

Wonderful

**Μοντέλο ανάπτυξης για πράσινη, ψηφιακή και ανθεκτική
επιχειρηματικότητα για νέους στην Ευρώπη: Πρόγραμμα
Κατάρτισης**

**Ενότητα 1: Χαρτογράφηση του Χειροποίητου Καλλυντικού
Χώρου**

WP2: Πρόγραμμα Εκπαίδευσης

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΕΡΓΟ

Το έργο, με τίτλο "Μοντέλο ανάπτυξης για την πράσινη, ψηφιακή και ανθεκτική επιχειρηματικότητα για τους νέους της Ευρώπης" και συντομογραφία WONDERFUL, έχει καταχωριστεί με αριθμό έργου 2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804. WONDERFUL είναι μια καινοτόμος πρωτοβουλία με στόχο ενδυνάμωση των νεαρών Ευρωπαίων γυναικών εισάγοντάς τες στον φιλικό προς το περιβάλλον τομέα της χειροποίητα, φυσικά καλλυντικά. Αυτό το έργο όχι μόνο ενισχύει τις οικονομικές ευκαιρίες τους, αλλά υποστηρίζει επίσης τους στόχους της Ευρώπης για ένα βιώσιμο μέλλον.

Ο πρωταρχικός στόχος του WONDERFUL είναι να ενισχύσει την ευημερία των νέων γυναικών προωθώντας τη χρήση και την παραγωγή φυσικών, χειροποίητων καλλυντικών, εξοπλίζοντάς τες με τις δεξιότητες που χρειάζονται για να διαπρέψουν σε αυτόν τον αναπτυσσόμενο κλάδο. Το έργο δίνει έμφαση στη χρήση φυσικών συστατικών, στην παροχή μιας πιο υγιεινής εναλλακτικής στα παραδοσιακά προϊόντα ομορφιάς και στην υποστήριξη της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.

Συνδυάζοντας μεθοδολογίες μη τυπικής μάθησης και μάθησης με βάση την εργασία, το WONDERFUL προσφέρει μια καθηλωτική, πρακτική εκπαιδευτική εμπειρία που προετοιμάζει τους συμμετέχοντες να είναι μελλοντικοί ηγέτες στην αγορά φυσικών καλλυντικών. Αυτή η προσέγγιση βοηθά στην αντιμετώπιση των υψηλών ποσοστών ανεργίας μεταξύ των νέων γυναικών, ενισχύοντας την απασχολησιμότητά τους με πολύτιμες δεξιότητες.

Εναρμονισμένο με τις προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το WONDERFUL προωθεί μια πιο πράσινη, πιο ανθεκτική οικονομία, εστιάζοντας στην ενδυνάμωση μέσω της εκπαίδευσης και της ανάπτυξης δεξιοτήτων. Ως φάρος καινοτομίας και βιωσιμότητας, η WONDERFUL είναι ένας άξιος υποψήφιος για υποστήριξη και χρηματοδότηση, υποσχόμενος ένα πιο υγιές και βιώσιμο μέλλον για τις νέες γυναίκες και την ευρύτερη κοινότητα.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

ΕΤΑΙΡΟΙ



Το Impact Hub Stockholm ιδρύθηκε το 2008 για να δημιουργήσει έναν χώρο για κοινωνικούς επιχειρηματίες, που λειτουργούν με τις βασικές αξίες της εμπιστοσύνης, του θάρρους και της συνεργασίας. Το εν μέρει εργαστήριο καινοτομίας, εν μέρει θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων και εν μέρει κοινοτικό κέντρο προσφέρει στα μέλη του ένα μοναδικό οικοσύστημα πόρων, έμπνευσης και ευκαιριών συνεργασίας. Το Impact Hub λειτουργεί ως ουδέτερη πλατφόρμα όπου βασικοί φορείς από διαφορετικούς τομείς αισθάνονται εμπιστοσύνη και υποστήριξη για να συνεργαστούν σε κοινά θέματα και προκλήσεις.



Το Future Development Initiative (FDI), που ιδρύθηκε το 2014 ως άτυπο κίνημα, αντιμετωπίζει τις ανάγκες της ευρωπαϊκής νεολαίας παρέχοντας ευκαιρίες μη τυπικής εκπαίδευσης. Ως εγγεγραμμένη ΜΚΟ στο Βέλγιο, η FDI επικεντρώνεται σε διαπολιτισμικά έργα για την ενδυνάμωση της νεολαίας και την προώθηση της ενεργού πολιτικότητας. Ιδρυμένο από άτομα από διάφορους τομείς, το FDI στοχεύει στην ανάπτυξη της ηγεσίας των νέων, στην προώθηση της διαπολιτισμικής κατανόησης και στη συμμετοχή σε περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες. Μέσω διαφόρων προγραμμάτων, η FDI ενθαρρύνει τον εθελοντισμό και προωθεί τον διάλογο σε τοπικό και διεθνές επίπεδο.



Το Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας (iED) είναι ένας ελληνικός μη κερδοσκοπικός οργανισμός που δεσμεύεται να προάγει την καινοτομία και να ενισχύει το επιχειρηματικό πνεύμα. Ιδρύθηκε το 2005 στη Λάρισα, το iED είναι πιστοποιημένο Κέντρο Αριστείας στην ευρωπαϊκή επιχειρηματικότητα και ένας ταχέως αναπτυσσόμενος Κόμβος Ψηφιακής Καινοτομίας, εγγεγραμμένος ως μέλος του καταλόγου DIHs της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που αναγνωρίζει την επιχειρηματικότητα ως κρίσιμο παράγοντα για το μέλλον της βιώσιμης ανάπτυξης και της συνοχής των κοινωνιών. Διεξάγει έρευνα και παρέχει καινοτόμες λύσεις που διευκολύνουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και προωθούν την απασχόληση.



Η EURASIA Innovative Society Association, που ιδρύθηκε το 2021 στην Προύσα της Τουρκίας, είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που προωθεί ψηφιακούς και πράσινους μετασχηματισμούς. Με 6.000 νεαρούς, 10.000 νέους και 100 ενώσεις νέων στο δίκτυό της, η EURASIA προωθεί τη συνεχή επαγγελματική ανάπτυξη (CPD) και τις δραστηριότητές της μέσω των 12 ερευνητών της, των 21 εργαζομένων στη νεολαία και των 220 εθελοντών της, συμπεριλαμβανομένων 120 εθελοντών εκπαίδευσης. Λειτουργώντας έναν κόμβο νεολαίας για 2000 άτομα, η EURASIA προσφέρει καθηλωτική ενασχόληση με τον ψηφιακό γραμματισμό και τις προηγμένες τεχνολογίες όπως VR, AR, XR και AI, αναγνωρισμένη σε εθνικό και διεθνές επίπεδο για την ηγετική της θέση στην ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης στην εκπαίδευση.



Το Education and Social Innovation Centre of Austria (ESICA), με έδρα τη Βιέννη, είναι ένας μη κυβερνητικός ερευνητικός οργανισμός αφιερωμένος στην προώθηση της κοινωνικής καινοτομίας, της ένταξης και της ισότητας. Μέσω έργων σε διάφορους τομείς, το ESICA προωθεί βιώσιμες λύσεις σε παγκόσμιες προκλήσεις, ενώ παράλληλα προωθεί τη συνεργασία και την ανταλλαγή γνώσεων. Επικεντρώνεται στην ενδυνάμωση των μαρμιναλιστικών ομάδων, παρέχοντας μη τυπική εκπαίδευση και ευκαιρίες στην ηλεκτρονική μάθηση και την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Οι βασικοί στόχοι της ESICA περιλαμβάνουν τη δημιουργία και την εφαρμογή καινοτόμων λύσεων για την κοινωνική ένταξη και την ενεργό συμμετοχή της κοινότητας.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Σχετικά με το Πακέτο Εργασίας 2 (WP2)

Το Πακέτο Εργασίας 2 περιλαμβάνει μια πολύπλευρη προσέγγιση για την επίτευξη των συγκεκριμένων στόχων του, ο καθένας προσαρμοσμένος για να συνεισφέρει στους πρωταρχικούς στόχους του έργου. Προκειμένου να καλλιεργηθεί μια κουλτούρα εικονικής επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ του προσωπικού των εταιριών, θα καταβληθούν προσπάθειες για τη χρήση εργαλείων και στρατηγικών εικονικής επικοινωνίας, με στόχο την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και της συνέργειας στις λειτουργίες του έργου, συμβάλλοντας τελικά στην επιτυχή υλοποίηση των στόχων του έργου.

Ένας από τους κύριους στόχους είναι η οικοδόμηση ενός προγράμματος κατάρτισης για τη μάθηση με βάση την εργασία (WBL) στην επιχειρηματικότητα, στοχεύοντας ιδιαίτερα σε νεαρά άτομα, ιδιαίτερα γυναίκες, ώστε να μπορέσουν να ξεκινήσουν επιχειρηματικές προσπάθειες στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών. Αυτό το δομημένο πρόγραμμα κατάρτισης θα βασίζεται στις αρχές της Μάθησης βάσει Εργασίας, διασφαλίζοντας ότι οι συμμετέχοντες αποκτούν τόσο θεωρητικές γνώσεις όσο και πρακτικές δεξιότητες απαραίτητες για τη δημιουργία και τη διαχείριση των δικών τους επιχειρήσεων.

Μια άλλη βασική εστίαση είναι η ανάπτυξη μιας εκπαιδευτικής εργαλειοθήκης για εκπαιδευτές νέων. Αυτή η εργαλειοθήκη θα εξοπλίσει τους εκπαιδευτές με τους απαραίτητους πόρους και υλικά για την αποτελεσματική μετάδοση γνώσεων και δεξιοτήτων που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα και την απασχολησιμότητα. Παρέχοντας ολοκληρωμένη υποστήριξη σε εκπαιδευτές που εργάζονται με νέους, η ποιότητα και ο αντίκτυπος των εκπαιδευτικών πρωτοβουλιών μπορούν να βελτιωθούν σημαντικά.

Οι προσπάθειες θα κατευθυνθούν επίσης προς τη δημιουργία ενός καινοτόμου επαγγελματικού περιβάλλοντος εργασίας εντός των ενώσεων έργων. Με την προώθηση ενός περιβάλλοντος που ευνοεί τη δημιουργικότητα και τη συνέργεια, αυτή η πρωτοβουλία στοχεύει να προωθήσει τον διεθνισμό και να ανυψώσει τα επαγγελματικά πρότυπα εντός των εμπλεκόμενων ενώσεων.

Αναγνωρίζοντας τη σημασία της ηλεκτρονικής μάθησης στο σημερινό ψηφιακό τοπίο, θα δοθεί έμφαση στην ανάδειξη των πλεονεκτημάτων και των ευκαιριών που παρουσιάζουν οι διαδικτυακές πλατφόρμες μάθησης. Με την ενσωμάτωση στοιχείων eLearning στις δραστηριότητες του έργου, οι συμμετέχοντες θα αποκτήσουν πρόσβαση σε ευέλικτους και προσβάσιμους πόρους μάθησης, ενισχύοντας έτσι τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους.

Επιπλέον, θα παρασχεθεί υποστήριξη για προσπάθειες ψηφιακού μετασχηματισμού στο πλαίσιο του έργου. Αυτό περιλαμβάνει την ενίσχυση των ψηφιακών ικανοτήτων και της ετοιμότητας των εταιριών του έργου και των ενδιαφερομένων μέσω στοχευμένων παρεμβάσεων και πρωτοβουλιών ανάπτυξης ικανοτήτων, διασφαλίζοντας ότι είναι εξοπλισμένοι για να πλοηγηθούν και να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες των ψηφιακών τεχνολογιών στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών. Επιπλέον, θα καταβληθούν προσπάθειες για την αύξηση της ψηφιακής ικανότητας μεταξύ των ενδιαφερομένων, συμπεριλαμβανομένων των μαθητών, των δασκάλων, των εταιριών και των μελών του προσωπικού. Ενισχύοντας τον ψηφιακό γραμματισμό και την επάρκεια σε όλους τους τομείς, το έργο στοχεύει να



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

διευκολύνει την απρόσκοπτη ενσωμάτωση ψηφιακών εργαλείων και τεχνολογιών σε όλες τις πτυχές της υλοποίησης του έργου.

Συνοπτικά, το Πακέτο Εργασίας 2 στοχεύει στην αντιμετώπιση μιας σειράς ειδικών στόχων που ευθυγραμμίζονται στενά με τους ευρύτερους στόχους της προώθησης μιας κυκλικής οικονομίας στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών και της προώθησης ευκαιριών βιώσιμης μάθησης και επιχειρηματικότητας για τους νέους. Μέσω στοχευμένων παρεμβάσεων και πρωτοβουλιών ανάπτυξης ικανοτήτων, αυτό το πακέτο εργασίας στοχεύει να ενδυναμώσει τους συμμετέχοντες με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τους πόρους που απαιτούνται για να ευδοκιμήσουν σε ένα ταχέως εξελισσόμενο ψηφιακό τοπίο, ενώ συνεισφέρουν ουσιαστικά στον κλάδο.

Πίνακας περιεχομένων

Ενότητα 1: Χαρτογράφηση του πεδίου χειροποίητων καλλυντικών	6
Ενότητα 1: Εισαγωγή στα Χειροποίητα Καλλυντικά	6
I. 7	
II. Προσδιορισμός βασικών τύπων προϊόντων και τάσεων της αγοράς	13
III. Κατανόηση των κανονιστικών απαιτήσεων και συμμόρφωσης	18
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	23
ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ & ΚΟΛΠΑ	24
ΕΛΕΓΞΤΕ ΤΟΝ ΕΑΥΤΟ ΣΑΣ!	26
Ενότητα 2: Ανάλυση Αγοράς και Έρευνα Ανταγωνιστή	28
Ανάλυση Αγοράς & Έρευνα Ανταγωνιστή στη Σουηδία	29
Ανάλυση Αγοράς & Έρευνα Ανταγωνιστή στο Βέλγιο	34
Ανάλυση Αγοράς & Έρευνα Ανταγωνιστή στην Ελλάδα	44
Ανάλυση αγοράς και έρευνα ανταγωνιστών στην Τουρκία	50
Ανάλυση αγοράς και έρευνα ανταγωνιστών στην Αυστρία	55
Βιβλιογραφικές Αναφορές	60



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Μέρος 1: Χαρτογράφηση του Χειροποίητου Καλλυντικού Χώρου

Ενότητα 1: Εισαγωγή στα Χειροποίητα Καλλυντικά

Τίτλος μέρους	Χαρτογράφηση του Χειροποίητου Καλλυντικού Χώρου
Τίτλος ενότητας	Εισαγωγή στα Χειροποίητα Καλλυντικά
Εταίρος	FDI
Εκτιμώμενος χρόνος	7 Ώρες
Μαθησιακοί Στόχοι	• Μάθετε για την ιστορία και την ανάπτυξη των χειροποίητων καλλυντικών. • Προσδιορίστε διαφορετικούς τύπους χειροποίητων καλλυντικών προϊόντων και προτιμήσεις της αγοράς. • Κατανοήστε τις τρέχουσες τάσεις που οδηγούν στην αγορά των χειροποίητων καλλυντικών. • Αναγνωρίστε τις κανονιστικές απαιτήσεις και τα πρότυπα ασφαλείας για τα χειροποίητα καλλυντικά. • Γνωρίστε τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη που εμπλέκονται στα χειροποίητα καλλυντικά. • Συγκρίνετε χειροποίητα καλλυντικά με εναλλακτικές λύσεις μαζικής παραγωγής.



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

	• Προβλέψτε τις μελλοντικές τάσεις και ευκαιρίες στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών. • Εξερευνήστε παγκόσμια κανάλια διανομής για χειροποίητα καλλυντικά. • Ανάπτυξη στρατηγικών για τη συμμόρφωση με τα ρυθμιστικά πρότυπα. • Δημιουργήστε αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ για χειροποίητα καλλυντικά.
--	--

Υποκεφάλαια

1. Επισκόπηση της βιομηχανίας χειροποίητων καλλυντικών
2. Προσδιορισμός βασικών τύπων προϊόντων και τάσεων της αγοράς
3. Κατανόηση των κανονιστικών απαιτήσεων και συμμόρφωσης

I. Επισκόπηση του κλάδου των χειροποίητων καλλυντικών

Στη δυναμική σφαίρα της ομορφιάς και της προσωπικής φροντίδας, ο κλάδος των χειροποίητων καλλυντικών λάμπει με την έμφαση στη δημιουργικότητα, τη βιωσιμότητα και την ατομική έκφραση. Προσφέροντας μια αναζωογονητική εναλλακτική λύση στα είδη μαζικής παραγωγής, τα χειροποίητα καλλυντικά συνδυάζουν την καλλιτεχνική αίσθηση, την επιδέξια δεξιότητα και τις ηθικές αρχές. Η εξερεύνηση αυτής της βιομηχανίας εισάγει τους συμμετέχοντες σε έναν κόσμο όπου κάθε προϊόν έχει μια ιστορία, κάθε σύνθεση γίνεται με πάθος και η αυθεντικότητα εκτιμάται ιδιαίτερα.

Αυτή η επισκόπηση εμβαθύνει στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τις ιστορικές ρίζες και τις διαφορετικές πτυχές του κλάδου των χειροποίητων καλλυντικών. Από τη χειροτεχνία έως τις φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές, ενσωματώνει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στην ομορφιά που έχει απήχηση στους καταναλωτές που αναζητούν κάτι περισσότερο από απλή



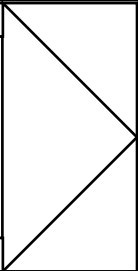
**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

περιποίηση δέρματος ή μακιγιάζ. Προσκαλεί τα άτομα να συμμετάσχουν σε τελετουργίες αυτοεξυπηρέτησης που τρέφουν τόσο το σώμα όσο και το πνεύμα.

Η εξερεύνηση της βιομηχανίας χειροποίητων καλλυντικών αποκαλύπτει μια ταπετσαρία αφοσιωμένων τεχνιτών, προνοητικών επιχειρηματιών και απαιτητικών καταναλωτών που εμπλουτίζουν συλλογικά το τοπίο της. Αυτή η εξέταση υπογραμμίζει θεμελιώδεις αρχές, ιδίως τη χρήση φυσικών συστατικών, την τήρηση βιώσιμων μεθοδολογιών και την υιοθέτηση ηθικών πρακτικών προμηθειών.

Η έναρξη αυτής της επιστημονικής αποστολής στη σφαίρα των χειροποίητων καλλυντικών σκιαγραφεί μια σύγκλιση παραδοσιακών βαθιών καταδύσεων στον κόσμο των χειροποίητων καλλυντικών και της εφευρετικότητας, όπου η δεξιότητα της ομορφιάς συνυφαίνεται με τη σταθερή δέσμευση, αποδίδοντας προϊόντα που αποτελούν την επιτομή της διαρκούς γοητείας της αυθεντικότητας. Ανεξάρτητα από το επάγγελμα κάποιου ως επίδοξου επιχειρηματία, έναν περίεργο καταναλωτή ή έναν γνώστη της φυσικής αισθητικής, η σφαίρα των χειροποίητων καλλυντικών παρουσιάζει μια πλούσια ταπισερί που περιμένει εξερεύνηση και εκτίμηση.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ!	Αυτό το κεφάλαιο χρησιμεύει ως πυξίδα για να σας βοηθήσει να περιηγηθείτε στο χειροποίητο κουβάρι της δημιουργικότητας, της βιωσιμότητας και της πρωτοτυπίας που διακρίνει τον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών, καθώς θα εμβαθύνετε περισσότερο στον δυναμικό του κόσμο.	
---------------------	--	--

1. Βαθιά βουτιά στον κόσμο των χειροποίητων καλλυντικών

Στο διαρκώς εξελισσόμενο τοπίο της ομορφιάς και της αυτοφροντίδας, τα χειροποίητα καλλυντικά αποτελούν απόδειξη της τέχνης, της καινοτομίας και της ατομικότητας που καθορίζουν αυτόν τον κλάδο. Από τους αρχαίους πολιτισμούς μέχρι τους σύγχρονους λάτρεις, το ταξίδι των χειροποίητων καλλυντικών είναι πλούσιο με ιστορία, πρόοδο και προκλήσεις, ωστόσο συνεχίζει να διαμορφώνει τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε και ασχολούμαστε με την ομορφιά.

1.1. Ιστορία των Χειροποίητων Καλλυντικών

Οι ρίζες των χειροποίητων καλλυντικών ανάγονται στους αρχαίους πολιτισμούς, όπου τα φυσικά συστατικά χρησιμοποιούνταν για την περιποίηση του δέρματος, τον στολισμό και τις θρησκευτικές τελετές. Πολιτισμοί όπως η αρχαία Αίγυπτος, η Ελλάδα και η Κίνα ενσωμάτωσαν συστατικά όπως



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

ελαιόλαδο, μέλι και διάφορα βότανα στις τελετουργίες ομορφιάς τους. Αυτές οι πρακτικές όχι μόνο ενίσχυσαν τη σωματική εμφάνιση αλλά είχαν και πολιτιστική και πνευματική σημασία.

Γρήγορα στο Μεσαίωνα και την Αναγέννηση, όπου οι φαρμακοποιοί και οι αλχημιστές έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη καλλυντικών και αρωμάτων. Η εποχή της Αναγέννησης είδε μια αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για την ομορφιά και την περιποίηση, που οδήγησε στη δημιουργία πιο εξελιγμένων συνθέσεων και τεχνικών.

