych opracowanych przez Cosmetics Europe **największy wzrost konsumpcji kosmetyków per capita w latach 2014-2017 nastąpił w krajach Europy Środkowej**, takich jak: Litwa, Polska, Estonia, Bułgaria czy Rumunia, w których wydatki per capita są poniżej średniej europejskiej konsumpcji kosmetyków (132 EUR) i gdzie nastąpiła poprawa sytuacji makroekonomicznej. Największe spadki odnotowała Dania oraz Holandia. W przypadku Danii było to spowodowane zaostrożającą się konkurencją i obniżką cen, a w Holandii osłabieniem popytu na kosmetyki.

Zgodnie z danymi Cosmetics Europe **największymi konsumentami kosmetyków w Europie są Szwajcarzy i Norwegowie**, którzy przeznaczili w 2017 r. na ich zakup odpowiednio 230 EUR oraz 229 EUR per capita.

W Polsce konsumpcja kosmetyków per capita wyniosła 96 EUR w 2017 r., co oznacza wzrost o ponad 23% w stosunku do 2014 r., jednakże wzrost w 2017 r. w wysokości 10,3% był najwyższy w UE.

Wartość sprzedaży kosmetyków (mln EUR, w cenach detalicznych)

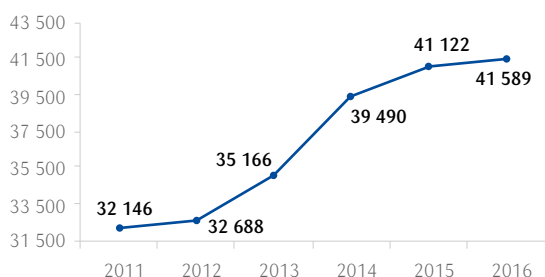
Kraj	2014	2015	2016	2017	Zmiana 2014-2017	CAGR
Szwecja	205	200	193	197	-3,9%	-1,3%
Belgia / Luksemburg	174	174	175	173	-0,6%	-0,2%
Wlk. Brytania	175	199	175	169	-3,4%	-1,2%
Francja	172	171	171	169	-1,7%	-0,6%
Irlandia	160	163	164	168	5,0%	1,6%
Finlandia	172	159	157	167	-2,9%	-1,0%
Włochy	156	162	163	167	7,1%	2,3%
Dania	180	187	159	164	-8,9%	-3,1%
Niemcy	162	165	166	163	0,6%	0,2%
Austria	159	157	158	161	1,3%	0,4%
Holandia	167	169	164	156	-6,6%	-2,2%
Hiszpania	137	139	143	147	7,3%	2,4%
Portugalia	124	124	128	132	6,5%	2,1%
Średnia dla UE*	122	124	124	125	2,5%	0,8%
Estonia	87	91	111	107	23,0%	7,1%
Słowacja	97	98	101	104	7,2%	2,3%
Polska	78	81	87	96	23,1%	7,2%
Łotwa	74	78	81	86	16,2%	5,1%
Chorwacja	b.d.	b.d.	b.d.	85	b.d.	b.d.
Litwa	65	69	82	83	27,7%	8,5%
Słowenia	80	80	79	82	2,5%	0,8%
Grecja	73	74	74	79	8,2%	2,7%
Węgry	64	69	72	74	15,6%	5,0%
Czechy	68	67	68	69	1,5%	0,5%
Rumunia	55	60	61	65	18,2%	5,7%
Bułgaria	45	46	51	54	20,0%	6,3%
Szwajcaria	248	275	256	230	-7,3%	-2,5%
Norwegia	254	227	233	229	-6,5%	-2,2%
Europa	132	134	134	132	0,0%	0,0%

* UE z wyjątkiem Malty i Cypru

Źródło: Cosmetics Europe, Market Performances 2017, European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data, wg cen detalicznych – dane dla krajów UE oraz Szwajcarii i Norwegii

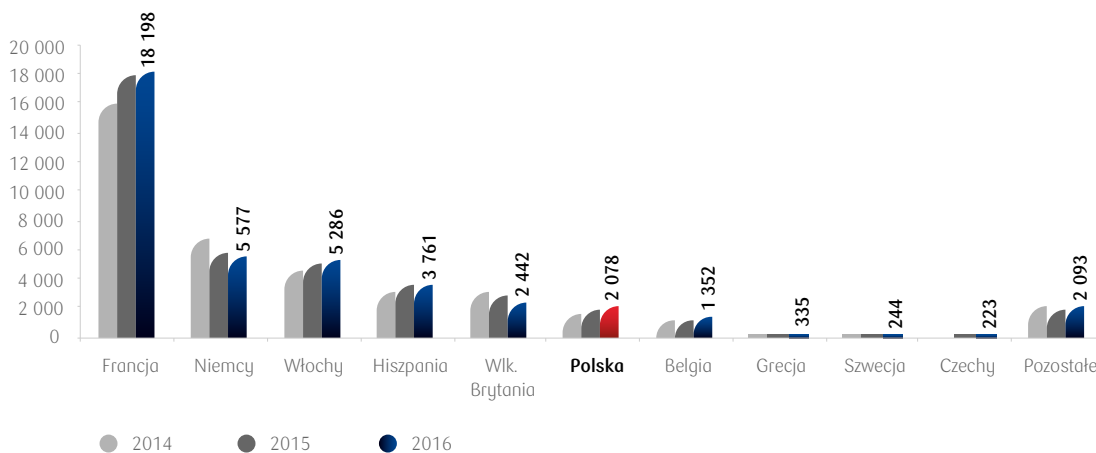
Produkcja kosmetyków w Unii Europejskiej

Produkcja kosmetyków w Unii Europejskiej (mln EUR)



Wartość produkcji kosmetyków w UE w latach 2011-2016 wzrosła o 29,4% do poziomu 41,6 mld EUR w 2016 r. Największy wzrost – o 125% – został odnotowany na Litwie.

Produkcja kosmetyków w Unii Europejskiej według rynków* (mln EUR)



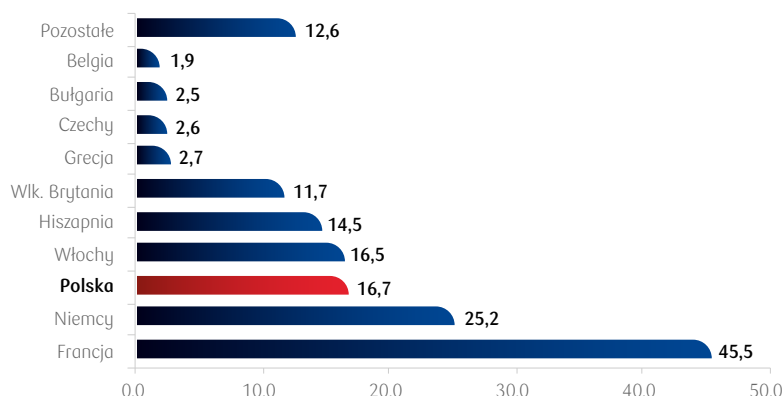
Produkcję kosmetyków w krajach UE cechuje wysoki poziom koncentracji – 10 największych krajów produkcyjnych odpowiada za ponad 95% produkcji unijnej, a dwaj liderzy – Francja i Niemcy generują wspólnie 57,2% produkcji.

Polska jest znaczącym producentem kosmetyków. W 2016 r. wyprodukowała produkty kosmetyczne o wartości prawie 2,1 mld EUR, co pozwoliło jej osiągnąć 6. pozycję wśród krajów UE i udział w rynku na poziomie 5,0%.

Źródło: Eurostat wg klasyfikacji (NACE Rev. 2 C2042)

* Z uwagi na brak danych wykres nie uwzględnia Holandii, Irlandii, Słowacji i Malty

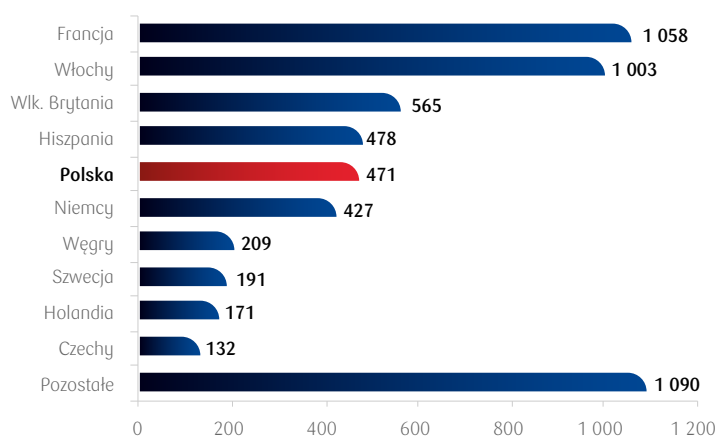
Liczba osób zatrudnionych przy produkcji kosmetyków w UE w 2016 r. (w tys.)



Według danych za 2016 r. w Unii Europejskiej w firmach produkujących kosmetyki zatrudnionych było 152,4 tys. osób. 10 największych krajów produkcyjnych zatrudnia 139,8 tys. pracowników - ponad 92% zatrudnionych w branży w UE.

Polska jest jednym z największych pracodawców w UE pod względem liczby osób zatrudnionych w branży, dając miejsce pracy ponad 16,7 tys. osób.

Liczba spółek zajmujących się produkcją kosmetyków w 2016 r.

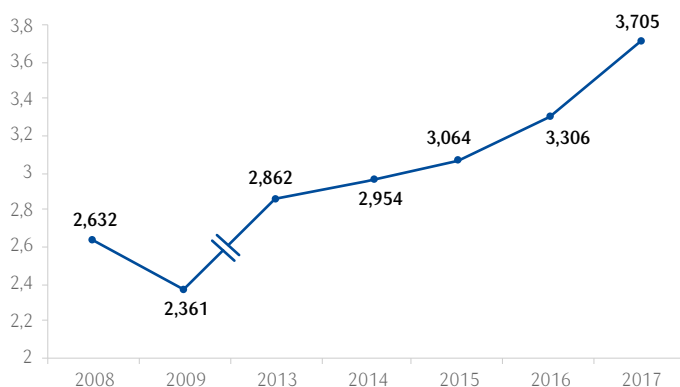


Według stanu na 2016 r. w Unii Europejskiej zarejestrowanych było 5 795 firm zajmujących się produkcją kosmetyków. W 10 największych krajach produkcyjnych zarejestrowanych było 4 705 firm - 81% firm produkujących kosmetyki w UE.

Polska zajmowała 5. pozycję w UE pod względem liczby firm zajmujących się produkcją kosmetyków - 471 firm.

Polska

Wielkość polskiego rynku kosmetycznego (mld EUR, wg cen detalicznych)



Źródło: Cosmetics Europe, Market Performances 2017, European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data, wg cen detalicznych

Wartość polskiego rynku kosmetyków wyniosła w 2017 r. **3,7 mld EUR** według cen detalicznych.

Polski rynek kosmetyków odnotował 41% wzrost w latach 2008-2017.

Polski rynek kosmetyczny jest 6. największym w Europie pod względem przychodów uzyskanych ze sprzedaży kosmetyków.

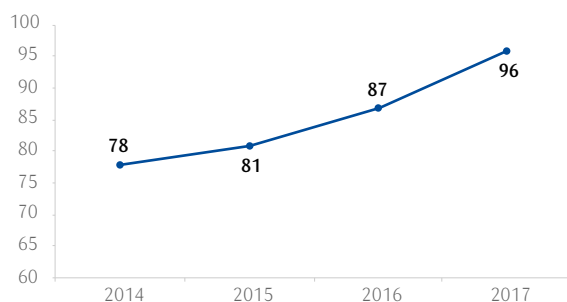
Według opracowania Euromonitor International wartość rynku kosmetycznego w Polsce w 2017 r. odnotowała wysoki wzrost, co było spowodowane w głównej mierze poprawą nastrojów konsumentskich. Spadek bezrobocia oraz wzrost wynagrodzeń przełożył się na wzrost wydatków na kosmetyki. Znaczna część świadczeń Programu 500+ wprowadzonego w 2016 r. przez rząd została przeznaczona

na zakup kosmetyków do pielęgnacji ciała, ze szczególnym uwzględnieniem produktów dla niemowląt oraz dzieci, co stanowiło dodatkowy bodziec rozwoju rynku kosmetycznego. Eksperci Euromonitor International oczekują dalszego wzrostu polskiego rynku kosmetycznego.

Dominującym segmentem rynku kosmetyków jest segment masowy, który dalej powinien utrzymać swoją popularność. Produkty premium – mimo wyższego tempa sprzedaży – nadal będą stanowiły niewielki udział w całym rynku.



Polska – konsumpcja per capita (EUR, wg cen detalicznych)



Źródło: Cosmetics Europe, Market Performances 2017, European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data, wg cen detalicznych

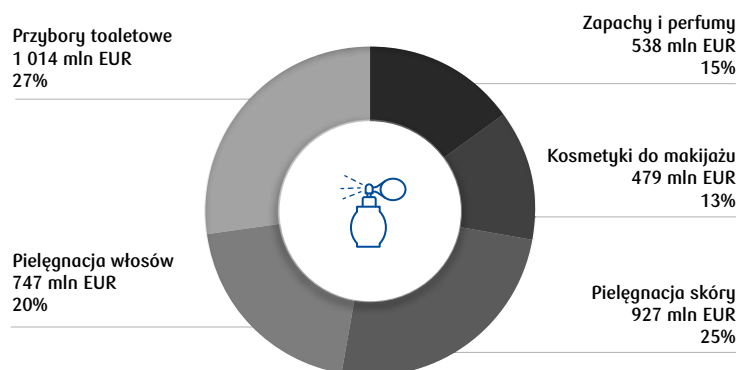
W 2017 r. wydatki per capita na kosmetyki w Polsce wyniosły 96 EUR według cen detalicznych.

