



Warszawa, 11 września 2025 r.

Diagnoza innowacyjności branży kosmetycznej

Wnioski z konferencji Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego

Blisko 180 osób – liderów branży kosmetycznej, ekspertów, przedstawicieli administracji krajowej i unijnej – spotkało się we wtorek, 9 września w Warszawie podczas całodniowej konferencji Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego pt. „Innowacyjność sektora kosmetycznego. Składniki | Technologie | Regulacje”. Wydarzenie stało się okazją do szerokiej dyskusji o roli innowacji w erze zrównoważonego rozwoju, wydobywaniu potencjału branży i firm oraz bliskich i dalekich wyzwaniach stojących przed producentami kosmetyków i surowców.

Co wiemy z pierwszego w Polsce badania innowacyjności sektora kosmetycznego?

Konferencję otworzyła **prezentacja wyników pierwszego w Polsce badania innowacyjności branży kosmetycznej**, przeprowadzonego na zlecenie Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego we współpracy z think tankiem WiseEuropa przez Agencję badań Rynku i Opinii SW Research.

Analiza wyników badania, omawiana przez **dr inż. Justynę Żerańską, dyrektorkę generalną związku i dr Macieja Bukowskiego, prezesa Instytutu WiseEuropa**, wykazała m.in., że znaczna większość firm deklaruje aktywność innowacyjną, a najczęściej wdrażane są innowacje produktowe obok procesowych i środowiskowych. Głównym źródłem finansowania są środki własne firm. Publiczne dotacje i kredyty pełnią rolę uzupełniającą. Firmy kosmetyczne w Polsce inwestują zarówno w B+R, jak i w nowoczesne technologie, takie jak sztuczna inteligencja czy e-commerce. Wśród innowacji środowiskowych najsilniejsze są redukcja zużycia wody i minimalizacja odpadów. Pełny raport z badania zostanie umieszczony w aktualizacji raportu „Kosmetyczna Polska” i opublikowany we wrześniu 2025 r.

W swojej prezentacji poświęconej innowacjom w dobie zrównoważonego rozwoju, kolejna ekspertka wydarzenia, **dr Marta Karwacka (Deloitte)**, mocno akcentowała, że innowacje powstają wtedy, gdy czujemy bariery i zachęcała uczestników do „twórczej odwagi” patrzenia na ograniczenia regulacyjne z nowej, świeżej perspektywy.

Następnie w dwóch blokach, porannym i popołudniowym, na konkretnych przykładach innowacje w segmencie składników kosmetycznych zaprezentowało aż **11 firm surowcowych**, zrzeszonych w związku, tj. wystawców – firm stowarzyszonych, należących do związku: **Aromat-Vertex Kędzia, BASF, Cornelius, CRODA Poland, Ecobean, Endress+Hauser, Enzym Kosmetyki, F.S.Z. Pollena-Aroma, HSH Chemie, Provital Polska, Seppic Polska**. Prezentacje te uzupełniły wykłady dr inż. Ewy Starzyk, dyrektorki ds. regulacji i zrównoważonego rozwoju, Doroty Rejman, Regulatory Affairs Manager i Mileny Milik, Junior Regulatory Affairs Manager z biura Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego.

Dyskusja o wpływie regulacji i czynników makroekonomicznych na innowacyjność branży

Kulminacyjnym punktem dnia była debata z udziałem przedstawicieli Komisji Europejskiej, Cosmetics Europe, Ministerstwa Rozwoju i Technologii oraz zewnętrznych ekspertów, moderowana przez dyrektorkę generalną Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego.



W krótkich wystąpieniach poprzedzających dyskusję o pobudzaniu innowacyjności sektora kosmetycznego **Sylvia Jaczewska (Komisja Europejska)** opowiedziała o bieżących, ważnych tematach z agendy Dyrekcji Generalnej ds. rynku wewnętrznego, przemysłu, przedsiębiorczości i MŚP, **dr Gerald Renner (Cosmetics Europe)** dokonał krótkiego przeglądu historii regulacji kosmetycznych, a **Piotr Zabadała (Ministerstwo Rozwoju i Technologii)** – przeglądu kamieni milowych w rozwoju sektora i odpowiadaniu na potrzeby konsumentów, poczynając od starożytności. Podkreślił przy tym, jak niska jest wciąż akceptacja faktu, że część nakładów na innowacje z definicji, już na wejściu będzie zmarnowana w wyniku prób zakończonych fiaskiem. Dla administracji może to stanowić wyzwanie przy projektowaniu programów wsparcia projektów innowacyjnych, w których rzadko można realnie wykazać stratę bez szkody dla finansowania.

W imieniu branży podczas dyskusji o regulacjach **dr inż. Justyna Żerańska** z uznaniem wypowiadała się szczególnie o zdolności instytucji unijnych do autokorekty tworzonego prawa, co potwierdza „złoty sen branży” o omnibusach. Wrócił też temat nakładów na innowacje. **Dr Maciej Bukowski** zwrócił uwagę na panującą modę intelektualną na wskazywanie Europy jako obszaru przeregulowanego. Tymczasem, zdaniem eksperta, europejskie regulacje są dobrze – choć wolno – przygotowane. Na pytanie, czy sektor kosmetyczny jest sektorem innowacyjnym, prezes WiseEuropa odpowiedział twierdząco, choć zaznaczył, że nie umie się jeszcze skalować, jak trzeba. Jego zdaniem branża kosmetyczna jest „szybkim koniem”, choć nie ma tak dużych zdolności do ekspansji jak azjatyckie branże przemysłowe. Ekspert wspomniał także o tym, że to, ile dana branża łoży na innowacje jest pochodną jej konkurencyjności i postępu technicznego. Zachęcał przy tym do proaktywności wszystkie firmy, bez względu na skalę działania.

Na koniec, pytani o rady dla przedsiębiorców, goście zachęcali do spojrzenia na regulacje jak na chroniący ich parasol, do gotowości na ryzyko związane ze zmianami formulacji, które pojawiają się w czasie i współpracy nie tylko w ramach branży czy z administracją, lecz także międzysektorowo. Gerald Renner doradził przedstawicielom firm, by przyjęli proporcjonalne regulacje, ponieważ wszyscy chcemy bezpiecznych produktów kosmetycznych, natomiast sprzeciwiali się regulacjom nieproporcjonalnym. Jak dotąd bowiem branża świetnie radziła sobie z sytuacją utraty pojedynczych składników, np. konserwantu. Jeśli jednak stracimy ich kilkanaście na raz – będzie to bardzo trudna. Przeregulowanie może doprowadzić sektor kosmetyczny do ściany.

Ciekawymi uwagami z zebranymi, zarówno w debacie, jak i w końcowym power speechu, podzieliła się **Maryla Wojcieszek (Huge Thing)**. Jako Head of Innovation Management & Strategy oraz Head of Knowledge wspólnie z klientami prowadzi diagnozę dojrzałości innowacyjnej rozmaitych organizacji na wielu poziomach, poczynając od strategicznego. Wg ekspertki innowacja stanowi wspólne wyzwanie dla całej organizacji, wymagające wyjścia z firmy i poszukania inspiracji poza jej murami, a często także poza branżą. Zachęcała, by definicję innowacji w organizacji uwpółniać i zapisać w dokumencie strategicznym, a także by przyjąć perspektywę, że innowacje są o ludziach, nie o technologiach.

Wnioski z konferencji i debaty posłużą Polskiemu Związkowi Przemysłu Kosmetycznego do stworzenia nowej narracji dotyczącej wspierania innowacyjnych rozwiązań dla przyszłości polskiego i europejskiego sektora kosmetycznego i do dalszych prac z regulatorem i biznesem.

O Polskim Związku Przemysłu Kosmetycznego (Kosmetyczni.pl)

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, jako jedyna organizacja w Polsce, reprezentuje i wspiera cele strategiczne przedsiębiorców wyłącznie branży kosmetycznej. Od 23 lat jest aktywnym głosem sektora w procesie stanowienia prawa. Skutecznie współpracuje na co dzień z instytucjami administracji polskiej i europejskiej, a razem z firmami członkowskimi wypracowuje i wdraża rozwiązania, które prowadzą do rozwoju polskiego rynku kosmetycznego, który dziś jest 5. w Unii Europejskiej.



Związek należy do Cosmetics Europe – europejskiej organizacji branżowej i Konfederacji Lewiatan – najbardziej wpływowej organizacji pracodawców w Polsce. Angażuje się też w działania budujące pozycję sektora za granicą – wspiera promocję eksportu polskich kosmetyków, buduje sieć partnerstw i wspólnie z partnerami znosi bariery w handlu międzynarodowym. Organizacja pełni również funkcję platformy wymiany doświadczeń – edukuje i szkoli firmy, podnosząc jakość całego sektora. Od 19 lat prowadzi też projekt społeczny Fundacja Piękniejsze Życie. Związek skupia blisko 260 firm, w tym producentów i dystrybutorów kosmetyków, laboratoria, firmy doradcze i ośrodki dydaktyczne, a także ich partnerów okołobranżowych – dostawców opakowań i surowców. Zrzesza i działa na rzecz zarówno startupów, małych, rodzinnych przedsiębiorstw, jak i dużych, międzynarodowych korporacji i największych polskich firm kosmetycznych, które w atmosferze wzajemnego szacunku i zaufania działają razem skutecznie, zachowując przy tym wszelkie zasady konkurencji. Więcej informacji na stronie www.kosmetyczni.pl.