



ΓΡΑΦΕΙΟ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ
ΣΕΟΥΛ

Έρευνα Αγοράς Καλλυντικών Νοτίου Κορέας 2018

Α. Διαδικασίες Εισαγωγής Ελληνικών Καλλυντικών στην Κορέα

Από την 1^η Ιουλίου του 2011 τέθηκε σε ισχύ η “Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Δημοκρατίας της Κορέας”, η οποία προβλέπει σταδιακή κατάργηση των εισαγωγικών δασμών για τα περισσότερα προϊόντα. Η ελληνική εξαγωγική επιχείρηση μπορεί εξάλλου να ελέγξει εύκολα την τρέχουσα δασμολογική επιβάρυνση των προϊόντων της, μέσω της σελίδας 220 του πλήρους κειμένου της Συμφωνίας Ελευθέρου Εμπορίου, στο σύνδεσμο

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22011A0514\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22011A0514(01))

Ενδεικτικά αναφέρουμε εισαγωγικούς δασμούς για τις βασικές κατηγορίες καλλυντικών προϊόντων:

A/A	Προϊόν	Δασμολογική Κλάση	Εισαγωγικός Δασμός
1	Περιποίησης Δέρματος (Skincare)	330491, 330492, 330493, 33049910	3 – 5% (για face powders & skincare cosmetics)
2	Αρώματα (Perfumes)	3303	3%
3	Σαμπουάν & προϊόντα τριχωτού κεφαλής	3305	0 - 5%
4	Make-up	330410, 330420	3%
5	Περιποίησης Νυχιών	330430	3%
6	Παιδικά καλλυντικά	33049930 (baby cosmetics) & 33049120 (baby powders)	0%

Για να υπαχθεί το εξαγόμενο ελληνικό προϊόν στην Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών (ΣΕΣ), εφόσον η συνολική αξία του εμπορεύματος υπερβαίνει τις 6.000 ευρώ, ο εξαγωγέας θα πρέπει να ζητήσει την έκδοση “Άδειας Εγκεκριμένου Εξαγωγέα” από την Τελωνειακή Περιφέρεια στην χωρική αρμοδιότητα της οποίας είναι εγκατεστημένος, καθώς η εν λόγω συμφωνία δεν προβλέπει την έκδοση πιστοποιητικού κυκλοφορίας EUR.1. Οι όροι και οι προϋποθέσεις για την έκδοση Άδειας Εγκεκριμένου Εξαγωγέα καθορίζονται με την υπ’ αριθμ. Δ17Γ 5005477 ΕΞ2012/03-02-2012 Απόφαση του Υπουργού Οικονομικών (Α.Υ.Ο.), η οποία δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ αρ. 588/Τεύχος Β’/05-03-2012 και αναρτήθηκε στο διαδικτυακό τόπο διαύγεια, όπου και είναι προσβάσιμη στο σύνδεσμο

<https://diavgeia.gov.gr/doc/%CE%9244%CE%A5%CE%97-%CE%913%CE%A3?inline=true>.

Επίσης, υφίσταται και διευκρινιστικό έγγραφο της Διεύθυνσης Δασμολογικών Θεμάτων και Τελωνειακών Οικονομικών Καθεστώτων του Υπουργείου Οικονομικών, το οποίο δύναται να αντληθεί από την ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων <https://portal.gsis.gr/portal/page/portal/ICISnet/services?serid=10418419&adreseID=10001980> (πρόκειται για το αρχείο Απλοποιημένη Διαδικασία Εξαγωγές στην Κορέα - Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και Δημοκρατίας της Κορέας).

Από τον ανωτέρω σύνδεσμο έχει κανείς πρόσβαση και στα **απαραίτητα δικαιολογητικά** που θα πρέπει να υποβληθούν στην αρμόδια τελωνειακή αρχή (Αίτηση, Υπεύθυνες Δηλώσεις, Ερωτηματολόγιο αυτό-αξιολόγησης).

