



INFORME
DE FERIAS

2018



Beauty Eurasia 2018 /14th International Cosmetics, Beauty, Hair Exhibition

Estambul
12-14 de abril 2018

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estambul

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



28 de agosto de 2018
Estambul

Este estudio ha sido realizado por
Sara Moledo Martínez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estambul.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-044-9



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Actividades de promoción llevadas a cabo por la OFECOMES	5
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Datos estadísticos de participación	7
2.1.1. Expositores	7
2.1.2. Visitantes	9
3. Tendencias y novedades presentadas	11
4. Valoración	13
4.1. Recomendaciones	13
5. Anexos	14





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

BEAUTY EURASIA 2018 – 14TH INTERNATIONAL COSMETICS, BEAUTY HAIR EXHIBITION

Fechas de celebración del evento: 12 al 14 de abril de 2018

Fechas de la próxima edición: 20 al 22 de junio de 2019

Frecuencia, periodicidad: Anual

Lugar de celebración (localización detallada):

IFM - İSTANBUL EXPO CENTER

34149 Yeşilköy – Estambul, Turquía

Horario de la feria: De 10.00 a 18.00

Precios de entrada y del espacio:

La entrada al espacio es gratuita previo registro presencial u online

Sectores y productos representados:

- Productos de cuidado personal
- Productos de belleza profesionales y para salones de belleza
- Equipamiento de salones de belleza
- Cosméticos de color
- Cosmética natural
- Productos de cuidado del cabello
- Cosmética para bebés
- Materias primas, packaging y maquinaria
- Cosméticos de marca privada y contratos de manufactura
- Cuidado de uñas
- Productos de limpieza e higiene

- Asociaciones y medios de comunicación

Otros datos de interés:

Sitio web de la feria: <http://beautyeurasia.com/en>

1.2. Actividades de promoción llevadas a cabo por la OFECOMES

Durante Beauty Eurasia 2018, no se ha realizado ninguna actividad de promoción por parte de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estambul, debido a la reducida participación de empresas españolas en la feria. La participación por parte de la OFECOME en la feria se ha limitado a la asistencia de una auxiliar administrativa y la becaria ICEX con el propósito de recopilar información para la elaboración de este informe, para lo cual se realizó una breve entrevista con Filiz Mehmedova, Directora del evento Beauty Eurasia 2018, y se visitaron a las siguientes empresas españolas, filiales o distribuidoras:

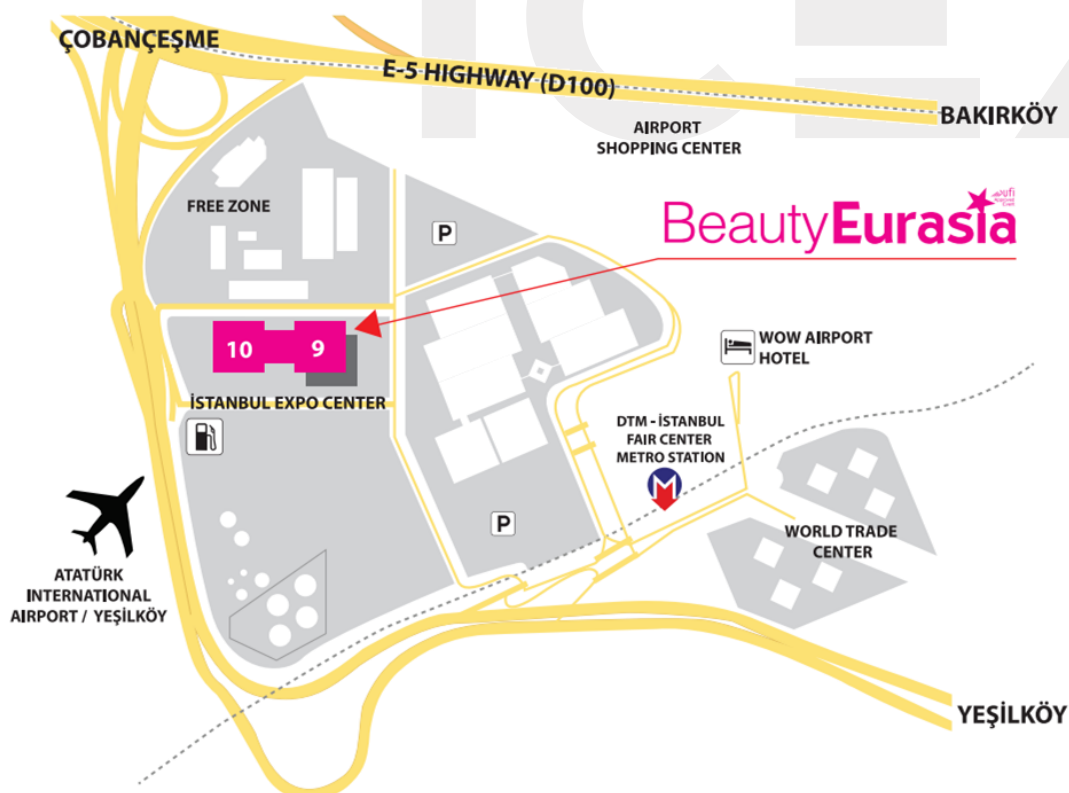
- **MCcosmetic:** Empresa de origen español y portugués que se dedica a la comercialización de tratamientos cosméticos.
- **Maystar:** Empresa española comercializadora de productos cosméticos orientada al mercado médico-estético
- **Dicadia:** Filial turca de una empresa española, que comercializa en el mercado turco con productos, principalmente, de cosmética natural, que fabrica en España y envasa en Turquía
- **Véronique:** Empresa turca que comercializa exclusivamente con productos de perfumería y aromáticos de la empresa española Jesús Gómez.

