

Kozmetik ve kişisel bakım sektörlerinin 33 farklı ülkeden İstanbul'a gelen temsilcilerinin bulunduğu Avrasya'nın en büyüğü Uluslararası Kozmetik, Güzellik ve Kuaför Fuarı-BeautyEurasia ziyaretçiler ve katılımcılar tarafından yoğun ilgi gördü...

Avrasya Bölgesi'nin en büyük kozmetik fuarı BeautyEurasiaziyaretçi rekoru kırdı, 130 ülkeden 11.786 kişiyi ağırladı !

ITE Turkey bünyesinde yer alan, Platform Uluslararası Fuarlık tarafından organize edilen ve Avrasya'nın en büyük kozmetik fuarı olan 15. Uluslararası Kozmetik, Güzellik ve Kuaför Fuarı BeautyEurasia 20-22 Haziran'da İstanbul Fuar Merkezi'nde başarılı bir fuara imza attı. Fuar, bu yıl **33** ülkeden **367** katılımcı firma ile **130** ülkeden **11.786** ziyaretçiyi ağırladı. **Uluslararası ziyaretçi sayısını bir önceki seneye göre %51 oranında arttıran**, kozmetik ve güzellik alanlarında kullanıcıların beklentileri doğrultusunda hazırlanan 15. Uluslararası Kozmetik, Güzellik ve Kuaför Fuarı BeautyEurasia'da, gelişen güzellik ve kozmetik trendlerine göre ürünler ziyaretçilere sunuldu.

Fuarın açılış etkinliğine katılan **İçişleri Bakanı Süleyman Soylu**, 36 ülkeden katılımcıların yer aldığı böylesine bir fuara ilk kez katıldığını belirterek, "Siyasi hayatımda da, ticari hayatımda da birçok açılış içerisinde yer aldım. Bu güzel şehir İstanbul'un ev sahipliğinde 36 ülkenin temsil edildiği böyle bir fuarda ilk kez bulunmanın heyecanı, mutluluğu ve gururunu yaşıyorum," sözleri ile Avrasya'nın en büyük kozmetik fuarı BeautyEurasia'nın önemine dikkat çekti.

Uluslararası Kozmetik, Güzellik ve Kuaför Fuarı BeautyEurasia'nın 15'inci kez düzenlenmesinden dolayı memnuniyetini dile getiren **Fuar Direktörü Filiz Mehmedova** da şunları söyledi: "Fuarda, katılımcılara güzellik ve kozmetik profesyonelleri ile tanışma, Türkiye'deki kozmetik sektörüne dair bilgi edinme, üreticiler ve kurumlar ile ticari faaliyetler geliştirme ortamı sunduk. Ayrıca Fuar bu yıl da VIP Yurt Dışı Alım Heyeti programları kapsamında, **Azerbaycan, Belarus, Gürcistan, Gana, Suudi Arabistan, Katar, Rusya, Kazakistan, Litvanya, Moldova, Hollanda, Peru, Sırbistan, İspanya, Ukrayna** ve **Hindistan** gibi ülkelerden **80**'in üzerinde profesyonel alıcıyı ağırlayarak yeni iş birliklerine imkân tanıdı. Bu isimler arasında global kozmetik sektörünün önemli temsilcileri de yer aldı. Bu yıl ilk defa ITE Connect Eşleştirme Programı (Matchmaking Sistemi) ile tüm katılımcılar, ziyaretçiler ve hosted buyer'lar ücretsiz olarak akıllı telefon ve internet uygulaması üzerinden hızlı ve etkili bir şekilde networking yaparak, doğru müşteri ve tedarikçilerle bağlantı kurarak ağlarını genişletme fırsatı

yakaladılar. Ayrıca Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle Yurtdışı Alım Heyeti programı bu yıl da uygulanmaya devam etti. Öncelikli hedeflerimiz, ülkemizin kozmetik sektörünün küresel düzeyde bilinirliğini sağlamak ve hem daha çok üreten hem de giderek daha fazla ihraç eden bir ülke olmasına katkı vermek. Yabancı ülkeler tarafından her yıl büyük ilgi gören fuarımız bu yıl **11.786** ziyaretçi tarafından ziyaret edildi."

BeautyEurasia 2019'da Birbirinden İlgi Çekici Etkinlikler Katılımcıları Büyüledi

Üç gün süren Fuar'da konferanslar, teknolojik sunumlar ve saç şovları gerçekleşti. Sektöre yön veren kurum ve kuruluşların iş birliğinde düzenlenen etkinlik programıyla sektör profesyonelleri ve influencerları ağırlayan Fuar, sektörel trendleri, teknolojik gelişmeleri, yasal mevzuatları ve ihracatı artırmak başlıklı konularda katılımcıların bilgilerini güncelledi. Ayrıca yabancı yatırımcılar, yerel üreticiler, satın almaçılar ve karar vericiler için sektörel bir yol haritası oluşturuldu.

Güzellik ve kozmetik profesyonelleri ile tanışma olanağı vermesi ve Türkiye'deki kozmetik sektörüne dair bilgi paylaşım ortamı sağlamasının yanı sıra, önemli sektör uzmanları, üreticiler ve kurumlar ile tanışma ortamı sunan BeautyEurasia'nın etkinlik programında bilgi ve eğlence bir arada sunuldu.

Gelecekte, Kullanıcı Dostu, Taşınması Kolay Kozmetik Ürünleri Popüler Olacak

Özel Markalı Ürünler Sanayicileri ve Tedarikçileri Derneği (PLAT) iş birliğiyle düzenlenen "Sektörel Trendler ve Büyüme Vaad Eden Alanlar" başlığında tüketici beklentilerinin seyri tartışıldı. **PLAT Genel Sekreteri Burak Aksoy** moderatörlüğünde gerçekleştirilen panelde, hızla değişen sektörün yolculuğu masaya yatırıldı. 2035 için sektör öngörülerini paylaşan MG Gülçiçek Kimya Genel Müdürü Bülent Konca, kişisel bakım ürünlerinde hızlı bir büyüme olacağını ve faydalarını hissettiren ürün gamlarının öne çıkacağını belirtti. "Tüketicilerin artan mobilizasyonu nedeniyle kullanım ve taşınma kolaylığı sağlayan kullanıcı dostu çözümler, kuru şampuan gibi su tüketimini azaltan ürünler yeni trendler arasında yer alıyor," diyen Konca, kişisel bakım ürünlerinde aroma terapi ve doğal terapi kavramlarının da öne çıktığını paylaştı.

Tüketici Davranışı, Fiyat Odaklı

Çağrı Marketler Satın Alma Müdürü Abidin Çavuşoğlu ise, tüketicilerin alışkanlıklarını çok hızlı değiştirmesine dikkat çekti. Fayda, kalite ve fiyat üçgeninde doğru yerde duran bir ürüne yönelik refleksi hızlı hissettiklerini belirten Çavuşoğlu, "Tüketici bugün uygun fiyatlı ürünleri satın alıyor. Bu durumun markaya olan bağlılığı azaltan olumsuz bir sonucu da var. Geleceğe yönelik beklentilerimiz arasında ise doğallık trendlerinin artması söz konusu," dedi.

Organik, Doğal İçerikli Saç Boyası ve Saç Kremi Sektörleri Hızla Büyüyor

Nielsen Müşteri Grup Müdürü Turan Konu ise Türkiye'deki tüketici trendinin iki ana eksenine olduğuna dikkat çekti. "Fiyat ve İyi Yaşam. "2018 yılındaki araştırmamız gösteriyor ki; tüketicinin 2017'de yüzde 69 olan fiyat farkındalığı, bu yıl yüzde 91'e çıktı." sözleri ile fiyat konusundaki hassasiyetin altını çizen Konu, fiyat değişimine karşı alınan aksiyonları ise şöyle sıraladı: "2019 yılı ilk dönemi itibariyle tüketimde kesintiye gidilen alanlar arasında kozmetik sektörü de yer alıyor. Yanı sıra, her 10 alışverişçiden 8'inin geri bildirimini evde daha çok vakit geçirdikleri yönünde."

Konu, global tüketicileri kapsayan Nielsen Küresel Sürdürülebilirlik Raporu'ndaki katılımcıların yüzde 73'ünün verdiği "çevreye olan etkiyi azaltmak için alışveriş alışkanlıklarımı değiştiririm" yanıtını hatırlattı: "Perakendenin temel koşulları olan kolaylık, alım gücü, farkındalık ve fiyat başlıkları ekseninde, tüketici, kendisi ve dünya için sağlıklı ürünleri daha çok tercih ediyor. Yani 'Benim İçin Sağlıklı' ve 'Dünya İçin Sağlıklı' yaklaşımlarının kesişim noktası ise organik, yüzde 100 doğal ve katkısız. Kişisel bakım ve trendler özelinde ise organik ve doğal içerikli ürünler varlığını hissettiriyor. Organik ve doğal içerikli ürünlerin en çok büyüdüğü sektörler arasında saç boyası ve saç kremi de yer alıyor."

Sektörde Kalite, Ar-Ge ve Hammaddenin Önemi

Kozmetik Üreticileri ve Araştırmacıları Derneği (KÜAD) iş birliğinde gerçekleştirilen, günün ikinci konferansında **KÜAD Başkan Yardımcısı ve Eko Kimya Genel Müdürü Hale Yedier**'in moderatörlüğünde kalite, üretim ve Ar-Ge sürecinde dikkat edilmesi gereken başlıklar konuşuldu.

SFA Arge'den Bekir Çakıcı üretici algısının açık olmasının, ürün inovasyonu için önemli olduğunu hatırlattı. Rekabetin "vahşi" boyutlara ulaştığını belirten Çakıcı, "Ülkemizde sektörün deneyimli firmaları, laboratuvarları ve akademisyenleri bir araya gelerek iş birliği içerisinde hareket etmeli. Rekabetin bu kadar yüksek düzeyde olduğu dönemde güç birliği çok kıymetli olacak." dedi.

Sektörün üretim süreçlerinde her maddenin önemli olduğunu vurgulayan **Morlab Bioteknoloji'den Dr. Oğuz Öztürk**, suyun kalitesi ve ekipman yeterliliğinin ürün kalitesi için de oldukça etkili olduğunu hatırlattı: "Suyun içerisindeki en ufak bir mikrobiyolojik üreme en pahalı ürününüzün çöpe gitmesine neden olabilir. Hammaddenin yanı sıra hassas terazi, mekanik ve manyetik karıştırıcılar gibi Ar-Ge sürecinde kullanılması gereken cihazların kalitesine ve gerekliliğine dikkat edilmeli."

Yıldız Holding Ar&Ge, Kalite Sağlama Müdürü ve KÜAD Yönetim Kurulu Üyesi Şule Küçüköğlü ise İyi Üretim Uygulamalarının (GDP) tüm çalışanlar için çok önemli olduğunu, GDP'ye yönelik çalışmaların titizlikle yürütülmesi ve yönetilmesi gerektiğinin altını çizdi.

2020 yılında 18-20 Haziran tarihleri arasında gerçekleşecek olan güzellik sektörünün uluslararası buluşma noktası 16. BeautyEurasia Fuarı için birçok marka şimdiden yerini ayırttı.

ITE Turkey Hakkında

ITE Turkey, 20 ülkede 32 ofisi, 1.000'i aşkın deneyimli personeliyle dünya çapında yılda 130'dan fazla fuar ve konferans düzenleyen, uluslararası fuarcılık şirketi ITE Group'un Türkiye ofisidir. Türkiye'nin lider sektörlerinde lider fuarlar düzenleyen ITE Turkey, YEM Fuarcılık, EUF - E Uluslararası Fuar Tanıtım Hizmetleri ve Platform Uluslararası Fuarcılık şirketlerinden oluşmaktadır.

Yapı, turizm, kozmetik, gıda, raylı sistemler ve **lojistik** sektörlerinde Türkiye'nin lider fuarlarını düzenleyen ITE Turkey gücünü, Türkiye ve bölgedeki deneyiminin yanı sıra grup şirketleri arasında yer aldığı ITE Group'un küresel ağından alıyor. ITE Turkey, fuarcılık sektöründeki güçlü küresel ağını içinde yer aldığı her bir sektöre aktararak, düzenlediği fuarlarda yeni iş, iş birliği ve satın alma fırsatları yaratıyor, bu sektörlerin gelişmesine katkıda bulunuyor.

www.ite-turkey.com

Platform Uluslararası Fuarcılık ve ITE Turkey Hakkında

Uluslararası Kozmetik, Güzellik ve Kuaför Fuarı – BeautyEurasia, 2013 yılından itibaren ITE Turkey bünyesinde yer alan Platform Uluslararası Fuarcılık tarafından düzenlenmektedir. Avrasya Bölgesi'ndeki en büyük kozmetik fuarı olan BeautyEurasia, her geçen yıl artan katılımcı ve ziyaretçi sayısı ile bölge sektörünün büyümesine doğrudan katkı sağlamaktadır.

Detaylı bilgi için:

Bersay İletişim Danışmanlığı

Ayben Cumalı / +90 554 844 68 05 / ayben.cumali@bersay.com.tr

Erdi Gürel / +90 535 508 23 65 / erdi.gurel@bersay.com.tr