W latach 2014-2017 odnotowano wzrost tych wydatków o 23,1%, jednakże poziom wydatków statystycznego Polaka jest ciągle **poniżej średniej europejskiej**, która w 2017 r. wyniosła 132 EUR.

Mając na uwadze, iż poziom konsumpcji per capita jest znacznie niższy od średniej unijnej, dynamiki wzrostu konsumpcji w kolejnych latach w Polsce prawdopodobnie będą wyższe niż w UE.

Największy udział w rynku w Polsce miały przybory toaletowe oraz kosmetyki do pielęgnacji skóry, których udział wyniósł ponad 50%.

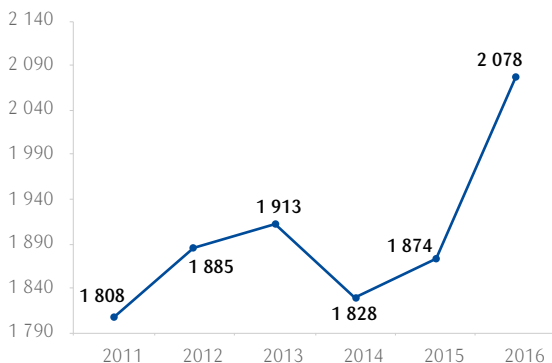
Segmentacja polskiego rynku kosmetyków wg linii produktowych w 2017 r.



Źródło: Cosmetics Europe, Market Performances 2017, European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data, wg cen detalicznych

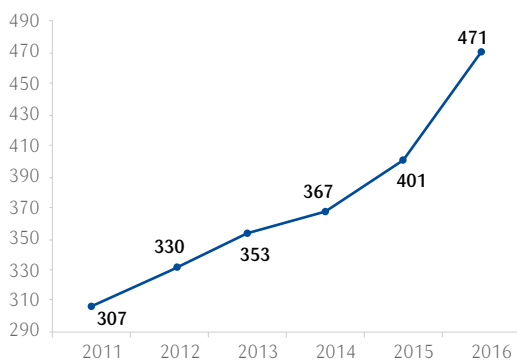
Branża kosmetyczna w Polsce

Wartość produkcji branży kosmetycznej w Polsce (mln EUR)



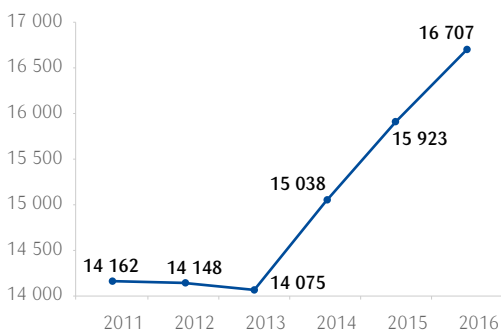
Według danych Eurostatu wartość produkcji branży kosmetycznej w Polsce w 2016 r. wyniosła **2,1 mld EUR** i odnotowała od 2011 r. 14,9% wzrost, który jest napędzany głównie produkcją na eksport.

Liczba firm w branży kosmetycznej



Polska branża kosmetyczna jest zdominowana przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Liczba firm w branży kosmetycznej w latach 2011-2016 wzrosła o 53% z 307 do 471. Według danych za 2016 r. średni stan zatrudnienia w firmie kosmetycznej wyniósł 35,5 pracownika.

Liczba pracowników w branży kosmetycznej



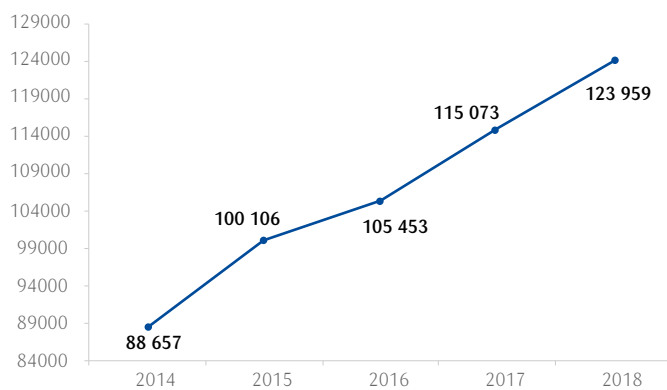
Według danych Eurostat liczba zatrudnionych w branży kosmetycznej wzrosła i w 2016 r. wyniosła **16 707**, co oznacza wzrost w stosunku do 2011 r. o 18,0%.

Źródło: Eurostat wg klasyfikacji (NACE Rev. 2 C2042)



Światowy eksport branży kosmetycznej (HS 33)

Eksport branży kosmetycznej na świecie (mln EUR)



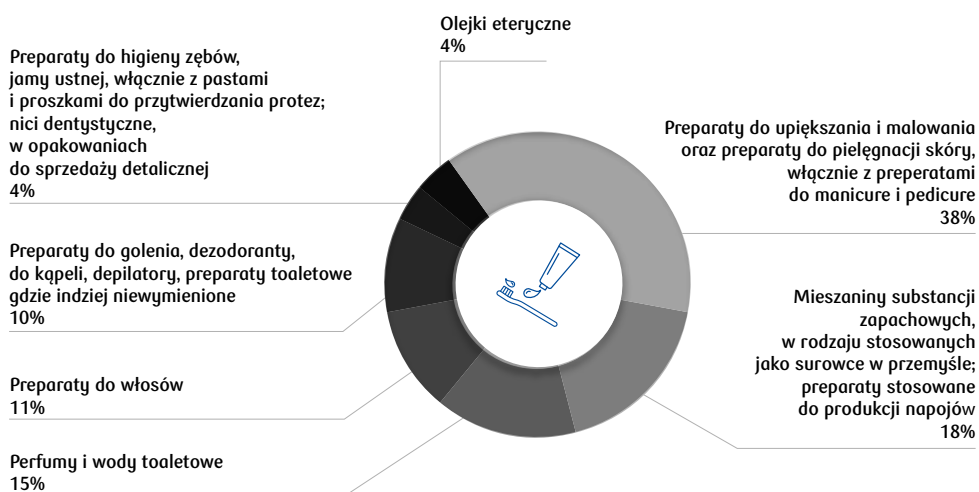
16

W latach 2014-2018 światowy eksport branży kosmetycznej odnotował **39,8% wzrost** z poziomu 88,7 mld EUR do 124,0* mld EUR.

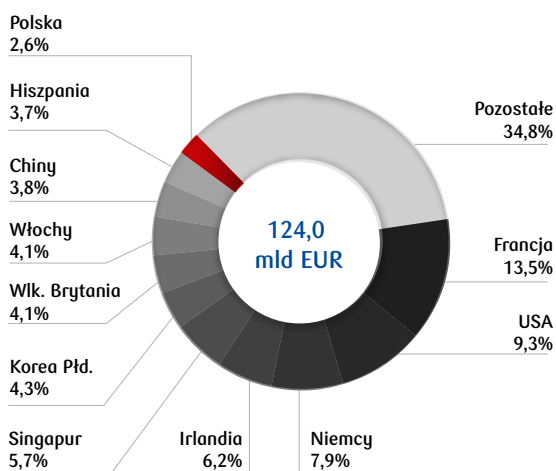
Źródło: International Trade Center, z uwagi na brak danych za 2018 r., struktura światowego eksportu branży została podana za 2017 r.

* Wartość światowego eksportu obliczona jako suma 220 krajów. Dla krajów tj.: Zjednoczone Emiraty Arabskie, Egipt, Panama, Wietnam, Arabia Saudyjska, Wybrzeże Kości Słoniowej, Gwatemala, Filipiny, Liban, Maroko, Ukraina, Dominikana, Peru, Tunezja, Oman, Sri Lanka, Bahrajn, Ghana, Togo, Senegal, Iran, Jordania, Kostaryka, Haiti, Kuwejt, Pakistan, Kenia, Makau, Mauritius, Nepal, Komory, Mołdawia, Uganda, Wenezuela, Andora, Kamerun, Macedonia, Trynidad i Tobago, Nowa Kaledonia, Fidżi, Honduras, Aruba, Jamajka, Nigeria, Laos, Urugwaj, Albania, Syria, Sudan, Kongo, Armenia, Niger, Kuba, Saint Lucia, Polinezja Francuska, Dominika, Czarnogóra, Bangladesz, Namibia, Birma, Kambodża, Nikaragua, Korea Płn., Uzbekistan, Curaçao, Algieria, Irak, Afganistan, Zimbabwe, Mali, Somalia, Lesotho, Papua Nowa Gwinea, Czad, Libia, Mongolia, Malawi, Demokratyczna Republika Konga, Rwanda, Katar, Etiopia, Vanuatu, Botswana, Azerbejdżan, Bahamy, Surinam, Sint Maarten przyjęto dane za 2017 r.

Struktura światowego eksportu branży kosmetycznej wg rodzaju w 2017 r.



Struktura światowego eksportu branży kosmetycznej w 2018 r.



Polska jest 13. największym eksporterem branży kosmetycznej, z udziałem na poziomie 2,6%.

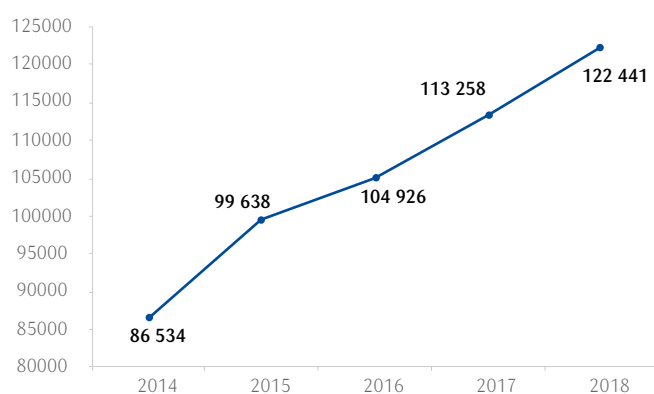
- Światowym liderem w eksporcie kosmetyków jest Francja, która w 2018 r. wyeksportowała produkty branży o wartości ponad 16,7 mld EUR osiągając udział w rynku na poziomie 13,5%.
- 10 największych eksporterów branży odpowiadało za 62,6% światowego eksportu w 2018 r.
- Udział **Polski** w światowym eksporcie w latach 2014–2018 wzrósł z poziomu 2,5% do 2,6%
- Największy udział (38%) w strukturze światowego eksportu branży kosmetycznej w 2017 r., miał segment preparatów do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry.

Źródło: International Trade Center



Światowy import branży kosmetycznej (HS 33)

Import branży kosmetycznej na świecie (mln EUR)

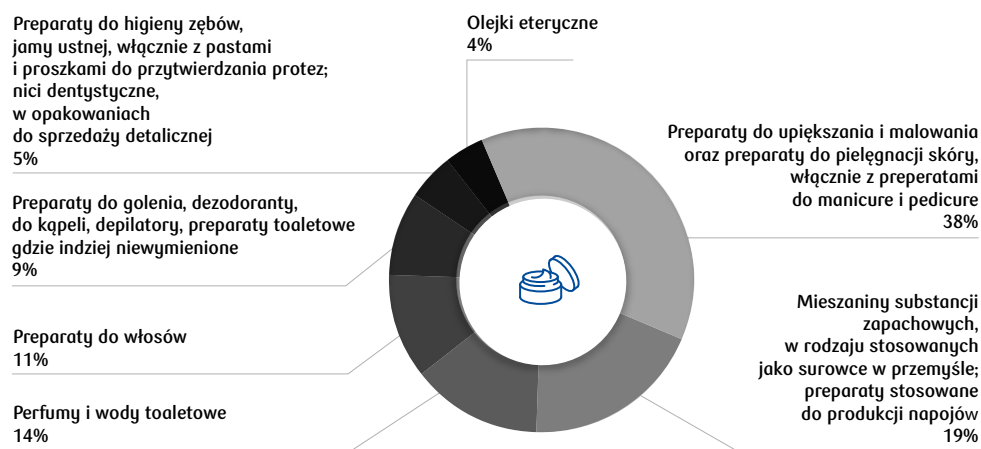


W latach 2014-2018 światowy import branży kosmetycznej odnotował **41,5% wzrost** z poziomu 86,5 mld EUR do 122,4 mld EUR*.

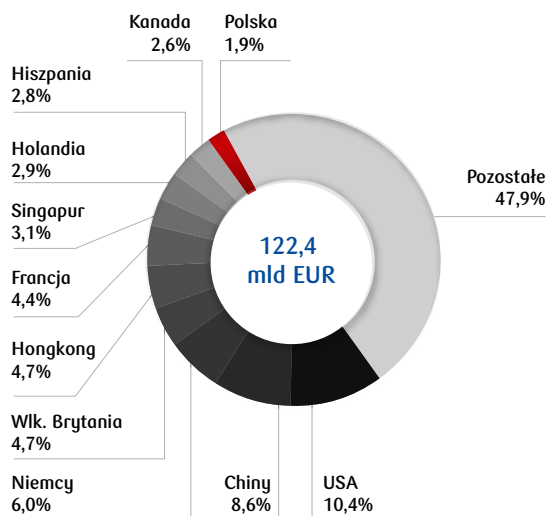
Źródło: International Trade Center, z uwagi na brak danych za 2018 r., struktura światowego importu branży została podana za 2017 r.