Η σαφής γνώση της σχετικής διαδικασίας από τον εξαγωγέα είναι πολύ σημαντική, διότι σε αρκετές περιπτώσεις τα Ελληνικά Τελωνεία δεν είναι ενημερωμένα ή/και παρουσιάζουν μεγάλη δυσκαμψία στην έκδοση της άδειας αυτής.

Ωστόσο, η απόκτησή της από τον εξαγωγέα είναι απολύτως απαραίτητη, διότι αυτός στη συνέχεια θα πρέπει να συντάξει “**Δήλωση Προτιμησιακής Καταγωγής**”, στο τιμολόγιο, το δελτίο παράδοσης ή σε άλλο εμπορικό έγγραφο (αλλά όχι στη φορτωτική, καθώς αυτή δεν εκδίδεται από τον εξαγωγέα). Πρέπει όμως πάνω στο έγγραφο της δήλωσης καταγωγής να γίνεται λεπτομερής και επακριβής καταγραφή των εμπορευμάτων ώστε να είναι εφικτός ο εντοπισμός και η αναγνώρισή τους.

Η δήλωση αυτή πρέπει να έχει τη μορφή:

«The exporter of the products covered by this document (customs authorization No..... (Αναφέρεται ο αριθμός έγκρισης του εξαγωγέα από το τελωνείο)) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of (αναφέρεται η καταγωγή των προϊόντων)».

Εντούτοις, υπάρχει η δυνατότητα να πραγματοποιηθεί η εξαγωγή χωρίς να ακολουθηθεί η ανωτέρω διαδικασία. Στην περίπτωση αυτή, καταβάλλεται κανονικά ο εισαγωγικός δασμός και στη συνέχεια, εφόσον υποβληθεί η άδεια εγκεκριμένου εξαγωγέα συν την δήλωση προτιμησιακής καταγωγής εντός διαστήματος δώδεκα μηνών, το ποσό αυτό επιστρέφεται. Είναι μια λύση την οποία δεν προκρίνουμε, διότι στη συνέχεια οι διάφοροι φόροι εντός της Κορεατικής επικράτειας υπολογίζονται επί της αξίας CIF συν τον εισαγωγικό δασμό και επιβαρύνουν επιπλέον την τελική τιμή του προϊόντος, καθώς βέβαια η διαφορά του φόρου δεν επιστρέφεται μαζί με τον καταβληθέντα δασμό. Σε κάποιες περιπτώσεις ωστόσο, αποτελεί μια λύση εκτάκτου ανάγκης, προκειμένου να μην χαλάσει μια εμπορική συμφωνία και το προϊόν να εισέλθει στην αγορά.

Η εισαγωγή και εμπορία **καλλυντικών** στην Νότιο Κορέα υπάγεται στην αρμοδιότητα του Ministry of Food and Drug Safety (MFDS), χωρίζονται δε σε δύο κατηγορίες: **Λειτουργικά Καλλυντικά (Functional Cosmetics)**, τα οποία περιλαμβάνουν τα προϊόντα λεύκανσης, αντιρυτιδικά, αντιηλιακά, αποτριχωτικά, κατά της τριχόπτωσης, για ανταύγειες μαλλιών (decarpage), κατά της ακμής και συνδυασμοί αυτών. Για τα προϊόντα αυτά απαιτείται έλεγχος και προέγκριση κυκλοφορίας στην αγορά από το MFDS, μια διαδικασία που διαρκεί 60 εργάσιμες ημέρες (3 μήνες). Ο εισαγωγέας απευθύνει σχετικό αίτημα στο MFDS, υποβάλλοντας τα συστατικά του προϊόντος, την μέθοδο παρασκευής και τα δεδομένα των κλινικών δοκιμών που έγιναν στο εξωτερικό. Για τα λοιπά, **Κανονικά Καλλυντικά (Regular Cosmetics)**, η διαδικασία είναι απλοποιημένη και έχει ανατεθεί από το MFDS στην Ένωση Φαρμακευτικών Εμπόρων Κορέας (Korea Pharmaceutical Traders Association). Ο ενδιαφερόμενος εισαγωγέας υποβάλλει αίτηση έγκρισης κυκλοφορίας του προϊόντος, η οποία συνοδεύεται από πλήρη κατάλογο των συστατικών του και την μέθοδο παρασκευής του, λαμβάνει δε την απάντηση σε 3-4 εργάσιμες ημέρες.