Η Βιομηχανική Επανάσταση έφερε τη μαζική παραγωγή και εμπορευματοποίηση των καλλυντικών, αλλά πυροδότησε επίσης ένα αντίθετο κίνημα προς τα φυσικά, χειροποίητα προϊόντα. Αυτή η αναζωπύρωση κέρδισε δυναμική στα τέλη του 20ου αιώνα, τροφοδοτούμενη από ανησυχίες σχετικά με τα συνθετικά συστατικά και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Τις τελευταίες δεκαετίες, τα χειροποίητα καλλυντικά γνώρισαν μια αναγέννηση λόγω παραγόντων όπως η βιωσιμότητα, η εξατομίκευση και η αυξανόμενη ζήτηση για διαφάνεια στα συστατικά. Έχουν αναδυθεί μικροτεχνίτες και ανεξάρτητες μάρκες, προσφέροντας χειροποίητα προϊόντα φτιαγμένα με φροντίδα και δημιουργικότητα.

Η πρόοδος στην τεχνολογία έπαιξε επίσης ρόλο, επιτρέποντας στους τεχνίτες να προσεγγίσουν ευρύτερο κοινό μέσω πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι ψηφιακές πλατφόρμες παρέχουν έναν χώρο στους τεχνίτες να επιδείξουν τη δεξιότητά τους, να μοιραστούν τις ιστορίες τους και να συνδεθούν με ομοϊδεάτες καταναλωτές.

Το σημερινό τοπίο των χειροποίητων καλλυντικών χαρακτηρίζεται από ποικιλία προϊόντων, συστατικών και αισθητικής. Τα φυσικά και βιολογικά συστατικά παραμένουν δημοφιλή, με τους καταναλωτές να αναζητούν προϊόντα απαλλαγμένα από σκληρές χημικές ουσίες και πρόσθετα. Η ηθική προμήθεια, οι πρακτικές χωρίς σκληρότητα και η βιώσιμη συσκευασία αποτελούν επίσης βασικά ζητήματα για πολλούς καταναλωτές.

Η εξατομίκευση είναι μια άλλη τάση που επικρατεί, με τους τεχνίτες να προσφέρουν εξατομικευμένες συνθέσεις προσαρμοσμένες στις ατομικές προτιμήσεις και τους τύπους δέρματος. Η προσαρμογή επεκτείνεται πέρα από τη σύνθεση του προϊόντος στη συσκευασία και την επωνυμία, επιτρέποντας στους καταναλωτές να εκφράσουν το μοναδικό στυλ και τις αξίες τους.

Η καινοτομία οδηγεί στην ανάπτυξη νέων σκευασμάτων και τεχνικών, από την περιποίηση χωρίς νερό έως τις λύσεις συσκευασίας μηδενικών απορριμμάτων. Οι συνεργασίες μεταξύ τεχνιτών και άλλων βιομηχανιών, όπως τα τρόφιμα και η ευεξία, είναι επίσης σε άνοδο, εμπνέοντας νέες ιδέες και εμπειρίες προϊόντων.

Παρά την αυξανόμενη δημοτικότητα των χειροποίητων καλλυντικών, οι τεχνίτες αντιμετωπίζουν προκλήσεις όπως ρυθμιστικά εμπόδια, επεκτασιμότητα και ανταγωνισμό



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

από μεγαλύτερες εταιρείες. Η διασφάλιση της ασφάλειας των προϊόντων και της συμμόρφωσης με τους κανονισμούς μπορεί να είναι τρομακτική για τους παραγωγούς μικρής κλίμακας, που απαιτούν επενδύσεις σε δοκιμές και πιστοποίηση.

Η διατήρηση της συνέπειας στη διαχείριση ποιότητας και εφοδιαστικής αλυσίδας είναι μια άλλη πρόκληση, ειδικά καθώς η ζήτηση παρουσιάζει διακυμάνσεις και η προμήθεια φυσικών συστατικών γίνεται πιο περίπλοκη. Η τιμολόγηση είναι επίσης μια εκτίμηση, καθώς τα χειροποίητα καλλυντικά συχνά έρχονται με υψηλότερη τιμή λόγω της χειροτεχνίας και των κορυφαίων συστατικών που εμπλέκονται.

Επιπλέον, το να ξεχωρίζεις σε μια πολυσύχναστη αγορά απαιτεί αποτελεσματικές στρατηγικές επωνυμίας, μάρκετινγκ και διανομής. Η οικοδόμηση πίστης και εμπιστοσύνης στην επωνυμία είναι απαραίτητη για τους τεχνίτες ώστε να ανταγωνιστούν μεγαλύτερες, πιο καθιερωμένες μάρκες.

Τα χειροποίητα καλλυντικά ενσωματώνουν τη διασταύρωση της τέχνης, της επιστήμης και της βιωσιμότητας, προσφέροντας στους καταναλωτές μια εξατομικευμένη και αυθεντική εναλλακτική στα προϊόντα ομορφιάς μαζικής παραγωγής. Με πλούσια ιστορία, συνεχή καινοτομία και δέσμευση στη χειροτεχνία, τα χειροποίητα καλλυντικά συνεχίζουν να διαμορφώνουν το μέλλον της ομορφιάς, εμπνέοντας τα άτομα να αγκαλιάσουν τις μοναδικές τελετουργίες και τις αξίες ομορφιάς τους.

1. Η Εξέλιξη των Χειροποίητων Καλλυντικών

Η χρήση καλλυντικών και αρωμάτων τόσο από άνδρες όσο και από γυναίκες χρονολογείται από πολύ παλιά, καθώς οι αρχαίοι ήταν εξίσου πρόθυμοι όσο όλοι να βελτιώσουν την εμφάνισή τους όσο το δυνατόν πιο γρήγορα και εύκολα χρησιμοποιώντας κάθε είδους πούδρες, κρέμες, λοσιόν και υγρά. Τα γραπτά και εικονογραφικά αρχεία συνδυάζονται με υπολείμματα των ίδιων των υλικών για να αποκαλύψουν πώς οι αρχαίοι όχι μόνο βελτίωσαν την εμφάνιση και τη μυρωδιά τους, αλλά επίσης προσπάθησαν να θεραπεύσουν τέτοιες ενοχλητικές προκλήσεις για τη ματαιοδοξία κάποιου όπως η φαλάκρα, οι γκρίζες τρίχες και οι ρυτίδες. Σε πολλούς αρχαίους πολιτισμούς, τα καλλυντικά και τα αρώματα είχαν επίσης στενή σχέση με τη θρησκεία και τις τελετουργίες, ιδιαίτερα την ταφή των νεκρών.

Στον αρχαίο κόσμο, ιδιαίτερα στην Αίγυπτο, η έμφαση στην καθαριότητα και την αισθητική ήταν βαθιά ριζωμένη στις πολιτιστικές και θρησκευτικές πρακτικές. Οι Αιγύπτιοι, ανεξαρτήτως κοινωνικής θέσης, είχαν βαθιά πίστη στη σημασία της διατήρησης της αγνότητας του σώματος και της ψυχής, μια αρχή που επεκτεινόταν ακόμη και πέρα από τη σφαίρα των ζωντανών μέχρι το θάνατο. Τα καλλυντικά, επομένως, έπαιξαν πολύπλευρο ρόλο, όχι απλώς ως εργαλεία για την ενίσχυση της εμφάνισης αλλά ως φορείς πνευματικής σύνδεσης και σεβασμού προς το θείο.

Η σχέση μεταξύ των καλλυντικών και του θείου ήταν εμφανής στις θρησκευτικές τελετουργίες, όπου οι ιερείς άλειφαν τελετουργικά αγάλματα θεών με αρωματικά λάδια και



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

τα στόλιζαν με μακιγιάζ. Αυτή η θεϊκή σύνδεση εκδηλώθηκε επίσης με την παραγωγή καλλυντικών εντός των περιβόλων των ναών, ιδίως σε αξιοσέβαστους χώρους όπως το Καρνάκ, όπου η κατασκευή αρωματικών ελαίων και η δημιουργία διαφόρων καλλυντικών παρασκευασμάτων ήταν αναπόσπαστο μέρος των θρησκευτικών πρακτικών.

Τα αρχαιολογικά στοιχεία παρέχουν συναρπαστικές γνώσεις για την εκτεταμένη χρήση καλλυντικών στις αρχαίες κοινωνίες, ιδιαίτερα στην Αίγυπτο. Από το εμβληματικό eyeliner και τη σκιά ματιών που φορούσαν εξέχουσες προσωπικότητες όπως ο Τουταγχαμών και η Νεφερτίτη, φτιαγμένα από ορυκτά όπως ο πράσινος μαλαχίτης και η μαύρη γαλένα, μέχρι τη συμπερίληψη καλλυντικών σε είδη ταφής ως βασικά είδη για τη μετά θάνατον ζωή, η πολιτιστική σημασία των καλλυντικών διαπέρασε κάθε πτυχή του Αιγυπτιακή ζωή.



Επιπλέον, τα καλλυντικά στην αρχαία Αίγυπτο εξυπηρετούσαν όχι μόνο αισθητικούς σκοπούς αλλά διέθεταν και φαρμακευτικές ιδιότητες. Διάφορες συνθέσεις, που κυμαίνονται από ενυδατικές κρέμες από φυσικά λίπη και έλαια έως λοσιόν με νάτριο και στάχτη για τον καθαρισμό του δέρματος, υπογράμμισαν την ολιστική προσέγγιση της περιποίησης του δέρματος που επικρατούσε στην αρχαιότητα.

Συστατικά πολυτελείας όπως το λιβάνι και το μύρο ήταν προϊόντα υψηλής αξίας, τα οποία εκτιμώνται όχι μόνο για τα εξαιρετικά αρώματα τους αλλά και για τις θεραπευτικές τους ιδιότητες. Προερχόμενες από μακρινές χώρες όπως η Υεμένη και η Σομαλία, αυτές οι πολύτιμες ουσίες χρησιμοποιήθηκαν όχι μόνο σε αρώματα αλλά και σε περιποίηση δέρματος και ιατρικές θεραπείες, αντανakλώντας την έντονη κατανόηση των αρχαίων Αιγυπτίων για τον φυσικό κόσμο και τις θεραπευτικές του ιδιότητες.

Τα δοχεία για καλλυντικά, που κυμαίνονταν από απλούς σωλήνες από καλάμι μέχρι περίπλοκα κατασκευασμένα δοχεία από έγχρωμο γυαλί ή πέτρα, ήταν ενδεικτικά της μεγάλης εκτίμησης που δόθηκε σε αυτά τα προϊόντα. Η συμπερίληψή τους στα ταφικά είδη, μαζί με άλλα προσωπικά είδη πρώτης ανάγκης, όπως καθρέφτες και εργαλεία περιποίησης, επιβεβαίωσε την πίστη στη συνέχεια της ομορφιάς και της φροντίδας του εαυτού πέρα από το γήινο βασίλειο.

Σε όλη τη Μεσόγειο, από την Ελλάδα μέχρι τη Ρώμη, η παράδοση της χρήσης καλλυντικών και αρωμάτων διατηρήθηκε, με κάθε πολιτισμό να μεταδίδει τα μοναδικά έθιμα και πρακτικές του. Στην Ελλάδα, τα καλλυντικά δεν χρησιμοποιούνταν μόνο για την αισθητική βελτίωση αλλά είχαν και τελετουργική σημασία, με το ρουζ, το λευκαντικό και το eyeliner να είναι συνηθισμένα στις γυναίκες. Ομοίως, στη Ρώμη, τα καλλυντικά συνδέονταν κυρίως με γυναίκες, αν και οι άνδρες ασχολούνταν επίσης με ορισμένες πρακτικές περιποίησης.



Παρά τους πιθανούς κινδύνους που συνδέονται με ορισμένα συστατικά καλλυντικών, όπως οι χρωστικές με βάση τον μόλυβδο, οι αρχαίες κοινωνίες επέδειξαν αξιοσημείωτη προσαρμοστικότητα και επινοητικότητα στις αγωγές περιποίησης και ομορφιάς. Τα συστατικά επιλέχθηκαν όχι μόνο για τις καλλυντικές τους ιδιότητες αλλά και για τα πιθανά θεραπευτικά τους οφέλη, υπογραμμίζοντας τη διασύνδεση ομορφιάς, υγείας και πνευματικότητας στον αρχαίο κόσμο.



Κατά την Ύστερη Αρχαιότητα, οι Βυζαντινοί υποστήριξαν τις καλλυντικές πρακτικές που κληρονόμησαν από παλαιότερους πολιτισμούς, με τους άνδρες και τις γυναίκες να συμμετέχουν σε διάφορες τελετουργίες ομορφιάς. Ιστορικά αρχεία μαρτυρούν τη χρήση βαφών μαλλιών, με ορισμένες ασυνήθιστες μεθόδους όπως η χρήση ούρων αγοριών που πιστεύεται ότι έχουν αξιοσημείωτα αποτελέσματα. Επιπλέον, βυζαντινά άτομα χρησιμοποιούσαν συνήθως παρασκευάσματα για αποτρίχωση, ενυδατικές λοσιόν και καλλυντικά για την ενίσχυση του προσώπου. Οι γυναίκες, ειδικότερα, άσπρισαν τα πρόσωπά τους, στόλισαν τα χείλη τους με μπογιά και τόνιζαν τα μάτια τους, αντικατοπτρίζοντας τις καλλυντικές παραδόσεις των προκατόχων τους στη Δυτική Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία.

Η σχολαστική προσοχή των Βυζαντινών στην εμφάνιση οδήγησε μερικές φορές σε άδικες αντιλήψεις στη Δυτική Ευρώπη, όπου κατά καιρούς θεωρούνταν επιεικείς και ανησυχούσαν υπερβολικά για την πολυτέλεια. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι οι βυζαντινοί χριστιανοί ιεροκήρυκες κατά καιρούς προειδοποιούσαν τους οπαδούς τους για υπερβολική ματαιοδοξία. Τα αρχαιολογικά ευρήματα, συμπεριλαμβανομένων των χωνευτηρίων, των δοχείων, των εφαρμογών και των κουταλιών, χρησιμεύουν ως απτές αποδείξεις της ευρείας χρήσης καλλυντικών κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Τόσο η Βυζαντινή όσο και η Ύστερη Ρωμαϊκή κοινωνία επέδειξαν μια τάση για πολυτέλεια, που αντικατοπτρίζεται στα περίπλοκα κατασκευασμένα κασετίνες που χρησιμοποιούνται για την αποθήκευση καλλυντικών. Ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα είναι το Muse Casket of the Esquiline Treasure, που ανακαλύφθηκε στη Ρώμη το 1793 CE και χρονολογείται από τον 4ο αιώνα μ.Χ. Αυτό το ασημένιο φέρετρο, στολισμένο με χαραγμένες εικόνες των Μουσών, περιέχει θήκες για την αποθήκευση αρωματικών και αρωμάτων, δείχνοντας την εκτίμηση των Βυζαντινών τόσο για την ομορφιά όσο και για τη δεξιοτεχνία.



2. Βιομηχανική επανάσταση και η άνοδος της μαζικής παραγωγής



Η παγκόσμια επιχείρηση καλλυντικών είναι μια αντανάκλαση της κοινωνικής ανάπτυξης. Τα καλλυντικά παρήχθησαν μαζικά στις αρχές του 1900 χρησιμοποιώντας μηχανήματα και εργοστάσια. Εκείνη την εποχή, άρχισαν να εμφανίζονται εταιρείες που παρήγαγαν καλλυντικά, συμπεριλαμβανομένων των Elizabeth Arden (1910), MaxFactor (1909), Maxa Rubinstein (1903) και Princess Pat (1907). Ο καπιταλισμός οδήγησε τη μαζική παραγωγή και προώθηση των καλλυντικών τα πρώτα δέκα χρόνια του 1900. Οι Αμερικανίδες κατανάλωναν μόνο ένα στα πέντε καλλυντικά. Αλλά τελικά, αυτή η ατελείωτη προσφορά και κατανάλωση άρχισε να δείχνει αδυναμίες. Η υπερθέρμανση του πλανήτη έχει προκληθεί από τη ρύπανση από μεγάλες εταιρείες όλα αυτά τα χρόνια, και νέες ασθένειες που σχετίζονται με τα τρόφιμα έχουν συνδεθεί με την παρουσία επικίνδυνων χημικών ουσιών στα καλλυντικά.

Σήμερα, οι καταναλωτές συνειδητοποιούν περισσότερο τις αρνητικές πτυχές αυτών των περιορισμών που επιφέρει ο σύγχρονος καταναλωτισμός, όπως το πώς θέτουν σε κίνδυνο τη δική τους υγεία καθώς και το περιβάλλον. Οι πελάτες άρχισαν να αναζητούν μια πιο λογική προσέγγιση για την αγορά αντικειμένων. Οι καταναλωτές ανταποκρίνονται αρνητικά στους κινδύνους που συνδέονται με τα βιομηχανικά καλλυντικά, σύμφωνα με μια έρευνα της βιομηχανίας Packaged Facts του 2009. Ως αποτέλεσμα, υπάρχει μια αυξανόμενη ανάγκη για αγαθά που είναι πιο καθαρά και ασφαλή (Armstrong, 2009). Σύμφωνα με τον Featherstone (2007), η κατανάλωση δεν περιορίζεται πλέον στο να είναι αυθόρμητη, ηδονική και εκφραστική. Η τάση της «επισήμανσης των περιεχομένων των προϊόντων» στα τέλη της δεκαετίας του 1990 είναι ένα πρωταρχικό παράδειγμα αυτού. Ξεκίνησαν μια εκστρατεία από ευρωπαίους καταναλωτές ζητώντας από τους κατασκευαστές τροφίμων να αναφέρουν το περιεχόμενο των προϊόντων τους στις ετικέτες.

Παρόμοια με αυτό, το 2007 το "Carbon cost" άρχισε να επισημαίνει τα προϊόντα με το περιεχόμενό τους λόγω της ζήτησης των πελατών (Featherstone, 2007). Όλες αυτές οι κινήσεις δείχνουν πώς η κατανάλωση συσχετίζεται συχνά άμεσα με τον κατασκευαστή, τη μέθοδο παραγωγής, τις ουσίες που χρησιμοποιούνται κ.λπ.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Με βάση τις παραδοσιακές πρακτικές και την εθνοβοτανική σοφία, οι άνθρωποι έχουν χρησιμοποιήσει ιστορικά εμπειρικά τους φυσικούς πόρους για την περιποίηση του δέρματος και τη βελτίωση της φυσικής τους εμφάνισης. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, έχει παρατηρηθεί σημαντική αύξηση του ενδιαφέροντος για την υγεία και την περιποίηση του δέρματος, οδηγώντας σε υψηλή ζήτηση για ορισμένα αποτελεσματικά φυτικά εκχυλίσματα. Το δέρμα μας λειτουργεί ως φράγμα μεταξύ του σώματός μας και του εξωτερικού περιβάλλοντος, λειτουργώντας ως αισθητήριο όργανο που αντανακλά συναισθήματα, συναισθήματα και τη γενική υγεία. Ενώ τα εσωτερικά όργανα μπορεί να μην γερνούν ορατά, η γήρανση του δέρματος έχει σημαντική κοινωνική σημασία λόγω της εξωτερικής ορατότητάς του. Η γήρανση του δέρματος είναι αποτέλεσμα φυσικών διεργασιών με την πάροδο του χρόνου, που επιδεινώνονται από το κυτταρικό οξειδωτικό στρες. Η επιταχυνόμενη γήρανση, από την άλλη πλευρά, επηρεάζεται από διάφορους περιβαλλοντικούς παράγοντες όπως η υπερϊώδης ακτινοβολία, οι χημικές ουσίες και οι κλιματικές συνθήκες, οδηγώντας στην παραγωγή αντιδραστικών ειδών οξυγόνου (ROS) που βλάπτουν τα κυτταρικά συστατικά. Αυτοί οι παράγοντες είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση του παρόντος και του μέλλοντος των προϊόντων περιποίησης δέρματος και ομορφιάς, καθώς υπάρχει αυξανόμενη έμφαση όχι μόνο στην καλή εμφάνιση αλλά και στην καθυστέρηση της γήρανσης και στην πρόληψη ασθενειών. Η ζήτηση για μη τοξικά και υποαλλεργικά προϊόντα έχει αυξηθεί, ιδιαίτερα από τη στιγμή που επικίνδυνες χημικές ουσίες όπως ο υδράργυρος, ο μόλυβδος και το αρσενικό, που κάποτε χρησιμοποιήθηκαν για τη λεύκανση και τη σύσφιξη του δέρματος, απαγορεύτηκαν λόγω της τοξικότητάς τους. Η εμπιστοσύνη στα προϊόντα skin care εξαρτάται επίσης από τις συσκευασίες, με τα βοτανικά ονόματα συχνά να γράφονται σωστά ή να γράφονται ανακριβώς. Οι ανησυχίες για προϊόντα ζωικής προέλευσης, που επιδεινώνονται από επιδημίες όπως η νόσος των τρελών αγελάδων και η «γρίπη των πτηνών», έχουν προκαλέσει μια στροφή προς τα πράσινα, βιολογικά ή φυσικά καλλυντικά που προέρχονται από φυτά, τα οποία θεωρούνται αβλαβή. Η έννοια των «φυτοσωμάτων», των νανοενώσεων που περιβάλλονται από ένα στρώμα φωσφολιπιδίων για ενισχυμένη απορρόφηση του δέρματος, εμφανίστηκε το 2007. Η έρευνα διερεύνησε επίσης τις επιδράσεις του μύκητα *Fomes officinalis* που μοιάζουν με botox, ενώ οι εξελίξεις στη βιοτεχνολογία επιτρέπουν την καλλιέργεια φυτικών μεριστικών κυττάρων από κοινές μηλιές για την παραγωγή δευτερογενών μεταβολιτών, ελαχιστοποιώντας ενδεχομένως την περιβαλλοντική ζημιά. Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν προκλήσεις, όπως η διατήρηση ειδών όπως το δέντρο argan, ενδημικό στο Μαρόκο, του οποίου η ζήτηση πετρελαίου έχει απειλήσει τον πληθυσμό του.