* Wartość światowego importu obliczona jako suma 227 krajów. Dla krajów tj.: Zjednoczone Emiraty Arabskie, Arabia Saudyjska, Filipiny, Wietnam, Ukraina, Panama, Kuwejt, Makau, Iran, Peru, Irak, Gwatemala, Maroko, Nigeria, Egipt, Katar, Algieria, Dominikana, Oman, Kostaryka, Liban, Pakistan, Jordania, Honduras, Bangladesz, Birma, Tunezja, Kenia, Kambodża, Bahrajn, Angola, Nikaragua, Andora, Kamerun, Urugwaj, WKS, Libia, Azerbejdżan, Namibia, Uzbekistan, Etiopia, Nepal, Uganda, Sri Lanka, Wenezuela, Mauritius, Ghana, Macedonia, Zimbabwe, Afganistan, Mołdawia, Albania, Armenia, Botswana, Sudan, Senegal, Jemen, Kuba, Mongolia, Syria, Kongo, Turkmenistan, Gwinea, Czarnogóra, Gabon, przyjęto dane za 2017 r.

Struktura światowego importu branży kosmetycznej wg rodzaju w 2017 r.



Struktura światowego importu branży kosmetycznej w 2018 r.



Polska jest 17. największym importerem branży kosmetycznej, z udziałem na poziomie 1,9%.

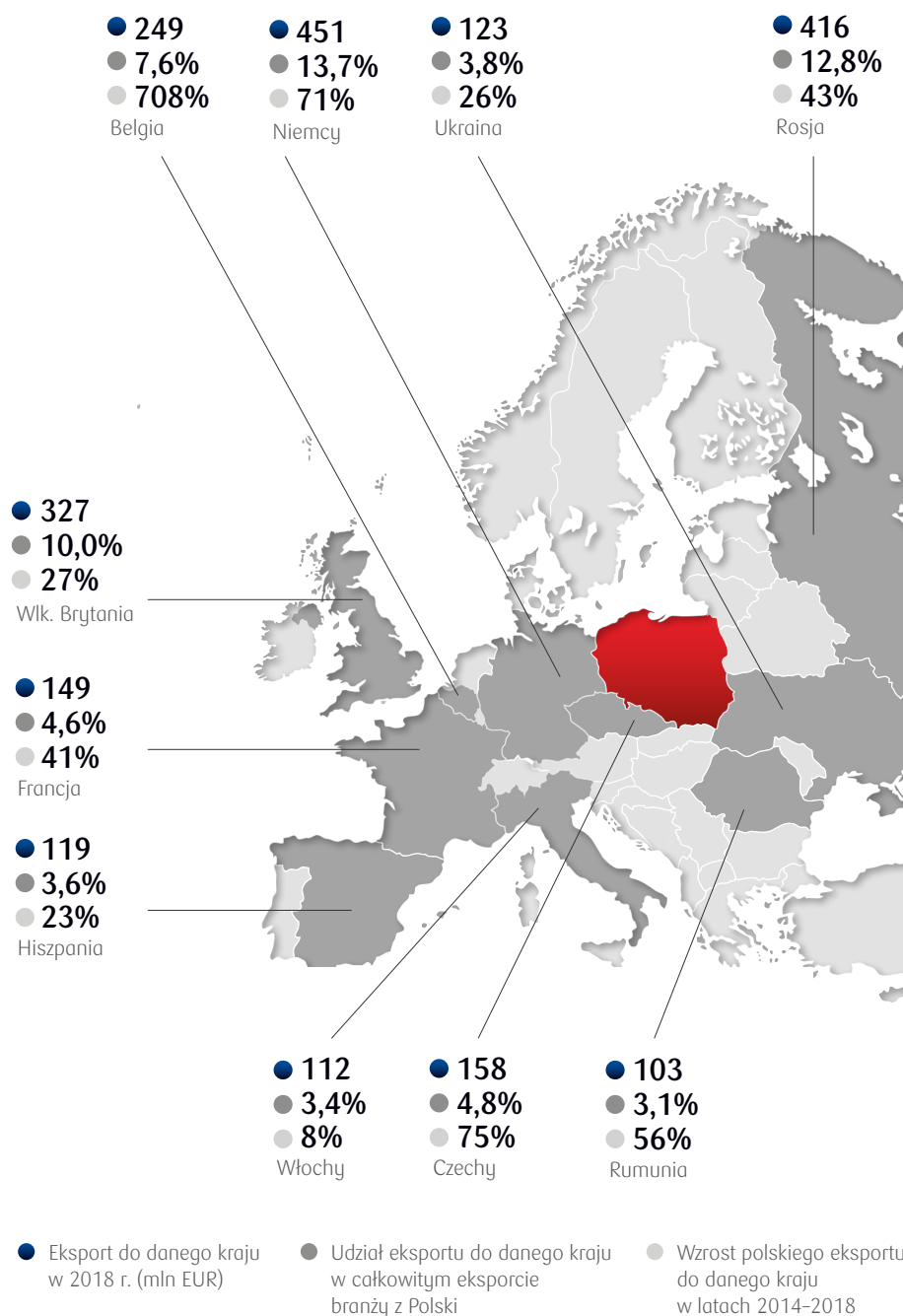
- Światowym liderem w imporcie kosmetyków są Stany Zjednoczone, które w 2018 r. nabyły produkty branży o wartości prawie 12,8 mld EUR, osiągając udział w rynku na poziomie 10,4%.
- 10 największych importerów branży odpowiadało w 2018 r. za **52,2% światowego importu**.

- Udział **Polski** w światowym imporcie utrzymywał się w latach 2014–2018 na stabilnym poziomie 1,9%.
- Największy udział (38%) w strukturze światowego importu branży kosmetycznej w 2017 r. miał segment preparatów do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry.

Źródło: International Trade Center

Polska – eksport branży kosmetycznej (HS 33)

Główni odbiorcy polskich kosmetyków w 2018 r.

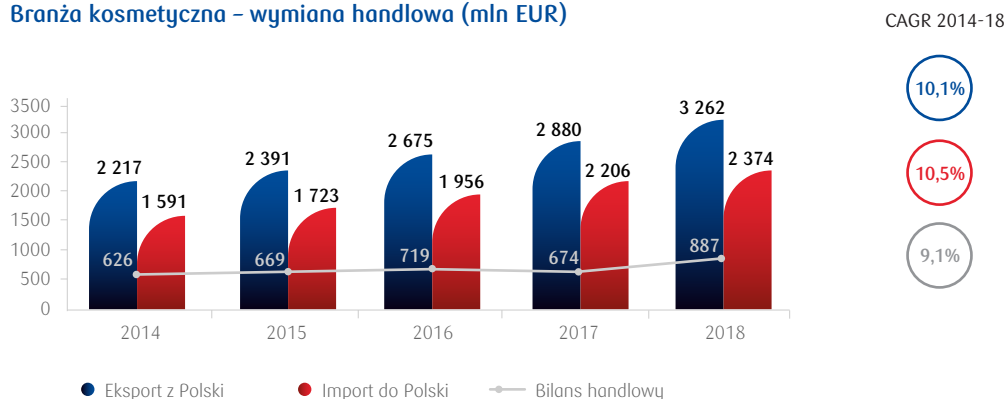


Eksport branży kosmetycznej z Polski w latach 2014-2018 wzrósł o 47,1% z poziomu 2,2 mld EUR do 3,3 mld EUR, a import o 49,2% z poziomu 1,6 mld EUR do 2,4 mld EUR.

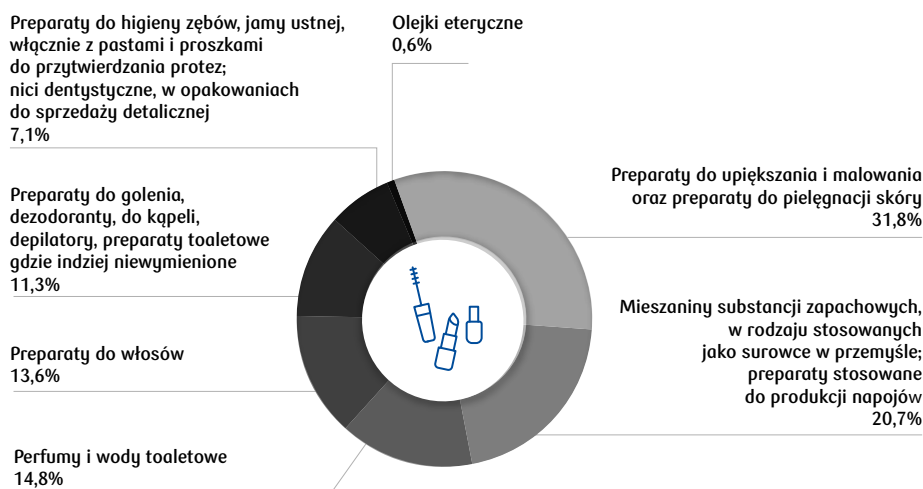
Głównym kierunkiem eksportowym dla polskich producentów są kraje Unii Europejskiej. **Największym**

odbiorcą w 2018 r. były Niemcy, do których trafiło 13,8% polskiego eksportu kosmetyków. Trzej kolejni odbiorcy to Rosja, Wielka Brytania i Belgia, którzy nabyli łącznie 30,4% eksportowanych przez Polskę produktów. **10 największych krajów importerów produktów polskiej branży kosmetycznej odpowiada za blisko 67,6% polskiego eksportu.**

Branża kosmetyczna – wymiana handlowa (mln EUR)



Struktura polskiego eksportu produktów kosmetycznych wg rodzaju w 2018 r.



Największy udział (31,8%) w strukturze polskiego eksportu branży kosmetycznej w 2018 r. miał segment preparatów do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry.

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Struktura polskiego eksportu branży kosmetycznej w 2018 r. (HS 33)

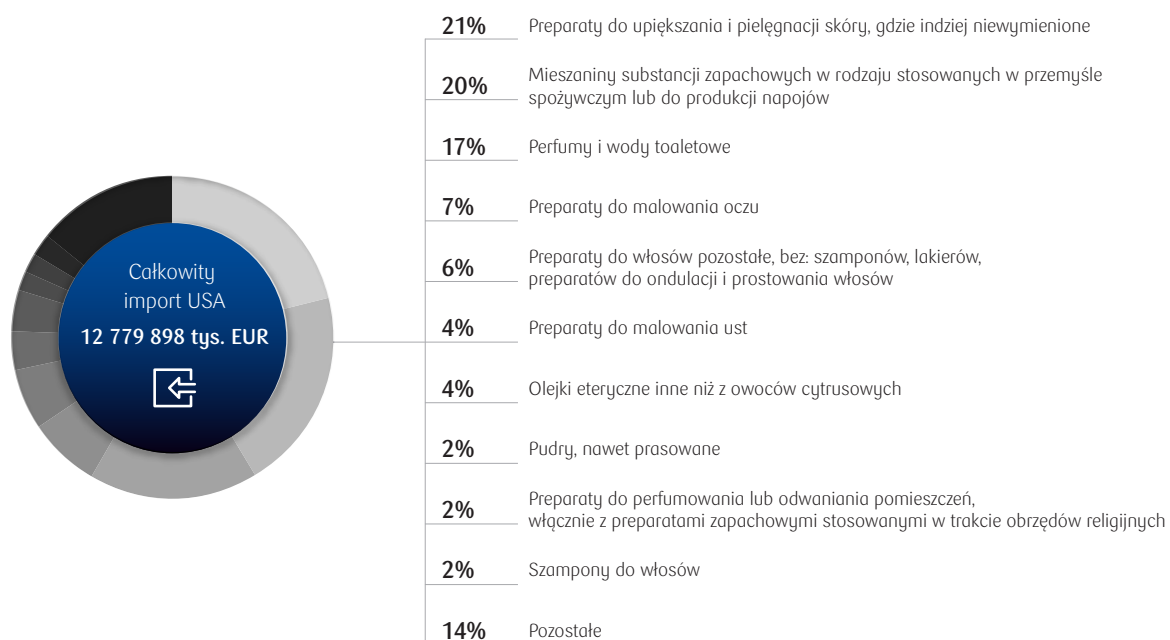




Konkurenci Polski
na rynkach największych
światowych importerów

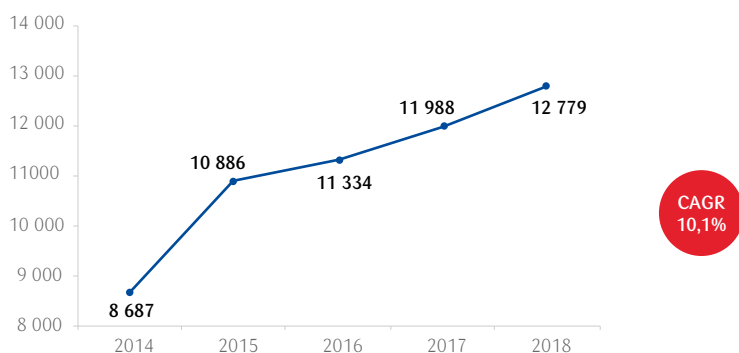
STANY ZJEDNOCZONE

Struktura importu branży kosmetycznej w USA w 2018 r.



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do USA (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do USA zanotował w latach 2014–2018 wzrost o 47,1% z **8,7 mld EUR** do **12,8 mld EUR**.

W strukturze amerykańskiego importu dominującą pozycję zajmuje Irlandia z udziałem wynoszącym 19,0%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 24 mln EUR stanowiły w 2018 r. 0,2% importu USA, co dało Polsce 28. miejsce wśród dostawców branży do USA.