Μεγάλη προσοχή συνιστάται στις **ετικέτες των προϊόντων προς εξαγωγή**, καθώς η εγχώρια νομοθεσία είναι αυστηρή και η ερμηνεία των προβλεπομένων από τη Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών ιδιαίτερα “στενή”. Για παράδειγμα, οι αναγραφές στην ετικέτα:

- **Εξαιρετικής ποιότητας** (Τι το καθιστά εξαιρετικό; Ποιος το βεβαιώνει αυτό; Σε τι διαφέρει από το μέσο προϊόν;)
- **Με μειωμένη περιεκτικότητα σε ...** (Ποια είναι η φυσιολογική περιεκτικότητα; Πόσο μειωμένη; Ποιος το πιστοποιεί αυτό; Ο Οργανισμός που το βεβαιώνει είναι πιστοποιημένος; Ποια η ακριβής επίπτωση στην ανθρώπινη υγεία από ένα προϊόν με μειωμένη ποσότητα αλατιού;)
- **Υγιεινό προϊόν** (Τι ακριβώς το καθιστά τέτοιο; Πώς και από ποιόν πιστοποιείται αυτό;)

δεν γίνονται αποδεκτές και είναι εξαιρετικά πιθανό τα κορεατικά τελωνεία να μην επιτρέψουν την εισαγωγή του προϊόντος και να επιβάλλουν την επιστροφή του στην χώρα προέλευσης. Παρακαλούνται οι Έλληνες επιχειρηματίες να είναι προσεκτικοί και φειδωλοί με τις ετικέτες τους. Ότι αναγράφεται θα πρέπει να είναι πιστοποιημένο από αναγνωρισμένο φορέα, για παράδειγμα αν ένα προϊόν έχει λάβει κάποιο βραβείο σε διεθνή διαγωνισμό, αυτό μπορεί να αναγραφεί στην ετικέτα εφόσον η επιχείρηση δύναται να προσκομίσει το αντίστοιχο παραστατικό.

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στη **ρήτρα απευθείας μεταφοράς**, σύμφωνα με την οποία η μεταφορά των εμπορευμάτων πρέπει να γίνεται απευθείας μεταξύ Ε.Ε. και Κορέας ή, εφόσον υπάρχει μεταφόρτωση, απαγορεύεται η ελεύθερη κυκλοφορία και η αποθήκευση των προϊόντων στον ενδιάμεσο σταθμό:

The preferential treatment provided for under this Agreement applies only to products, satisfying the requirements of this Protocol, which are transported directly between the Parties. However, products constituting one single consignment may be transported through other territories with, should the occasion arise, trans-shipment or temporary warehousing in such territories, provided that they are not released for free circulation in the country of transit or warehousing and do not undergo operations other than unloading, reloading or any operation designed to preserve them in good condition.

Όταν αποστέλλονται **δείγματα** προς ενδιαφερόμενη Κορεατική εταιρεία, προκειμένου να εκτελωνιστούν χωρίς προβλήματα θα πρέπει στην φορτωτική να αναγράφεται λεπτομερώς το περιεχόμενο, η ποσότητα και μια συμβολική αξία. Για παράδειγμα:

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΑ (COMMERCIAL SAMPLES)

Περιγραφή		Ποσότητα	Τιμή Μονάδας
Κρέμα προσώπου	100 gr	3	0,01 ευρώ
Ενυδατική κρέμα	150 ml	5	0,01 ευρώ

Ως συνολική αξία περιεχομένου προτείνεται η αναγραφή **UNDER VALUE**.

Σε περίπτωση επίσκεψης στην Κορέα με εμπορικά δείγματα, συνιστάται θερμά η προηγούμενη έκδοση **CARNET ATA** από το οικείο Επιμελητήριο.

B. Η αγορά καλλυντικών της Νοτίου Κορέας

Η Νότιος Κορέα είναι **σημαντικότετος παραγωγός, καταναλωτής, εξαγωγέας και εισαγωγέας καλλυντικών προϊόντων**. Αποτελεί την δέκατη μεγαλύτερη αγορά καλλυντικών, με εκτιμώμενο κύκλο εργασιών 7 δις δολάρια Η.Π.Α., αντιπροσωπεύοντας το 2,9% της παγκόσμιας αγοράς και εξακολουθεί να παρουσιάζει ετήσια μέση ανάπτυξη της τάξης του 5%. Οι Κορεάτισες ακολουθούν διαδικασία περιποίησης της επιδερμίδας πολλών σταδίων, ενώ και οι Κορεάτες ξοδεύουν περισσότερα κατά κεφαλή χρήματα ετησίως για καλλυντικά από οποιαδήποτε άλλη χώρα στον κόσμο.

Η συνολική αξία της ετήσιας εγχώριας παραγωγής καλλυντικών ανέρχεται σε 10 δις δολάρια ΗΠΑ, και κατανέμεται σε προϊόντα περιποίησης δέρματος (57,8%), make-up (15,9%) και περιποίησης μαλλιών (13%). Στην αγορά κυριαρχούν δύο εταιρείες, η Amore Pacific (Laneige, Etude House, Innisfree, Sulwhasoo, Mamonde) και η LG Household & Health Care Ltd. (Isa Knox, Face Shop), με συνολικό μερίδιο αγοράς 41,3%. Ακολουθούν οι Kolmar Korea (2,9%), Aekyung (2,6%), Atomy (2,5%), Cosmax (2,1%), Able C&C (2%), It's skin (1,8%), Nu Skin Korea (1,7%), Nature Republic (1,6%), Etude (1,5%), Tonymoly (1,3%), Yonwoo (1,1%), L&P Cosmetics (1,1%), Skinfood (1%).

Κατά τα τελευταία χρόνια, τα κορεατικά προϊόντα του κλάδου παρουσιάζουν αυξημένη δημοτικότητα και παρουσία εκτός Κορέας, με αιχμή του δόρατος τις χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας, σε μεγάλο βαθμό λόγω της διάδοσης της νεανικής της κουλτούρας και τρόπου ζωής (K-pop/K-beauty). Κατά το 2017, η Κορέα εξήγαγε προϊόντα αξίας άνω των τεσσάρων δις δολαρίων, με κύριο πελάτη την Κίνα και βασική έμφαση στα προϊόντα skincare & make-up. Η κατανομή στις βασικές δασμολογικές κλάσεις έχει ως εξής:

- **Αρώματα** (Δασμολογική Κλάση 3303) αξίας 16,7 εκ. δολ. ΗΠΑ, τα οποία εξήχθησαν κατά κύριο λόγο στη Σιγκαπούρη (36,2%) και στην Ολλανδία (20,6%),
- **Προϊόντα περιποίησης δέρματος και make-up** (Δασμολογική Κλάση 3304) **αξίας 3,9 δις δολ. ΗΠΑ**, τα οποία εξήχθησαν στην Κίνα (37,5%), στο Χονγκ Κονγκ (24,7%), στις Η.Π.Α. (9,4%), στην Ιαπωνία (5%), στην Ταϊλάνδη (3,4%), στο Βιετνάμ (3,2%) και στην Ταϊβάν (3,2%),
- **Προϊόντα περιποίησης μαλλιών** (Δασμολογική Κλάση 3305) αξίας 221,9 εκ. δολ. ΗΠΑ, τα οποία εξήχθησαν στην Κίνα (50,7%), στο Χονγκ Κονγκ (9,2%) και στην Ταϊβάν (5,8%).