II. Προσδιορισμός βασικών τύπων προϊόντων και τάσεων της αγοράς



Η βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών ορίζεται από τις βιοτεχνικές μεθόδους παραγωγής της και την έμφαση στα φυσικά συστατικά, που απευθύνεται σε καταναλωτές που αναζητούν αυθεντικότητα και βιωσιμότητα. Για τους νέους επιχειρηματίες, αυτός ο τομέας προσφέρει μια οδό δημιουργικής έκφρασης και διαφοροποίησης από εναλλακτικές λύσεις μαζικής παραγωγής, ευθυγραμμιζόμενος με την αυξανόμενη ζήτηση για εξατομικευμένα και διαφανή προϊόντα ομορφιάς. Ωστόσο, η είσοδος σε αυτήν την αγορά παρουσιάζει προκλήσεις όπως ο σκληρός ανταγωνισμός, τα ρυθμιστικά εμπόδια και η προμήθεια υλικών υψηλής ποιότητας. Για να αντιμετωπίσουν αυτές τις προκλήσεις, οι επιχειρηματίες πρέπει να διαφοροποιήσουν την επωνυμία τους μέσω μοναδικών σκευασμάτων, να δώσουν προτεραιότητα στη συμμόρφωση και τα πρότυπα ασφάλειας, να δημιουργήσουν αξιόπιστες αλυσίδες εφοδιασμού και να αξιοποιήσουν το ψηφιακό μάρκετινγκ για να αποκτήσουν αναγνωρισιμότητα επωνυμίας.

Η βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών μπορεί να υπερηφανεύεται για αξιοσημείωτες ιστορίες επιτυχίας, που χαρακτηρίζονται από επωνυμίες όπως η Lush Cosmetics, γνωστές για τη δέσμευσή τους στα φυσικά συστατικά, την ηθική προμήθεια και τις καινοτόμες συνθέσεις προϊόντων. Μια πρωταρχική μελέτη περίπτωσης είναι η Burt's Bees, η οποία ξεκίνησε από μικρή αλλά εξελίχθηκε σε παγκόσμιο παίκτη μένοντας πιστή στις ρίζες της στη χρήση φυσικών συστατικών και στην τήρηση βιώσιμων πρακτικών. Η αγορά των χειροποίητων καλλυντικών γνωρίζει σημαντική ανάπτυξη, με τις προβλέψεις να δείχνουν αξία 14,1 δισεκατομμυρίων δολαρίων έως το 2027, σύμφωνα με την Grand View Research. Το ενδιαφέρον των καταναλωτών για φυσικά και βιολογικά προϊόντα ομορφιάς αυξάνεται, με το 52% παγκοσμίως να εκφράζει την επιθυμία να αγοράσει τέτοια προϊόντα, όπως αναφέρει η Mintel. Αυτά τα παραδείγματα και τα δεδομένα υπογραμμίζουν τις τεράστιες δυνατότητες για τους επιχειρηματίες στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών, υπογραμμίζοντας τη



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

σημασία της ποιότητας, της αυθεντικότητας και των ηθικών πρακτικών για την επιτυχία στην αγορά.

Φυσικά! Ακολουθούν εκτεταμένες παράγραφοι για κάθε αριθμημένο τίτλο:

1. Τάσεις Προϊόντα στη Βιομηχανία Χειροποίητων Καλλυντικών

1.1. Προϊόντα περιποίησης δέρματος

Τα προϊόντα περιποίησης δέρματος αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο της βιομηχανίας καλλυντικών, καλύπτοντας τις διαφορετικές ανάγκες των καταναλωτών που αναζητούν λύσεις για καθαρισμό, ενυδάτωση, αντιγήρανση και αντηλιακή προστασία. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει μια εκτεταμένη γκάμα συνθέσεων, συμπεριλαμβανομένων καθαριστικών προσαρμοσμένων σε διαφορετικούς τύπους δέρματος, ενυδατικές κρέμες με ενυδατικά συστατικά όπως υαλουρονικό οξύ και κεραμίδια και ορούς γεμάτους με ισχυρά αντιοξειδωτικά και βιταμίνες. Η αντιγηραντική περιποίηση του δέρματος έχει αναδειχθεί σε εξέχον τμήμα αυτής της κατηγορίας, με τους καταναλωτές να αναζητούν όλο και περισσότερο προϊόντα που έχουν σχεδιαστεί για την αντιμετώπιση των λεπτών γραμμών, των ρυτίδων και άλλων σημάδιων γήρανσης. Επιπλέον, η τάση προς τη φυσική και βιολογική περιποίηση του δέρματος έχει αποκτήσει δυναμική, τροφοδοτούμενη από την αυξανόμενη συνειδητοποίηση της διαφάνειας και της βιωσιμότητας των συστατικών. Οι μάρκες ανταποκρίνονται διαμορφώνοντας προϊόντα με φυτικά συστατικά, αποφεύγοντας δυνητικά επιβλαβή πρόσθετα και υιοθετώντας φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές συσκευασίας. Τα χειροποίητα καλλυντικά διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε διάφορες κατηγορίες στη βιομηχανία ομορφιάς και προσωπικής περιποίησης. Στα προϊόντα περιποίησης της επιδερμίδας, οι χειροποίητες συνθέσεις δίνουν έμφαση στα φυσικά και βιολογικά συστατικά, προσφέροντας προϊόντα όπως λάδια προσώπου, χειροποίητα σαπούνια και ενυδατικές κρέμες μικρών παρτίδων. Αυτά τα προϊόντα καλύπτουν την αυξανόμενη ζήτηση για καθαρές επιλογές ομορφιάς και βιωσιμότητα, με τους καταναλωτές να αναζητούν φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες και επιλογές προσαρμογής.

1.2. Προϊόντα Μακιγιάζ

Τα προϊόντα μακιγιάζ περιλαμβάνουν μια ποικιλία από καλλυντικά που έχουν σχεδιαστεί για να βελτιώνουν, να μεταμορφώνουν και να εκφράζουν μεμονωμένες προτιμήσεις ομορφιάς. Από foundation και concealers που τελειοποιούν την επιδερμίδα μέχρι ζωντανές σκιές ματιών και κραγιόν, η αγορά μακιγιάζ προσφέρει ατελείωτες δυνατότητες για δημιουργική έκφραση. Οι πρόσφατες τάσεις έχουν δει μια στροφή προς πιο φυσικές και "χωρίς μακιγιάζ" εμφανίσεις μακιγιάζ, με τους καταναλωτές να στρέφονται προς ελαφριές, αναπνεύσιμες συνθέσεις που παρέχουν ένα λεπτό, ενισχυτικό αποτέλεσμα. Επιπλέον, η άνοδος των social media influencers και των σεμιναρίων ομορφιάς έχει τροφοδοτήσει τη ζήτηση για προϊόντα που προσφέρουν αποτελέσματα αξιόλογα για το Instagram, οδηγώντας στην καινοτομία σε φόρμουλες, εφαρμογές εφαρμογής και συσκευασίες. Επιπλέον, η αυξανόμενη έμφαση στη συμπερίληψη και τη διαφορετικότητα έχει ωθήσει τις επωνυμίες να επεκτείνουν τις σειρές αποχρώσεων και τις καμπάνιες μάρκετινγκ ώστε να αντικατοπτρίζουν το ποικίλο τοπίο ομορφιάς, δίνοντας τη δυνατότητα στους καταναλωτές όλων των αποχρώσεων δέρματος και εθνοτήτων να βρουν προϊόντα που συνάδουν με το προσωπικό τους στυλ.

Τα χειροποίητα προϊόντα μακιγιάζ προσφέρουν μοναδικές συνθέσεις και χειροτεχνική δεξιοτεχνία, εστιάζοντας συχνά σε υλικά υψηλής ποιότητας και παραγωγή σε μικρές



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

παρτίδες. Επί του παρόντος, τα χειροποίητα κραγιόν, οι χειροποίητες παλέτες σκιών ματιών και οι προσαρμοσμένες βάσεις είναι απαιτητικές παραγωγές. Οι καταναλωτές ελκύονται από την τέχνη και την προσοχή στη λεπτομέρεια που προσφέρουν τα χειροποίητα προϊόντα μακιγιάζ, εκτιμώντας τη δημιουργικότητα και την ατομικότητα πίσω από κάθε αντικείμενο. Τα χειροποίητα καλλυντικά ευθυγραμμίζονται με το κίνημα καθαρής ομορφιάς, δίνοντας έμφαση στη διαφάνεια, την αγνότητα και την απλότητα στα συστατικά.

1.3. Προϊόντα περιποίησης μαλλιών

Τα προϊόντα περιποίησης μαλλιών διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στη διατήρηση υγιών, ζωντανών μαλλιών, αντιμετωπίζοντας προβλήματα όπως ο καθαρισμός, η περιποίηση, το styling και η περιποίηση. Τα σαμπουάν και τα μαλακτικά αποτελούν τη βάση οποιασδήποτε ρουτίνας περιποίησης μαλλιών, με εξειδικευμένες συνθέσεις που διατίθενται για διαφορετικούς τύπους μαλλιών και ανησυχίες, όπως ξηρότητα, φθορά και βαμμένα μαλλιά. Τα τελευταία χρόνια, οι καταναλωτές έχουν δείξει αυξανόμενο ενδιαφέρον για λύσεις περιποίησης μαλλιών που στοχεύουν σε συγκεκριμένες ανάγκες, όπως ο όγκος, η λείανση και η ενδυνάμωση. Αυτή η τάση έχει οδηγήσει στον πολλαπλασιασμό προϊόντων όπως μάσκες μαλλιών, οροί και θεραπείες με θρεπτικά συστατικά όπως κερατίνη, έλαιο argan και βοτανικά εκχυλίσματα. Επιπλέον, η άνοδος της καθαρής ομορφιάς έχει ωθήσει τις επωνυμίες να αναπτύξουν σκευάσματα χωρίς θειικά άλατα, χωρίς parabens και χωρίς σιλικόνη, καλύπτοντας τους καταναλωτές που αναζητούν πιο ήπιες, πιο φυσικές εναλλακτικές για τις ανάγκες περιποίησης μαλλιών τους. Επιπλέον, η αγορά ανδρικής περιποίησης έχει σημειώσει σημαντική ανάπτυξη, με έναν αυξανόμενο αριθμό επωνυμιών που προσφέρουν εξειδικευμένα προϊόντα προσαρμοσμένα στις ανησυχίες της ανδρικής περιποίησης, συμπεριλαμβανομένων τζελ styling, πομάδες και λάδια για γένια.

Τα χειροποίητα προϊόντα περιποίησης μαλλιών συχνά επικεντρώνονται στη θρέψη και την αποκατάσταση της υγείας των μαλλιών χρησιμοποιώντας φυσικά συστατικά όπως βοτανικά έλαια, φυτικά εκχυλίσματα και αφεψήματα βοτάνων. Παραδείγματα περιλαμβάνουν χειροποίητες μπάρες σαμπουάν, χειροποίητες μάσκες μαλλιών και ορούς μαλλιών σε μικρές παρτίδες. Οι καταναλωτές αναζητούν χειροποίητα προϊόντα περιποίησης μαλλιών απαλλαγμένα από σκληρές χημικές ουσίες, σιλικόνες και συνθετικά αρώματα, επιλέγοντας αντ' αυτού απαλές, φυτικές συνθέσεις. Οι επωνυμίες χειροποίητων προϊόντων περιποίησης μαλλιών αυξάνουν την αναγνωρισιμότητα και δίνουν προτεραιότητα σε φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές συσκευασίας, όπως κομποστοποιήσιμα δοχεία, επαναγεμιζόμενα μπουκάλια και βιοδιασπώμενες ετικέτες.

1.4. Αρώματα

Τα αρώματα κατέχουν ιδιαίτερη θέση στη βιομηχανία καλλυντικών, προσφέροντας στους καταναλωτές μια αισθητηριακή εμπειρία που προκαλεί συναισθήματα, αναμνήσεις και προσωπική ταυτότητα. Τα αρώματα, οι κολώνιες, τα σπρέι σώματος και οι αρωματικές λοσιόν είναι μερικά μόνο παραδείγματα της μεγάλης ποικιλίας προϊόντων αρωμάτων που διατίθενται στην αγορά. Οι προτιμήσεις αρωμάτων ποικίλλουν ευρέως μεταξύ των καταναλωτών, με μερικά να έλκονται προς λουλουδάτα, φρουτώδη ή ξυλώδη αρώματα, ενώ άλλα προτιμούν τα πικάντικα, ανατολίτικα ή γκουρμέ αρώματα. Η εξατομίκευση έχει



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

αναδειχθεί ως μια σημαντική τάση στη βιομηχανία αρωμάτων, με επωνυμίες να προσφέρουν προσαρμόσιμα προφίλ αρωμάτων και εξατομικευμένες εμπειρίες αρωμάτων προσαρμοσμένες στις ατομικές προτιμήσεις. Επιπλέον, οι εξειδικευμένες μάρκες αρωμάτων και τα χειροποίητα αρώματα έχουν κερδίσει δημοτικότητα μεταξύ των καταναλωτών που αναζητούν μοναδικά, χειροποίητα μείγματα που ξεχωρίζουν από τις κύριες προσφορές. Επιπλέον, η βιωσιμότητα και η ηθική προμήθεια έχουν γίνει ολόένα και πιο σημαντικά ζητήματα για τις μάρκες αρωμάτων, με τους καταναλωτές να δείχνουν αυξανόμενη προτίμηση για προϊόντα που παράγονται με υπεύθυνα συστατικά και φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες.

Στα αρώματα, τα χειροποίητα μείγματα φυσικών αιθέριων ελαίων και βοτανικών εκχυλισμάτων προσφέρουν στους καταναλωτές μια μοναδική οσφρητική εμπειρία, με εξατομικευμένες συμβουλές αρωμάτων και προσαρμοσμένες υπηρεσίες ανάμειξης να κερδίζουν δημοτικότητα. Η Niche και η indie αρωματοποιία απευθύνονται στους λάτρεις των αρωμάτων που αναζητούν διακριτικά, μη mainstream αρώματα.

1.5. Ανδρικά προϊόντα περιποίησης

Τα προϊόντα περιποίησης ανδρών έχουν γίνει μάρτυρες αύξησης της δημοτικότητας τα τελευταία χρόνια, λόγω της αλλαγής των κοινωνικών κανόνων και της αυξανόμενης έμφασης στην προσωπική περιποίηση μεταξύ των ανδρών. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει μια μεγάλη γκάμα προϊόντων προσαρμοσμένων ειδικά στις ανάγκες περιποίησης δέρματος, περιποίησης μαλλιών, ξυρίσματος και αρωμάτων ανδρών. Τα προϊόντα περιποίησης δέρματος για άνδρες περιλαμβάνουν συνήθως καθαριστικά, ενυδατικές κρέμες και ορούς που έχουν σχεδιαστεί για να αντιμετωπίσουν συγκεκριμένες ανησυχίες όπως η λιπαρότητα, η ακμή και η γήρανση. Ομοίως, τα ανδρικά προϊόντα περιποίησης μαλλιών περιλαμβάνουν σαμπουάν, κοντίσιονερ και προϊόντα styling που έχουν σχεδιαστεί για να καθαρίζουν, να θρέφουν και να φορμάρουν αποτελεσματικά τα μαλλιά. Τα προϊόντα ξυρίσματος, συμπεριλαμβανομένων των ξυριστικών, των κρέμες ξυρίσματος και του aftershave, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη ρουτίνα περιποίησης των ανδρών, προσφέροντας λύσεις για ομαλό, άνετο ξύρισμα. Επιπλέον, τα αρώματα που απευθύνονται σε άνδρες διαθέτουν μια ποικιλία από αρώματα, από φρέσκα και εσπεριδοειδή έως ξυλώδη και αρωματικά, που καλύπτουν διαφορετικές προτιμήσεις και περιστάσεις. Καθώς η αγορά ανδρικής περιποίησης συνεχίζει να επεκτείνεται, οι επωνυμίες καινοτομούν για να προσφέρουν προϊόντα που συνδυάζουν αποτελεσματικότητα, ευκολία και αρρενωπότητα, δίνοντας τη δυνατότητα στους άνδρες να δείχνουν και να αισθάνονται καλύτερα.

Τα χειροποίητα ανδρικά προϊόντα περιποίησης καλύπτουν τις μοναδικές ανάγκες του δέρματος και των μαλλιών των ανδρών, με φυσικές συνθέσεις και παραδοσιακές τελετουργίες ξυρίσματος που κεντρίζουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών. Τα προϊόντα περιποίησης γενειάδας και οι vintage επιλογές ξυρίσματος αντικατοπτρίζουν τις εξελισσόμενες τάσεις στις προτιμήσεις της ανδρικής περιποίησης.

2. Trending συστατικά του κλάδου των χειροποίητων καλλυντικών

Στο διαρκώς εξελισσόμενο τοπίο των χειροποίητων καλλυντικών, η παρακολούθηση των μοντέρνων συστατικών είναι απαραίτητη τόσο για τους παρασκευαστές όσο και για τους λάτρεις της περιποίησης της επιδερμίδας. Με την αυξανόμενη ζήτηση για φυσικά, φυτικά



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

και βιώσιμα προϊόντα ομορφιάς, τα συστατικά παίζουν καθοριστικό ρόλο στην αποτελεσματικότητα και την ελκυστικότητα των χειροποίητων καλλυντικών. Από βοτανικά εκχυλίσματα έως υπερτροφές, κάθε συστατικό φέρνει το μοναδικό του σύνολο ιδιοτήτων και πλεονεκτημάτων στις συνθέσεις περιποίησης της επιδερμίδας. Σε αυτήν την ενότητα, θα εξερευνήσουμε μερικά από τα μοντέρνα συστατικά που προκαλούν τα κύματα στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών, ρίχνοντας φως στα οφέλη περιποίησης της επιδερμίδας, τις εφαρμογές και την αυξανόμενη δημοτικότητα τους μεταξύ των καταναλωτών.

Μερικά μοντέρνα συστατικά στα χειροποίητα καλλυντικά μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως:

2.1. Βοτανικά Εκχυλίσματα

Τα βοτανικά εκχυλίσματα που προέρχονται από φυτά, λουλούδια και βότανα είναι όλο και πιο δημοφιλή στα χειροποίητα καλλυντικά λόγω των φυσικών τους ιδιοτήτων και των πιθανών πλεονεκτημάτων περιποίησης της επιδερμίδας. Συστατικά όπως το χαμομήλι, η καλέντουλα, το πράσινο τσάι και ο τριανταφυλλιάς είναι γνωστά για τις καταπραϋντικές, αντιφλεγμονώδεις και αντιοξειδωτικές τους ιδιότητες, καθιστώντας τα ιδανικά για σκευάσματα περιποίησης της επιδερμίδας.

2.2. Φυτικά Έλαια

Τα φυτικά έλαια όπως το jojoba, το argan, το rosehip και το λάδι καρύδας χρησιμοποιούνται ευρέως στα χειροποίητα καλλυντικά για τις ενυδατικές, θρεπτικές και μαλακτικές τους ιδιότητες. Αυτά τα έλαια είναι πλούσια σε βιταμίνες, λιπαρά οξέα και αντιοξειδωτικά, καθιστώντας τα ευεργετικά για την ενυδάτωση, την αποκατάσταση και την προστασία του δέρματος.

2.3. Φυσικά Βούτυρα

Τα φυσικά βούτυρα όπως το βούτυρο καριτέ, το βούτυρο κακάο και το βούτυρο μάνγκο είναι πολύτιμα συστατικά στα χειροποίητα καλλυντικά για τις ενυδατικές και μαλακτικές τους ιδιότητες. Αυτά τα βούτυρα είναι πλούσια σε λιπαρά οξέα και βιταμίνες, παρέχοντας έντονη ενυδάτωση και βοηθώντας στη βελτίωση της ελαστικότητας και της υφής του δέρματος.

2.4. Πηλοί και Λάσπη

Άργιλοι όπως ο καολίνης, ο μπεντονίτης και η γαλλική πράσινη άργιλος, καθώς και η λάσπη από πηγές όπως η Νεκρά Θάλασσα, είναι δημοφιλή συστατικά σε χειροποίητα προϊόντα περιποίησης δέρματος, όπως μάσκες και καθαριστικά. Αυτοί οι άργιλοι και οι λάσπες βοηθούν στην αποτοξίνωση του δέρματος, στην απορρόφηση της περίσσειας λιπαρότητας και στην απόφραξη των πόρων, αφήνοντας το δέρμα καθαρό και ανανεωμένο.

2.5. Υδροσόλια και λουλουδάτα νερά

Τα υδρολύματα, γνωστά και ως ανθικά νερά, είναι υποπροϊόντα της διαδικασίας απόσταξης με ατμό που χρησιμοποιείται για την εξαγωγή αιθέριων ελαίων από φυτά. Τα υδρολύματα όπως το ροδόνερο, το νερό λεβάντας και η αμαμελίδα εκτιμώνται στα χειροποίητα καλλυντικά για τις απαλές στυπτικές, τονωτικές και ενυδατικές τους ιδιότητες, καθιστώντας



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

τα κατάλληλα για χρήση σε ομίχλες προσώπου, τόνερ και σκευάσματα περιποίησης δέρματος.

2.6. Ένζυμα φρούτων

Τα ένζυμα φρούτων που προέρχονται από πηγές όπως ο ανανάς, η παπάγια και η κολοκύθα κερδίζουν δημοτικότητα στα χειροποίητα καλλυντικά για τις απολεπιστικές και λαμπруντικές τους ιδιότητες. Αυτά τα ένζυμα διαλύουν απαλά τα νεκρά κύτταρα του δέρματος, βοηθώντας στη βελτίωση της υφής, του τόνου και της λάμψης του δέρματος χωρίς την ανάγκη για σκληρά φυσικά απολεπιστικά.

2.7. Προβιοτικά και Ζυμώσεις

Τα προβιοτικά, τα πρεβιοτικά και τα συστατικά που έχουν υποστεί ζύμωση είναι αναδεδειγμένες τάσεις στα χειροποίητα καλλυντικά, με ισχυρισμούς ότι προάγουν ένα υγιές μικροβίωμα δέρματος και βελτιώνουν τη λειτουργία του δερματικού φραγμού. Συστατικά όπως το γιαούρτι, το κεφίρ, τα εκχυλίσματα κομπούχα και γαλακτοβάκκων πιστεύεται ότι έχουν εξισορροπητικές, καταπραϋντικές και αντιφλεγμονώδεις επιδράσεις στο δέρμα.

