



Syntetyczna informacja nt. rynku kosmetyków w Norwegii

Populacja Norwegii jest stosunkowo nieliczna i wynosi nieco ponad 5 mln mieszkańców. Odnosząc tę wielkość do liczby ludności Polski, rynek norweski jest relatywnie niewielki. Jednakże biorąc pod uwagę chociażby średnie miesięczne wynagrodzenie w norweskiej gospodarce – wynoszące wg Norweskiego Biura Statystycznego 38,5 tys. NOK (ok. 20 tys. zł) – potencjał nabywczy norweskich gospodarstw domowych jest znaczący. Według danych publikowanych przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy PKB *per capita* (mierzony wg parytetu siły nabywczej) w Norwegii w 2013 r. wyniósł 54,9 tys. dol., podczas gdy dla Polski wartość ta osiągnęła poziom 21,2 tys. dol.

Wielkość norweskiego rynku kosmetyków mierzona wartością ich sprzedaży w 2012 r. wyniosła 9,8 mld NOK. Oznacza to, że od 2007 r. rynek ten wzrósł o ponad 10%, podczas gdy jego polski odpowiednik o ponad 30%. Wraz z rosnącym popytem konsumpcyjnym norweskiego rynku kosmetycznego, systematycznie zwiększa się również eksport polskich produktów na lokalny rynek. Warto tu podkreślić, że przyrost ten jest wyższy niż sama dynamika wyceny rynku (**Tabela B**), co oznacza, że polscy przedsiębiorcy nie tylko skutecznie zdobywają nowych klientów na norweskim rynku, ale również wygrywają konkurencję z innymi producentami, przejmując ich dotychczasową pozycję.

Tab. A. Sprzedaż kosmetyków w poszczególnych grupach w latach 2007-2012 (w mln NOK)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1. Kosmetyki do pielęgnacji skóry	1 655	1 700	1 710	1 725	1 705	1 705
Kosmetyki do demakijażu i zmywania twarzy	465	490	495	520	515	520
Całkowita sprzedaż w grupie	2 120	2 190	2 205	2 245	2 220	2 225
Zmiana w stosunku do roku poprzedzającego %	x	3,3	0,7	1,8	-1,1	0,2
2. Kosmetyki przeciwsłoneczne	355	320	400	390	335	365
Zmiana w stosunku do roku poprzedzającego %	x	-9,9	25,0	-2,5	-14,1	9,0
3. Do pielęgnacji włosów						
Szampony	780	800	800	770	760	765
Balsamy	330	350	335	310	300	300
Środki do stylizacji	595	600	575	610	595	595
Środki do barwienia	510	530	515	525	515	540
Całkowita sprzedaż w grupie	2 215	2 280	2 225	2 215	2 170	2 200
Całkowita sprzedaż w grupie	x	2,9	-2,4	-0,4	-2,0	1,4
4. Kosmetyki kolorowe						
do pielęgnacji paznokci,	85	95	100	135	150	200



Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Oslo

szminki, błyszczaki itp.,	410	430	390	405	420	425
do makijażu oczu,	635	675	740	775	800	790
do makijażu twarzy	435	460	465	480	490	515
Całkowita sprzedaż w grupie	1 565	1 660	1 695	1 795	1 860	1 930
Zmiana w stosunku do roku poprzedzającego %	x	6,1	2,1	5,9	3,6	3,8
5. Kosmetyki zapachowe (wody toaletowe, perfumy itp.)						
- dla kobiet	370	380	380	400	375	400
- dla mężczyzn	190	195	195	200	185	190
Całkowita sprzedaż w grupie	560	575	565	600	560	590
Zmiana w stosunku do roku poprzedzającego %	x	2,7	-1,7	6,2	-6,7	5,4
6. Kosmetyki do higieny						
Kremy i wody, toniki itp. do golenia	105	110	110	115	115	120
Środki do depilacji	55	55	55	60	55	55
Pasty do zębów	370	385	410	425	435	460
Środki do higieny jamy ustnej	140	170	220	240	250	260
Środki do mycia i kąpieli (płyny, żele, mydła itp.)	695	705	755	770	785	820
Dezodoranty, środki przeciwpotowe	455	465	490	505	515	525
Kosmetyki do pielęgnacji stóp	65	70	70	75	75	75
Kosmetyki dla niemowląt i dzieci	145	145	150	150	160	165
Całkowita sprzedaż w grupie	2 030	2 105	2 260	2 340	2 390	2 480
Zmiana w stosunku do roku poprzedzającego %	x	3,7	7,4	3,5	2,1	3,8
Całkowita sprzedaż wszystkich grup	8 845	9 130	9 350	9 585	9 535	9 790
Zmiana w stosunku do roku poprzedzającego %	x	3,2	2,4	2,5	-0,5	2,7

źródło: *Norweskie Stowarzyszenie Firm Kosmetycznych*

Dystrybucja kosmetyków w Norwegii

Największym dystrybutorem kosmetyków w Norwegii jest wywodząca się ze Szwajcarii firma Valora (<http://www.valoratrade.com/en/>), działająca na rynku Norwegii poprzez swoją spółkę - córkę Valora Trade Norway. Informacje o firmie dostępne są za pośrednictwem strony (<http://www.valoratrade.com/en/unternehmen/profile/vtno/index.php>).

Pozycję lidera Valora Trade Norway uzyskała po przejęciu w roku 2010 największego norweskiego dystrybutora kosmetyków firmy Engelschiøn Marwell Hauge AS (EMH). Udział VTN w rynku norweskim aktualnie przekracza 20%.



Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Oslo

Kolejnymi znaczącymi firmami operującymi na rynku Norwegii są:

Lp.	Firma/ Adres	Telefon/Fax	Strona w internecie[1]
1	ACO HUD Norge AS Nydalsveien 36 B NO-0484 Oslo	T:+47 23 00 70 40 F:+47 23 00 70 41	http://www.aconordic.com/
2	Amway Scandinavia Sandviksveien 26, bygg C NO-1363 Høvik	T: +47 67 81 88 13 F: +47 67 81 88 11	http://www.amway.com/
3	Elizabeth Arden Nordic Stationsparken 25 DK-2600 Glostrup, Danmark	T:+45 43 28 48 00 F: +45 43 28 48 02	http://www.elizabetharden.com/
4	Beauty Care AS Boks 78 N-2081 Eidsvoll	T: +4722 90 79 50 F: +47 63 96 00 61	http://www.beauty-care.no/
5	BeautyKick AS Storgaten 1 0155 OSLO	T: +47 23 31 11 06 F: +47 23 31 11 01	www.beautykick.no/
6	Beiersdorf AS Boks 16 Leirdal 1008	T: +47 22 90 79 50 F: +47 22 32 55 03	http://www.beiersdorf.no/
7	Bonaventura Sales AS Vollsvn. 13 H 1366 Lysaker	T: +47 67 11 59 30 F: +47 67 11 59 31	http://www.bonaventurasales.no/
8	Boots Norge AS Hoffsveien 70 C Pb 413 Skøyen 0213 OSLO	T: +47 23 25 07 00 F: +47 23 25 07 01	http://www.boots.no/
9	Colgate-Palmolive Norge AS Boks 196 1325 Lysaker	T: +47 67 59 00 25 F: +47 67 59 18 64	http://www.colgate.com/
10	Cosmedic AS Kirkeveien 7B 0260 OSLO	T: +47 24 11 29 00	http://www.cosmedic.no/
11	DermaBeauty AS Billingstadstletta 83 1396 Billingstad	T: +47 66 77 55 00	http://www.sensai-cosmetics.com/
12	Engelschiøn Marwell Hauge AS Boks 93 Lilleaker 0216 Oslo	T: +47 22 13 26 00 F: +47 22 13 26 01	http://www.emh.no/
13	Estée Lauder Cosmetics AS Industriholmen 51 DK-2650 Hvidovre, Danmark	T: +45 36 39 44 00 F: +45 36 39 44 99	http://www.esteelauder.com/
14	Johnson & Johnson Consumer Nordic Postboks 144 1325 Lysaker	T: +47 24 12 65 00	http://www.jnj.com/



Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Oslo

Znaczna część kosmetyków, podobnie jak i w wielu innych krajach, sprzedawana jest za pośrednictwem sieci aptecznych. Do najważniejszych z nich należą:

- NMD AS (Vitusapotek/Ditt Apotek) i
- Apokjeden AS (Apotek1)
- Boots Apotek

Wg informacji pochodzącej z Norweskiego Stowarzyszenia Aptek blisko 26 % wartości ich sprzedaży stanowią tzw. „other products”, w tym i kosmetyki.

Tab. B. Eksport kosmetyków z Polski do Norwegii w latach 2012-2014

	2012 [EUR]	2013 [EUR]	2014 [EUR]
Perfumy i wody toaletowe	326 304	216 943	148 807
Preparaty do upiększania i makijażu oraz preparaty do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, manicure i pedicure	951 307	1 134 121	1 324 760
Preparaty do włosów	2 266 657	2 061 401	2 407 984
Preparaty do higieny zębów lub jamy ustnej, włącznie z pastami proszkami do przytwierdzenia protez, nici dentystyczne do czyszczenia między zębowego w jednostkowych opakowaniach do sprzedaży detalicznej	6 616	4 978	6 734
Preparaty do kąpieli, depilatory i pozostałe preparaty perfumeryjne, kosmetyczne lub toaletowe, gotowe dezodoranty do pomieszczeń	341 615	358 594	309 562
Mydło, organiczne produkty i preparaty powierzchniowo czynne, stosowane jako mydło, w postaci prętów, kawałków lub innych ukształtowanych formach	1 111 137	1 063 140	1 192 718
Razem:	5 003 636	4 839 177	5 390 565
Zmiana w stosunku do roku poprzedzającego (w %)	+27,5%	-3,3%	+11,4%

źródło: INSIGOS, Ministerstwo Gospodarki,



D. Warunki eksportu, norweskie wymogi formalno-certyfikacyjne dla wyrobów kosmetycznych eksportowanych do Norwegii.

Kosmetyki jako grupa towarowa objęte są umową pomiędzy Norwegią i Unią Europejską o Europejskim Obszarze Gospodarczym i zaliczone do kategorii towarów, których eksport do Norwegii jest zwolniony z opłat celnych (strona Norweskiego Urzędu Celnego: http://www.toll.no/templates_TAD/Tolltariffen/StartPage.aspx?id=222109&epslanguage=EN).

W związku z tym, że norweska gospodarka opiera swój rozwój na przemyśle wydobywczym oraz powiązanych z nim usługach, ciężko jest natomiast mówić o przewagach konkurencyjnych w odniesieniu do rynku kosmetyków. Atrakcyjność norweskiego rynku kosmetycznego dla polskich producentów jakie można uzyskać, sprzedając tu swoje towary. Oczywiście, wiąże się to z koniecznością zaoferowania norweskiemu klientowi produktu o odpowiednio wysokiej jakości. Podejmując się analizy głównych przeszkód stojących przed polskimi przedsiębiorcami chcącymi wejść na rynek norweski ze swoim produktem – i nie dotyczy to tylko i wyłącznie sprzedaży kosmetyków – należy wymienić przede wszystkim bardzo hermetyczne kanały dystrybucji, które obsługiwane są przez dwa – trzy duże podmioty mające z reguły ponad 80-90% udziału w rynku, wysokie koszty transportu towarów oraz relatywnie niewielki rozmiar rynku (ok. 5 mln mieszkańców).

Warto podkreślić również, że znaczącą barierą jest tu ponadto kwestia promocji marki i przekonania Norwegów do swojego produktu. Dlatego też tak ważne jest tutaj skupienie się na odpowiednim przygotowaniu towaru, gdyż z doświadczenia wiemy, że najlepszym sposobem na zdobycie zaufania norweskiego konsumenta jest dostarczenie mu produktu o wysokiej jakości w rozsądnej cenie. Spośród wszystkich kwestii formalno-prawnych najbardziej problematyczna jest konieczność spełnienia wymogów dotyczących odpowiedniego oznakowania produktów. W tej kwestii należy kierować się do norweskiego urzędu odpowiedzialnego za regulację spraw związanych z importem do Norwegii artykułów kosmetycznych i chemicznych, czyli Mattilsynet – www.mattilsynet.no