2. Descripción y evolución de la Feria

Beauty Eurasia es una de las ferias líderes de cosmética y belleza de la región, debido a su fuerte carácter internacional. Durante esta décimo cuarta edición, se han presentado en la feria los últimos avances e innovaciones en el sector cosmético.

Esta edición la ha organizado la empresa ITE Turkey, que pertenece a ITE Group y es la organizadora de más de 240 ferias y conferencias a nivel mundial, y ha tenido lugar entre los días 12 y 14 de abril en IFM (Istanbul Fuar Merkezi) en Estambul, tal y como se indica en el plano a continuación:

ILUSTRACIÓN 1. PLANO DEL ÁREA DE BEAUTY EURASIA 2018



Fuente: Sitio web Beauty Eurasia (<http://www.beautyeurasia.com/en>)

2.1. Datos estadísticos de participación

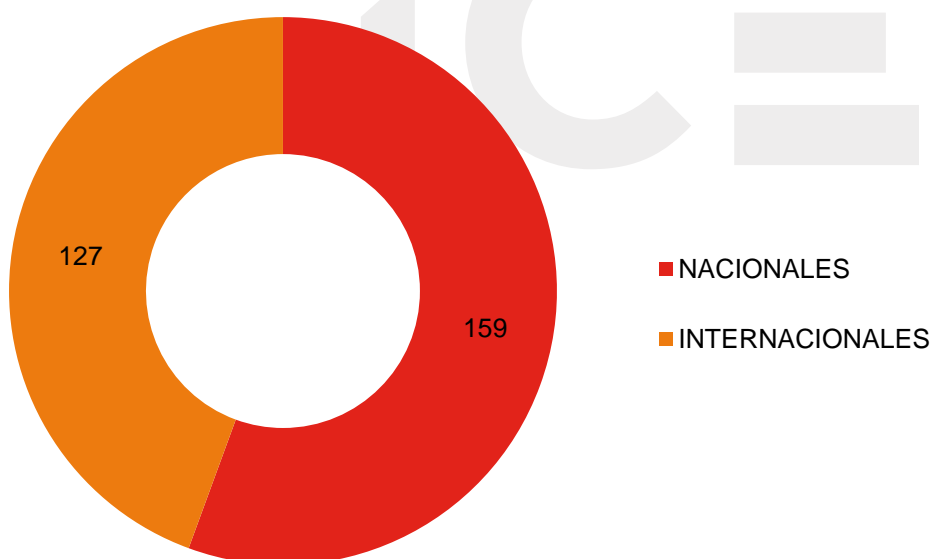
2.1.1. Expositores

Esta 14ª edición de Beauty Eurasia ha contado con 286 expositores procedentes de 25 países.