W latach 2016–2018 amerykański rynek kosmetyków i higieny osobistej wzrósł o 5,3% z poziomu 67 057 mln EUR do 70 624 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 1,9% (CAGR 2018-2023) do 77 703 mln EUR.

Największy udział w amerykańskim rynku w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry (22,3%), której sprzedaż wyniosła 15 731 mln EUR. Według danych portalu Statista prognozuje się, iż w 2019 r. przeciętny mieszkaniec USA wyda na produkty kosmetyczne i do higieny osobistej 214,8 EUR.

Top 10 Dostawców + Polska

USA (12 779 mln EUR)	Kraj	Udział	mln EUR
	1. Irlandia	19,0%	2 424
	2. Francja	18,2%	2 319
	3. Chiny	10,9%	1 393
	4. Kanada	10,1%	1 289
	5. Włochy	6,5%	833
	6. Meksyk	6,5%	826
	7. Korea Płd.	3,8%	481
	8. Wlk. Brytania	3,7%	470
	9. Niemcy	3,0%	377
	10. Hiszpania	2,7%	347
	...		
	28. Polska	0,2%	24

Źródło: International Trade Center (HS 33)

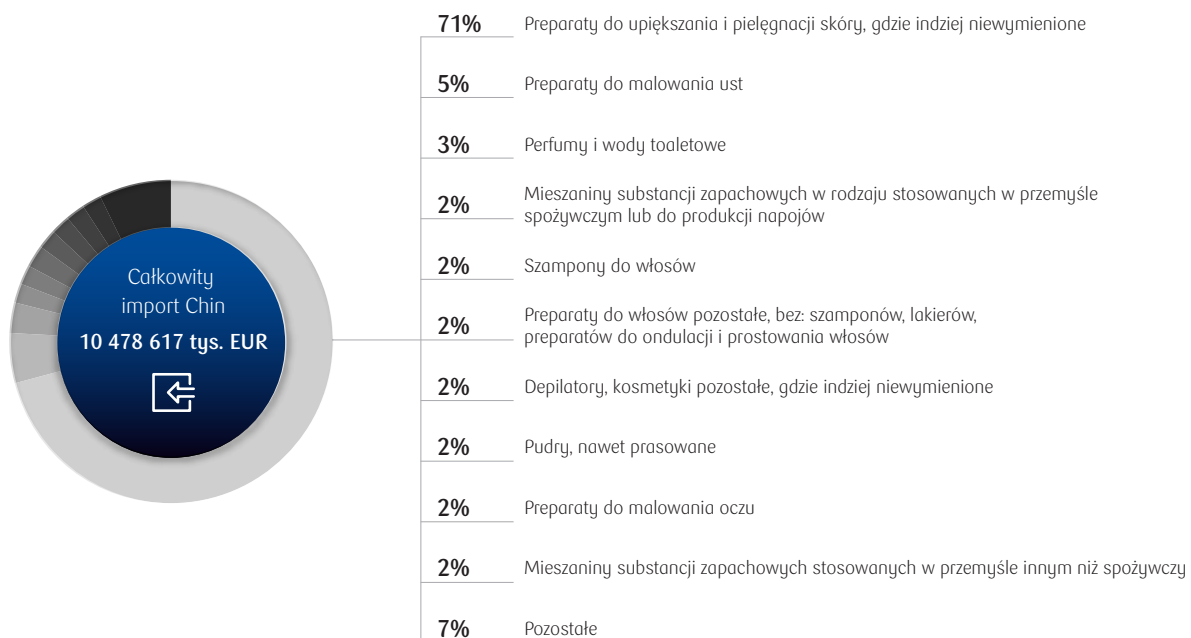
Rynek kosmetyków i higieny osobistej w USA – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	13 967	14 984	12 343	11 241	7 004	7 519	67 057
2017	14 598	15 361	12 721	11 376	7 131	7 689	68 876
2018	15 192	15 731	13 072	11 511	7 260	7 857	70 624
2019 (P)	15 727	16 091	13 389	11 674	7 388	8 023	72 275
2020 (P)	16 228	16 433	13 671	11 782	7 515	8 183	73 813
2021 (P)	16 663	16 756	13 919	11 918	7 639	8 337	75 231
2022 (P)	17 042	17 055	14 132	12 053	7 760	8 484	76 527
2023 (P)	17 370	17 331	14 315	12 189	7 875	8 623	77 703
CAGR (2016-2023)	3,2%	2,1%	2,1%	1,2%	1,7%	2,0%	2,1%

Źródło: Statista

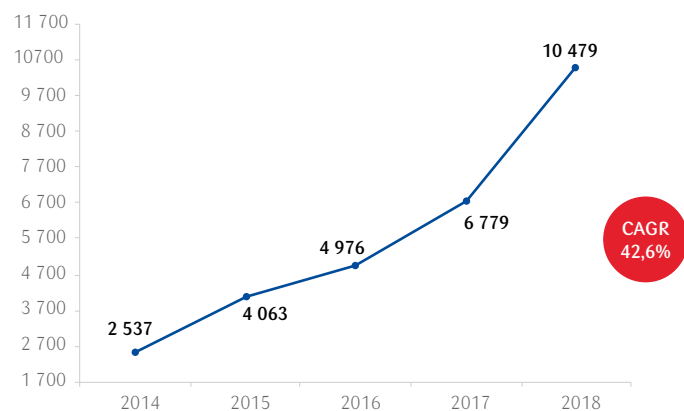
CHINY

Struktura importu branży kosmetycznej w Chinach w 2018 r.



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 2014–2018 wzrost o 313% z **2,5 mld EUR** do **10,5 mld EUR**.

W strukturze chińskiego importu dominującą pozycję zajmuje Korea Płd. z udziałem wynoszącym 23,1%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 50 mln EUR stanowiły w 2018 r. 0,5% importu Chin, co dało Polsce 19. miejsce wśród dostawców branży do Chin.

W latach 2016–2018 chiński rynek kosmetyków i higieny osobistej wzrósł o 9,8% z poziomu 38 370 mln EUR do 42 133 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 3,4% (CAGR 2018–2023) do 49 803 mln EUR.

Największy udział w chińskim rynku w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry (52,9%), której sprzedaż wyniosła 22 279 mln EUR.

Według danych portalu Statista prognozuje się, iż w 2019 r. przeciętny mieszkaniec Chin wyda na produkty kosmetyczne i do higieny osobistej 31,4 EUR.

Top 10 Dostawców + Polska

Chiny (10 479 mln EUR)	Kraj	Udział	mln EUR
	1. Korea Płd.	23,1%	2 421
	2. Japonia	22,3%	2 336
	3. Francja	19,7%	2 060
	4. USA	10,8%	1 127
	5. Wlk. Brytania	4,2%	436
	6. Niemcy	2,1%	222
	7. Włochy	2,1%	217
	8. Hiszpania	1,8%	191
	9. Tajlandia	1,7%	182
	10. Tajwan	1,6%	173
	...		
	19. Polska	0,5%	50

Źródło: International Trade Center (HS 33)

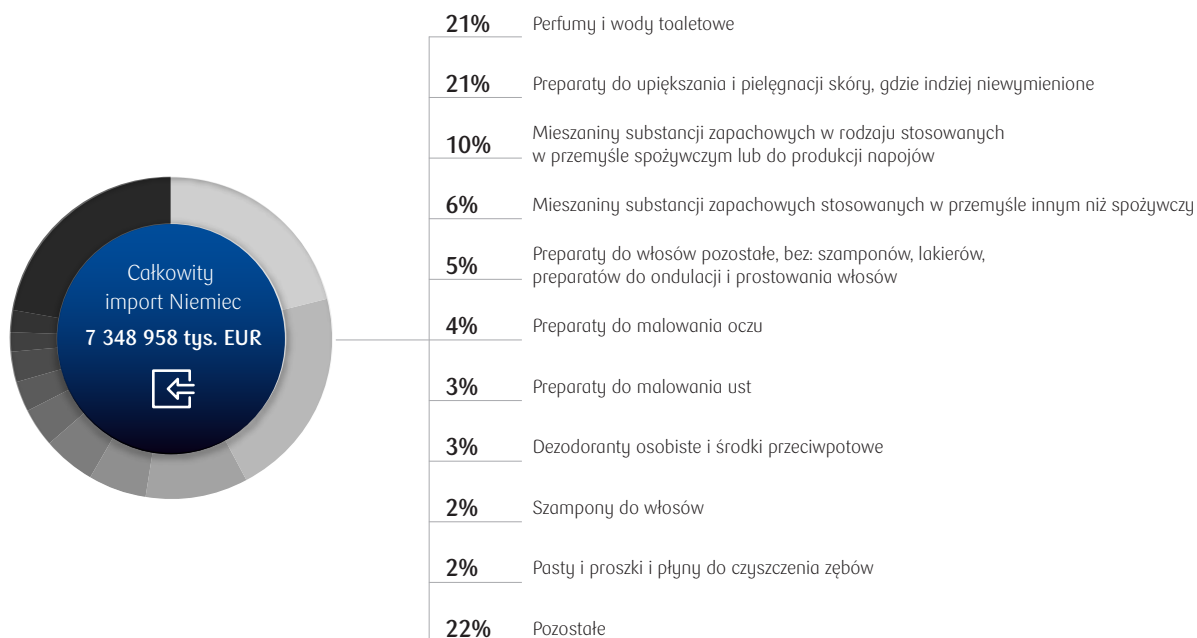
Rynek kosmetyków i higieny osobistej w Chinach – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	3 891	20 138	3 728	5 835	693	4 085	38 370
2017	4 249	21 215	3 956	5 945	725	4 199	40 289
2018	4 589	22 279	4 149	6 051	754	4 310	42 133
2019 (P)	4 904	23 322	4 306	6 153	780	4 415	43 881
2020 (P)	5 189	24 337	4 431	6 251	802	4 514	45 524
2021 (P)	5 443	25 317	4 527	6 344	821	4 607	47 059
2022 (P)	5 666	26 258	4 599	6 432	837	4 693	48 484
2023 (P)	5 859	27 156	4 653	6 514	850	4 771	49 803
CAGR (2016–2023)	6,0%	4,4%	3,2%	1,6%	3,0%	2,2%	3,8%

Źródło: Statista

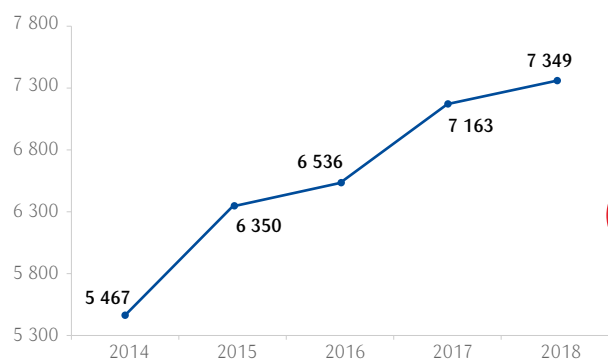
NIEMCY

Struktura importu branży kosmetycznej w Niemczech w 2018 r.



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Niemiec (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Niemiec zanotował w latach 2014–2018 wzrost o 34,4% z **5,5 mld EUR do 7,3 mld EUR**.

W strukturze niemieckiego importu dominującą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 26,9%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 376 mln EUR stanowiły w 2017 r. 5,1% importu Niemiec, co dało Polsce 9. miejsce wśród dostawców branży do Niemiec.

W latach 2016–2018 niemiecki rynek kosmetyków i higieny osobistej wzrósł o 5,0% z poziomu 13 057 mln EUR do 13 708 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 1,9% (CAGR 2018-2023) do 15 024 mln EUR.

Największy udział w niemieckim rynku w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry (26,9%), której sprzedaż wyniosła 3 681 mln EUR.

Według danych portalu Statista prognozuje się, iż w 2019 r. przeciętny mieszkaniec Niemiec wyda na produkty kosmetyczne i do higieny osobistej 166,27 EUR.