2.8. Προσαρμογόνα και Υπερτροφές

Τα προσαρμοστικά βότανα και οι υπερτροφές όπως ο κουρκουμάς, το matcha, η σπιρουλίνα και το acai berry κερδίζουν έδαφος στα χειροποίητα καλλυντικά για τις πλούσιες σε αντιοξειδωτικά, αντιφλεγμονώδεις και θρεπτικές ιδιότητες του δέρματος. Αυτά τα συστατικά πιστεύεται ότι βοηθούν στην προστασία του δέρματος από περιβαλλοντικούς στρεσογόνους παράγοντες, προάγουν την παραγωγή κολλαγόνου και υποστηρίζουν τη συνολική υγεία του δέρματος.

Αυτά είναι μερικά μόνο παραδείγματα μοντέρνων συστατικών στα χειροποίητα καλλυντικά, αντανakλώντας την αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών για φυσικές, φυτικές και βιώσιμες λύσεις περιποίησης δέρματος. Καθώς η ζήτηση των καταναλωτών για καθαρά, πράσινα και αποτελεσματικά προϊόντα ομορφιάς συνεχίζει να αυξάνεται, μπορούμε να περιμένουμε να δούμε συνεχή καινοτομία και εξερεύνηση νέων συστατικών στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών.

III. Κατανόηση των Κανονιστικών Απαιτήσεων και Συμμόρφωσης

Η έννοια της ενιαίας αγοράς, που αναφέρεται στην απεριόριστη κυκλοφορία αγαθών, κεφαλαίων, ανθρώπων και υπηρεσιών εντός των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), αποτελεί θεμελιώδη πυλώνα της ΕΕ. Για να διασφαλιστεί η ομαλή λειτουργία αυτής της αγοράς σε οποιονδήποτε συγκεκριμένο τομέα, πρέπει να υπάρχει συνεπής νομοθεσία σε όλα τα κράτη μέλη. Για παράδειγμα, προκειμένου ένα προϊόν να κυκλοφορεί ελεύθερα εντός της ΕΕ, πρέπει να τηρούνται ενιαίοι κανονισμοί σχετικά με την επισήμανση, τη συσκευασία και τα πρότυπα ασφαλείας. Στις αρχές



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

της δεκαετίας του 1970, τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας, τώρα γνωστά ως ΕΕ, αναγνώρισαν την ανάγκη να συγχρονίσουν τους εθνικούς τους κανονισμούς για τα καλλυντικά για να διευκολύνουν την απρόσκοπτη ροή καλλυντικών προϊόντων εντός της Κοινότητας, με βάση αμοιβαία συμφωνημένα κριτήρια ασφάλειας. Αυτό οδήγησε στην υιοθέτηση της Οδηγίας για τα καλλυντικά το 1976, η οποία αναθεωρήθηκε αργότερα το 2009 για την περαιτέρω εναρμόνιση των κανονισμών. Στη συνέχεια, ο κανονισμός της ΕΕ για τα καλλυντικά προϊόντα τέθηκε σε ισχύ τον Ιούλιο του 2013.



Η κατευθυντήρια αρχή πίσω από τον κανονισμό για τα καλλυντικά είναι να διασφαλίζει ότι όλα τα προϊόντα που πληρούν τις απαιτήσεις του έχουν ίση πρόσβαση στην αγορά και μπορούν να κυκλοφορούν ελεύθερα σε ολόκληρη την ΕΕ. Στην ΕΕ, πιστεύεται ευρέως ότι για τα καταναλωτικά προϊόντα που κυκλοφορούν γρήγορα, όπως τα καλλυντικά, ένα σύστημα ελέγχου μετά τη διάθεση στην αγορά είναι

πιο αποτελεσματικό από τις διαδικασίες έγκρισης πριν από τη διάθεση στην αγορά. Σύμφωνα με αυτόν τον κανονισμό, το άτομο ή η εταιρεία που είναι υπεύθυνη για τη διάθεση ενός καλλυντικού προϊόντος στην αγορά (που αναφέρεται ως «Υπεύθυνο Πρόσωπο») φέρει την ευθύνη για την ασφάλεια και τη συμμόρφωσή του με όλες τις κανονιστικές απαιτήσεις. Αυτό συνήθως βαρύνει τον κατασκευαστή ή τον εισαγωγέα, ο οποίος πρέπει να διασφαλίσει ότι το προϊόν πληροί τα πρότυπα του κανονισμού για τα καλλυντικά σε κάθε στάδιο, από την επιλογή συστατικών έως τη διάθεση στην αγορά.

Η καινοτομία διαδραματίζει κεντρικό ρόλο στη βιομηχανία καλλυντικών, με προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης (R&D) που επικεντρώνονται στη συμπεριφορά των καταναλωτών, τη βιολογία του δέρματος, τις αναδυόμενες τεχνολογίες και τις μεθόδους βιώσιμης ανάπτυξης. Αυτές οι πρωτοβουλίες επιτρέπουν την επιλογή και την ανάπτυξη συστατικών που δίνουν προτεραιότητα στην ανθρώπινη υγεία και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, ευθυγραμμισμένα με τις εξελισσόμενες προσδοκίες των καταναλωτών. Η δέσμευση του κλάδου στην καινοτομία υπογραμμίζεται από τον εκτεταμένο χρόνο και τους πόρους που αφιερώνονται στην εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά, συχνά απαιτώντας πάνω από πέντε χρόνια έρευνας και διαμόρφωσης. Επιπλέον, σημαντικό μέρος των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που χορηγούνται στην ΕΕ αποδίδεται σε καλλυντικά προϊόντα, υπογραμμίζοντας την προσήλωση του κλάδου στη συνεχή καινοτομία.

Στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών, οι αποτελεσματικές επιχειρηματικές δραστηριότητες διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη διασφάλιση της παραγωγικότητας, της επεκτασιμότητας και της τήρησης των κανονισμών της βιομηχανίας. Οι νέοι επιχειρηματίες πρέπει να βρουν μια ισορροπία μεταξύ της χειροτεχνίας και του εξορθολογισμού των



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

διαδικασιών παραγωγής, να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις αλυσίδες αποθεμάτων και εφοδιασμού και να εφαρμόσουν μέτρα ποιοτικού ελέγχου για τη διατήρηση της ομοιομορφίας των προϊόντων. Η χρήση τεχνολογίας και εργαλείων αυτοματισμού μπορεί να βελτιστοποιήσει τις ροές εργασιών παραγωγής, ενώ η εξωτερική ανάθεση εργασιών όπως η συσκευασία και η εκπλήρωση μπορεί να διαθέσει πόρους για στρατηγικές προσπάθειες ανάπτυξης. Η παρακολούθηση των κανονιστικών ενημερώσεων και η αναζήτηση επαγγελματικών συμβουλών είναι επίσης ζωτικής σημασίας για την πλοήγηση στο περίπλοκο τοπίο των επιχειρηματικών λειτουργιών.

Η σημασία των αποτελεσματικών επιχειρηματικών λειτουργιών αποδεικνύεται από επιτυχημένες επωνυμίες όπως το The Body Shop, που φημίζονται για τη δέσμευσή τους στην ηθική προμήθεια και βιώσιμες πρακτικές. Μια μελέτη περίπτωσης σε αυτόν τον τομέα είναι το Beautycounter, το οποίο δίνει προτεραιότητα στην ασφάλεια και τη διαφάνεια των προϊόντων, παρά το γεγονός ότι αντιμετωπίζει εμπόδια στην προμήθεια και την κατασκευή. Η έκθεση της McKinsey & Company που δείχνει ότι το 90% των καταναλωτών αναμένει υπεύθυνη εταιρική συμπεριφορά υπογραμμίζει τη σημασία των ηθικών επιχειρηματικών πρακτικών. Επιπλέον, η διευρυνόμενη αγορά για φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες, που προβλέπεται να φτάσει τα 4,5 δισεκατομμύρια δολάρια έως το 2027, υπογραμμίζει την αυξανόμενη ζήτηση για βιώσιμες λύσεις στη συσκευασία καλλυντικών. Αυτές οι απεικονίσεις και τα στατιστικά στοιχεία υπογραμμίζουν τον κεντρικό ρόλο της λειτουργικής αποτελεσματικότητας και βιωσιμότητας στην πλοήγηση στις περιπλοκές του κλάδου των χειροποίητων καλλυντικών.

Η κατανόηση των κανονιστικών απαιτήσεων και της συμμόρφωσης στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών περιλαμβάνει την πλοήγηση σε ένα περίπλοκο τοπίο νόμων, κανονισμών και προτύπων που διέπουν την παραγωγή, την επισήμανση και την πώληση καλλυντικών. Εδώ είναι μερικά βασικά σημεία που πρέπει να λάβετε υπόψη:

1. Βασικά βήματα στην επίσημη διαδικασία

1.1. Ρυθμιστικό Πλαίσιο

Διαφορετικές χώρες έχουν τους δικούς τους ρυθμιστικούς φορείς που είναι υπεύθυνοι για την επίβλεψη της βιομηχανίας καλλυντικών. Για παράδειγμα, στις Ηνωμένες Πολιτείες, ο Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA) ρυθμίζει τα καλλυντικά, ενώ στην Ευρωπαϊκή Ένωση, είναι η Γενική Διεύθυνση Υγείας και Ασφάλειας Τροφίμων (DG SANTE) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η κατανόηση των ειδικών κανονισμών που ισχύουν για την περιοχή σας είναι απαραίτητη.

1.2. Ασφάλεια συστατικών

Οι ρυθμιστικοί φορείς έχουν συνήθως λίστες με εγκεκριμένα και περιορισμένα συστατικά για καλλυντικά. Είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι τα συστατικά που χρησιμοποιούνται στα χειροποίητα καλλυντικά συμμορφώνονται με αυτούς τους κανονισμούς για την εγγύηση της ασφάλειας των καταναλωτών. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη διεξαγωγή αξιολογήσεων συστατικών, δοκιμές ασφάλειας και ενημέρωση σχετικά με τυχόν αλλαγές στις κανονιστικές ρυθμίσεις.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

1.3. Καλές πρακτικές παραγωγής (GMP)

Η συμμόρφωση με την GMP διασφαλίζει ότι τα καλλυντικά παράγονται σε περιβάλλον υγιεινής, με κατάλληλους ελέγχους για την πρόληψη της μόλυνσης και τη διασφάλιση της ποιότητας και της συνέπειας των προϊόντων. Η εφαρμογή των αρχών GMP είναι απαραίτητη για τους παραγωγούς χειροποίητων καλλυντικών προκειμένου να πληρούν τις κανονιστικές απαιτήσεις.

1.4. Απαιτήσεις επισήμανσης

Τα καλλυντικά πρέπει να φέρουν ακριβή σήμανση για να παρέχουν στους καταναλωτές βασικές πληροφορίες σχετικά με τα συστατικά του προϊόντος, τις οδηγίες χρήσης και τα πιθανά αλλεργιογόνα ή προειδοποιήσεις. Η κατανόηση των απαιτήσεων επισήμανσης, συμπεριλαμβανομένης της γλώσσας, του μεγέθους γραμματοσειράς και της τοποθέτησης, είναι κρίσιμη για τη συμμόρφωση.

1.5. Αξιώσεις προϊόντων

Οι ρυθμιστικοί φορείς εξετάζουν συχνά τους ισχυρισμούς των καλλυντικών προϊόντων, διασφαλίζοντας ότι είναι αληθείς, δεν παραπλανούν και υποστηρίζονται από επιστημονικά στοιχεία όταν είναι απαραίτητο. Οι παραγωγοί χειροποίητων καλλυντικών πρέπει να είναι προσεκτικοί σχετικά με τους ισχυρισμούς τους σχετικά με τα οφέλη των προϊόντων τους για να αποφύγουν ρυθμιστικά ζητήματα.

1.6. Εγγραφή και ειδοποίηση

Ορισμένες δικαιοδοσίες απαιτούν την καταχώριση ή την κοινοποίηση των καλλυντικών προϊόντων προτού μπορέσουν να πωληθούν στην αγορά. Αυτή η διαδικασία μπορεί να περιλαμβάνει την υποβολή σκευασμάτων προϊόντων, αξιολογήσεων ασφάλειας και άλλης τεκμηρίωσης στις ρυθμιστικές αρχές.

1.7. Τεκμηρίωση και Τήρηση Αρχείου

Η διατήρηση ολοκληρωμένης τεκμηρίωσης και αρχείων των σκευασμάτων προϊόντων, των διαδικασιών παραγωγής, των αξιολογήσεων ασφάλειας και των μέτρων ποιοτικού ελέγχου είναι απαραίτητη για την απόδειξη της συμμόρφωσης με τις κανονιστικές απαιτήσεις.

1.8. Μείνετε ενημερωμένοι και αναζητήστε καθοδήγηση

Οι κανονιστικές απαιτήσεις στη βιομηχανία καλλυντικών μπορούν να εξελιχθούν, επομένως είναι σημαντικό να μένετε ενημερωμένοι για τυχόν ενημερώσεις ή αλλαγές στους κανονισμούς που ενδέχεται να επηρεάσουν την επιχείρησή σας στα χειροποίητα καλλυντικά. Επιπλέον, η αναζήτηση καθοδήγησης από ρυθμιστικούς εμπειρογνώμονες ή ενώσεις του κλάδου μπορεί να βοηθήσει στην πλοήγηση περίπλοκων ζητημάτων συμμόρφωσης.

2. Αντιμετώπιση των προκλήσεων μάρκετινγκ και επωνυμίας στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Το μάρκετινγκ και το branding διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία μιας ξεχωριστής ταυτότητας και στην προώθηση της δέσμευσης των καταναλωτών στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών. Οι νέοι επιχειρηματίες πρέπει να αναπτύξουν μια συναρπαστική αφήγηση επωνυμίας, να επικοινωνήσουν τη μοναδική τους πρόταση αξίας και να δημιουργήσουν μια αυθεντική σύνδεση με το κοινό-στόχο τους. Η αξιοποίηση των πλατφορμών μέσω κοινωνικής δικτύωσης και των συνεργασιών με επηρεαστές μπορεί να ενισχύσει την εμβέλεια και την αξιοπιστία της επωνυμίας, ενώ οι βιωματικές τακτικές μάρκετινγκ, όπως τα pop-up καταστήματα και οι εκδηλώσεις ομορφιάς, μπορούν να δημιουργήσουν καθηλωτικές εμπειρίες επωνυμίας. Ωστόσο, προκλήσεις όπως η δημιουργία αναγνωρισιμότητας της επωνυμίας, η δημιουργία συνεπούς περιεχομένου και η μέτρηση της απόδοσης επένδυσης στο μάρκετινγκ (ROI) απαιτούν στρατηγικές προσεγγίσεις. Καλλιεργώντας μια αφοσιωμένη κοινότητα, συνεργαζόμενοι με ευθυγραμμισμένους παράγοντες επιρροής και χρησιμοποιώντας αναλύσεις δεδομένων, οι επιχειρηματίες μπορούν να ξεπεράσουν αυτές τις προκλήσεις και να προωθήσουν αποτελεσματικά την επωνυμία χειροποίητων καλλυντικών τους.

Οι επιτυχημένες στρατηγικές μάρκετινγκ και επωνυμίας είναι απαραίτητες για τη δημιουργία μιας ξεχωριστής ταυτότητας και την εμπλοκή των καταναλωτών στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών. Το Glossier χρησιμεύει ως υπόδειγμα, αξιοποιώντας το μινιμαλιστικό branding και τη δέσμευση της κοινότητας για να καλλιεργήσει πιστούς ακόλουθους. Ομοίως, η Herbivore Botanicals έχει χρησιμοποιήσει αποτελεσματικά τις πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης για να συνδεθεί με τους καταναλωτές και να παρουσιάσει τα προϊόντα της, με συνεργασίες με επηρεαστές που συμβάλλουν στην ανάπτυξή της. Η έρευνα του Sprout Social που δείχνει ότι το 72% των καταναλωτών είναι πιο πιθανό να αγοράσει από επωνυμίες που ακολουθούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπογραμμίζει τη σημασία της ψηφιακής δέσμευσης. Επιπλέον, η σημαντική απόδοση επένδυσης (ROI) των καμπανιών μάρκετινγκ επιρροών, με μέσο όρο 5,20 \$ για κάθε δολάριο που δαπανάται, υπογραμμίζει την αποτελεσματικότητα αυτής της στρατηγικής στην προώθηση των επωνυμιών χειροποίητων καλλυντικών. Αυτά τα παραδείγματα και τα δεδομένα υπογραμμίζουν τη σημασία της αυθεντικότητας, της δέσμευσης της κοινότητας και του στρατηγικού μάρκετινγκ για την υπέρβαση των προκλήσεων και την προώθηση της επιτυχίας της επωνυμίας στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών.

ΔΟΚΙΜΑΣΤΕ ΤΟΝ ΕΑΥΤΟ ΣΑΣ!

Εδώ υπάρχουν μερικές πρακτικές δραστηριότητες για εσάς!

Ορισμένες δραστηριότητες προσφέρουν πρακτικές εμπειρίες μάθησης, ευκαιρίες δικτύωσης και ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων για νέους επιχειρηματίες στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών, βοηθώντας τους να χτίσουν εμπιστοσύνη, γνώση και συνδέσεις καθώς ξεκινούν και αναπτύσσουν τις επιχειρήσεις τους.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Ακολουθούν ορισμένες ενδιαφέρουσες δραστηριότητες για νέους επιχειρηματίες στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών:

2.1. Εργαστήρια Διατύπωσης DIY

Διοργανώστε πρακτικά εργαστήρια σύνθεσης DIY όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να μάθουν πώς να δημιουργούν τα δικά τους χειροποίητα καλλυντικά προϊόντα, όπως βάλασμα για τα χείλη, απολέπιση σώματος ή μάσκες προσώπου. Παρέχετε καθοδήγηση, συστατικά και εξοπλισμό και επιτρέψτε στους συμμετέχοντες να πειραματιστούν με διαφορετικές συνθέσεις και να προσαρμόσουν τα προϊόντα τους.

2.2. Συνεδρίες εξερεύνησης συστατικών

Οργανώστε συνεδρίες εξερεύνησης συστατικών όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να μάθουν για τις ιδιότητες, τα οφέλη και τις χρήσεις διαφόρων συστατικών καλλυντικών, όπως αιθέρια έλαια, βοτανικά εκχυλίσματα και φυσικά πρόσθετα. Δημιουργήστε αισθητηριακές εμπειρίες, όπως δοκιμές αρωμάτων ή συγκρίσεις υφής, για να εμπλέξετε τους συμμετέχοντες και να εμβαθύνετε την κατανόησή τους για τα συστατικά.

2.3. Προκλήσεις σχεδιασμού συσκευασίας

Προκαλέστε τους συμμετέχοντες να σχεδιάσουν δημιουργικές και βιώσιμες λύσεις συσκευασίας για χειροποίητα καλλυντικά προϊόντα. Παρέχετε υλικά, πρότυπα και εργαλεία σχεδίασης και ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να συλλάβουν ιδέες για καινοτόμες ιδέες συσκευασίας που ευθυγραμμίζονται με την ταυτότητα της επωνυμίας τους και τους στόχους βιωσιμότητας.

2.4. Εργαστήρια Κανονιστικής Συμμόρφωσης

Προσφέρετε εργαστήρια ή σεμινάρια που επικεντρώνονται στη συμμόρφωση με τους κανονισμούς για τα χειροποίητα καλλυντικά. Παρέχετε καθοδήγηση σχετικά με την κατανόηση των κανονιστικών απαιτήσεων, των οδηγιών επισήμανσης και των πρωτοκόλλων δοκιμών προϊόντων. Προσφέρετε πρακτικές συμβουλές και πόρους για την πλοήγηση στις προκλήσεις συμμόρφωσης και τη διασφάλιση της ασφάλειας και της νομιμότητας του προϊόντος.

2.5. Εργαστήρια Brand Storytelling

Διοργανώστε διαδραστικά εργαστήρια αφήγησης επωνυμίας, όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να αναπτύξουν την ταυτότητα, τις αξίες και τα μηνύματά τους. Διευκολύνετε συνεδρίες καταιγισμού ιδεών, ασκήσεις αφήγησης ιστοριών και δραστηριότητες οπτικής επωνυμίας για να βοηθήσετε τους συμμετέχοντες να αρθρώσουν την ιστορία της επωνυμίας τους και να την επικοινωνήσουν αποτελεσματικά στο κοινό-στόχο τους.

2.6. Κλινικές Στρατηγικής Μάρκετινγκ

Οργανώστε κλινικές στρατηγικής μάρκετινγκ όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να λαμβάνουν εξατομικευμένα σχόλια και καθοδήγηση σχετικά με την ανάπτυξη αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ για τις επιχειρήσεις χειροποίητων καλλυντικών τους. Προσφέρετε πληροφορίες σχετικά με το branding, το μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης, τις



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

συνεργασίες με επηρεαστές και τις τακτικές αφοσίωσης των πελατών προσαρμοσμένες στη βιομηχανία καλλυντικών.

2.7 . Διαγωνισμοί Pitch Partnership Λιανικής

Διοργανώστε έναν διαγωνισμό για εταιρικές σχέσεις λιανικής, όπου οι συμμετέχοντες παρουσιάζουν τα χειροποίητα καλλυντικά προϊόντα τους σε πιθανούς συνεργάτες λιανικής, όπως ιδιοκτήτες μπουτίκ, διαχειριστές σπα ή διαδικτυακές αγορές. Παρέχετε μια ομάδα κριτών και προσφέρετε βραβεία ή ευκαιρίες για συνεργασίες με συνεργάτες λιανικής.