Desde la anterior edición el número de expositores ha aumentado un 10,85% desde 258 a 286 expositores. Sin embargo, el espacio expositivo ha sido el mismo que en la edición anterior, habiendo incluido ese incremento de expositores dentro del mismo recinto expositivo de IFM (Istanbul Fuar Merkezi)

Con respecto a la participación por países, Turquía ha sido el país con más expositores dentro de la feria, reuniendo un total de 149 expositores. Sin embargo, la presencia internacional es realmente relevante en esta feria, constituyendo un 44% del total de expositores, tal y como se puede observar en el gráfico siguiente:

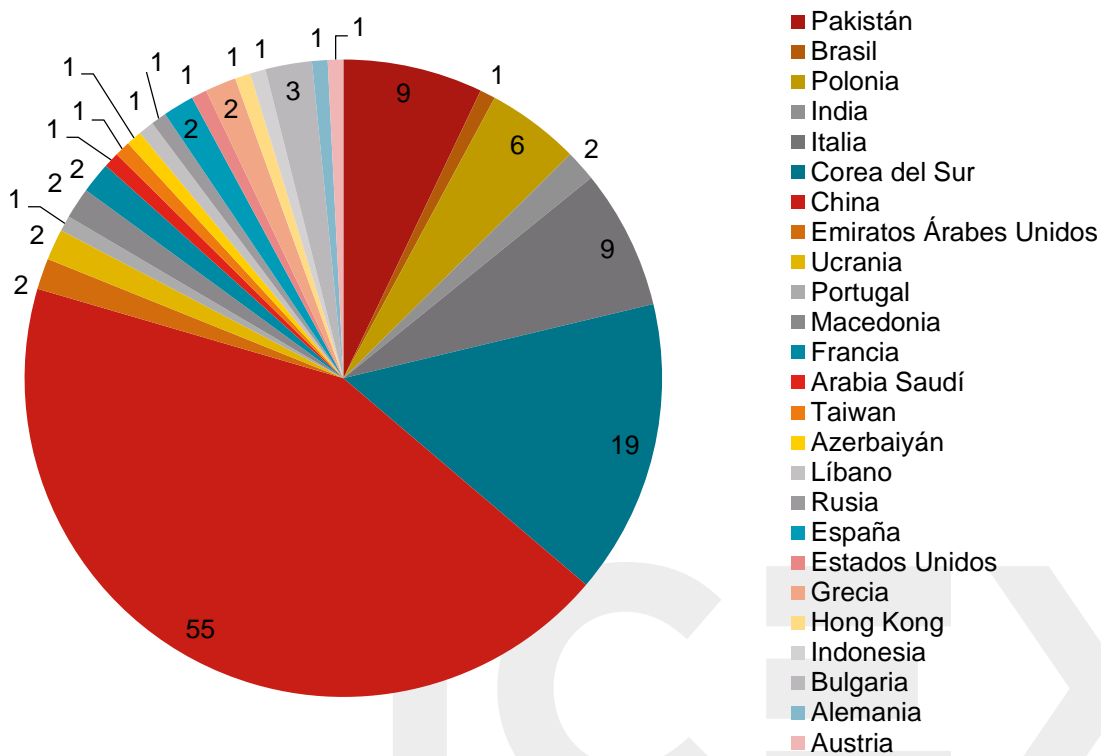
GRÁFICO 1. PROPORCIÓN DE EXPOSITORES NACIONALES E INTERNACIONALES EN BEAUTY EURASIA 2018



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Post Show Report de Beauty Eurasia 2018

En esta edición de Beauty Eurasia, han participado expositores de 25 países. Entre los expositores internacionales, la procedencia más común por una sustancial diferencia con el resto ha sido China, que ha reunido a 55 expositores en la feria, representando un 19,2% del total de expositores, seguida por Corea del Sur (10%), Pakistán (9%) e Italia (9%). La presencia de expositores españoles en Beauty Eurasia 2018, solamente supuso un 2% del total de participantes, tal y como se presenta en el siguiente gráfico:

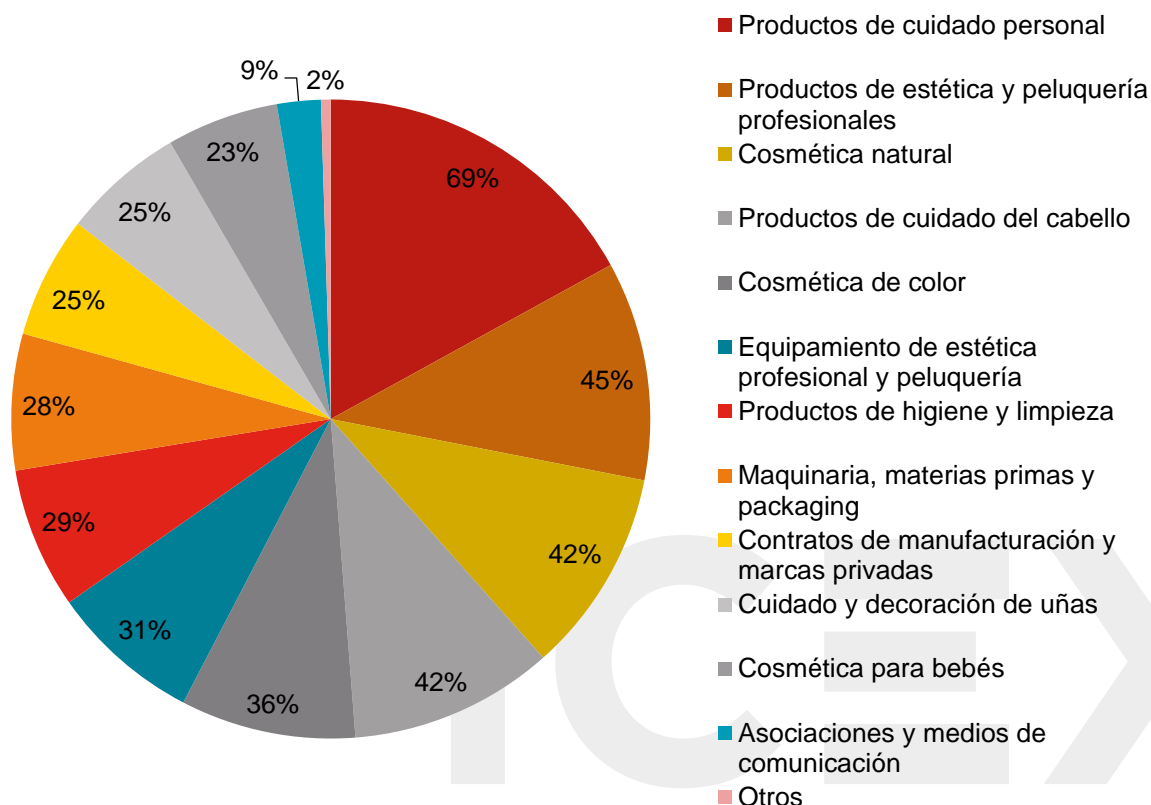
GRÁFICO 2. PROCEDENCIA DE LOS EXPOSITORES DE BEAUTY EURASIA 2018



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Post Show Report de Beauty Eurasia 2018

En cuanto a la distribución de los expositores en relación a los grupos de producto, tal y como ha publicado ITE Turkey en el Post-Show Report de Beauty Eurasia 2018, y tal como se puede observar en el siguiente gráfico, el grupo de producto con más peso de esta edición han sido Productos de Cuidado Personal, seguidos de productos de Estética y Peluquería Profesionales y Productos de Cosmética Natural.

GRÁFICO 3. DISTRIBUCIÓN DE LOS EXPOSITORES DE BEAUTY EURASIA 2018 POR TIPOLOGÍA DE PRODUCTO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Post Show Report de Beauty Eurasia 2018

2.1.2. Visitantes

Tal y como ha ocurrido con el número de expositores, el número de visitantes de Beauty Eurasia también ha aumentado en esta edición de 2018 con respecto a 2017. El incremento de visitantes se ha sido de más del 35% desde los 7.471 visitantes de 2017 a los 10.090 visitantes de 2018.

La disminución de visitantes durante 2017 también puede deberse a que el año 2017 no fue un buen año para Turquía, debido a la inestabilidad social y política, principalmente causada por el terrorismo y por el golpe de estado del año inmediatamente anterior, lo que desanimó a visitantes y turistas a acudir a este país.

En referencia a la procedencia de los visitantes, como ya han mostrado los datos de los expositores, puede afirmarse que esta feria tiene un fuerte carácter internacional y se han dado cita en ella visitantes de 99 nacionalidades (9 más que el año anterior).