Top 10 Dostawców

	Kraj	Udział	mln EUR
Niemcy (7 349 mln EUR)	1. Francja	26,9%	1 976
	2. Szwajcaria	11,2%	821
	3. Włochy	8,8%	650
	4. Irlandia	6,3%	461
	5. Wlk. Brytania	6,0%	441
	6. USA	5,8%	423
	7. Holandia	5,3%	391
	8. Hiszpania	5,3%	391
	9. Polska	5,1%	376
	10. Chiny	2,6%	194

Źródło: International Trade Center (HS 33)

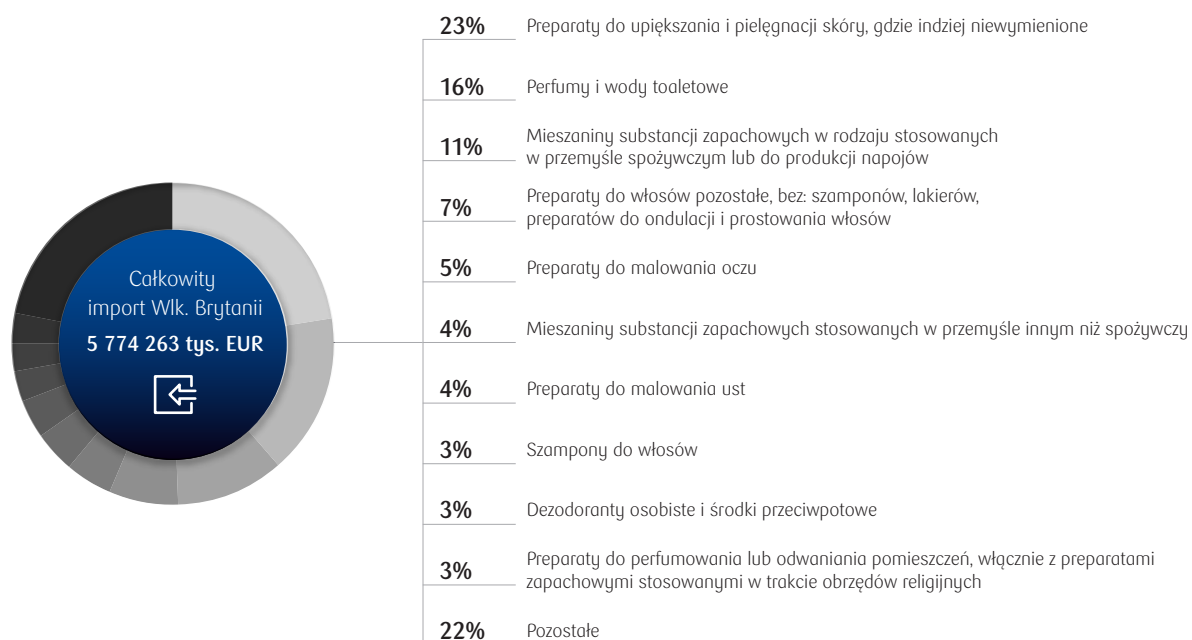
Rynek kosmetyków i higieny osobistej w Niemczech – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	1 724	3 462	2 191	2 673	1 567	1 440	13 057
2017	1 796	3 573	2 220	2 738	1 583	1 477	13 386
2018	1 864	3 681	2 249	2 804	1 598	1 513	13 708
2019 (P)	1 927	3 784	2 277	2 868	1 611	1 548	14 016
2020 (P)	1 984	3 881	2 303	2 930	1 623	1 582	14 304
2021 (P)	2 036	3 971	2 326	2 989	1 634	1 613	14 569
2022 (P)	2 081	4 052	2 347	3 045	1 643	1 640	14 809
2023 (P)	2 120	4 125	2 366	3 098	1 651	1 665	15 024
CAGR (2016-2023)	3,0%	2,5%	1,1%	2,1%	0,7%	2,1%	2,0%

Źródło: Statista

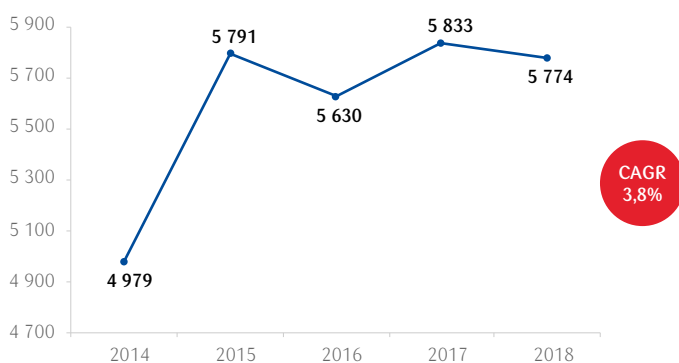
WIELKA BRYTANIA

Struktura importu branży kosmetycznej w Wielkiej Brytanii w 2018 r.



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii zanotował w latach 2014–2018 wzrost o 16,0% z **5,0 mld EUR do 5,8 mld EUR**.

W strukturze brytyjskiego importu dominującą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 18,8%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 264 mln EUR stanowiły w 2017 r. 4,6% importu Wielkiej Brytanii, co dało Polsce 9. miejsce wśród dostawców branży do Wielkiej Brytanii.

W latach 2016–2018 brytyjski rynek kosmetyków i higieny osobistej wzrósł o 4,3% z poziomu 12 487 mln EUR do 13 028 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 1,5% (CAGR 2018-2023) do 14 057 mln EUR.

Największy udział w brytyjskim rynku w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry (24,5%), której sprzedaż wyniosła 3 196 mln EUR.

Top 10 Dostawców

	Kraj	Udział	mln EUR
Wlk. Brytania (5 774 mln EUR)	1. Francja	18,8%	1 084
	2. Niemcy	13,1%	757
	3. USA	12,8%	738
	4. Irlandia	9,4%	545
	5. Chiny	7,0%	405
	6. Włochy	5,9%	339
	7. Holandia	5,2%	302
	8. Hiszpania	5,1%	294
	9. Polska	4,6%	264
	10. Belgia	3,5%	204

Źródło: International Trade Center (HS 33)

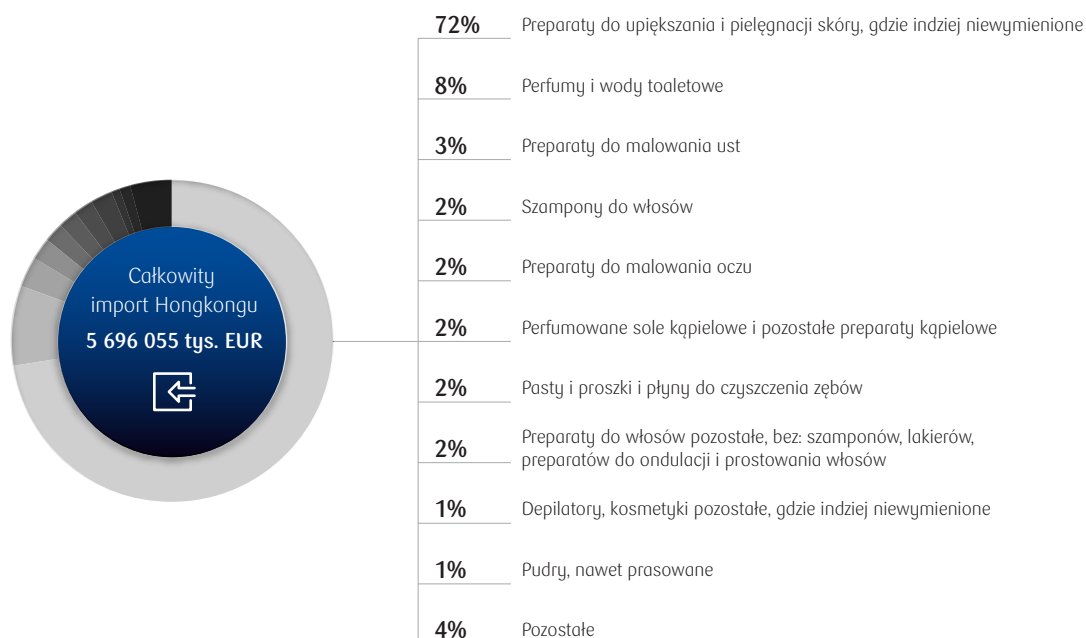
Rynek kosmetyków i higieny osobistej w Wlk. Brytanii – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	2 437	3 086	1 964	1 720	1 923	1 357	12 487
2017	2 541	3 143	1 977	1 734	1 975	1 394	12 763
2018	2 641	3 196	1 989	1 749	2 024	1 429	13 028
2019 (P)	2 736	3 245	2 001	1 763	2 068	1 463	13 276
2020 (P)	2 823	3 291	2 013	1 777	2 107	1 493	13 504
2021 (P)	2 901	3 332	1 025	1 790	2 142	1 520	13 710
2022 (P)	2 971	3 370	2 036	1 803	2 173	1 543	13 894
2023 (P)	3 031	3 403	2 046	1 815	2 199	1 543	14 057
CAGR (2016-2023)	3,2%	1,4%	0,6%	0,8%	1,9%	2,0%	1,7%

Źródło: Statista

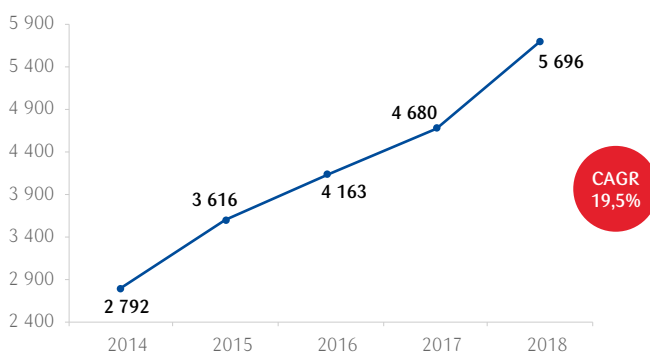
HONGKONG (CHINY)

Struktura importu branży kosmetycznej w Hongkongu (Chiny) w 2018 r.



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Hongkongu (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Hongkongu zanotował w latach 2014–2018 wzrost o 104,0% z **2,8 mld EUR do 5,7 mld EUR**.

W strukturze importu Hongkongu dominującą pozycję zajmuje Korea Płd. z udziałem wynoszącym 16,8%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 14,6 mln EUR stanowiły w 2018 r. 0,3% importu Hongkongu, co dało Polsce 21. miejsce wśród dostawców branży do Hongkongu.

Miejscowy rynek jest skoncentrowany zarówno na obsłudze miejscowej ludności (ponad 7 mln mieszkańców), jak i turystów, którzy w liczbie 65 milionów (w tym 51 milionów turystów z Chin) odwiedzili Hongkong w 2018 r. i nabywali kosmetyki w sklepach bezcłowych.

W latach 2016–2018 rynek kosmetyków i higieny osobistej Hongkongu wzrósł o 6,7% z poziomu 1 749 mln EUR do 1 867 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 1,8% (CAGR 2018-2023) do 2 043 mln EUR.

Największy udział w rynku Hongkongu w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry (38,4%), której sprzedaż wyniosła 717 mln EUR.

Według danych portalu Statista prognozuje się, iż w 2019 r. przeciętny mieszkaniec Hongkongu wyda na produkty kosmetyczne i do higieny osobistej 250,14 EUR.

Top 10 Dostawców + Polska

Hongkong (5 696 mln EUR)	Kraj	Udział	mln EUR
	1. Korea Płd.	16,8%	959
	2. Singapur	15,2%	868
	3. Japonia	13,2%	753
	4. Chiny	12,1%	692
	5. USA	8,3%	474
	6. Francja	7,3%	415
	7. Szwajcaria	5,5%	313
	8. Włochy	3,7%	211
	9. Holandia	2,9%	164
	10. Tajwan	2,5%	140
	...		
	21. Polska	0,3%	14,6

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Rynek kosmetyków i higieny osobistej w Hongkongu – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	438	659	144	212	176	122	1 749
2017	457	689	146	215	178	127	1 811
2018	473	717	148	218	179	132	1 867
2019 (P)	488	740	150	220	181	136	1 916
2020 (P)	500	760	152	223	183	141	1 958
2021 (P)	509	775	154	226	184	144	1 992
2022 (P)	517	787	156	228	186	147	2 043
2023 (P)	522	796	158	230	187	149	2 043
CAGR (2016-2023)	2,5%	2,7%	1,3%	1,2%	0,9%	2,9%	2,2%

Źródło: Statista

FRANCJA

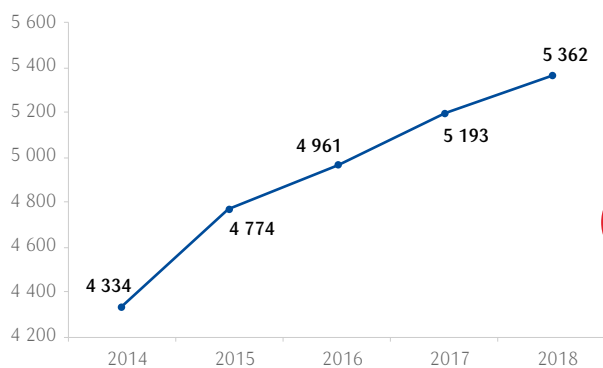
Struktura importu branży kosmetycznej we Francji w 2018 r.



20%	Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
18%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
16%	Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
7%	Perfumy i wody toaletowe
7%	Preparaty do malowania oczu
6%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych
4%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
3%	Preparaty do malowania ust
3%	Pudry, nawet prasowane
3%	Szampony do włosów
14%	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 2014-2018 wzrost o 23,7% z **4,3 mld EUR** do **5,4 mld EUR**.

W strukturze francuskiego importu dominującą pozycję zajmuje Szwajcaria z udziałem wynoszącym 16,3%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 110 mln EUR stanowiły w 2017 r. 2,0% importu Francji, co dało Polsce 12. miejsce wśród dostawców branży do Francji.

W latach 2016-2018 francuski rynek kosmetyków i higieny osobistej wzrósł o 0,6% z poziomu 12 273 mln EUR do 12 348 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 0,2% (CAGR 2018-2023) do 12 496 EUR.

Największy udział we francuskim rynku w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry (27,4%), której sprzedaż wyniosła 3 379 mln EUR.

Top 10 Dostawców + Polska

Francja (5 362 mln EUR)	Kraj	Udział	mln EUR
	1. Szwajcaria	16,3%	876
	2. Niemcy	11,6%	621
	3. Włochy	11,0%	588
	4. Irlandia	9,3%	500
	5. USA	7,9%	425
	6. Hiszpania	7,0%	374
	7. Wlk. Brytania	5,8%	314
	8. Holandia	5,0%	269
	9. Belgia	3,2%	171
	10. Francja	2,5%	136
	...		
	12. Polska	2,0%	110

Źródło: International Trade Center (HS 33)

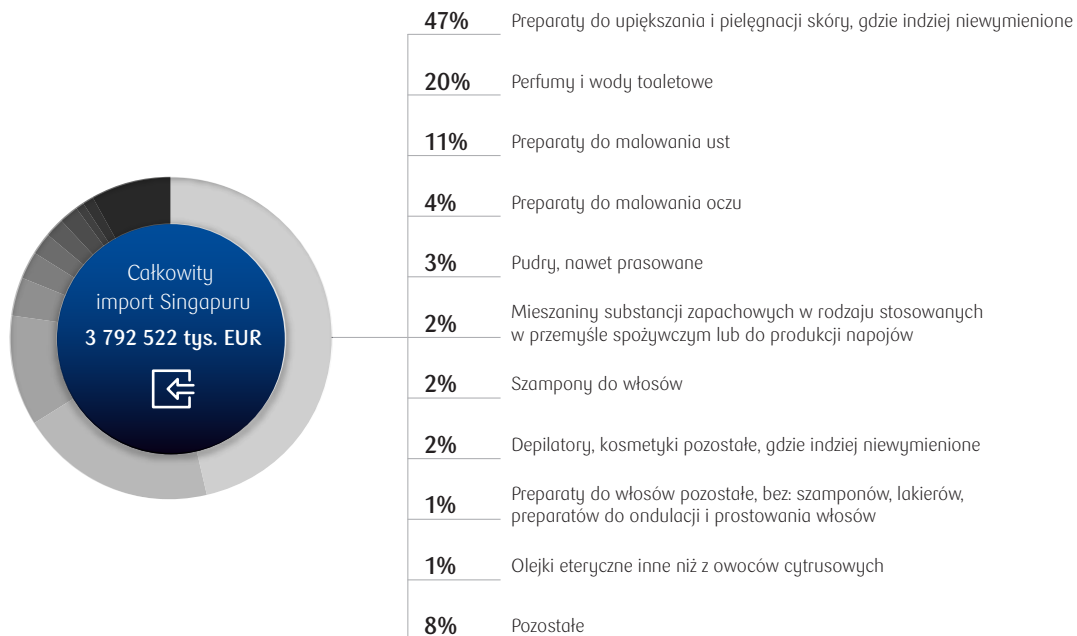
Rynek kosmetyków i higieny osobistej we Francji – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	1 441	3 365	2 261	1 784	2 280	1 140	12 273
2017	1 448	3 372	2 266	1 782	2 274	1 169	12 311
2018	1 454	3 379	2 271	1 779	2 269	1 196	12 348
2019 (P)	1 460	3 386	2 275	1 776	2 265	1 222	12 384
2020 (P)	1 466	3 392	2 279	1 774	2 261	1 245	12 417
2021 (P)	1 472	3 398	2 282	1 772	2 258	1 266	12 447
2022 (P)	1 477	3 403	2 285	1 770	2 256	1 283	12 473
2023 (P)	1 481	3 407	2 287	1 768	2 254	1 298	12 496
CAGR (2016-2023)	0,4%	0,2%	0,2%	-0,1%	-0,2%	1,9%	0,3%

Źródło: Statista

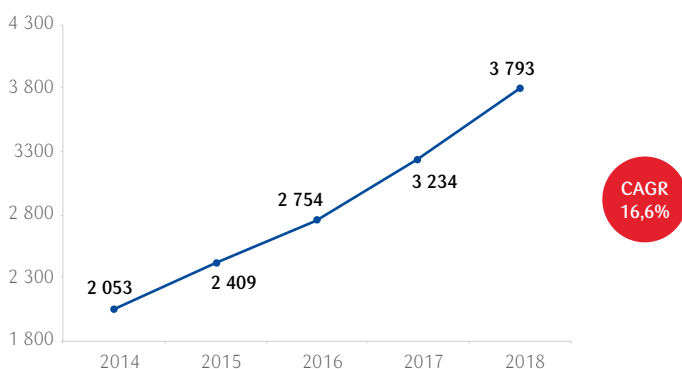
SINGAPUR

Struktura importu branży kosmetycznej w Singapurze w 2018 r.



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Singapuru (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Singapuru zanotował w latach 2014–2018 wzrost o 84,8% **z 2,0 mld EUR do 3,8 mld EUR**. Ponad 85% wszystkich importowanych kosmetyków jest dalej reeksportowanych, zwłaszcza do krajów Azji Południowej.

W strukturze importu Singapuru dominującą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 37,5%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 12 mln EUR stanowiły w 2018 r. 0,3% importu Singapuru, co dało Polsce 22. miejsce wśród dostawców branży.

W latach 2016–2018 rynek kosmetyków i higieny osobistej Singapuru wzrósł o 7,0% z poziomu 956 mln EUR do 1 023 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 2,1% (CAGR 2018-2023) do 1 136 mln EUR.

Największy udział w rynku Singapuru w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry (39,9%), której sprzedaż wyniosła 408 mln EUR.

Według danych portalu Statista prognozuje się, iż w 2019 r. przeciętny mieszkaniec Singapuru wyda na produkty kosmetyczne i do higieny osobistej 175,24 EUR.

Top 10 Dostawców + Polska

Singapur (3 793 mln EUR)	Kraj	Udział	mln EUR
	1. Francja	37,5%	1 424
	2. USA	14,1%	536
	3. Japonia	8,9%	338
	4. Chiny	4,9%	186
	5. Korea Płd.	4,8%	182
	6. Niemcy	4,2%	160
	7. Wlk. Brytania	4,1%	157
	8. Włochy	3,8%	145
	9. Hiszpania	1,8%	70
	10. Szwajcaria	1,7%	63
	...		
	22. Polska	0,3%	12

Źródło: International Trade Center (HS 33)

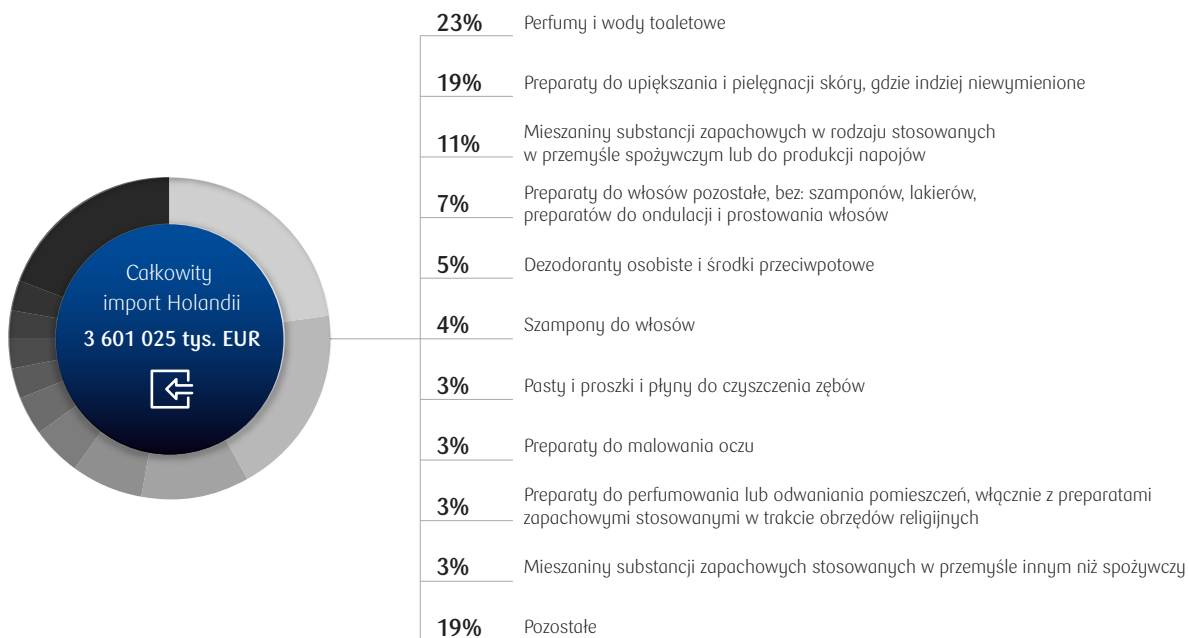
Rynek kosmetyków i higieny osobistej w Singapurze – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	151	379	87	122	144	74	956
2017	157	394	88	126	150	77	991
2018	161	408	89	130	156	79	1 023
2019 (P)	166	419	90	133	161	82	1 051
2020 (P)	169	429	91	137	166	84	1 077
2021 (P)	172	438	93	140	171	86	1 099
2022 (P)	175	445	94	143	174	88	1 119
2023 (P)	177	451	95	146	178	90	1 136
CAGR (2016-2023)	2,3%	2,5%	1,3%	2,6%	3,1%	2,8%	2,5%

Źródło: Statista

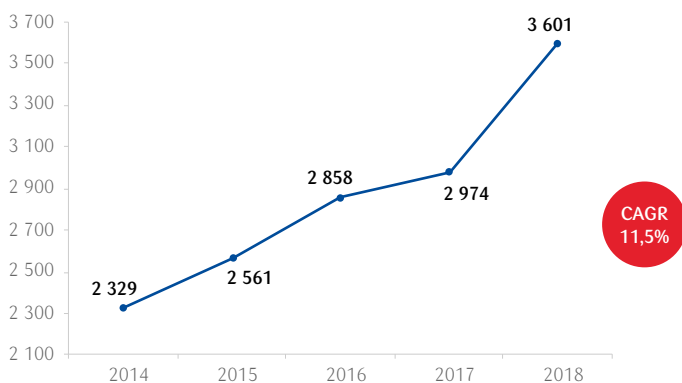
HOLANDIA

Struktura importu branży kosmetycznej w Holandii w 2018 r.



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Holandii (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Holandii zanotował w latach 2013–2017 wzrost o 54,6% z **2,3 mld EUR do 3,6 mld EUR**.

W strukturze holenderskiego importu dominującą pozycję zajmują USA z udziałem wynoszącym 16,7%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 81 mln EUR stanowiły w 2018 r. 2,3% importu Holandii, co dało Polsce 10. miejsce wśród dostawców branży.

W latach 2016–2018 holenderski rynek kosmetyków i higieny osobistej wzrósł o 1,3% z poziomu 2 855 mln EUR do 2 892 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 0,5% (CAGR 2018-2023) do 2 965 mln EUR.

Największy udział w holenderskim rynku w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji włosów (19,3%), której sprzedaż w Holandii wyniosła 558 mln EUR. Według danych portalu Statista prognozuje się, iż w 2019 r. przeciętny mieszkaniec Holandii wyda na produkty kosmetyczne i do higieny osobistej 166,08 EUR.

Top 10 Dostawców

	Kraj	Udział	mln EUR
Holandia (3 601 mln EUR)	1. USA	16,7%	600
	2. Niemcy	16,2%	583
	3. Belgia	15,0%	540
	4. Wlk. Brytania	7,7%	278
	5. Francja	7,4%	266
	6. Hiszpania	4,8%	172
	7. Irlandia	4,3%	154
	8. Włochy	4,0%	145
	9. Chiny	3,4%	123
	10. Polska	2,3%	81

Źródło: International Trade Center (HS 33)

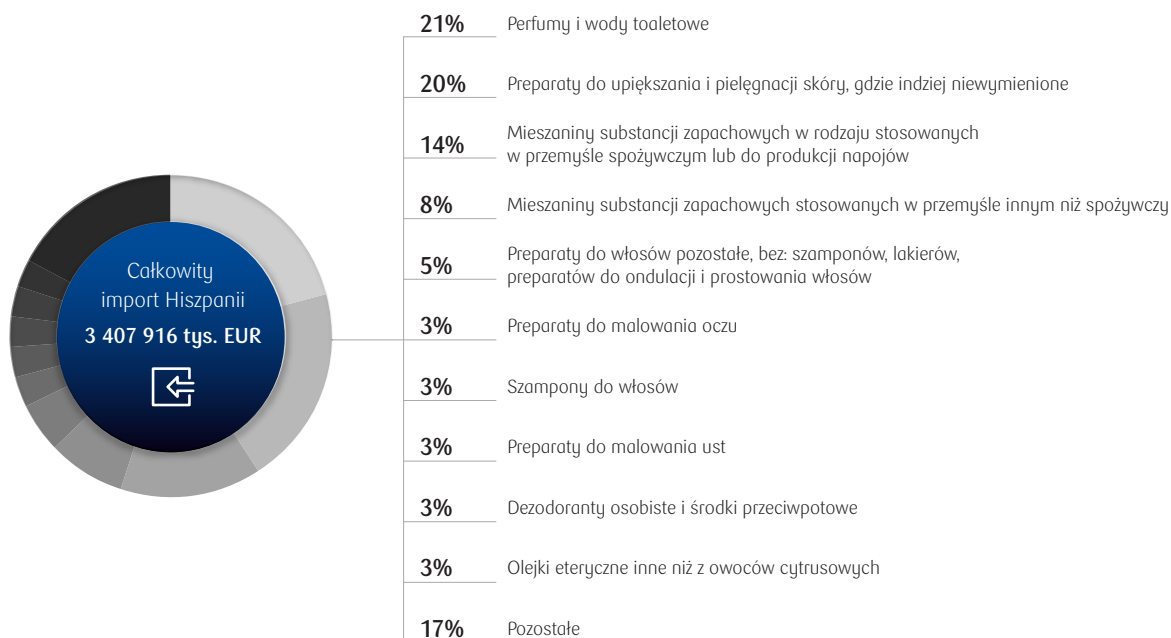
Rynek kosmetyków i higieny osobistej w Holandii – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	484	537	476	552	453	353	2 855
2017	491	538	478	555	457	357	2 874
2018	496	538	479	558	460	360	2 892
2019 (P)	502	539	481	561	464	363	2 909
2020 (P)	506	539	483	563	467	366	2 925
2021 (P)	510	539	485	566	471	369	2 940
2022 (P)	514	540	486	568	473	372	2 953
2023 (P)	517	540	488	570	476	374	2 965
CAGR (2016-2023)	0,9%	0,1%	0,4%	0,5%	0,7%	0,8%	0,5%

Źródło: Statista

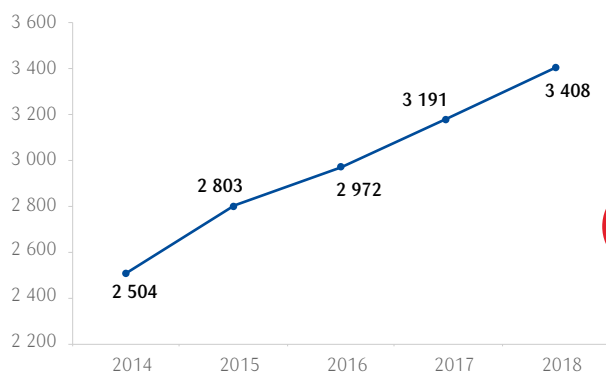
HISZPANIA

Struktura importu branży kosmetycznej w Hiszpanii w 2018 r.



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 2014–2018 wzrost o 36,1% z **2,5 mld EUR do 3,4 mld EUR**.

W strukturze hiszpańskiego importu dominującą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 36,8%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 113 mln EUR stanowiły w 2018 r. 3,38% importu Hiszpanii, co dało Polsce 7. miejsce wśród dostawców branży.

W latach 2016–2018 hiszpański rynek kosmetyków i higieny osobistej wzrósł o 0,1% z poziomu 6 755 mln EUR do 6 783 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 0,1% (CAGR 2018–2023) do 6 826 mln EUR.

Największy udział w hiszpańskim rynku w 2018 r. miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry (21,3%), której sprzedaż w Hiszpanii wyniosła 1 446 mln EUR. Według danych portalu Statista prognozuje się, iż w 2019 r. przeciętny mieszkaniec Hiszpanii wyda na produkty kosmetyczne i do higieny osobistej 142,99 EUR.

Top 10 Dostawców

	Kraj	Udział	mln EUR
Hiszpania (3 408 mln EUR)	1. Francja	36,8%	1 255
	2. Niemcy	13,3%	454
	3. Irlandia	10,4%	355
	4. Włochy	7,9%	268
	5. Wlk. Brytania	5,9%	201
	6. Holandia	5,3%	179
	7. Polska	3,3%	113
	8. Belgia	2,7%	93
	9. Chiny	2,4%	83
	10. USA	1,9%	65

Źródło: International Trade Center (HS 33)

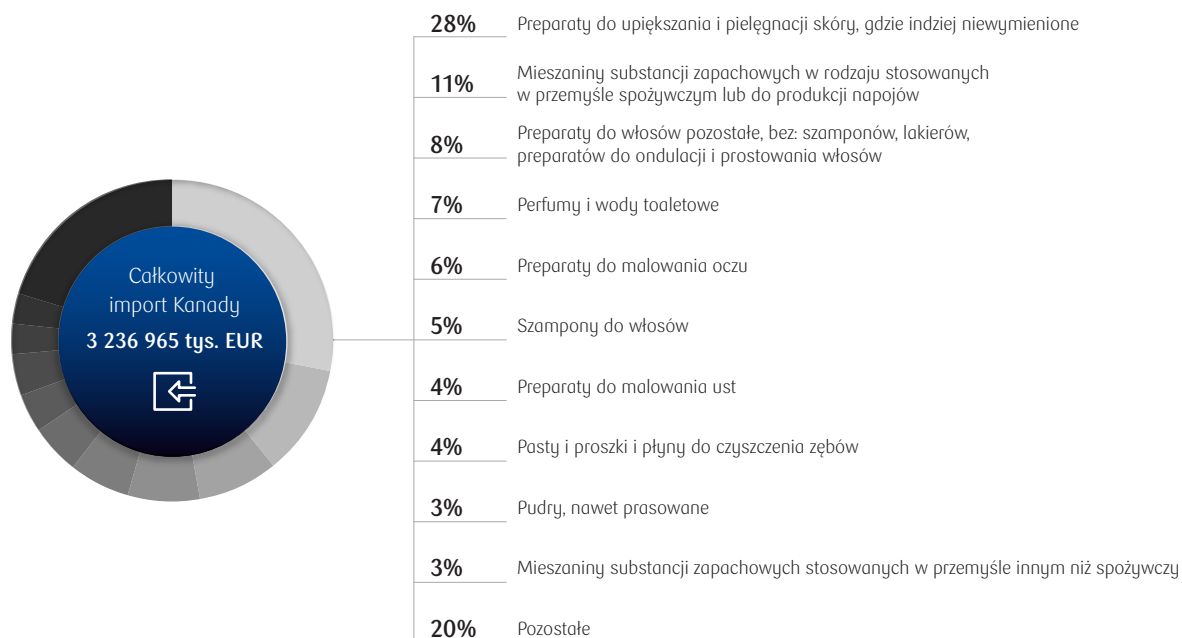
Rynek kosmetyków i higieny osobistej w Hiszpanii – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	962	1 459	1 211	1 123	1 342	677	6 775
2017	980	1 452	1 187	1 125	1 352	683	6 779
2018	995	1 446	1 167	1 127	1 361	688	6 783
2019 (P)	1 009	1 442	1 151	1 128	1 368	692	6 790
2020 (P)	1 020	1 438	1 140	1 129	1 375	696	6 798
2021 (P)	1 030	1 436	1 132	1 130	1 381	699	6 807
2022 (P)	1 038	1 434	1 127	1 131	1 385	702	6 817
2023 (P)	1 045	1 433	1 124	1 131	1 389	704	6 826
CAGR (2016–2023)	1,2%	-0,3%	-1,1%	0,1%	0,5%	0,6%	0,1%

Źródło: Statista

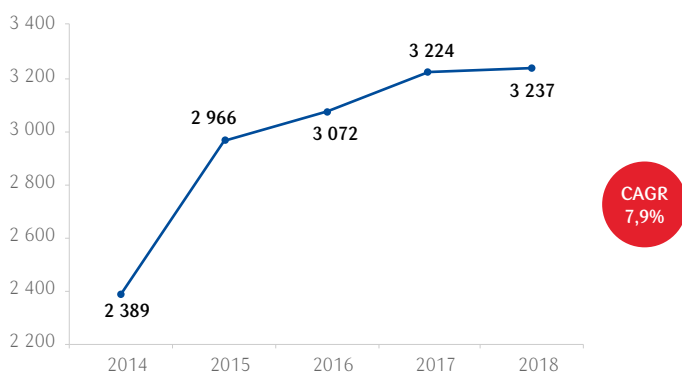
KANADA

Struktura importu branży kosmetycznej w Kanadzie w 2018 r.



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Kanady (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

Import kosmetyków do Kanady zanotował w latach 2014-2018 wzrost o 35,5% z **2,4 mld EUR do 3,2 mld EUR**.

W strukturze kanadyjskiego importu dominującą pozycję zajmują USA z udziałem wynoszącym 63,2%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 4 mln EUR stanowiły w 2018 r. 0,1% importu Kanady, co dało Polsce 24. miejsce wśród dostawców branży do Kanady.

W latach 2016-2018 kanadyjski rynek kosmetyków i higieny osobistej wzrósł o 4,1% z poziomu 6 496 mln EUR do 6 763 mln EUR. Prognozowany jest dalszy wzrost rynku w tempie 1,5% (CAGR 2018-2023) do 7 292 mln EUR.

Największy udział w rynku (24,8%) miała kategoria kosmetyków do pielęgnacji skóry, której sprzedaż w Kanadzie wyniosła 1 677 mln EUR w 2018 r.

Według danych portalu Statista prognozuje się, iż w 2019 r. przeciętny mieszkaniec Kanady wyda na produkty kosmetyczne i do higieny osobistej 180,64 EUR.

Top 10 Dostawców + Polska

Kanada (3 237 mln EUR)	Kraj	Udział	mln EUR
	1. USA	63,2%	2 047
	2. Francja	8,8%	286
	3. Włochy	5,5%	178
	4. Chiny	3,6%	115
	5. Wlk Brytania	2,6%	84
	6. Meksyk	2,4%	77
	7. Niemcy	1,9%	62
	8. Irlandia	1,8%	58
	9. Korea Płd.	1,6%	52
	10. Japonia	1,3%	39
	...		
	24. Polska	0,1%	4

Źródło: International Trade Center (HS 33)

Rynek kosmetyków i higieny osobistej w Kanadzie – wartość przychodów (mln EUR)

Rok	Kosmetyki do makijażu	Pielęgnacja skóry	Kosmetyki do higieny osobistej	Pielęgnacja włosów	Perfumy i zapachy	Higiena jamy ustnej	Suma
2016	1 151	1 588	1 205	1 081	717	754	6 496
2017	1 168	1 634	1 231	1 101	728	770	6 632
2018	1 183	1 677	1 257	1 121	739	786	6 763
2019 (P)	1 198	1 716	1 282	1 140	749	800	6 886
2020 (P)	1 211	1 751	1 308	1 157	759	812	7 000
2021 (P)	1 224	1 783	1 334	1 173	768	824	7 106
2022 (P)	1 235	1 811	1 360	1 188	777	833	7 203
2023 (P)	1 245	1 835	1 385	1 200	785	841	7 292
CAGR (2016-2023)	1,1%	2,1%	2,0%	1,5%	1,3%	1,6%	1,7%

Źródło: Statista

Targi branżowe w 2019/2020

Finlandia

Helsinki, 18-20.10.2019 r., Beauty

Targi branży kosmetycznej.

Węgry

Budapeszt, 18-20.10.2019 r., Beauty & Style

Targi dedykowane branży kosmetycznej i odzieżowej.

Irlandia

Dublin, 20-21.10.2019 r., Professional Beauty Ireland

Targi branży kosmetycznej dla profesjonalistów.

Hiszpania

Barcelona, 23-24.10.2019 r., Cosmetorium

Wystawa połączona z konferencją dotyczącą tworzenia i produkcji kosmetyków i środków do pielęgnacji.

Barcelona, 31.03-02.04.2020 r., In-cosmetics global Barcelona

Międzynarodowa wystawa, na której prezentowane są produkty z branży kosmetycznej.

Turcja

Stambuł, 24-26.10.2019 r., Cosmetics & Home Care Ingredients

Targi dotyczące kosmetyków do makijażu oraz produktów do pielęgnacji.

Grecja

Peania, 02-04.11.2019 r., Beauty Greece Peania

Międzynarodowa wystawa poświęcona kosmetykom.

Tajlandia

Bangkok, 05-07.11.2019 r., in-cosmetics Asia Bangkok

Międzynarodowe targi oferujące szeroki zakres treści naukowych, technicznych i handlowych z branży kosmetycznej.

Korea

Seul, 23-25.04.2020 r. Cosmobeauty Seoul

Wystawa produktów do pielęgnacji i makijażu.

Stany Zjednoczone

Nowy Jork, 03-04.05.2020 r., The Makeup Show NYC

Targi dotyczące produktów do makijażu.

Niemcy

Hanower, 16-17.05.2020 r., Cosmetica Hannover

Wystawa produktów do makijażu.

Monachium, 17-18.06.2020 r., Cosmetic Business

Targi dedykowane producentom branży kosmetycznej.

Frankfurt, 26-27.06.2020 r., Cosmetica Frankfurt

Międzynarodowa wystawa produktów kosmetycznych.

Japonia

Tokio, 20-22.04.2020 r., Beautyworld Japan

Targi dla przedstawicieli branży kosmetycznej.

Jokohama, 19-21.05.2021 r., CITE Japan

Targi dotyczące technologii produkcji kosmetyków i wykorzystywanych składników.

Chiny

Szanghaj, 19-21.05.2020 r., China Beauty Expo

Międzynarodowe targi kosmetyków i produktów do makijażu.

Rosja

Krasnodar, 27-29.05.2020 r., Beauty Show Krasnodar

Targi perfumeryjne, kosmetyków i akcesoriów do salonów fryzjerskich, kosmetycznych i drogerii.

Zjednoczone Emiraty Arabskie

Dubaj, 31.05-02.06.2020 r., Beautyworld Middle East Dubai

Międzynarodowe targi kosmetyków, produktów zdrowotnych i pielęgnacyjnych, perfum oraz obiektów spa.

Indie

Nowe Delhi, 06-07.07.2020 r., Professional Beauty Delhi

Międzynarodowa wystawa produktów kosmetycznych, usług oraz sprzętu.





White
Grace

PKO Bank Polski

dostawcą kompleksowych rozwiązań w ekspansji zagranicznej firm

PKO Bank Polski wspiera aktywność międzynarodową polskich firm i rozwija się podążając za swoimi klientami. Bank oferuje polskim przedsiębiorcom kompleksowe rozwiązania pomocne w ekspansji na zagraniczne rynki.

BANKOWOŚĆ KORESPONDENCKA

PKO Bank Polski posiada ponad 1300 wymienionych kluczy SWIFT z wiodącymi bankami zagranicznymi na całym świecie. Prowadzi rozliczenia w 23 walutach światowych, również w tak rzadkich walutach jak dolar hongkoński, nowozelandzki, singapurski czy rand RPA. Ponadto, już ponad 200 czołowych banków z całego świata powierzyło PKO BP prowadzenie swoich rachunków korespondenckich Loro, w Polsce. Bank ciągle rozbudowuje infrastrukturę i sieć korespondencką, kierując się w znacznej mierze rosnącymi potrzebami polskich firm eksportowych. Aktualnie poprzez szeroką sieć rachunków Nostro, w najważniejszych krajach i walutach, Bank umożliwia swoim klientom rozliczenia na całym świecie.

WSPARCIE EKSPORTU

Platforma Wsparcia Eksportu to portal internetowy dla firm, które działają lub chcą zaistnieć na zagranicznych rynkach.

Serwis zawiera:

- dostęp do raportów weryfikujących wiarygodność partnerów zagranicznych,
- informacje o aktualnej sytuacji na 130 rynkach zagranicznych,
- raporty na temat rozwoju wybranych branż na świecie,
- bazę międzynarodowych targów i wydarzeń handlowych,
- kompendium wiedzy na temat zasad prowadzenia działalności eksportowej,
- poradnik o tym jak ograniczyć ryzyka związane z handlem międzynarodowym,
- produkty finansowe dopasowane do Twoich potrzeb, które będą wsparciem w eksporcie.



FINANSOWANIE HANDLU

PKO Bank Polski oferuje szeroką paletę produktów finansowania handlu, które pozwalają firmom prowadzącym handel zagraniczny:

- podnieść konkurencyjność,
- poprawić efektywność rozliczeń,
- zapewnić bezpieczeństwo transakcji,
- ograniczyć ryzyko handlowe, polityczne i prawne.

Wybrane produkty stosowane w handlu międzynarodowym:

Akredytywa dokumentowa

Forma rozliczenia transakcji handlowej. Bank Zleceniodawcy (importera/kupującego), zobowiązuje się wobec Beneficjenta akredytywy (eksportera/sprzedającego) do zapłaty ustalonej kwoty. Wypłata następuje po przedstawieniu przez Beneficjenta odpowiednich dokumentów sprzedażowych zgodnych z warunkami określonymi w akredytywie. Przedmiotem akredytywy dokumentowej mogą być zarówno towary, jak i usługi.

Inkaso dokumentowe eksportowe

Forma rozliczenia transakcji handlowej pomiędzy importerem i eksporterem, w której bank pośredniczący wydaje importerowi dokumenty handlowe (np. faktury, dokumentację transportową) po dokonaniu zapłaty, wystawieniu lub akceptacji weksla z określonym terminem zapłaty. Banki biorące udział w obsłudze inkasa nie podejmują własnego zobowiązania do zapłaty – zajmują się wyłącznie dokumentacją. W inkasie dokumentowym eksportowym PKO Bank Polski reprezentuje interesy eksportera (podawcy inkasa).

Gwarancja Bankowa własna w obrocie zagranicznym

To samodzielne, pisemne zobowiązanie banku do zapłaty Beneficjentowi gwarancji (importerowi) kwoty wskazanej w gwarancji (sumy gwarancyjnej). Jest realizowana, gdy Zleceniodawca gwarancji (eksporter) nie wywiąże się ze swoich zobowiązań umownych wobec Beneficjenta. Wypłata następuje po przedstawieniu przez Beneficjenta zadania wypłaty zgodnego z warunkami gwarancji (złożonego w terminie ważności gwarancji). Gwarancja jest instrumentem działającym niezależnie od ważności podstawowego stosunku prawnego (np. umowy handlowej) między Zleceniodawcą i Beneficjentem.

BIURO FINANSOWANIA HANDLU

Tel. + 48 22 521 69 89

tradeservice@pkobp.pl

<https://www.pkobp.pl/korporacje-i-samorzady/finansowanie-handlu/>

iPKO biznes dla klientów w Polsce oraz Oddziałów zagranicznych Banku

Serwis bankowości elektronicznej dla przedsiębiorstw. Jest przystosowany do zarządzania finansami podmiotów o rozbudowanej strukturze, w tym także posiadających oddziały za granicą. Umożliwia przypisanie uprawnień dla użytkowników. iPKO biznes umożliwia również połączenie danych z różnych systemów księgowych, kadrowych (poprzez import/eksport odpowiednich plików) oraz realizację przelewów masowych (np. wypłat wynagrodzeń). Serwis jest dostępny w językach: polskim, angielskim, niemieckim i czeskim. Z wybranych funkcji iPKO biznes można korzystać także poprzez aplikację mobilną.

iPKO dealer – zaawansowany kantor internetowy dla firm

- Zawieranie transakcji natychmiastowych (FX Spot) w godz. 7.00 – 23.00 w dni robocze.
- Zawieranie transakcji pochodnych (FX Forward i FX Swap).
- Zawieranie wielu transakcji wymiany walut jednocześnie (Seria transakcji FX).
- Zawieranie lokat negocjowanych na okres od 1 dnia do 1 roku.
- Tworzenie powiadomień SMS (Alert) oraz zleceń warunkowych wymiany walut (Order).
- Możliwość zmiany terminu rozliczenia transakcji FX Forward oraz FX Swap (RollOver i RollBack).
- Zamykanie otwartych transakcji w celu rozliczenia netto.
- Unikalna możliwość zawierania transakcji pod konkretne transfery zagraniczne bez konieczności posiadania rachunków walutowych (Inna Operacja Bankowa).





TIME	DISTANCE	PACE	INVERTED MILES	NOTES
31.85	3.19	4.35	6.90	

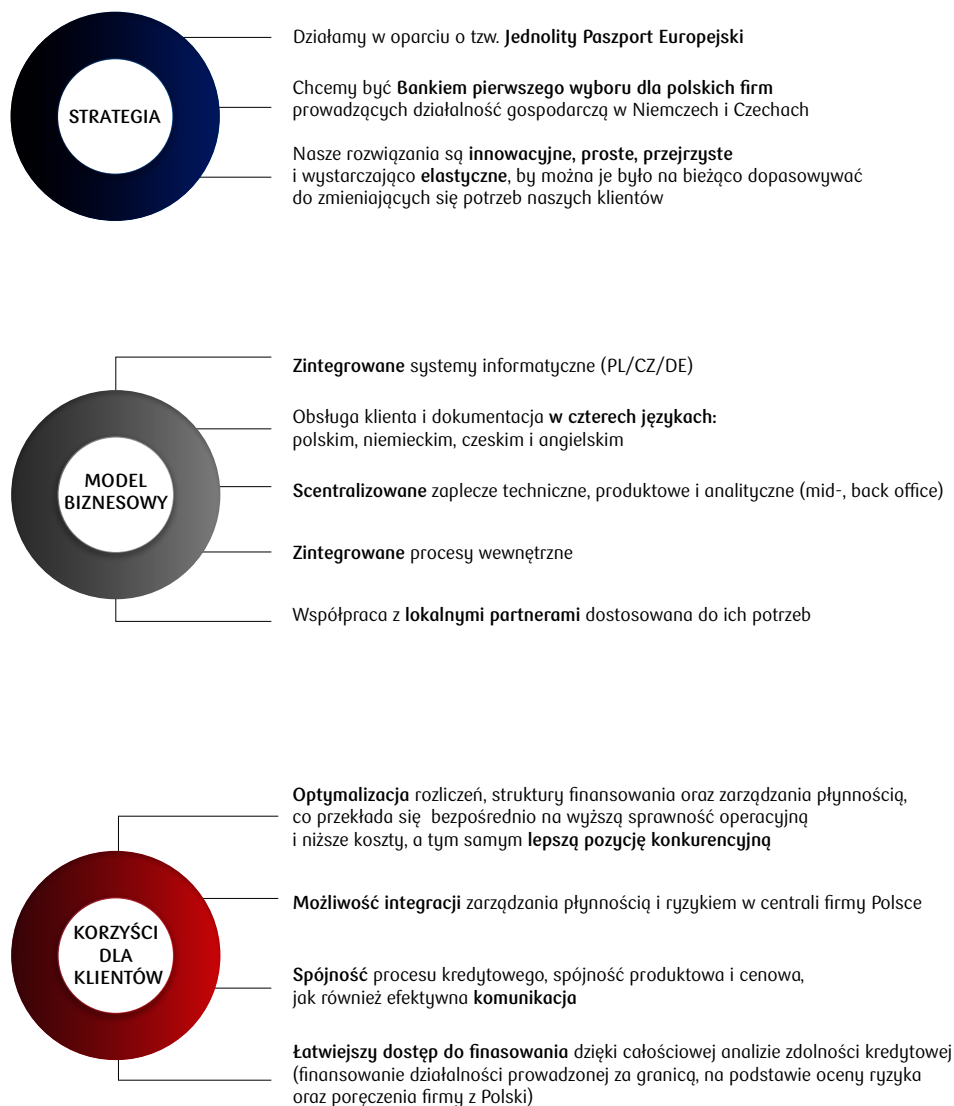


LOKALNA OBECNOŚĆ NA WYBRANYCH RYNKACH ZAGRANICZNYCH

Oddziały w Niemczech i Czechach

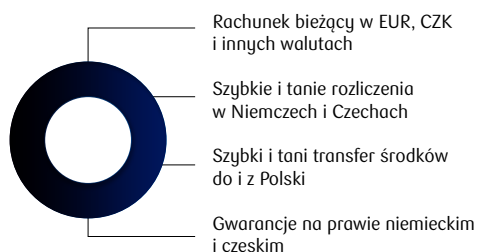
PKO Bank Polski jest obecny w krajach o największej aktywności polskich firm – prowadzi oddziały w Niemczech i Czechach.

Model biznesowy i oferta oddziałów zagranicznych PKO Banku Polskiego odpowiedzią na potrzeby naszych klientów

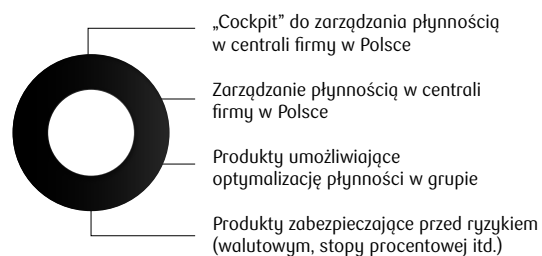


Oferta oddziałów zagranicznych PKO Banku Polskiego

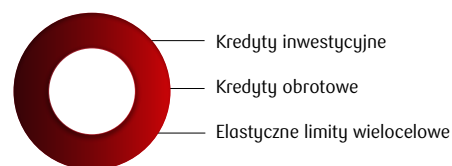
ROZLICZENIA Z KONTRAHENTAMI



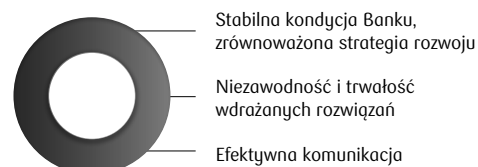
ZARZĄDZANIE RYZYKIEM



FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI FIRMY



BEZPIECZEŃSTWO I TRWAŁOŚĆ RELACJI



ODDZIAŁ W NIEMCZECH**PKO Bank Polski S.A.****Niederlassung Deutschland**

Tel. + 48 22 517 76 80

Niederlassung.Deutschland@pkobp.pl

www.pkobp.pl/german-branch**ODZIAŁ W CZECHACH****PKO BP S.A.****Czech Branch**

Tel. +48 22 561 49 50

czech.branch@pkobp.pl

www.pkobp.pl/czech-branch**Kredobank SA w Ukrainie**

PKO Bank Polski jest obecny również na Ukrainie, gdzie jest właścicielem 99,6% akcji KREDO BANK SA z centralą we Lwowie, który wspiera pod względem technologii oraz know-how. Korzyści dla klientów korzystających z usług KREDO BANK SA:

- Dostęp do usług największego banku Ukrainy Zachodniej, oferującego pełną paletę usług bankowych dla klientów indywidualnych, a także dla firm małych, średnich i dużych.
- Dedykowany pakiet „Biznes Ukraińsko-Polski”.

KREDO BANK S.A.**Centrum Rozwoju Biznesu****Ukraińsko-Polskiego**

Tel.: +38 032 297 23 90

iryna.antoschenko@kredobank.com.ua

www.kredobank.com.ua

Słownik pojęć i źródeł

Świat

Dane dotyczące wartości rynku kosmetycznego na świecie podane są zgodnie z danymi portalu Statista. Wartość rynku kosmetycznego oznacza całkowitą wartość przychodów z tytułu sprzedaży produktów kosmetycznych na danym rynku.

Największe światowe rynki kosmetyczne

Dane dotyczące największych światowych rynków kosmetycznych zostały podane według cen detalicznych zgodnie z danymi raportów rocznych stowarzyszenia Cosmetics Europe.

Wielkość rynku oraz konsumpcja kosmetyków w Europie

Obejmuje wszystkie 28 krajów Unii Europejskiej oraz Norwegię i Szwajcarię i zostały podane zgodnie z danymi z raportów rocznych stowarzyszenia Cosmetics Europe według cen detalicznych.

Eksport, Import

Dane wg zharmonizowanego systemu klasyfikacji (ang. Harmonized System, HS) opracowanego przez Światową Organizację Celną pod numerem 33 i publikowanego na stronie International Trade Center <http://www.trademap.org>

Polska

Dane dotyczące liczby pracowników oraz liczby firm w Polsce, wartość produkcji w Polsce w cenach produkcyjnych zostały podane według danych z Eurostat wg Statystycznej Klasyfikacji Działalności Gospodarczej we Wspólnocie Europejskiej, Rev. 2 (NACE Rev. 2) <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

Informacje o sytuacji na rynkach w poszczególnych krajach

Informacje dotyczące rynków: USA, Chin, Niemiec, Wlk. Brytanii, Hongkongu, Francji, Singapuru, Holandii, Hiszpanii i Kanady opracowano w oparciu o dane portalu Statista o rynkach kosmetyków w tych poszczególnych krajach.



DEPARTAMENT STRATEGII I ANALIZ MIĘDZYNARODOWYCH

PKO Bank Polski S.A.

ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa

wspieramy.eksport@pkobp.pl

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.