



Warszawa, 28 października 2025 r.

Czy i jak innowacje zmieniają sektor kosmetyczny w Polsce?

Branża kosmetyczna, jako jeden z niewielu sektorów polskiej gospodarki wykazujący od dłuższego czasu konsekwentne wzrosty, budzi zainteresowanie opinii publicznej. Na fali popularności ubiegłorocznej edycji raportu i w obliczu ogromnych wyzwań stojących przed przemysłem w Europie, w tegorocznej publikacji „Kosmetyczna Polska” Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego we współpracy z analitykami Instytutu WiseEuropa pochylił się nad zagadnieniami innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw.

Liczba pobrań i cytowań ubiegłorocznej edycji raportu umocniła nas w przekonaniu, że warto mieć własne, twarde dane. Pozwalają one realnie ocenić sytuację i perspektywy dla branży, a także negocjować konkretne wsparcie regulacyjne i finansowe z przedstawicielami administracji. Bez niego sektor w Polsce nie będzie dalej rósł tak dynamicznie – mówi Justyna Żerańska, dyrektor generalna Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego.

Polska najszybciej rosnącym rynkiem kosmetycznym na kontynencie

W 2024 roku polski rynek kosmetyczny odnotował najwyższą dynamikę wzrostu w całej Unii Europejskiej – 16,8% rok do roku. Jak wskazali analitycy [Instytutu WiseEuropa](#), Polska jest dziś piątym największym rynkiem kosmetycznym w UE, z udziałem wynoszącym 6,6% (wobec 6,2% w 2023 r.). Od akcesji do Unii Europejskiej wartość polskiego rynku kosmetycznego wzrosła niemal trzykrotnie, a tylko w ostatniej dekadzie polski rynek urósł o 98%, podczas gdy cały unijny – o 45%.

Także w eksporcie branża dobrze sobie radzi. W 2024 roku wartość eksportowanych polskich kosmetyków osiągnęła 6,0 mld EUR. Dzięki temu Polska utrzymała pozycję dziewiątego największego eksportera kosmetyków na świecie i piątego w Unii Europejskiej. W 2024 roku udział Polski w globalnym eksporcie wzrósł do 4,0% (z 3,8% w 2023 roku), a w eksporcie unijnym pozostał na poziomie 8,0%. W 2024 roku eksport kosmetyków wzrósł o 5,5% rok do roku, podczas gdy cały eksport towarów z Polski jedynie o 1,2%. Te wyniki bez wątpienia są efektem współdziałania wszystkich graczy rynkowych. Wpływa na nie także obecność zakładów produkcyjnych firm globalnych.

Ekspertci przewidują w dłuższym horyzoncie pozytywne trendy dla branży kosmetycznej. Do 2030 r. przeciętne wydatki Polaków na kosmetyki mają wzrosnąć o 28%, zbliżając się do średniej unijnej. Coraz większą rolę odgrywa także e-commerce – udział sprzedaży online wzrósł z 9,2% w 2018 r. do 17,3% w 2024 r. Szczególnie silny wzrost widoczny jest w segmencie perfum i wód toaletowych, gdzie w 2024 r. ponad połowa sprzedaży (55%) odbywa się online, podczas gdy rok wcześniej było to 38%. Ten kanał będzie dalej rosł, zmieniając strukturę rynku i kanały dotarcia do konsumentów.

Innowacyjna i konkurencyjna – taka jest dziś Kosmetyczna Polska?

Nowe wydanie „Kosmetycznej Polski” nie jest tylko prostą aktualizacją danych z 2024 r. Tegoroczną edycję raportu wzbogacono o rozbudowany rozdział poświęcony innowacyjności branży kosmetycznej, oparty na pierwszym w Polsce badaniu tego aspektu przeprowadzonym wśród firm sektora. Po raz pierwszy w Polsce środowisko branżowe podjęło też próbę zdefiniowania pojęcia innowacyjności



w kontekście sektora kosmetycznego, by mówić jednym głosem i być skuteczniejszym w zabieganiu o interesy branży.

Wyniki badania innowacyjności przedsiębiorstw wskazały, że polskie firmy deklarują przede wszystkim samodzielne opracowywanie innowacji (89%), choć równolegle trzy czwarte z nich współpracuje z podmiotami zewnętrznymi. To pokazuje, że rosnące nakłady na B+R w sektorze prywatnym faktycznie przekładają się na aktywność innowacyjną, ale jednocześnie ograniczona rola państwa i administracji może utrudniać budowanie długoterminowego ekosystemu wspierającego innowacje. Dla branży kosmetycznej, która coraz silniej konkuruje na rynkach międzynarodowych, poziom wydatków na B+R będzie jednym z kluczowych czynników dalszego rozwoju. Z jednej strony sektor prywatny (producentów i dostawców) już dziś odpowiada za większość nakładów, z drugiej – brak silniejszego wsparcia instytucjonalnego i niewielkie środki publiczne mogą spowalniać proces dostosowania do coraz bardziej złożonych regulacji i ograniczać tempo wdrażania przełomowych innowacji. Wszystkie analizy dotyczące innowacyjności branży w Polsce zaprezentowano w rozdziale V raportu.

Obecnie zdolność do wdrażania innowacji jest kluczowa dla konkurencyjności firm z Polski na rynku krajowym i międzynarodowym. Naszym celem jest wsparcie polskich firm w pozyskiwaniu środków na zwiększanie ich innowacyjności i konkurencyjności. Jako organizacja chcemy – i musimy – wiedzieć, jakie jest status quo, co działa, a które obszary wymagają szczególnego wsparcia instytucjonalnego czy finansowego. Mamy nadzieję, że raport „Kosmetyczna Polska 2025” będzie dla wszystkich – przedsiębiorców, decydentów, opinii publicznej – kolejnym ważnym źródłem wiedzy o kondycji i potencjale sektora – podsumowuje Justyna Żerańska.

Nową edycję raportu można bezpłatnie pobrać ze strony Kosmetycznych [[klik](#)].

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 22 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 rynku kosmetycznego w Polsce, 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 18 lat prowadzi też projekt społeczny Fundacja Piękniejsze Życie.

Związek skupia ponad 250 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.