Los 15 países de procedencia más habituales de los visitantes han sido los siguientes:

- Argelia
- Marruecos
- Jordania
- Pakistán
- Ucrania
- Túnez
- Alemania
- Rusia

- Albania
- Líbano
- Arabia Saudí
- Libia
- Irak
- Irán
- Bulgaria

ICEX

3. Tendencias y novedades presentadas

Beauty Eurasia 2018 se ha proclamado como la mayor plataforma comercial de productos de la industria cosmética de toda la región Euroasiática. Esta edición, la feria atrajo a 286 empresas y 10.090 visitantes profesionales, suponiendo un crecimiento de casi el 11% en expositores y un 35% en visitantes.

Además, la evolución de los últimos años señala que la feria está adquiriendo de manera progresiva un carácter más internacional en la procedencia de sus visitantes. Sin embargo, en esta edición, en relación a los expositores, ha disminuido ligeramente el número de países de procedencia con respecto a la edición anterior, de 33 en la edición de 2017 a 25 en la edición de 2018.

La tendencia que ha cobrado más fuerza este año ha sido todo lo relacionado con el cuidado personal, encontrándose un 69% de las empresas expositoras orientadas a este tipo de producto, en comparación con el 42% de la edición anterior.

En general, en la visita a la feria ha podido observarse el gran protagonismo que ha cobrado este tipo de productos, principalmente los de cosmética natural. Existe también un creciente interés dentro del mercado turco por los productos médico-cosméticos, tal y como han señalado diversas empresas expositoras en esta feria.

En relación a las charlas y conferencias ofrecidas durante la feria, como, “Inspection Processes of Cosmetics Companies”, “Regulation & Compliance Updates” y “Winning the Fight Against Illegal Cosmetics Trade”, la mayoría de ellas han estado basadas en las regulaciones y situación legal de la industria cosmética a nivel global, además de tratar otras cuestiones como las nuevas tendencias y la protección de marca.

Por último, para poder mostrar las últimas tendencias dentro del mundo de la peluquería, como coloraciones, productos y cortes; se realizó un *show* de peluquería en cooperación con la Asociación de Barberos para Hombres de Estambul.



ILUSTRACIÓN 2. IMAGEN DE LA FERIA BEAUTY EURASIA 2018



Fuente: Elaboración propia



4. Valoración

Debido al aumento notable tanto de expositores como de visitantes a esta feria y a la presencia cada vez mayor de participantes internacionales, Beauty Eurasia se ha convertido en un evento muy relevante para el sector de la cosmética en el área Euroasiática. Y además de permitir el contacto con el mercado turco, esta feria facilita también la relación con otros mercados de la región como Azerbaiyán y Georgia.

En cuanto a la valoración realizada por las empresas españolas presentes en la feria, estas concuerdan en la importancia del mercado turco en el sector de la cosmética, pese a que también señalan la preocupación por la situación de inestabilidad económica del país materializada en la depreciación de la lira.

El IFM – Istanbul Fuar Merkezi, recinto ferial que ha hospedado Beauty Eurasia 2018, consta de tres pabellones (9, 10 y 11), gestionados por WTC Istanbul, que fueron plenamente ocupados por las actividades del evento, debido a que el resto de pabellones (1-8) pertenecen al cercano recinto ferial de CNR Expo.

En general, los stands de la feria, durante esta edición, han sido de tamaño pequeño y medio, permitiendo de este modo la asistencia de muchos más expositores pese a que el espacio del recinto ferial no es especialmente extenso.

4.1. Recomendaciones

Beauty Eurasia, debido a su creciente actividad, es una feria recomendable tanto para expositores como visitantes que traten de acercarse al mercado turco y los mercados más cercanos en el sector de la cosmética, que no se encuentran cubiertos en otras ferias del ramo.

Según opiniones expresadas por las empresas españolas allí presentes, el mercado médico-estético es el que más oportunidades ofrece en este área, existiendo una menor cantidad de empresas que actúan en este subsector permitiendo, de este modo, implantarse o llevar a cabo actividades comerciales con dichos mercados.



5. Anexos

Folleto de presentación para Beauty Eurasia 2018

http://www.beautyeurasia.com/BeautyEurasia/media/Assets/PDF/BeautyEurasia_FLYER.pdf

Listado de expositores de Beauty Eurasia 2018

<http://beautyeurasia.com/exhibitor-list-2018>

ICEX

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones