

16 – 18 Haziran 2021 tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde (İFM) gerçekleşen, 11.623 kişi ile ziyaretçi akınına uğrayan Türkiye ve Avrasya'nın lider sektör ve iş birliği platformu BeautyEurasia, 2022 yılında da yerli katılımcılar ile yabancı alıcıları buluşturmak için hazırlıklarını tüm hızıyla sürdürüyor.

BeautyEurasia'nın Bu Yıl Yakaladığı Büyük Başarı, 2022 Yılı Kayıtları İçin Talep Patlaması Yarattı

15-17 Haziran 2022'de gerçekleştirilecek olan 17. Uluslararası Kozmetik, Güzellik ve Kuaför Fuarı – BeautyEurasia'ya geçtiğimiz organizasyonundaki katılımcıların ve firmaların yarattığı ticari başarıdan dolayı yoğun taleple kayıtları almaya başladı. İstanbul Fuar Merkezi'nde Hyve Group tarafından düzenlenecek olan BeautyEurasia'ya 2022 yılında da sektördeki önemli kurum ve kuruluşların iş birliğinde, kozmetik sektörüne yön veren son gelişmeleri gündeme taşıyacak.

Kozmetik sektörünün en önemli buluşma noktalarından biri olan BeautyEurasia'nın 16 – 18 Haziran 2021 tarihlerinde kapılarını açması sonrasında, sektörün dış ticaret büyüme verileri geleceğe dönük olumlu bir hava yarattı. Özellikle yılın geri kalan aylarındaki olumlu beklentiler, **15-17 Haziran 2022** tarihlerinde düzenlenecek olan 17. BeautyEurasia'ya katılım taleplerinde adeta patlamaya sebep oldu. Yüzlerce marka, katılım başvurularının halen devam ettiği bir sonraki BeautyEurasia'daki yerlerini ayırttı ve **fuvar kapasitesinin şimdiden %70 dolmasına** neden oldu. Fuarının tanıtımı; Amerika, İtalya, Ukrayna, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, Meksika, İspanya gibi kozmetik sektörü açısından stratejik olan ülkelerde yapıldı; Rusya, Hollanda, Nijerya, Fransa, Panama, Kolombiya, Bulgaristan, Sırbistan, Güney Afrika ve İngiltere'de de önemli bir tanıtım kampanyası yürütülmesi ve yabancı katılımcıların ilgilerinin çekilmesi hedefleniyor. VIP Alım Heyeti Programı sayesinde yerli katılımcıları yabancı alıcılarla buluşturma konusundaki verimliliği ile yeni iş ve iş birliklerine sağlam bir zemin oluşturması BeautyEurasia'yı daha cazip hale getirirken, sektör için de önemli bir katma değer yaratmasını sağlıyor.

56 Ülke, 150'ye Yakın Davetli Satın Almacı, 2.500'den Fazla İş Görüşmesi ve 11.623 Ziyaretçi

Bir önceki fuara göre ziyaretçi yoğunluğunu %58 artıran 16. Uluslararası Kozmetik, Güzellik ve Kuaför Fuarı – BeautyEurasia'yı bu yıl tam 11.623 kişi ziyaret etti. Fuar, yerli ve yabancı sektör profesyonellerine yeni iş ve iş birliği fırsatları sunarken VIP Alım Heyeti (Hosted Buyer) Programı çerçevesinde katılımcı firmalar; Irak, Kanada, Filistin, İspanya, Ekvator, Ukrayna, Kamerun, Tunus, Mısır, Kazakistan, Pakistan, Kamerun, Uganda, Uruguay, Gürcistan, Hollanda, Nijerya, Makedonya, Romanya, Kosova, Filistin, Lübnan ve Bosna Hersek'in aralarında bulunduğu toplamda 56 ülkeden 150'ye yakın davetli satın almacıyla hem fuar alanında hem de Hyve Connect Eşleştirme Programı (Matchmaking Sistemi) aracılığıyla online olarak bir araya gelme fırsatı buldu. Katılımcılar ile satın almacılar arasında toplamda 2.500'den fazla iş görüşmesi gerçekleşerek kozmetik sektörü ihracatına doğrudan büyük bir katkı sağlandı.

İç Pazarda Harcamalar Artmaya Devam Ediyor

2020 yılında kozmetik ürünleri ihracatı ve ithalatı, COVID-19 salgını etkisinde gerçekleşirken 2021 yılında da kozmetik ürünlerinin dış ticaret verileri, salgının artçı etkileri ile şekillenmeye devam etti. 2021 yılının ilk dokuz aylık döneminde ihracat yüzde 0,5 azaldı ve 1,49 milyar dolar olarak gerçekleşti, ithalat ise 2021 yılının aynı döneminde yüzde 4,3 artarak 703,9 milyon dolar olarak kayda geçti.