Η τάση στην εγχώρια αγορά είναι η ενίσχυση των δικτύων πώλησης μέσω διαδικτύου, εξειδικευμένων καταστημάτων (brand shops), τηλεπωλήσεων και drug stores. Οι σημαντικότερες αλυσίδες drug stores είναι τα CJ Olive Young (950 καταστήματα), GS Watsons-Lalavla (188 καταστήματα), Lotte LOHBs (96 καταστήματα) και τα Boots του ομίλου Shinsegae (10 καταστήματα), προσφέρουν δε κατά κύριο λόγο οργανικά και φυσικά καλλυντικά, συμπληρώματα διατροφής και διάφορα καταναλωτικά είδη (wellness products).

Η προβολή, προώθηση και πώληση καλλυντικών προϊόντων μέσω κινητής τηλεφωνίας παρουσιάζει, κατά τα τελευταία έτη, εκθετική ανάπτυξη στη Νότιο Κορέα, η οποία διαθέτει το ταχύτερο διαδίκτυο παγκοσμίως σε συνδυασμό με την υψηλότερη κατά κεφαλή κατοχή έξυπνων τηλεφωνικών συσκευών (smartphones). Στο πλαίσιο των πωλήσεων μέσω διαδικτύου, οι πωλήσεις μέσω smartphones, από 17% το 2013 ξεπέρασαν το 50% το 2017. Η νέα αυτή τάση αποκαλείται “moroaming” και αναφέρεται στη συνήθεια διερεύνησης της αγοράς σε επίπεδο καταστημάτων και στη συνέχεια πραγματοποίησης αγορών μέσω τηλεφωνικών συσκευών.

Ιδιαίτερη δυναμική παρουσιάζει επίσης το φαινόμενο της προβολής μέσω διαδικτύου ως μέσο προσαρμογής του διαφημιστικού μηνύματος στις ιδιαιτερότητες του κάθε καταναλωτή, ενώ εξαιρετικά διαδεδομένη και αποτελεσματική παραμένει η χρήση αναγνωρίσιμων προσωπικοτήτων (celebrities/beauty bloggers) για την προβολή των προϊόντων μέσω του διαδικτύου (celebrity product placement).

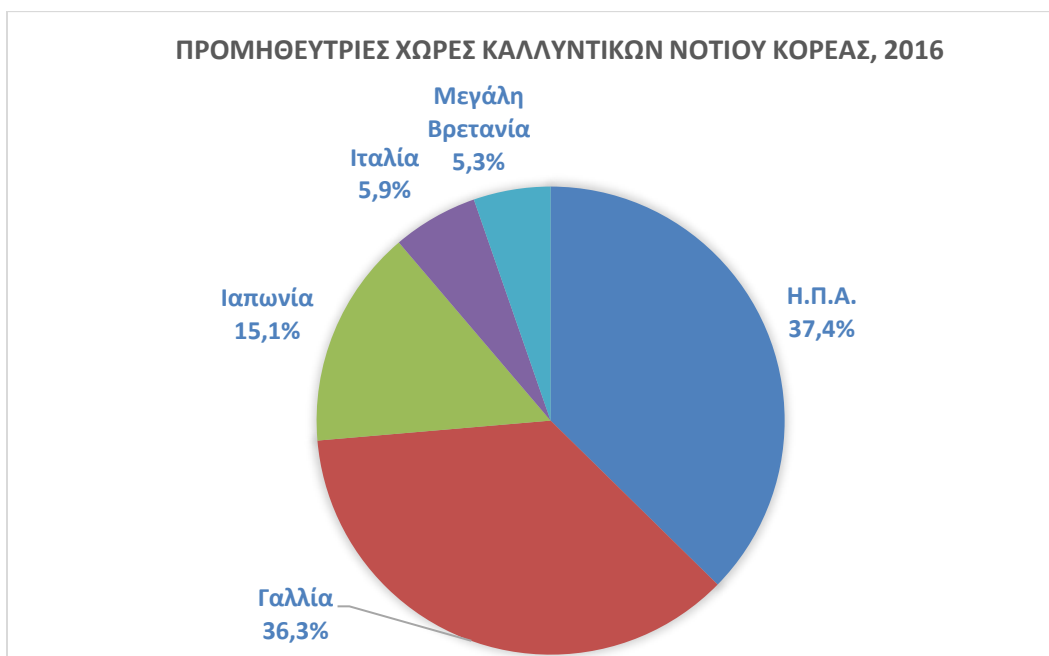
Το βασικότερο χαρακτηριστικό της Κορεατικής αγοράς είναι η πόλωση μεταξύ δύο ακραίων τάσεων, με την ταυτόχρονη ύπαρξη ισχυρής ζήτησης για τα πλέον ακριβά και υψηλής ποιότητας καλλυντικά (μεγάλα πολυκαταστήματα και ορισμένες εξειδικευμένες αλυσίδες), ενώ το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών προτιμά τα πολύ χαμηλής τιμής προϊόντα (αλυσίδες καταστημάτων χαμηλού κόστους).

Πολύ ενδιαφέρουσα είναι η στροφή των Κορεατών προς τα καλλυντικά που ταυτόχρονα έχουν και θεραπευτικές ιδιότητες (cosmeceuticals). Αυτά απαντώνται υπό την ορολογία “highly functional products” (εξαιρετικώς λειτουργικά καλλυντικά), με ιδιαίτερη έμφαση στα προϊόντα λευκάνσεως δέρματος. Επίσης, υψηλή ζήτηση υπάρχει για αντιρυτιδικά και για προϊόντα προστασίας από τον ήλιο.

Ταυτόχρονα, ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα αποτελεί επίσης η προϊούσα γήρανση του πληθυσμού της χώρας, καθώς οι Κορεάτισσες στην ηλικιακή ομάδα των 50 – 65 ετών δαπανούν κατά κεφαλή 46% περισσότερο από τη μέση καταναλώτρια, με αποτέλεσμα να ευνοείται η ανάπτυξη και διάθεση εξειδικευμένων και ακριβότερων καλλυντικών για ηλικιωμένες.

Στην Κορεατική αγορά υφίσταται μεγάλη ποικιλία εισαγόμενων καλλυντικών, τα οποία αντιπροσωπεύουν το 40% του συνολικού κύκλου εργασιών. Τα προϊόντα αυτά προσπαθούν να διαφοροποιηθούν από τα αντίστοιχα της εγχώριας παραγωγής μέσω της αναγνωρισιμότητας της μάρκας (brand identity), της συσκευασίας, των συστατικών και της λειτουργικότητάς τους. Τα εισαγόμενα καλλυντικά διατίθενται μέσω του διαδικτύου (32,7%), εξειδικευμένων καταστημάτων (16%), υπεραγορών (9%), πολυκαταστημάτων (6,6%), καταστημάτων αφορολόγητων ειδών (1,7%) και τηλεπωλήσεων (1,3%).

Η συνολική αξία των εισαγόμενων στη Νότιο Κορέα καλλυντικών διαμορφώνεται στα **880 εκ. δολ. Η.Π.Α.** Οι σημαντικότερες συνολικά προμηθεύτριες χώρες της Νοτιοκορεατικής αγοράς είναι οι Η.Π.Α. (316 εκ. δολ. Η.Π.Α.), η Γαλλία (307 εκ. δολ. Η.Π.Α.), η Ιαπωνία (128 εκ. δολ. Η.Π.Α.), η Ιταλία (50 εκ. δολ. Η.Π.Α.) και η Μεγάλη Βρετανία (45 εκ. δολ. Η.Π.Α.).



Στις επιμέρους κατηγορίες, η κατάσταση διαμορφώνεται ως εξής:

- Στα **προϊόντα περιποίησης δέρματος** (skincare, δασμολογικές κλάσεις 330491, 330492, 330493 & 330499), οι συνολικές εισαγωγές είναι **586 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από τις Η.Π.Α. (36%, με μάρκες όπως MAC, Bobby Brown, Estee Lauder, Maybelline, Neutrogena, Aveeno & Cetaphil), την Γαλλία (22%) και την Ιαπωνία (18%).

- Στα **αρώματα** (perfumes, δασμολογική κλάση 3303), οι συνολικές εισαγωγές είναι **138 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από την Γαλλία (52%), την Ιταλία (21%) και τις Η.Π.Α. (18%).

- Στα **προϊόντα περιποίησης του τριχωτού της κεφαλής** (δασμολογική κλάση 3305), οι συνολικές εισαγωγές είναι **67 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από τις Η.Π.Α. (31%), την Ταϊλάνδη (26%) και την Ιαπωνία (7%).

• Στα **προϊόντα μακιγιαρίσματος** (δασμολογικές κλάσεις 330410 & 330420), οι συνολικές εισαγωγές είναι **59 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από την Γαλλία (31%), τις Η.Π.Α. (27%) και την Ιαπωνία (17%).

• Στα **παιδικά καλλυντικά** (δασμολογικές κλάσεις 33049120 & 33049930), οι συνολικές εισαγωγές είναι **21 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από τις Η.Π.Α. (38%), την Γερμανία (20%) και την Μαλαισία (16%).

• Στα **προϊόντα περιποίησης νυχιών** (δασμολογική κλάση 330430), οι συνολικές εισαγωγές είναι **6 εκ. δολ. Η.Π.Α.** και προέρχονται από τις Η.Π.Α. (75%), την Γαλλία (12%), και την Γερμανία (4%).

Οι ελληνικές εξαγωγές καλλυντικών προς την Κορέα κυμαίνονται κατά μέσο όρο, ετησίως, σε 1 εκ. δολ. Η.Π.Α. προϊόντων περιποίησης δέρματος και 150.000 δολ. Η.Π.Α. προϊόντων περιποίησης τριχωτού κεφαλής. Ωστόσο, οι προτιμήσεις των Κορεατών καταναλωτών δείχνουν να μετατοπίζονται από τον απλό προσανατολισμό προς ορισμένες μάρκες υψηλού προφίλ σε αναζήτηση προϊόντων που χαρακτηρίζονται από φυσικά συστατικά και υψηλή αποτελεσματικότητα για τη χρήση που προορίζονται. Η εξέλιξη αυτή δημιουργεί ένα παράθυρο ευκαιρίας για τα ελληνικά προϊόντα του κλάδου, εφόσον βέβαια τοποθετηθούν σωστά στην εδώ αγορά και προωθηθούν αναλόγως.

Η σημαντικότερη Διεθνής Έκθεση του κλάδου στη Νότιο Κορέα είναι η

COSMOBEAUTY Seoul 2019, International Cosmetics & Beauty Expo

https://www.cosmobeautyseoul.com/fairContents.do?FAIRMENU_IDX=658&hl=ENG

9 – 11 Μαΐου 2019

Απολογισμός Cosmobeauty 2018: 342 εκθέτες με 514 περίπτερα, από 14 χώρες. 50.673 επισκέπτες από 56 χώρες, εκ των οποίων οι 18.846 αγοραστές και 31.809 γενικό κοινό.

Επιμέρους θεματικές ενότητες:

- Καλλυντικά – Ζώνη Ομορφιάς
- Ζώνη Εσωτερικής Ομορφιάς (αδυνάτισμα, υγιεινή διατροφή)
- Φυσικά και Οργανικά Προϊόντα

Ο Προϊστάμενος



Κωνσταντίνος Δίκaros, Σύμβουλος ΟΕΥ Α΄