2021 yılının ilk çeyreğinde alınan kısıtlama ve kapatma kararları iç pazardaki harcamaları daraltmaya devam etti. Buna karşın yılın ikinci çeyrek döneminden itibaren açılmalar ile beraber harcamalar da hareketlendi ve yaz aylarında turizm sektörünün açılması da harcamaları destekledi. Eylül ayında ise okulların başlaması ve işlere geri dönüşler harcamaları artırdı. Bu sebeple iç pazarda harcamalar 2021 yılı ilk dokuz ayında yüzde 27,5 artarak 13,0 milyar TL olarak gerçekleşti. Yılın ilk dokuz ayında kozmetik ve bakım ürünleri fiyatlarında ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 24,0 artış gerçekleşti. Bu itibarla, ilk dokuz aydaki harcama artışının önemli bir bölümü fiyat artışlarından kaynaklandığı için reel harcama artışı yüzde 3,5 oldu.

Türkiye'den İtalya'ya Yıllık 10 Milyon Dolara Yakın Kozmetik Ürünleri İhracatı

2019 yılının ilk dokuz ayında Türkiye'den İtalya'ya ihracat 6,44 milyon dolar, 2020 yılının ilk dokuz ayında ise 6,95 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2021 yılının ilk dokuz ayında ise yüzde 0,7 artarak 7,0 milyon dolara yükseldi. İtalya'ya daha çok ihraç edilen ürünler; temizlik ve hijyen ürünleri, renkli kozmetik ürünler, parfüm ve deodorantlar ile kişisel bakım ürünleri oldu.

Türkiye, İtalya'dan yıllık olarak 50 milyon doların üzerinde kozmetik ürünü ithalatı yapıyor. 2019 yılının ilk dokuz ayında ithalat 44,32 milyon dolar, 2020 yılının ilk dokuz ayında ise 38,88 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2021 yılının ilk dokuz ayında ise ithalat yüzde 1,0 düşerek 38,49 milyon dolara indi. İtalya'dan daha çok ithal edilen ürünler; saç bakım ürünleri, renkli kozmetik ürünler, temizlik ve hijyen ürünleri, kişisel bakım ürünleri, paketleme ve etiketleme makineleri ile parfüm ve deodorantlar oldu.

Bu sene düzenledikleri fuarın çok verimli geçtiğini vurgulayan **Hyve Group Bölge Direktörü Kemal Ülgen**, "Türkiye'de her yıl önemli büyüme kaydeden kozmetik sektörü, hayatın her alanındaki etkileriyle tüm dünyanın sarsıldığı COVID-19 salgınına rağmen ülke ekonomisine katkısını sürdürmeye devam ediyor. 16-18 Haziran 2021 tarihleri arasında gerçekleştirdiğimiz 16. BeautyEurasia fuarımızda ülke ekonomisine ve kozmetik sektörüne büyük katkı sağladık. 56 ülkeden 150'ye yakın davetli satın almacıyla hem fuar alanında hem de Hyve Connect Eşleştirme Programı (Matchmaking Sistemi) aracılığı ile online olarak bir araya gelme fırsatı yarattık. Katılımcılar ile satın almacılar arasında toplamda 2.500'den fazla iş görüşmesi yapılmasına imkan tanınarak kozmetik sektörü ihracatına doğrudan katkı sağlandı. Aynı zamanda BeautyEurasia'da ziyaretçi yoğunluğu 2019 senesine göre %58 arttı ve fuarı bu yıl 11.623 kişi ziyaret etti. Katılımcılarımız önümüzdeki sene için de çok heyecanlı. Zaten alanda ayırtılan yerler ve fuara gösterilen ilgi de bunu işaret ediyor. 2022'de bu rakamların daha da üstüne çıkarak sektör için itici güç olmayı ve yine önemli seviyede katma değer sağlamayı hedefliyoruz" dedi.

Hyve Group Hakkında

Hyve Group, 10 ülkede 800'ün üzerinde deneyimli personeliyle dünya genelinde 12 ülkede 75 etkinlik düzenleyen uluslararası bir fuar şirkettir. Hyve Group, amacı dünyanın her köşesinden gelen müşterilerin olağanüstü anlar paylaştığı ve



sektör inovasyonunu şekillendirdiği kaçırılmayacak etkinlikler düzenlemek olan yeni nesil bir fuar şirkettir. Hyve Group plc, Dönüşüm ve Büyüme (TAG) programının ardından Eylül 2019’da ITE Group plc’nin yeni ismi olarak duyuruldu. Vizyonumuz, dünyanın en önde gelen içerik odaklı ve mutlaka gidilmesi gereken etkinlik portföyünü oluşturarak müşterilerimize muazzam bir deneyim ve yatırım getirisi sağlamaktır. Türkiye’de ise Hyve Group gücünü bölgedeki küresel ağdan alarak inşaat (Yapı Fuarı – Turkeybuild İstanbul), turizm (EMITT), kozmetik (BeautyEurasia), gıda (WorldFood İstanbul), raylı sistemler ve lojistik (Eurasia Rail) sektörlerinde Türkiye’nin öncü fuarlarını düzenlemektedir.

Detaylı bilgi için:

Bersay İletişim Danışmanlığı

Ayben Cumalı, +90 554 84468 05, ayben.cumali@bersay.com.tr
Emre Kaya, +90 542 895 25 38, emre.kaya@bersay.com.tr