2.8 . Εκδηλώσεις οικοδόμησης κοινότητας

Διοργανώστε εκδηλώσεις δημιουργίας κοινότητας, όπως λανσαρίσματα προϊόντων, αναδυόμενα καταστήματα ή μίκτες δικτύωσης, όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να συνδεθούν με άλλους τεχνίτες, πελάτες και επαγγελματίες του κλάδου. Ενθαρρύνετε την αίσθηση της συντροφικότητας, της συνεργασίας και της υποστήριξης στην κοινότητα των χειροποίητων καλλυντικών.

2.9 . Ταξίδια έρευνας αγοράς

Οργανώστε εκδρομές σε τοπικές αγορές, εκθέσεις χειροτεχνίας ή εκθέσεις ομορφιάς, όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να διεξάγουν έρευνα αγοράς από πρώτο χέρι, να παρατηρούν τη συμπεριφορά των καταναλωτών και να συλλέγουν πληροφορίες σχετικά με τις τάσεις και τις προτιμήσεις της αγοράς. Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να κρατούν σημειώσεις, να συλλέγουν δείγματα και να αλληλεπιδρούν με προμηθευτές και πελάτες.

2.10 . Επιχειρηματικός Σχεδιασμός Retreats

Διοργανώστε συναντήσεις επιχειρηματικού σχεδιασμού ή εργαστήρια όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να εργαστούν για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους σχεδίων, τον καθορισμό στόχων και τη βελτίωση των στρατηγικών τους για ανάπτυξη και επιτυχία. Παρέχετε καθοδηγούμενες ασκήσεις, πρότυπα και συμβουλές ειδικών για να υποστηρίξετε τους συμμετέχοντες στην οικοδόμηση μιας γερής βάσης για τις επιχειρήσεις τους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το κεφάλαιο παρέχει μια ολοκληρωμένη εισαγωγή στον ζωντανό και δυναμικό κόσμο των χειροποίητων καλλυντικών, προσφέροντας πολύτιμες γνώσεις, πρακτικές οδηγίες και ενδιαφέρουσες δραστηριότητες για τους επίδοξους επιχειρηματίες του κλάδου. Χωρισμένο σε τρία κύρια υποκεφάλαια, το κεφάλαιο καλύπτει βασικές πτυχές του κλάδου των χειροποίητων καλλυντικών, συμπεριλαμβανομένων των τύπων προϊόντων, των τάσεων της αγοράς, της συμμόρφωσης με τους κανονισμούς και των στρατηγικών εισόδου στην αγορά.



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Το κεφάλαιο ξεκινά με μια εξερεύνηση της βιομηχανίας χειροποίητων καλλυντικών, εντοπίζοντας την ιστορική της εξέλιξη και την ανάδειξή της ως σημαντικό παράγοντα στην αγορά των καλλυντικών. Τα χειροποίητα καλλυντικά, γνωστά και ως καλλυντικά χειροτεχνίας, διακρίνονται για την έμφαση που δίνουν στην ποιότητα, την αυθεντικότητα και τη δεξιοτεχνία. Το κεφάλαιο υπογραμμίζει την ποικιλομορφία των χειροποίητων καλλυντικών προϊόντων, που κυμαίνονται από περιποίηση δέρματος και περιποίησης μαλλιών έως προϊόντα μακιγιάζ και μπάνιου και σώματος. Μέσω πραγματικών παραδειγμάτων και περιπτώσεων, οι αναγνώστες αποκτούν μια εικόνα για τα μοναδικά σημεία πώλησης και τα οφέλη των χειροποίητων καλλυντικών σε σύγκριση με εναλλακτικές λύσεις μαζικής παραγωγής.

Το επόμενο υποκεφάλαιο εμβαθύνει στον προσδιορισμό των βασικών τύπων προϊόντων και των τάσεων της αγοράς που διαμορφώνουν τη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών. Οι αναγνώστες μαθαίνουν για τις διάφορες κατηγορίες χειροποίητων καλλυντικών προϊόντων, όπως η φυσική περιποίηση της επιδερμίδας, η βιολογική περιποίηση μαλλιών και το μεταλλικό μακιγιάζ. Μέσω της ανάλυσης δεδομένων, της πρόβλεψης τάσεων και των πληροφοριών των καταναλωτών, οι αναγνώστες αποκτούν μια βαθύτερη κατανόηση των προτιμήσεων της αγοράς, των αναδυόμενων τάσεων και των ευκαιριών για καινοτομία στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών. Πρακτικές συμβουλές και δραστηριότητες ενθαρρύνουν τους αναγνώστες να εξερευνήσουν εξειδικευμένες αγορές, να πειραματιστούν με συνθέσεις προϊόντων και να αξιοποιήσουν τη ζήτηση των καταναλωτών για βιώσιμες, ηθικές λύσεις ομορφιάς.

Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με εστίαση στις κανονιστικές απαιτήσεις και ζητήματα συμμόρφωσης για τα χειροποίητα καλλυντικά. Οι αναγνώστες μαθαίνουν για τα ρυθμιστικά πλαίσια που διέπουν την παραγωγή, την επισήμανση και την εμπορία καλλυντικών, συμπεριλαμβανομένης της ασφάλειας των συστατικών, των κατευθυντήριων γραμμών για την επισήμανση και των Ορθών Πρακτικών Παραγωγής (GMP). Μέσω συνεντεύξεων με ειδικούς, ρυθμιστικών πληροφοριών και εργαστηρίων συμμόρφωσης, οι αναγνώστες αποκτούν πρακτική καθοδήγηση σχετικά με την πλοήγηση στις κανονιστικές πολυπλοκότητες, τη διασφάλιση της ασφάλειας των προϊόντων και τη διατήρηση της νομικής συμμόρφωσης στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών. Συμβουλές και δραστηριότητες δίνουν τη δυνατότητα στους αναγνώστες να εκπαιδεύονται, να αναζητούν επαγγελματική καθοδήγηση και να εφαρμόζουν αυστηρά μέτρα συμμόρφωσης για τον μετριασμό των κινδύνων και την οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές.

Περίληψη Κύρια σημεία:

- Παρέχει μια ολοκληρωμένη επισκόπηση της βιομηχανίας χειροποίητων καλλυντικών, καλύπτοντας την ιστορία, τους τύπους προϊόντων και τα μοναδικά σημεία πώλησης.
- Εξερευνά τις τάσεις της αγοράς και τις προτιμήσεις των καταναλωτών που διαμορφώνουν τον κλάδο των χειροποίητων καλλυντικών, με έμφαση στη βιωσιμότητα, τα φυσικά συστατικά και την καινοτομία.
- Προσφέρει πρακτική καθοδήγηση σχετικά με τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς, συμπεριλαμβανομένων βασικών απαιτήσεων, βέλτιστων πρακτικών και στρατηγικών συμμόρφωσης για επιχειρηματίες χειροποίητων καλλυντικών.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

- Διαθέτει συναρπαστικές δραστηριότητες, μελέτες περιπτώσεων και γνώσεις ειδικών για τη βελτίωση της μάθησης και την έμπνευση για επιχειρηματική επιτυχία στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών.



ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ & ΚΟΛΠΑ

1. Ερευνήστε και κατανοήστε την αγορά σας: Αφιερώστε χρόνο για να ερευνήσετε διεξοδικά την αγορά των χειροποίητων καλλυντικών, συμπεριλαμβανομένων των προτιμήσεων των καταναλωτών, των τάσεων και του ανταγωνιστικού τοπίου. Προσδιορίστε εξειδικευμένες αγορές ή υποεξυπηρετούμενα τμήματα όπου μπορείτε να διαφοροποιήσετε τα προϊόντα σας και να προσελκύσετε συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών.

2. Εστίαση στην ποιότητα και τη διαφάνεια των συστατικών: Δώστε προτεραιότητα στα ποιοτικά συστατικά που προέρχονται από αξιόπιστους προμηθευτές. Να είστε διαφανείς σχετικά με τα συστατικά που χρησιμοποιούνται στα προϊόντα σας, επισημαίνοντας τα οφέλη και την προέλευσή τους. Οι καταναλωτές εκτιμούν την αυθεντικότητα και αναζητούν ολόένα και περισσότερο φυσικές, βιολογικές και βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις στα κύρια καλλυντικά.

3. Ξεκινήστε από Μικρές και Κλιμακώστε σταδιακά: Ξεκινήστε με μια περιορισμένη γκάμα προϊόντων ή προϊόν υπογραφής για να δημιουργήσετε την ταυτότητα της επωνυμίας σας και να δημιουργήσετε μια πιστή βάση πελατών. Καθώς αποκτάτε έλξη και αυτοπεποίθηση, επεκτείνετε σταδιακά τις προσφορές των προϊόντων σας με βάση τα σχόλια των πελατών, τη ζήτηση της αγοράς και την ανάπτυξη της επιχείρησης.

4. Επενδύστε στην εκπαίδευση και την ανάπτυξη δεξιοτήτων: Ενισχύετε συνεχώς τις γνώσεις και τις δεξιότητές σας στη σύνθεση καλλυντικών, την προμήθεια συστατικών, την ανάπτυξη προϊόντων και τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς. Παρακολουθήστε εργαστήρια, μαθήματα και εκδηλώσεις του κλάδου για να ενημερώνεστε για τις τάσεις του κλάδου, τις βέλτιστες πρακτικές και τις αναδυόμενες τεχνολογίες.

5. Δημιουργήστε την ιστορία και την ταυτότητά σας: Αναπτύξτε μια συναρπαστική ιστορία επωνυμίας που έχει απήχηση στο κοινό-στόχο σας και σας ξεχωρίζει από τους ανταγωνιστές.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Κοινοποιήστε τις αξίες της επωνυμίας σας, το ήθος και την δεξιότητα σας μέσω της συναρπαστικής αφήγησης, των στοιχείων επωνυμίας και των οπτικών εικόνων.

6. Δημιουργήστε μια ισχυρή διαδικτυακή παρουσία: Δημιουργήστε έναν επαγγελματικό ιστότοπο και αξιοποιήστε πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης για να προβάλετε τα χειροποίητα καλλυντικά προϊόντα σας, να αλληλεπιδράσετε με τους πελάτες και να δημιουργήσετε μια κοινότητα γύρω από την επωνυμία σας. Επενδύστε στη φωτογραφία προϊόντων υψηλής ποιότητας, στη δημιουργία περιεχομένου και στο μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης για να προσελκύσετε και να διατηρήσετε πελάτες στο διαδίκτυο.

7. Δώστε προτεραιότητα στην εμπειρία και τα σχόλια των πελατών: Εστιάστε στην παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών και εξατομικευμένων εμπειριών στους πελάτες σας. Ενθαρρύνετε τα σχόλια, τις κριτικές και τις μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες για να οικοδομήσετε εμπιστοσύνη και αξιοπιστία στην επωνυμία σας. Χρησιμοποιήστε τις πληροφορίες πελατών για να επαναλάβετε τα προϊόντα σας και να βελτιώσετε τις προσφορές σας με την πάροδο του χρόνου.

8. Πλοηγηθείτε προσεκτικά στη συμμόρφωση με τους κανονισμούς: Εξοικειωθείτε με τις κανονιστικές απαιτήσεις που διέπουν τα χειροποίητα καλλυντικά στην αγορά-στόχο σας, συμπεριλαμβανομένης της ασφάλειας των συστατικών, της επισήμανσης και των Ορθών Πρακτικών Κατασκευής (GMP). Επενδύστε σε πόρους συμμόρφωσης, συμβουλευτείτε ρυθμιστικούς εμπειρογνώμονες και μείνετε ενημερωμένοι σχετικά με τις κανονιστικές ενημερώσεις για να διασφαλίσετε τη νομική συμμόρφωση και την ασφάλεια των προϊόντων.

9. Δικτύωση και συνεργασία με επαγγελματίες του κλάδου: Δημιουργήστε σχέσεις με άλλους τεχνίτες, προμηθευτές, εμπόρους λιανικής και ειδικούς του κλάδου στην κοινότητα των χειροποίητων καλλυντικών. Οι ευκαιρίες δικτύωσης μπορούν να οδηγήσουν σε πολύτιμες συνεργασίες, συνεργασίες και ευκαιρίες καθοδήγησης που υποστηρίζουν την ανάπτυξη και την επιτυχία της επιχείρησής σας.

10. Μείνετε ανθεκτικοί και προσαρμόστετε στις προκλήσεις: Η επιχειρηματικότητα είναι ένα ταξίδι γεμάτο σκαμπανεβάσματα. Μείνετε ανθεκτικοί απέναντι σε προκλήσεις, αποτυχίες και εμπόδια στην πορεία. Αγκαλιάστε μια νοοτροπία ανάπτυξης, μάθετε από τις αποτυχίες και προσαρμόστε τις στρατηγικές σας για να ξεπεράσετε τις προκλήσεις και να πετύχετε τους μακροπρόθεσμους στόχους σας.

Ακολουθώντας αυτές τις συμβουλές και αρχές, οι νέοι επιχειρηματίες μπορούν να περιηγηθούν στην πολυπλοκότητα του κλάδου των χειροποίητων καλλυντικών, να δημιουργήσουν μια ισχυρή βάση για τις επιχειρήσεις τους και να ευδοκιμήσουν σε ένα ανταγωνιστικό τοπίο αγοράς.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.



ΕΛΕΓΞΤΕ ΤΟΝ ΕΑΥΤΟ ΣΑΣ!

Τεστ πολλαπλής επιλογής: Εισαγωγή στα χειροποίητα καλλυντικά

1. Τι διακρίνει τα χειροποίητα καλλυντικά από τα εναλλακτικά προϊόντα μαζικής παραγωγής;
α) Χαμηλότερη τιμή
β) Έμφαση στην ποιότητα και την δεξιοτεχνία
γ) Περιορισμένη διαθεσιμότητα
δ) Συνθετικά συστατικά
2. Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ αποτελεί βασική κατηγορία προϊόντων στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών;
α) Περιποίηση δέρματος
β) Περιποίηση μαλλιών
γ) Φαρμακευτικά
δ) Μακιγιάζ
3. Ποια είναι μια κοινή τάση που οδηγεί στην ανάπτυξη στην αγορά των χειροποίητων καλλυντικών;
α) Αυξημένη χρήση συνθετικών συστατικών
β) Μειωμένο ενδιαφέρον των καταναλωτών για βιωσιμότητα
γ) Αυξανόμενη ζήτηση για φυσικά και βιολογικά προϊόντα
δ) Περιορισμένες επιλογές προσαρμογής προϊόντων
4. Γιατί είναι σημαντική η συμμόρφωση με τους κανονισμούς στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών;
α) Να αυξηθεί το κόστος παραγωγής
β) Να διασφαλίζει την ασφάλεια και τη νομιμότητα των προϊόντων
γ) Να περιοριστούν οι επιλογές των καταναλωτών
δ) Να αποθαρρύνει την καινοτομία
5. Ποια είναι η προτεινόμενη στρατηγική για νέους επιχειρηματίες στον κλάδο των χειροποίητων καλλυντικών;
α) Δώστε προτεραιότητα στην ποσότητα έναντι της ποιότητας
β) Παραμέληση της κανονιστικής συμμόρφωσης
γ) Ξεκινήστε από μικρά και κλιμακώστε σταδιακά
δ) Αποφύγετε την επαφή με πελάτες



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

6. Ποια από τις παρακάτω δραστηριότητες μπορεί να βοηθήσει τους επιχειρηματίες να κατανοήσουν τις τάσεις της αγοράς στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών;

- α) Διεξαγωγή έρευνας αγοράς
- β) Αγνοώντας τις προτιμήσεις των καταναλωτών
- γ) Αποφυγή μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- δ) Στηριζόμενη αποκλειστικά στη διαίσθηση

7. Ποιο είναι το κοινό χαρακτηριστικό της βιώσιμης συσκευασίας στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών;

- α) Πλαστικά μιας χρήσης
- β) Μη ανακυκλώσιμα υλικά
- γ) Βιοδιασπώμενες επιλογές
- δ) Υπερβολική συσκευασία

8. Πώς μπορούν οι επιχειρηματίες να δημιουργήσουν ταυτότητα επωνυμίας στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών;

- α) Αποφύγετε την αφήγηση
- β) Χρησιμοποιήστε γενική επωνυμία
- γ) Αναπτύξτε μια συναρπαστική ιστορία επωνυμίας
- δ) Αγνοήστε τα σχόλια των καταναλωτών

9. Τι πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά την επιλογή των συστατικών για χειροποίητα καλλυντικά;

- α) Η σχέση κόστους-αποτελεσματικότητας
- β) Διαφάνεια και αυθεντικότητα
- γ) Πολυπλοκότητα και αφάνεια
- δ) Αποκλειστικότητα

10. Πώς μπορούν οι επιχειρηματίες να ενημερώνονται για τις κανονιστικές απαιτήσεις στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών;

- α) Αγνοήστε τους κανονισμούς
- β) Συμβουλευτείτε ρυθμιστικούς εμπειρογνώμονες
- γ) Ας υποθέσουμε ότι όλοι οι κανονισμοί είναι ίδιοι παγκοσμίως
- δ) Παραμέληση της συμμόρφωσης εντελώς

Σωστές απαντήσεις:

- 1. β) Έμφαση στην ποιότητα και την δεξιοτεχνία
- 2. γ) Φαρμακευτικά
- 3. γ) Αυξανόμενη ζήτηση για φυσικά και βιολογικά προϊόντα
- 4. β) Να διασφαλίζει την ασφάλεια και τη νομιμότητα των προϊόντων
- 5. γ) Ξεκινήστε από μικρά και κλιμακώστε σταδιακά
- 6. α) Διενέργεια έρευνας αγοράς
- 7. γ) Βιοδιασπώμενες επιλογές
- 8. γ) Αναπτύξτε μια συναρπαστική ιστορία επωνυμίας
- 9. β) Διαφάνεια και αυθεντικότητα
- 10. β) Συμβουλευτείτε ρυθμιστικούς εμπειρογνώμονες



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Μέρος 1: Χαρτογράφηση του Χειροποίητου Καλλυντικού Χώρου

Ενότητα 2: Ανάλυση Αγοράς και Έρευνα Ανταγωνιστή

Τίτλος μέρους	Χαρτογράφηση του Χειροποίητου Καλλυντικού Χώρου
Τίτλος ενότητας	Ανάλυση Αγοράς και Έρευνα Ανταγωνιστή σε σχετικές χώρες
Εταίρος	Impact Hub, FDI, IED, EURASIA, ESICA
Εκτιμώμενος χρόνος	10 Ώρες
Μαθησιακοί Στόχοι	- Εκμάθηση μεθοδολογιών έρευνας για την αγορά χειροποίητων καλλυντικών - Συλλογή και ανάλυση σχετικών δεδομένων αγοράς - Κατανόηση της σημασίας της έρευνας αγοράς στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων - Εντοπισμός βασικών ανταγωνιστών στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών - Ανάλυση των δυνατών και των αδυναμιών των ανταγωνιστών - Εντοπισμός ευκαιριών για διαφοροποίηση και βελτίωση - Αναλύοντας τη συμπεριφορά και τις προτιμήσεις των καταναλωτών στην αγορά καλλυντικών - Προσδιορισμός τάσεων και παραγόντων που επηρεάζουν τις επιλογές των καταναλωτών - Κατανόηση του ρόλου των σχολίων και των κριτικών των καταναλωτών

Υποκεφάλαια

- Διεξαγωγή έρευνας αγοράς για χειροποίητα καλλυντικά σε Σουηδία, Βέλγιο, Ελλάδα, Τουρκία & Αυστρία
- Ανάλυση ανταγωνιστών και εντοπισμός μοναδικών σημείων πώλησης στη Σουηδία, το Βέλγιο, την Ελλάδα, την Τουρκία και την Αυστρία
- Κατανόηση των προτιμήσεων και των απαιτήσεων των καταναλωτών σε Σουηδία, Βέλγιο, Ελλάδα, Τουρκία και Αυστρία



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Ανάλυση Αγοράς & Έρευνα Ανταγωνιστή στη Σουηδία

Ανάπτυξη Αγοράς & Καταναλωτική ζήτηση

Η σουηδική αγορά καλλυντικών γνωρίζει σταθερή ανάπτυξη, τροφοδοτούμενη από τις προτιμήσεις των καταναλωτών για βιώσιμα και φυσικά προϊόντα. Αυτή η τάση της αγοράς χαρακτηρίζεται περαιτέρω από την αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα προσαρμοσμένα στις συγκεκριμένες δημογραφικές ανάγκες, όπως αντιγήρανση και αντηλιακή προστασία, καθώς και από αυξημένο ενδιαφέρον για προϊόντα περιποίησης ανδρών, αντανakλώντας τις ευρύτερες παγκόσμιες τάσεις περιποίησης. ([Kosmetica World](#)).



Προτιμήσεις καταναλωτή

Οι Σουηδοί καταναλωτές προτιμούν όλο και περισσότερο προϊόντα που παράγονται τόσο αποτελεσματικά όσο και ηθικά. Οι Σουηδοί απαιτούν διαφάνεια στην προμήθεια και την κατασκευή, με έντονη προτίμηση στα είδη που είναι πιστοποιημένα ως βιολογικά ή φυσικά. Επιπλέον, δίνεται μια αυξανόμενη έμφαση στην προσαρμογή και την εξατομίκευση, υποδεικνύοντας ότι ένα σημαντικό τμήμα της αγοράς αναζητά προϊόντα προσαρμοσμένα στις συγκεκριμένες ανάγκες φροντίδας του δέρματος. ([Global Market Insights Inc.](#)).



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Εισαγωγές και Εφοδιαστική Αλυσίδα

Οι εισαγωγές καλλυντικών της Σουηδίας προέρχονται κυρίως από τη Γαλλία, τη Δανία και τη Γερμανία, αντιπροσωπεύοντας το 40% των συνολικών εισαγωγών. Οι Ηνωμένες Πολιτείες και άλλες ευρωπαϊκές χώρες συμβάλλουν επίσης σημαντικά, φέρνοντας ποικίλα και υψηλής ποιότητας καλλυντικά προϊόντα στη σουηδική αγορά. Η μέση τιμή εισαγωγής για τα καλλυντικά ήταν 22.091 \$ ανά τόνο το 2022 ([IndexBox](#)).

Τάσεις της Αγοράς

Οι διαδικτυακές πωλήσεις έχουν αυξηθεί, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, και αναμένεται να παραμείνουν κυρίαρχο κανάλι λόγω της ευκολίας τους. Η αγορά βλέπει επίσης μια στροφή προς βιώσιμες λύσεις συσκευασίας, με έμφαση στη μείωση των πλαστικών απορριμμάτων και στην ενίσχυση της δυνατότητας ανακύκλωσης. Αυτή η στροφή ευθυγραμμίζεται με τις παγκόσμιες κινήσεις προς την περιβαλλοντική βιωσιμότητα ([Mordor Intel](#)).

Μελλοντικές Ευκαιρίες

Η σουηδική αγορά καλλυντικών προσφέρει ευκαιρίες για μάρκες που εστιάζουν στη βιωσιμότητα και την καινοτομία. Οι προοπτικές ανάπτυξης περιλαμβάνουν την επέκταση σε ψηφιακές πωλήσεις, τη μόχλευση της τεχνολογίας για τη βελτίωση των εξατομικευμένων εμπειριών των καταναλωτών και την περαιτέρω ανάπτυξη προϊόντων που συμμορφώνονται με αυστηρά βιολογικά και φυσικά πρότυπα πιστοποίησης. Ο κλάδος αναμένεται να εξελιχθεί με τις εξελίξεις στην τεχνολογία, όπως η επαυξημένη πραγματικότητα και η τεχνητή νοημοσύνη, που μπορεί να μεταμορφώσουν τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές αλληλεπιδρούν με τα προϊόντα και να εξατομικεύουν τις εμπειρίες τους. ([Kosmetica World](#)).



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Έρευνα Ανταγωνιστών

Στη σουηδική αγορά χειροποίητων καλλυντικών I δεν υπάρχουν πολλές μεγάλες εταιρείες, αλλά υπάρχουν αρκετές μάρκες που ξεχωρίζουν για την παρουσία τους στην αγορά στη βιομηχανία φυσικών καλλυντικών.

LA Bruket : Γνωστό για τη χρήση φυσικών και βιολογικών συστατικών, το LA Bruket βασίζεται στη δυτική ακτή της Σουηδίας. Ενσωματώνει παραδοσιακές πρακτικές θαλάσσιας θεραπείας, όπως το μπάνιο με φύκια, στις συνθέσεις των προϊόντων της, οι οποίες διαθέτουν επίσης ηρεμιστικά αρώματα που προέρχονται από φυσικές πηγές. Η μάρκα δίνει έμφαση στις προστατευτικές και θεραπευτικές ιδιότητες των προϊόντων της, οι οποίες είναι προσαρμοσμένες για να αντιμετωπίσουν τις σκληρές παράκτιες συνθήκες της καταγωγής της ([Vogue Hong Kong](#)).

Estelle & Thild : Αυτή η επωνυμία με έδρα τη Στοκχόλμη χαίρει μεγάλης εκτίμησης για τα βιοενεργά συστατικά και τις αποκλειστικές πρώτες ύλες της, σε συνδυασμό με την επιστημονική έρευνα αιχμής. Τα προϊόντα της Estelle & Thild είναι πιστοποιημένα βιολογικά από την Ecocert και στοχεύουν σε διάφορα προβλήματα του δέρματος όπως η ευαισθησία και η γήρανση. Είναι αγαπημένο σε όσους προτιμούν καθαρά προϊόντα ομορφιάς ([Vogue Hong Kong](#) ([Scandinavia Standard](#))).

True Organic of Sweden : Αυτή η μάρκα εστιάζει στην παραγωγή unisex προϊόντων περιποίησης δέρματος που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα δερματικών αναγκών. Η True Organic of Sweden είναι γνωστή για τις απλές, αποτελεσματικές συνθέσεις της, όπως η κρέμα «All You Need is Me», η οποία έχει κερδίσει δημοτικότητα για την ευελιξία και την αποτελεσματικότητά της ([Scandinavia Standard](#)).

Lush : Αν και δεν είναι σουηδικής καταγωγής, η Lush έχει ισχυρή παρουσία στην αγορά και στη Σουηδία. Γνωστή για την ηθική προσέγγισή της στην παραγωγή, συμπεριλαμβανομένης της καταπολέμησης των δοκιμών σε ζώα και της προώθησης χειροποίητων και φρέσκων καλλυντικών προϊόντων, η Lush προσφέρει μια ευρεία γκάμα ειδών από βόμβες μπάνιου έως περιποίηση δέρματος, όλα φτιαγμένα με χορτοφαγικές ή vegan φόρμουλες και ηθική προμήθεια ([Lush](#)). Αυτή είναι επίσης η μόνη μεγάλη μάρκα στη Σουηδία που είναι χειροποίητη.

Διαφορετικά, υπάρχουν μερικές μικρότερες μάρκες στο χειροποίητο τμήμα της βιομηχανίας καλλυντικών. Αυτά περιλαμβάνουν:

Malin i Ratan: Φημισμένη για την αφοσίωσή της στις χειροτεχνικές μεθόδους και τα οργανικά υλικά, αυτή η μάρκα υπερασπίζεται την ποικιλόμορφη δεξιότητα των Σουηδών σαπωνοποιών. Προσφέρει μια ποικιλία από χειροποίητα σαπούνια μέσω του ιστότοπού της,



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

εστιάζοντας στα οφέλη των φυσικών συστατικών και της ελάχιστης συσκευασίας, προσαρμοσμένης για να ενισχύσει την καθημερινή τελετουργία περιποίησης της επιδερμίδας.

Habiba: Φωλιασμένο σε ένα γραφικό εργαστήριο στη Στοκχόλμη, αυτή η οικογενειακή επωνυμία δεσμεύεται για την αγνότητα, χρησιμοποιώντας μόνο ωμά, φυσικά συστατικά για τα προϊόντα περιποίησης της επιδερμίδας της. Η προσέγγισή τους βασίζεται στην πεποίθηση ότι τα είδη προσωπικής φροντίδας θα πρέπει να είναι εξίσου φυσικά με τα υγιεινά τρόφιμα που καταναλώνουν, δίνοντας έμφαση στη φιλοσοφία της επιστροφής στα βασικά στην παραδοσιακή τους παρασκευή σαπουνιού.

Καταναλωτικές τάσεις

Η κατανόηση των προτιμήσεων και των απαιτήσεων των καταναλωτών στη σουηδική αγορά χειροποίητων καλλυντικών περιλαμβάνει την εξέταση πολλών βασικών τάσεων και επιρροών που διαμορφώνουν την αγοραστική συμπεριφορά :

Φυσικά και βιολογικά προϊόντα : Οι Σουηδοί καταναλωτές προτιμούν όλο και περισσότερο καλλυντικά που παρασκευάζονται με φυσικά και βιολογικά συστατικά. Αυτή η προτίμηση καθοδηγείται από μια ευρύτερη παγκόσμια τάση προς την υγεία και την ευεξία, καθώς και από μια τοπική πολιτισμική κλίση προς τη βιωσιμότητα και την περιβαλλοντική συνείδηση. Τα προϊόντα που προσφέρουν σαφείς, επαληθεύσιμους ισχυρισμούς σχετικά με τη βιολογική προμήθεια ή τα οικολογικά οφέλη τείνουν να ευνοούνται ([Global Market Insights Inc.](#)).

Ηθική Παραγωγή και Βιωσιμότητα : Υπάρχει μεγάλη ζήτηση για αγαθά που παράγονται με ηθικό τρόπο που υποστηρίζουν δίκαιες πρακτικές εργασίας και ελάχιστες περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Αυτό περιλαμβάνει το ενδιαφέρον για προϊόντα μηδενικών αποβλήτων, βιώσιμες λύσεις συσκευασίας και δοκιμές χωρίς σκληρότητα. Οι επωνυμίες που επικοινωνούν αποτελεσματικά τη δέσμευσή τους σε αυτές τις αξίες τείνουν να έχουν μεγαλύτερη απήχηση στους Σουηδούς καταναλωτές ([Mordor Intel](#)) ([Global Market Insights Inc](#)).

Προσαρμογή και εξατομίκευση : Με την αυξανόμενη επιρροή της τεχνολογίας στην ομορφιά και την προσωπική περιποίηση, οι Σουηδοί καταναλωτές δείχνουν ενδιαφέρον για προϊόντα που μπορούν να προσαρμοστούν στις συγκεκριμένες ανάγκες περιποίησης της επιδερμίδας τους. Αυτό μπορεί να κυμαίνεται από εξατομικευμένα σχήματα περιποίησης δέρματος που βασίζονται σε δερματολογικές αξιολογήσεις έως καλλυντικά που ταιριάζουν επακριβώς με τους μεμονωμένους τόνους δέρματος ([Global Market Insights Inc.](#)).

Προϊόντα ουδέτερα ως προς το φύλο : Υπάρχει ένα αυξανόμενο τμήμα της αγοράς που προτιμά καλλυντικά ουδέτερα ως προς το φύλο, αντανakλώντας τις ευρύτερες κοινωνικές τάσεις προς την ενσωμάτωση του φύλου. Τα προϊόντα που διατίθενται στην αγορά χωρίς συγκεκριμένη στόχευση φύλου



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

γίνονται δημοφιλή, ελκυστικά στους καταναλωτές που αναζητούν ποιότητα και αποτελεσματικότητα έναντι του παραδοσιακού μάρκετινγκ με βάση το φύλο ([Kosmetica World](#)).



Επιλογές για την υγεία: Πέρα από την εξωτερική εφαρμογή, οι Σουηδοί καταναλωτές ενδιαφέρονται για το πώς τα καλλυντικά επηρεάζουν τη συνολική τους υγεία. Τα προϊόντα που είναι δερματολογικά ελεγμένα και απαλλαγμένα από επιβλαβείς χημικές ουσίες εκτιμώνται ιδιαίτερα. Η ανοδική τάση της καθαρής ομορφιάς—καλλυντικά χωρίς τοξικά συστατικά—είναι ιδιαίτερα έντονη στη Σουηδία ([Global Market Insights Inc.](#)).

Ανάλυση Αγοράς & Έρευνα Ανταγωνιστή στο Βέλγιο

Έρευνα αγοράς

Η έρευνα αγοράς στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών στο Βέλγιο περιλαμβάνει την ανάλυση των προτιμήσεων των καταναλωτών, των ανταγωνιστικών προϊόντων, των στρατηγικών τιμολόγησης και των καναλιών διανομής. Η διεξαγωγή ερευνών, οι ομάδες εστίασης και η μελέτη των τάσεων της αγοράς μπορούν να παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες για τη συμπεριφορά των καταναλωτών και τη δυναμική της αγοράς.

Ανάπτυξη Αγοράς & Καταναλωτική ζήτηση

Η ζήτηση για χειροποίητα καλλυντικά αυξάνεται σταθερά λόγω των αυξανόμενων προτιμήσεων των καταναλωτών για φυσικά, βιολογικά και βιώσιμα προϊόντα. Σύμφωνα με τη Statista, η αγορά βιολογικών καλλυντικών στο Βέλγιο αποτιμήθηκε σε περίπου 49 εκατομμύρια ευρώ το 2020 και προβλέπεται να συνεχίσει να αυξάνεται. Οι καταναλωτές αναζητούν ολοένα και περισσότερο



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

προϊόντα που είναι απαλλαγμένα από επιβλαβείς χημικές ουσίες και προσφέρουν πρόσθετα οφέλη, όπως σκευάσματα χωρίς σκληρότητα και vegan

Προτιμήσεις καταναλωτή

Οι Βέλγοι καταναλωτές τείνουν να δίνουν προτεραιότητα στα φυσικά και φιλικά προς το περιβάλλον συστατικά στα καλλυντικά τους προϊόντα. Ανησυχούν επίσης για ηθικούς παράγοντες όπως οι δοκιμές σε ζώα και η βιωσιμότητα. Σύμφωνα με τη Mintel, υπάρχει αυξανόμενη ζήτηση για εξατομικευμένες λύσεις περιποίησης δέρματος προσαρμοσμένες στις ατομικές ανάγκες και προτιμήσεις.

Εισαγωγές και Εφοδιαστική Αλυσίδα

Το Βέλγιο εισάγει σημαντικό μέρος των καλλυντικών του, συμπεριλαμβανομένων των χειροποίητων προϊόντων, από άλλες χώρες της ΕΕ και όχι μόνο. Η αλυσίδα εφοδιασμού για χειροποίητα καλλυντικά περιλαμβάνει την προμήθεια πρώτων υλών, την κατασκευή, τη συσκευασία και τη διανομή. Η διασφάλιση της διαφάνειας και των ηθικών πρακτικών προμήθειας στην αλυσίδα εφοδιασμού γίνεται όλο και πιο σημαντική για τους καταναλωτές.

Τάσεις της Αγοράς

Ορισμένες αναδυόμενες τάσεις στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών στο Βέλγιο περιλαμβάνουν τη χρήση καινοτόμων συστατικών όπως εκχυλίσματα βοτάνων, αιθέρια έλαια και εναλλακτικές λύσεις φυτικής προέλευσης αντί των συνθετικών χημικών. Η εξατομίκευση, η φιλική προς το περιβάλλον συσκευασία και οι πρωτοβουλίες μηδενικών αποβλήτων κερδίζουν επίσης ενδιαφέρον.

Η βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών στο Βέλγιο, όπως και σε πολλές άλλες χώρες, είναι ένας εξειδικευμένος τομέας που έχει κερδίσει δημοτικότητα λόγω του αυξανόμενου ενδιαφέροντος των καταναλωτών για φυσικά, βιολογικά και βιώσιμα προϊόντα ομορφιάς. Τα χειροποίητα καλλυντικά κατασκευάζονται συχνά σε μικρότερες παρτίδες, χρησιμοποιώντας φυσικά συστατικά και αποφεύγοντας τα συνθετικά χημικά. Ακολουθούν ορισμένα βασικά σημεία σχετικά με τη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών στο Βέλγιο:

- **Χειροτεχνία:** Τα χειροποίητα καλλυντικά στο Βέλγιο δημιουργούνται συνήθως από τεχνίτες, τεχνίτες και επιχειρηματίες μικρής κλίμακας που δίνουν έμφαση στη χρήση φυσικών συστατικών υψηλής ποιότητας. Αυτή η προσέγγιση ευθυγραμμίζεται με την αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα που δεν περιέχουν επιβλαβείς χημικές ουσίες.
- **Φυσική και βιολογική εστίαση:** Πολλοί παραγωγοί χειροποίητων καλλυντικών στο Βέλγιο δίνουν έμφαση στη χρήση φυσικών και βιολογικών συστατικών, αποφεύγοντας τα συνθετικά πρόσθετα, τα συντηρητικά και τα αρώματα. Αυτό ευθυγραμμίζεται με τις προτιμήσεις των καταναλωτών για προϊόντα που θεωρούνται ασφαλέστερα και πιο φιλικά προς το περιβάλλον.
- **Σειρά προϊόντων:** Τα χειροποίητα καλλυντικά στο Βέλγιο μπορούν να περιλαμβάνουν μια ευρεία γκάμα προϊόντων, όπως σαπούνια, προϊόντα περιποίησης δέρματος (όπως ενυδατικές κρέμες, οροί και βάλσαμα), προϊόντα περιποίησης μαλλιών,



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

προϊόντα μπάνιου (βόμβες μπάνιου, άλατα), ακόμη και είδη μακιγιάζ (βάλσαμα για τα χείλη, foundation κ.λπ.).

- Τοπικές προμήθειες: Ορισμένες βελγικές μάρκες χειροποίητων καλλυντικών τονίζουν τη χρήση τοπικών συστατικών, υποστηρίζοντας τους τοπικούς αγρότες και προάγοντας τη βιωσιμότητα. Αυτή η έμφαση στην τοποθεσία μπορεί επίσης να προσελκύσει τους καταναλωτές που αναζητούν προϊόντα με μικρότερο αποτύπωμα άνθρακα.
- Παραγωγή σε μικρές παρτίδες: Τα χειροποίητα καλλυντικά παράγονται συχνά σε μικρές παρτίδες για να εξασφαλιστεί η ποιότητα και η φρεσκάδα. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μοναδικές προσφορές προϊόντων που ενδέχεται να μην παράγονται μαζικά.
- Οικολογικές συσκευασίες: Σύμφωνα με τις προσπάθειες βιωσιμότητας, πολλές μάρκες χειροποίητων καλλυντικών στο Βέλγιο επικεντρώνονται στη χρήση οικολογικών υλικών συσκευασίας, στη μείωση των απορριμμάτων και στην προώθηση της ανακύκλωσης.
- Αγορές και εκθέσεις: Οι παραγωγοί χειροποίητων καλλυντικών συχνά πωλούν τα προϊόντα τους μέσω τοπικών αγορών, εκθέσεων, διαδικτυακών πλατφορμών και εξειδικευμένων καταστημάτων. Αυτές οι λεωφόροι παρέχουν έκθεση σε μια εξειδικευμένη καταναλωτική βάση που ενδιαφέρεται για μοναδικά και φυσικά προϊόντα ομορφιάς.
- Προκλήσεις: Ενώ η βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών έχει την απήχυσή της, μπορεί επίσης να αντιμετωπίσει προκλήσεις που σχετίζονται με κανονισμούς, ποιοτικό έλεγχο και ανταγωνισμό από μεγαλύτερες εταιρείες καλλυντικών. Η συμμόρφωση με τους κανονισμούς για τα καλλυντικά και η διασφάλιση σταθερής ποιότητας μπορεί να είναι ιδιαίτερα σημαντική.
- Ευαισθητοποίηση των καταναλωτών: Η εκπαίδευση των καταναλωτών σχετικά με τα οφέλη των χειροποίητων καλλυντικών, τη χρήση φυσικών συστατικών και τη διαφάνεια των διαδικασιών παραγωγής μπορεί να είναι ζωτικής σημασίας για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης και αφοσίωσης.

Μελλοντικές Ευκαιρίες

Ο κλάδος των χειροποίητων καλλυντικών στο Βέλγιο παρουσιάζει πολλές ευκαιρίες για ανάπτυξη και καινοτομία. Αυτά περιλαμβάνουν την επέκταση σειρών προϊόντων για την κάλυψη συγκεκριμένων τύπων δέρματος ή ανησυχιών, την αξιοποίηση εξειδικευμένων αγορών όπως η ανδρική περιποίηση ή η βρεφική φροντίδα και η αξιοποίηση πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου για την προσέγγιση ευρύτερου κοινού τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Οι συνεργασίες με τοπικούς τεχνίτες, influencers και επαγγελματίες ομορφιάς μπορούν επίσης να ενισχύσουν την προβολή και την αξιοπιστία της επωνυμίας.



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Ανάλυση Ανταγωνιστή

Ο αριθμός των μεγάλων εταιρειών στη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών αυξάνεται, σύμφωνα με την αύξηση των πωλήσεων και του όγκου της βελγικής αγοράς. Η Φλάνδρα, η Βαλλονία και οι Βρυξέλλες έχουν μια σειρά από πρωτοβουλίες. Ακολουθούν μερικές σοφές πρακτικές που πρέπει να λάβετε υπόψη:

Oh Lou Lou!

Η Oh Lou Lou είναι μια νέα start-up εταιρεία με έδρα τις Βρυξέλλες που παράγει βιολογικά και vegan, πολυτελή, χειροποίητα προϊόντα ομορφιάς από αγνά, μη επεξεργασμένα, ακατέργαστα και κυρίως βρώσιμα συστατικά.



Η Suzana, μητέρα και πολιτικός μηχανικός στην επιστήμη των υπολογιστών, εγκατέλειψε τη θέση της ως διευθύντρια στη Microsoft πριν από τρία χρόνια για να ασχοληθεί με τη φυσική υγεία και την κοσμετολογία. Όλα ξεκίνησαν με τη δημιουργία ενός ιστολογίου, ακολουθούμενη από την κατασκευή ορισμένων πραγμάτων για την ίδια, την οικογένειά της, τους φίλους της και, τελικά, για όλους!

Η Oh Lou Lou® είναι μια νέα βελγική εταιρεία που παράγει βιοτεχνικά, μικρής παραγωγής βιολογικά καλλυντικά στις Βρυξέλλες και έχει κερδίσει τη σφραγίδα έγκρισης Ecogarantie®. Η εταιρεία υπόσχεται μια μεγάλη ποικιλία απλών, διαφανών προϊόντων με αδιαμφισβήτητες συνθέσεις που κάνουν καλό στην επιδερμίδα μας, είναι αποδοτικά και λαμβάνουν υπόψη τους το περιβάλλον.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Όλα τα συστατικά είναι ακατέργαστα, μη επεξεργασμένα και αγνά, με επιστημονικά αποδεδειγμένες θεραπευτικές δυνάμεις, αλλά κυρίως από τη φύση και τη βιολογική γεωργία ή την εγκεκριμένη άγρια συγκομιδή, με εξαίρεση τα είδη που απειλούνται με εξαφάνιση, χάρη σε μια αυστηρή και σχολαστική επιλογή χωρίς συμβιβασμούς στις πρώτες ύλες.



Λόγω των νέων, πρωτότυπων και μοναδικών στο είδος τους τύπων στο Βέλγιο που δεν περιλαμβάνουν επιπλέον νερό, αλκοόλ ή ζωικά συστατικά. Οι αφοσιωμένοι πελάτες μπορούν να περιμένουν «100% φυσικά ενεργά συστατικά, χωρίς δοκιμές σε ζώα και vegan» από την εταιρεία. Η Oh Lou Lou® υπερβαίνει τα κριτήρια πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων παρέχοντας μινιμαλιστική συσκευασία από ανακυκλωμένα και ανακυκλώσιμα υλικά.

Το σύνθημά τους είναι « Μηδέν χημικές ουσίες. Μηδέν συντηρητικά, Μηδέν σταθεροποιητές, Μηδέν άρωμα».

Miklo Body Care

Η Miklo Bodycare ιδρύθηκε με βάση την αρχή της συγχώνευσης της επιστήμης με τα συμβατικά βοτανικά συστατικά για να τα μετατρέψει σε ισχυρή φροντίδα της επιδερμίδας. Η Miklo επικεντρώθηκε σε συνθέσεις που εξάγονται μόνο με βιολογικό τρόπο- για παράδειγμα, το καστορέλαιο είναι άμεση πηγή των ενεργών χημικών ουσιών που καταπολεμούν τις οσμές και τα απολύτως φυσικά αρώματα παρασκευάζονται με φρεσκοαναμειγμένα αιθέρια έλαια. Όλα τα προϊόντα παρουσιάζονται ως cruelty-free και vegan.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.



Η MIKL.bodycare στοχεύει σε μια πραγματικά τοπική προσέγγιση. Η δημιουργία χειροποίητων καλλυντικών στο Βέλγιο βρίσκεται στο επίκεντρο της επιχείρησής τους. Χρησιμοποιούν βιολογικό ηλιέλαιο από τη Γαλλία και σταφυλόλαδο που ανακυκλώνεται από την επιχείρηση παραγωγής κρασιού και μούστου.

Οι συσκευασίες έχουν σχεδιαστεί με γνώμονα το no or -plastics από την ίδρυση της μάρκας και συνεχίζουν αυτή την αφοσίωση με τα αποσμητικά τους, τα οποία συσκευάζονται σε βιοδιασπώμενα και πρακτικά push-up σωληνάκια.

SQON

Η SQON είναι μια βελγική επιχείρηση που στοχεύει στη δημιουργία προϊόντων μπάνιου με βάση τα φυτά. Θέλουν πράγματα με μια αφήγηση και μια ηρεμιστική αισθητική που είναι βιώσιμα και χαμηλής περιεκτικότητας σε απόβλητα.

Η ομάδα της SQON διοργανώνει σύντομα εργαστήρια και βοηθά ευρωπαϊκές επιχειρήσεις και κατασκευαστές. Θα αναγνωριστούν και τα τοπικά talenta. Οι παραγωγοί θέλουν να κάνουν τα πράγματα διαφορετικά, καλύτερα και πιο προσεκτικά - τόσο για τους πελάτες όσο και για το περιβάλλον.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.



Η SQON γεννήθηκε από την επιθυμία για έναν πιο αργό ρυθμό ζωής και μια πιο συνειδητή κατανάλωση. Αλλά πηγάζει επίσης από την αγάπη για τις ρουτίνες ομορφιάς και τις χειροτεχνίες που τις συνοδεύουν. Η ομάδα τους αποτελείται από δύο φιλικά ζευγάρια που έχουν πάθος με την επιχειρηματικότητα.

Bobone

Η Ardennes είναι κάτι περισσότερο από δάση και λουκάνικα αγριογούρουνου. Η θεραπεύτρια ομορφιάς και make-up artist Charlotte Renard ξεκίνησε τη δική της σειρά φυσικών καλλυντικών στο μικροσκοπικό χωριό Our πριν από τρία χρόνια. Τα προϊόντα είναι εμπνευσμένα από τις τελετουργίες ομορφιάς των γιαγιάδων και είναι χειροποίητα με φυσικά, βιολογικής καλλιέργειας, κυρίως τοπικά προμηθευόμενα συστατικά. Προσφέρει προϊόντα περιποίησης της επιδερμίδας, σαπούνια, scrubs σώματος, lip balm και αποσμητικά. Οι πελάτες μπορούν επίσης να κλείσουν ένα εργαστήριο στο ατελιέ της.

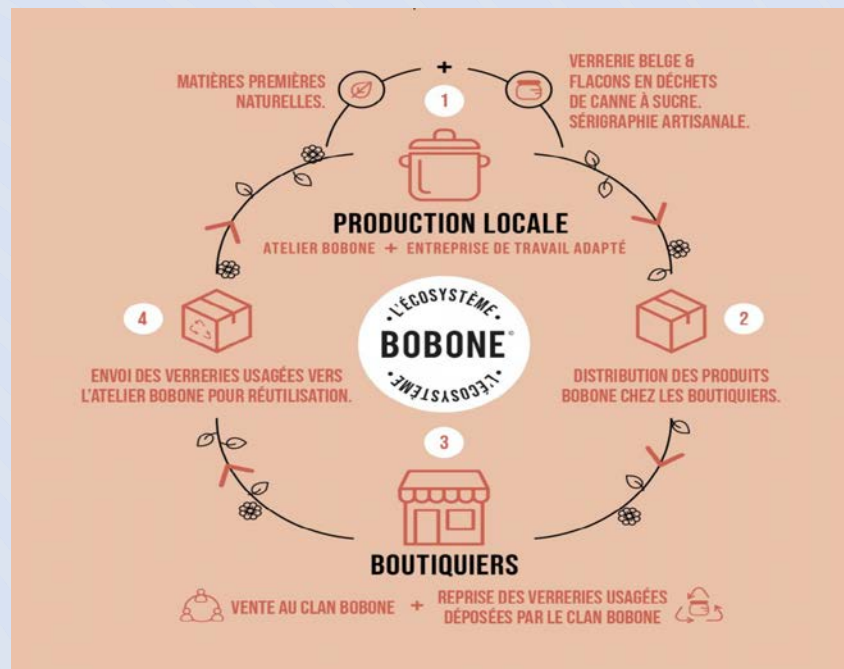


Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.



Η Bobone είναι μια φυλή που υπερασπίζεται τις ίδιες αξίες της ειλικρίνειας, της ακρόασης και του διαμοιρασμού για την προώθηση της ευημερίας σε αρμονία με τη φύση. Τα συστατικά προέρχονται ως επί το πλείστον από βιολογικές καλλιέργειες. Τα προϊόντα είναι κατασκευασμένα από φυσικές πρώτες ύλες και δεν περιέχουν συνθετικά ή parabens. Κατά τη διάρκεια της παραγωγής, δεν χρησιμοποιούνται ζώα για δοκιμές και αποφεύγεται η υπερσυσκευασία. Στις περισσότερες συσκευασίες χρησιμοποιούνται βιώσιμα υλικά, όπως γυάλινα δοχεία μηδενικών αποβλήτων/ανακυκλώσιμα.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

CÍME

Η CÍME είναι μια βελγική μάρκα που επικεντρώνεται σε φυσικά και βιολογικά προϊόντα περιποίησης. Δίνουν έμφαση στα συστατικά που προέρχονται από βιώσιμες πηγές και συνεισφέρουν μέρος των κερδών τους σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά προγράμματα.

Για να κάνουν το δέρμα να φαίνεται όμορφο και υγιές, χρησιμοποιούν φυσικά και πιστοποιημένα βιολογικά προϊόντα. Πιστοποίηση Ecocert Greenlife. Τα προϊόντα τους δημιουργήθηκαν για να είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικά, ενώ παράλληλα είναι ήπια για το δέρμα και κατάλληλα για όλους τους τύπους δέρματος. Η σειρά περιποίησης της επιδερμίδας τους βοηθά τους πελάτες τους να είναι περιβαλλοντικά προσεκτικοί χωρίς να θυσιάζουν πλούσιες υφές, μυρωδιές ή εξαιρετικά αποτελέσματα για το δέρμα.

Η CÍME φιλοξενεί σεμινάρια όπου οι καταναλωτές μπορούν να αναμένουν εξειδικευμένες και, κυρίως, εξατομικευμένες συμβουλές φυσικής περιποίησης του δέρματος, προσαρμοσμένες στον τύπο του δέρματός τους. Οι πελάτες θα ακολουθήσουν τις οδηγίες τους για να ολοκληρώσουν μια πλήρη ρουτίνα περιποίησης προσώπου και χεριών.



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Habeebee

Η Habeebee εκφράζει ένα ενάρετο πρότυπο κοινωνίας που τείνει προς περισσότερη αρμονία και συνοχή στον τρόπο ζωής και την κατανάλωσή μας. Προσφέροντας καλά, δίκαια και αληθινά προϊόντα περιποίησης, σε ισορροπία με τους ζωντανούς οργανισμούς και πιο συγκεκριμένα με τις μέλισσες.

Οι επιχειρηματίες της Habeebee εγκαταστάθηκαν τον Νοέμβριο του 2020 σε ένα παλιό αρτοποιείο. Ο Tedy, ο σαπυνοποιός, χρησιμοποιεί όλη την τεχνογνωσία και την ακρίβειά του για να φτιάξει σαπούνια, έλαια, βάλσαμα και κεριά. Κάθε φόρμουλα αναπτύσσεται με υπομονή και πάθος για να φέρει το καλύτερο της κυψέλης στη ζωή των ανθρώπων και να αναδείξει τα οφέλη του κεριού και της πρόπολης των μελισσών, 2 θησαυρούς της κυψέλης που βρίσκονται στην καρδιά των συνταγών μας. Πιστοποιημένα ORGANIC από την Certisys, Label ECOGARANTIE, τα προϊόντα είναι βιοδιασπώμενα, χωρίς parabens, σιλικόνη, παραφίνη ή άλλα πετροχημικά παράγωγα.



Σήμερα, η Gisèle προσχώρησε στην Tedy σε έναν καλπασμό για να ενισχύσει την παραγωγή! Αυτός ο πρώην αναβάτης, ελαφρύς σαν φτερό στροβιλίζεται ανάμεσα σε σαπούνια και μέλισσες.

Το σαπούνι ψυχρής σαπυνοποίησης διακρίνεται από τη χρήση ελαίων ψυχρής έκθλιψης. Είναι ο πιο απαλός τρόπος για να καθαρίσουμε το δέρμα μας. Περιέχει φυσική γλυκερίνη που διατηρείται κατά τη διάρκεια της διαδικασίας παρασκευής, καθώς και 8% surgras από ελαιόλαδο και κεριό μέλισσας. Ενώ ένα βιομηχανικό σαπούνι είναι θερμής έκθλιψης, τα έλαια δεν γίνονται σεβαστά, καθώς χάνουν τα χαρακτηριστικά τους όταν θερμαίνονται. Δεν υπάρχουν σάκχαρα σε αυτά τα εμπορικά σαπούνια και η γλυκερίνη έχει εξαλειφθεί.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.



Τα σαπούνια Habeebee είναι μοναδικά στο ότι είναι καταπραϋντικά, θεραπευτικά και ισχυρά. Αντέχουν για μεγάλο χρονικό διάστημα και δεν διαλύονται στο ντους λόγω του κεριού μέλισσας.

Κατανόηση των προτιμήσεων και των απαιτήσεων

Στο Βέλγιο, οι καταναλωτές παρουσιάζουν έντονη τάση προς τα φυσικά και βιολογικά καλλυντικά προϊόντα, λόγω ανησυχιών για την υγεία, τη βιωσιμότητα και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Οι έρευνες της Eurostat δείχνουν ότι η σημαντική πλειοψηφία των Βέλγων προτιμά προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον ή φυσικής προέλευσης. Αυτή η προτίμηση έχει ωθήσει στην επιτυχία βελγικών εμπορικών σημάτων χειροποίητων καλλυντικών, όπως η RainPharma και η CÍME, τα οποία έχουν κερδίσει δημοτικότητα δίνοντας έμφαση στη χρήση φυσικών συστατικών και φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών.

Επιπλέον, οι Βέλγοι καταναλωτές έλκονται όλο και περισσότερο από ηθικές και βιώσιμες πρακτικές στη βιομηχανία καλλυντικών. Η έρευνα της Mintel αποκαλύπτει ότι ένα σημαντικό μέρος των Βέλγων καταναλωτών αναζητά ενεργά προϊόντα χωρίς σκληρότητα και ηθικής προέλευσης. Οι μάρκες χειροποίητων καλλυντικών που δίνουν προτεραιότητα στην ηθική προμήθεια και την αειφορία, όπως η LUSH, έχουν ευδοκιμήσει στη βελγική αγορά ευθυγραμμιζόμενες με αυτές τις αξίες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Η ζήτηση για εξατομικευμένες λύσεις φροντίδας της επιδερμίδας είναι επίσης σε άνοδο στο Βέλγιο, με τους καταναλωτές να αναζητούν εξατομικευμένα προϊόντα που ανταποκρίνονται στους ατομικούς τύπους και τις ανησυχίες του δέρματός τους. Οι εκθέσεις της Mintel δείχνουν ένα έντονο ενδιαφέρον των Βέλγων καταναλωτών για εξατομικευμένη περιποίηση της επιδερμίδας, οδηγώντας στην επιτυχία εμπορικών σημάτων όπως η Nomige, η οποία προσφέρει εξατομικευμένες συνθέσεις περιποίησης της επιδερμίδας με βάση την ανάλυση DNA.

Επιπλέον, οι Βέλγοι καταναλωτές εκτιμούν τα τοπικά προϊόντα και στηρίζουν τους μικρούς τεχνίτες και παραγωγούς. Η έρευνα της Nielsen υπογραμμίζει την προτίμηση των Βέλγων καταναλωτών στα τοπικά παραγόμενα προϊόντα, ανοίγοντας το δρόμο για την επιτυχία των



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

εμπορικών σημάτων χειροποίητων καλλυντικών, όπως η Les Ânes d'Autan, που δίνουν έμφαση στην τοπική κληρονομιά και τη χειροτεχνία στις προσφορές τους.

Η διαφάνεια και η ακεραιότητα των συστατικών είναι υψίστης σημασίας για τους Βέλγους καταναλωτές όταν επιλέγουν καλλυντικά προϊόντα. Οι έρευνες της Ipsos υπογραμμίζουν τη σημασία της διαφάνειας των συστατικών στις ετικέτες των προϊόντων για τους Βέλγους καταναλωτές. Μάρκες όπως η CÎME έχουν επωφεληθεί από αυτή την τάση παρέχοντας λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με την προέλευση και τα οφέλη των συστατικών, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη και την αφοσίωση των καταναλωτών.

Κατανοώντας και ανταποκρινόμενες σε αυτές τις προτιμήσεις και απαιτήσεις, οι μάρκες χειροποίητων καλλυντικών μπορούν να δεσμεύσουν αποτελεσματικά τους Βέλγους καταναλωτές, να διαφοροποιηθούν στην αγορά και να οδηγήσουν σε βιώσιμη ανάπτυξη και επιτυχία.

Ανάλυση αγοράς & έρευνα ανταγωνιστών στην Ελλάδα

Η έρευνα αγοράς για τα χειροποίητα καλλυντικά στην Ελλάδα αποκαλύπτει ένα τοπίο πλούσιο σε ευκαιρίες που οδηγούνται από το απaráμιλλο φυσικό οικοσύστημα και τη βιοποικιλότητα της χώρας. Με πάνω από 6500 φυτά και 1400 ενδημικά, η Ελλάδα προσφέρει έναν θησαυρό βιοδραστικών συστατικών, εμπνέοντας μια αυξανόμενη ζήτηση για φυσικά και βιολογικά προϊόντα ομορφιάς. Η βιομηχανία καλλυντικών στην Ελλάδα, η οποία διέπεται από τη νομοθετική οδηγία 76/768/ΕΟΚ, απευθύνεται σε μια ποικιλόμορφη καταναλωτική βάση, με τις γυναίκες να κυριαρχούν ιστορικά στην κατανάλωση, αλλά με μια αναδυόμενη αγορά ανδρών. Παρά τις οικονομικές διακυμάνσεις, ο κλάδος διατηρεί σταθερές πωλήσεις, γεγονός που ωθεί τις εταιρείες να προσαρμόσουν τις στρατηγικές τους, συμπεριλαμβανομένου του αυξημένου διαδικτυακού μάρκετινγκ.

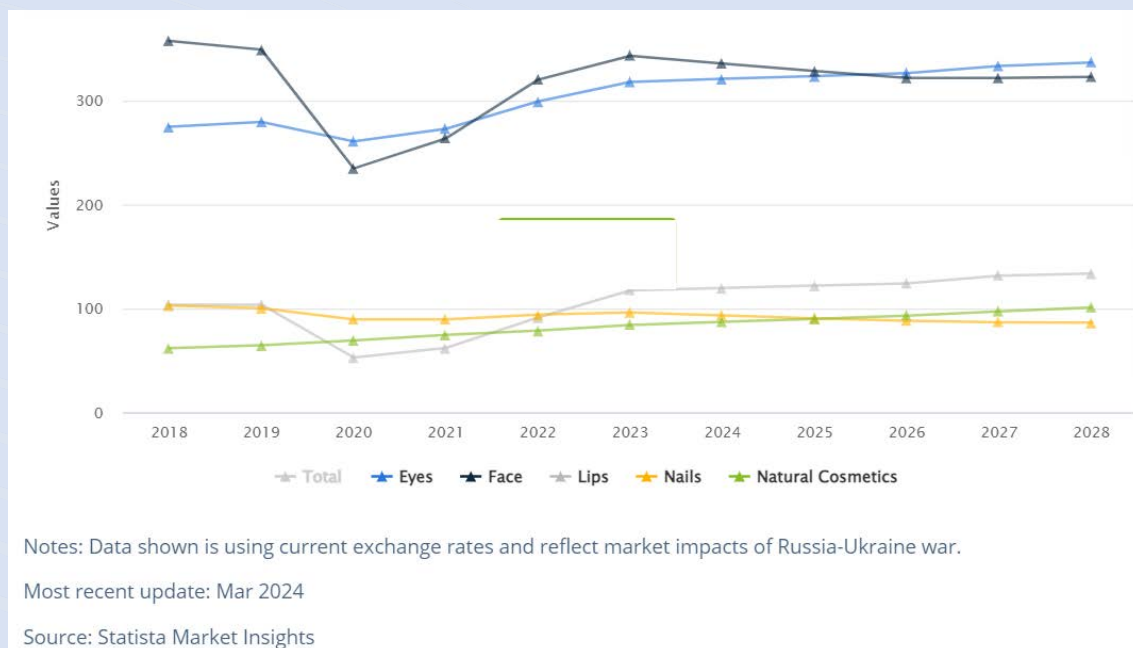
Το 2024, η αγορά καλλυντικών στην Ελλάδα συνέχισε την ανοδική της πορεία, φτάνοντας σε έσοδα 191,40 εκατ. ευρώ (Statista market insights). Αξίζει να σημειωθεί ότι ο καθένας συνεισέφερε €18,58 στην αγορά καλλυντικών, γεγονός που υποδηλώνει σημαντική κατά κεφαλήν δαπάνη. Με την αυξανόμενη προτίμηση στα φυσικά και βιολογικά καλλυντικά, που αντιπροσωπεύουν το 56% των πωλήσεων, το τοπίο της ελληνικής αγοράς εξελίσσεται για να ικανοποιήσει αυτή τη ζήτηση. Για να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους, οι εταιρείες εστιάζουν σε εξειδικευμένα προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων των χειροποίητων καλλυντικών, ανταποκρινόμενες στις εξελισσόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών για πιο υγιεινές επιλογές. Παρά τις προκλήσεις, όπως η οικονομική ύφεση που επηρεάζει τις καταναλωτικές δαπάνες, η βιομηχανία καλλυντικών στην Ελλάδα επιδεικνύει ανθεκτικότητα και προσαρμοστικότητα, παρουσιάζοντας άφθονες ευκαιρίες για τις μάρκες να καινοτομήσουν και να ανταποκριθούν στο ακμάζον τμήμα της αγοράς που δίνει προτεραιότητα στην αυθεντικότητα και την ευεξία.



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα, με βάση την Statista Market Insights, η χρήση των φυσικών καλλυντικών τείνει να αυξάνεται με την πάροδο των ετών, αναμένοντας να φτάσει στα υψηλότερα επίπεδα μέχρι το 2028.



2. Ανάλυση του ανταγωνιστικού τοπίου στην Ελλάδα

Η ανάλυση του ανταγωνιστικού τοπίου στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών στην Ελλάδα αποκαλύπτει μια ποικιλόμορφη αγορά που κατοικείται τόσο από καθιερωμένους παίκτες όσο και από αναδυόμενους τεχνίτες. Με έμφαση στα φυσικά και βιολογικά συστατικά, οι μάρκες διεκδικούν την προσοχή των καταναλωτών μέσω καινοτόμων συνθέσεων και αυθεντικής αφήγησης.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Nymphes cosmetics

Η Nymfes Cosmetics, εμπνευσμένη από τα μαγευτικά τοπία της Ελλάδας, κατασκευάζει οικολογικά καλλυντικά που συνδυάζουν την επιστήμη με τη δημιουργικότητα, αποτίοντας φόρο τιμής στην ελληνική μυθολογία μέσω των προϊόντων της που έχουν πάρει το όνομά τους από τα θεϊκά πνεύματα, τις Νύμφες. Το υπόβαθρο του ιδρυτή τους στη χημεία και τη φαρμακευτική έρευνα και ανάπτυξη καθοδηγεί τη σχολαστική σύνθεση κάθε προϊόντος, προσφέροντας πολυτελείς αλλά και βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις που αγκαλιάζουν την ομορφιά των ατελειών.

ThalaSea Handmade Cosmetics

Η ThalaSea είναι μια ελληνική εταιρεία με έδρα το Ηράκλειο Κρήτης. Τα προϊόντα τους κατασκευάζονται με φροντίδα και αφοσίωση και είναι σχολαστικά σχεδιασμένα για να αναζωογονήσουν το σώμα και να εξυψώσουν το πνεύμα. Προσφέρουν χειροποίητα προϊόντα υγείας, ευεξίας και ομορφιάς για γυναίκες και άνδρες όλων των ηλικιών.

Hazel Cosmetics

**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.



Χειροποίητα καλλυντικά μηδενικών αποβλήτων, όπως βιολογικά σαπούνια με ελαιόλαδο και στερεά σαμπουάν, που δημιουργούνται στην Ελλάδα, από 100% φυσικά συστατικά υψηλής ποιότητας για υπέροχη αίσθηση, έντονο άρωμα και φυσική περιποίηση της επιδερμίδας.

Sapon Cosmetics



Δημιουργούν χειροποίητα προϊόντα φροντίδας υψηλής ποιότητας, με αγνά υλικά της φύσης. Χρησιμοποιούν ελληνικό ελαιόλαδο, βότανα και εσπεριδοειδή, δοκιμασμένα συστατικά και πρώτες ύλες που ταιριάζουν σε κάθε τύπο δέρματος με ενυδατικές και θεραπευτικές ιδιότητες.

Kalliope's



Ως οικογενειακή επιχείρηση που βρίσκεται σε ένα ορεινό χωριό, η Kalliope εστιάζει στην παροχή μιας υγιεινής και ηθικής εναλλακτικής λύσης στα εμπορικά καλλυντικά, με γνώμονα τη δέσμευσή της για αγνά βοτανικά εκχυλίσματα που προέρχονται από άγρια φυτά ή βιολογικές καλλιέργειες. Συνδυάζοντας την παραδοσιακή βοτανολογία με τη σύγχρονη επιστημονική έρευνα, εξελίσσουν συνεχώς τις συνθέσεις τους, δίνοντας προτεραιότητα στη



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

βιωσιμότητα, ελαχιστοποιώντας την κατανάλωση ενέργειας και την παραγωγή ρύπων στις διαδικασίες συγκομιδής και παραγωγής.

Apeiranthos skin



Η Apeiranthos είναι μια εταιρεία που παράγει φυσικά και χειροποίητα προϊόντα για το δέρμα χρησιμοποιώντας συστατικά που είναι φυσικά και απαλλαγμένα από συνθετικά συστατικά όπως χρωστικές ουσίες, αρώματα και parabens. Η Apeiranthos πιστεύει στη δύναμη της φύσης.

Greets-Born in Greece



Η GREETS είναι μια μάρκα φυσικών καλλυντικών με προϊόντα βασισμένα στο ελληνικό βιολογικό ελαιόλαδο, τα βότανα της Μεσογείου και τα φυσικά εκχυλίσματα.

Μοναδικά πλεονεκτήματα πώλησης (USPs) για τους παραπάνω ανταγωνιστές

Ένα μοναδικό πλεονέκτημα πώλησης (USP) είναι ζωτικής σημασίας για τις επιχειρήσεις, καθώς καθορίζει τη διακριτή θέση τους στην αγορά, αναδεικνύοντας την αξία που προσφέρουν και τα προβλήματα που επιλύουν σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές. Η σαφής επικοινωνία ενός ισχυρού USP βοηθά τους πελάτες να διαφοροποιήσουν μεταξύ των επιλογών και τους ωθεί να επιλέξουν το προϊόν ή την υπηρεσία σας έναντι άλλων, ενισχύοντας τελικά την αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ και προσελκύοντας νέους πελάτες.

1. **Nymfes Cosmetics:** Το μοναδικό σημείο πώλησης της Nymfes Cosmetics έγκειται στη συγχώνευση της ελληνικής πολυτέλειας εμπνευσμένης από τη φύση με την οικολογική συνείδηση και την



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

επιστημονική ακρίβεια. Αντλώντας από τα μαγευτικά τοπία και τη μυθολογική κληρονομιά της Ελλάδας, σε συνδυασμό με τη σχολαστική σύνθεση που έχει τις ρίζες της στη φαρμακευτική έρευνα και ανάπτυξη, η Nymfes προσφέρει μια ξεχωριστή σειρά χειροποίητων προϊόντων που εξυμνούν την παράδοση, τη μυθολογία και τη βιωσιμότητα, προσκαλώντας τους πελάτες να βιώσουν την ουσία της ελληνικής φύσης σε κάθε χρήση.

2. **ThalaSea:** Το μοναδικό σημείο πώλησης της ThalaSea έγκειται στη δέσμευσή της να δημιουργεί χειροποίητα προϊόντα υγείας, ευεξίας και ομορφιάς εμπνευσμένα από τους πλούσιους φυσικούς πόρους της Ελλάδας και ιδιαίτερα του Ηρακλείου Κρήτης.
3. **Hazel cosmetics:** Κατασκευασμένα με αγάπη στην Ελλάδα, τα προϊόντα αυτά, όπως τα σαπούνια από βιολογικό ελαιόλαδο και τα στερεά σαμπουάν, προσφέρουν στους πελάτες μια πολυτελή εμπειρία, ελαχιστοποιώντας παράλληλα τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Χρησιμοποιώντας 100% φυσικά συστατικά υψηλής ποιότητας, τα καλλυντικά αυτά προσφέρουν υπέροχη αίσθηση, έντονο άρωμα και αποτελεσματική φυσική περιποίηση της επιδερμίδας, απευθυνόμενα σε περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους καταναλωτές που αναζητούν τόσο την απόλαυση όσο και φιλικές προς το περιβάλλον εναλλακτικές λύσεις στη ρουτίνα ομορφιάς τους.
4. **Sapon Cosmetics:** Το μοναδικό σημείο πώλησης των χειροποίητων προϊόντων υψηλής ποιότητας φροντίδας τους έγκειται στην αφοσίωσή τους στα φυσικά καλλυντικά και στη χρήση των υλικών της φύσης και των αγνών πρώτων υλών, ιδίως του ελαιολάδου.
5. **Kalliope's:** Το μοναδικό σημείο πώλησης των προϊόντων της Kalliope's έγκειται στην ιδιότητά τους ως οικογενειακή επιχείρηση, που λειτουργεί από ένα μικρό εργαστήριο σε ένα ορεινό χωριό, και στην αφοσίωσή τους να προσφέρουν μια υγιεινή και ηθική εναλλακτική λύση σε σχέση με τα εμπορικά βιομηχανικά προϊόντα.
6. **Apeiranthos skin:** Αξιοποιώντας τη δύναμη της φύσης, η Apeiranthos προσφέρει στους πελάτες λύσεις περιποίησης δέρματος που δίνουν προτεραιότητα στην καθαρότητα και την αυθεντικότητα, παρέχοντας ψυχική ηρεμία και απτά οφέλη για την υγεία του δέρματος.
7. **Greets-Born in Greece:** Το μοναδικό σημείο πώλησης της GREETS έγκειται στην εστίασή της στα φυσικά καλλυντικά που κατασκευάζονται από ελληνικό βιολογικό ελαιόλαδο, μεσογειακά βότανα και φυσικά εκχυλίσματα

3. Κατανόηση των προτιμήσεων και των απαιτήσεων των καταναλωτών Στην Ελλάδα

Οι Έλληνες καταναλωτές δείχνουν μια ισχυρή τάση προς τα καλλυντικά που παρασκευάζονται με φυσικά και



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

βιολογικά συστατικά, αντανακλώντας μια ευρύτερη τάση προς την αυθεντικότητα και την ευεξία. Τα χειροποίητα καλλυντικά που αναδεικνύουν τα τοπικά βοτανικά προϊόντα, τις παραδοσιακές θεραπείες και τις βιώσιμες πρακτικές βρίσκουν μεγάλη απήχηση στους καταναλωτές, ευθυγραμμιζόμενα με την επιθυμία τους για γνήσια προϊόντα. Επιπλέον, η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας επηρεάζει τις προτιμήσεις των καταναλωτών, με προϊόντα εμπνευσμένα από αρχαίες τελετουργίες ομορφιάς, τη μυθολογία και τα φυσικά τοπία να προκαλούν μια αίσθηση υπερηφάνειας και σύνδεσης. Η ποιότητα και η αποτελεσματικότητα είναι υψίστης σημασίας για τους Έλληνες καταναλωτές, οι οποίοι δίνουν προτεραιότητα στα χειροποίητα προϊόντα που προσφέρουν απτά οφέλη, όπως ενυδάτωση, θρέψη και βελτίωση της υγείας του δέρματος. Τα αρώματα και οι μυρωδιές έχουν σημαντική σημασία, με τους Έλληνες να εκτιμούν τις αισθητηριακές εμπειρίες που προκαλούν συναισθήματα και αναμνήσεις. Η συσκευασία και η παρουσίαση παίζουν καθοριστικό ρόλο, με τα χειροποίητα προϊόντα να κοσμούνται σε φιλικές προς το περιβάλλον, οπτικά ελκυστικές συσκευασίες που αντανakλούν τη δέσμευση της μάρκας για βιωσιμότητα και χειροτεχνία. Επιπλέον, η προσφορά εξατομικευμένων και προσαρμοσμένων επιλογών ενισχύει τη δέσμευση των καταναλωτών, επιτρέποντας στους Έλληνες καταναλωτές να προσαρμόζουν τα προϊόντα στις ατομικές τους ανάγκες και προτιμήσεις, προωθώντας ισχυρότερες συνδέσεις μεταξύ των εμπορικών σημάτων και του κοινού τους.

Συνοψίζοντας, παρά το ευνοϊκό περιβάλλον της Ελλάδας για τη βιομηχανία φυσικών καλλυντικών, λίγες εταιρείες έχουν κατανοήσει αποτελεσματικά τις ανάγκες των καταναλωτών. Οι έρευνες δείχνουν ότι οι καταναλωτές δίνουν σημαντική σημασία στη χώρα προέλευσης των προϊόντων. Ως εκ τούτου, συνιστάται στις εταιρείες να αναδεικνύουν την περιοχή προέλευσης των συστατικών τους μέσω της συσκευασίας και των στρατηγικών μάρκετινγκ, δίνοντας έμφαση στην καθαρότητα της παραγωγικής διαδικασίας. Προωθώντας τη συγκομιδή και την παραγωγή φυσικών συστατικών, οι επιχειρήσεις μπορούν να απευθύνονται τόσο στους παραδοσιακούς όσο και στους νεότερους καταναλωτές. Επιπλέον, οι ελληνικές εταιρείες φυσικών καλλυντικών θα πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στον έλεγχο των πηγών πληροφόρησης των καταναλωτών, ιδίως από στόμα σε στόμα μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η έρευνα υπογραμμίζει την ισχυρή επιρροή του word-of-mouth στις αντιλήψεις των καταναλωτών, υπογραμμίζοντας την ανάγκη οι εταιρείες να διαχειρίζονται ενεργά τη διαδικτυακή τους φήμη.

4. ΣΥΝΟΨΗ

Η αγορά των χειροποίητων καλλυντικών στην Ελλάδα συνεχίζει να ευδοκιμεί, λόγω των εξελισσόμενων προτιμήσεων των καταναλωτών για φυσικά, βιώσιμα και τοπικά κατασκευασμένα προϊόντα. Με μια αναπτυσσόμενη σειρά από χειροποίητες μάρκες και καθιερωμένους παίκτες που ανταγωνίζονται για μερίδιο αγοράς, ο κλάδος χαρακτηρίζεται από καινοτομία, αυθεντικότητα και δέσμευση στις ηθικές αρχές. Καθώς η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σχετικά με τα οφέλη των χειροποίητων καλλυντικών αυξάνεται, η αγορά είναι έτοιμη για περαιτέρω επέκταση, παρουσιάζοντας ευκαιρίες τόσο για τις καθιερωμένες



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

μάρκες όσο και για τους αναδυόμενους επιχειρηματίες να επωφεληθούν από αυτή την ανερχόμενη τάση.

Ανάλυση αγοράς και έρευνα ανταγωνιστών στην Τουρκία

Η πλούσια κληρονομιά της Τουρκίας σε φυσικές θεραπείες και η αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών για βιολογικά προϊόντα ομορφιάς δημιουργούν ένα γόνιμο έδαφος για την αγορά των χειροποίητων καλλυντικών. Ωστόσο, η πλοήγηση σε αυτή την πολλά υποσχόμενη αγορά απαιτεί μια στρατηγική προσέγγιση. Αυτή η ενότητα εξετάζει τις βασικές πτυχές της ανάλυσης της αγοράς και της έρευνας των ανταγωνιστών ειδικά για το τοπίο των τουρκικών χειροποίητων καλλυντικών. Κατανοώντας το συνολικό μέγεθος της αγοράς, την πορεία ανάπτυξης και τις προτιμήσεις των καταναλωτών για τα φυσικά συστατικά και την ηθική προμήθεια, μπορούμε να δημιουργήσουμε ισχυρά θεμέλια για τη μάρκα σας. Θα συζητηθεί η ανάλυση των ανταγωνιστών, διερευνώντας καθιερωμένους παίκτες όπως η RAQUN και η BABOON natural. Ο εντοπισμός των δυνατών και αδύνατων σημείων τους και των μοναδικών τους προτάσεων πώλησης θα σας δώσει τα εφόδια για να διαφοροποιήσετε τη μάρκα σας και να χαράξετε μια επιτυχημένη θέση στην τουρκική αγορά χειροποίητων καλλυντικών.

1. Διεξαγωγή έρευνας αγοράς για τα χειροποίητα καλλυντικά στην Τουρκία

Η αγορά των χειροποίητων καλλυντικών έχει γνωρίσει σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, η οποία τροφοδοτείται από την αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών για φυσικά και βιολογικά προϊόντα. Η Τουρκία, με την πλούσια κληρονομιά της σε φυτικές θεραπείες και παραδοσιακές πρακτικές ομορφιάς, παρουσιάζει ένα πολλά υποσχόμενο τοπίο για αυτό το τμήμα της αγοράς. Ωστόσο, για να διασφαλίσουν την επιτυχία, οι επιχειρήσεις που επιχειρούν να δραστηριοποιηθούν στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών στην Τουρκία πρέπει να διεξάγουν ενδελεχή έρευνα αγοράς (Yildiz et al., 2018). Το παρόν κεφάλαιο περιγράφει τα βασικά βήματα που απαιτούνται για τη διεξαγωγή αποτελεσματικής έρευνας αγοράς για τα χειροποίητα καλλυντικά στην τουρκική αγορά.

Κατανόηση του τοπίου της αγοράς

Η τουρκική αγορά καλλυντικών προσφέρει ένα πολλά υποσχόμενο τοπίο για τα χειροποίητα καλλυντικά. Πηγές του κλάδου, όπως η Beauty Istanbul, εκτιμούν την αγορά σε περίπου 5,5 δισεκατομμύρια ευρώ (Beauty Istanbul, n.d.). Πιο πρόσφατα στοιχεία από την Euromonitor International υποδηλώνουν μια τρέχουσα αξία 8,0 δισεκατομμυρίων TRY (τουρκικές λίρες) με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 10,9% από το 2013 έως το 2018 (Euromonitor International, 2023). Αυτό υποδηλώνει μια σημαντική και αναπτυσσόμενη αγορά καλλυντικών στην Τουρκία.

Η απομόνωση στοιχείων ειδικά για τον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών μπορεί να είναι δύσκολη. Ωστόσο, μπορούμε να αξιοποιήσουμε πληροφορίες από συναφείς τομείς. Η ανάλυση του κλάδου της Deloitte υπογραμμίζει την αύξηση της ζήτησης για φυσικά και



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

βιολογικά καλλυντικά στην Τουρκία, φτάνοντας τα 5,0 δισεκατομμύρια TRY σε παραγωγή πωλήσεων από το 2013 έως το 2018 (Deloitte, n.d.). Αυτή η ανάπτυξη εντός του φυσικού τμήματος, που υποστηρίζεται περαιτέρω από την έρευνα των Yildiz et al. (2018) σχετικά με την αυξανόμενη τάση προς τα φυσικά καλλυντικά στην Τουρκία, υποδηλώνει δυνατότητες για τα χειροποίητα καλλυντικά που δίνουν έμφαση σε παρόμοιες ιδιότητες.

2. Ανάλυση ανταγωνιστών και εντοπισμός μοναδικών σημείων πώλησης στην τουρκική αγορά χειροποίητων καλλυντικών

Το πολλά υποσχόμενο τοπίο της τουρκικής αγοράς χειροποίητων καλλυντικών καθιστά αναγκαία την ενδελεχή ανάλυση των ανταγωνιστών σας και τον προσδιορισμό μιας μοναδικής πρότασης πώλησης (USP) για τη διαφοροποίηση της μάρκας σας (Yildiz et al., 2018). Αυτό το κεφάλαιο διερευνά στρατηγικές για την ανάλυση των ανταγωνιστών και περιγράφει μεθόδους για τη δημιουργία ενός πειστικού USP για τη μάρκα χειροποίητων καλλυντικών σας στην Τουρκία.

Ανάλυση του ανταγωνιστικού τοπίου στην Τουρκία

RAQUN:



Η RAQUN είναι μια σχετικά νέα μάρκα στην τουρκική αγορά χειροποίητων καλλυντικών, η οποία ιδρύθηκε το 2020. Η εστίασή τους έγκειται στα φυσικά και βιολογικά προϊόντα περιποίησης της επιδερμίδας, χρησιμοποιώντας φυτικά συστατικά και φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες. Προσφέρουν μια σειρά προϊόντων για τη φροντίδα του προσώπου, του σώματος και των μαλλιών, απευθυνόμενοι σε μια κατηγορία πελατών που αναζητούν φυσικές λύσεις ομορφιάς με μια μοντέρνα πινελιά (RAQUN, n.d.).

BABOON natural:



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Η BABOON natural είναι μια μάρκα χειροποίητων καλλυντικών που δίνει έμφαση στη χρήση ακατέργαστων, μη επεξεργασμένων συστατικών. Προσφέρει μια ποικιλία προϊόντων περιποίησης της επιδερμίδας, όπως σαπούνια, κρέμες, ορούς και μάσκες, όλα φτιαγμένα με φυσικά έλαια και φυτικά εκχυλίσματα. Η εστίασή τους στον μινιμαλισμό και τη διαφάνεια βρίσκει απήχηση στους πελάτες που αναζητούν αυθεντικά, ανόθευτα προϊόντα (BABOON natural, n.d.).

Fermente Mutfağım:



Η Fermente Mutfağım, που μεταφράζεται ως «Η ζυμωμένη μου κουζίνα», είναι μια μοναδική μάρκα που συνδυάζει τεχνικές ζύμωσης με φυσικά συστατικά για τη δημιουργία προϊόντων περιποίησης. Προσφέρουν μια σειρά από ορούς, μάσκες και ενυδατικές κρέμες που έχουν υποστεί ζύμωση, απευθυνόμενοι σε πελάτες που ενδιαφέρονται για καινοτόμες και αποτελεσματικές φυσικές λύσεις φροντίδας του δέρματος (Fermente Mutfağım, n.d.).

Agarta Bitkisel Kozmetik:



Η Agarta Bitkisel Kozmetik, που σημαίνει «Agarta Herbal Cosmetics», είναι μια μάρκα που δίνει έμφαση στη χρήση παραδοσιακών φυτικών θεραπειών και φυσικών συστατικών. Προσφέρει μια ποικιλία προϊόντων περιποίησης του δέρματος, συμπεριλαμβανομένων



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

σαπουνιών, κρεμών και τονωτικών, εμπνευσμένων από τις αρχαίες πρακτικές ομορφιάς της Ανατολίας (Agarta Bitkisel Kozmetik, n.d.).

Εντοπισμός ανταγωνιστών:

Διεθνείς μάρκες: Διερεύνηση της παρουσίας διεθνών εμπορικών σημάτων χειροποίητων καλλυντικών στην Τουρκία. Αναζητήστε εταιρείες με έμφαση στα φυσικά συστατικά ή την ηθική προμήθεια που μπορεί να ανταγωνίζονται για μια παρόμοια πελατειακή βάση. Αναλύστε την εικόνα της μάρκας τους, τις στρατηγικές μάρκετινγκ και τα κανάλια διανομής για να κατανοήσετε την προσέγγισή τους στην τουρκική αγορά. Αξιοποιήστε διαδικτυακές αγορές όπως το Etsy ή το Trendyol για να ανακαλύψετε διεθνείς μάρκες που κερδίζουν έδαφος μεταξύ των Τούρκων καταναλωτών.

Τεχνικές ανταγωνιστικής ανάλυσης:

SWOT Analysis: Πραγματοποιήστε μια ανάλυση SWOT (Δυνατά σημεία, Αδυναμίες, Ευκαιρίες και Απειλές) για τους κύριους ανταγωνιστές σας. Αυτό θα σας βοηθήσει να εντοπίσετε τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους, επιτρέποντάς σας να αξιοποιήσετε τυχόν πιθανές ευκαιρίες και να αναπτύξετε στρατηγικές για τον μετριασμό των απειλών τους (Boyer & Verma, 2020).

Παράδειγμα: Το δυνατό σημείο ενός ανταγωνιστή μπορεί να είναι η εδραιωμένη φήμη του εμπορικού σήματος και η ευρεία γκάμα προϊόντων. Ωστόσο, η αδυναμία του θα μπορούσε να είναι τα περιορισμένα κανάλια διανομής εκτός των μεγάλων πόλεων. Αυτό αποτελεί μια ευκαιρία για τη μάρκα σας να επικεντρωθεί στις διαδικτυακές πωλήσεις ή σε συνεργασίες με τοπικούς λιανοπωλητές σε μικρότερες πόλεις.

Συγκριτική αξιολόγηση: Συγκρίνετε την επωνυμία σας με τους κορυφαίους ανταγωνιστές όσον αφορά την ποιότητα των προϊόντων, την εξυπηρέτηση των πελατών, τις στρατηγικές τιμολόγησης και την αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ. Αυτό θα σας βοηθήσει να εντοπίσετε τομείς προς βελτίωση και να διασφαλίσετε ότι η μάρκα σας παραμένει ανταγωνιστική στην αγορά (Uzun et al., 2019).

Προσδιορισμός της μοναδικής σας πρότασης πώλησης (USP)

Ένα ισχυρό USP διαφοροποιεί το εμπορικό σήμα των χειροποίητων καλλυντικών σας από τους ανταγωνιστές και έχει απήχηση στο κοινό-στόχο σας. Ακολουθούν ορισμένοι παράγοντες που πρέπει να λάβετε υπόψη σας κατά τη διαμόρφωση του USP σας:

Διαφοροποίηση προϊόντος:

- **Συστατικά:** Χρησιμοποιείτε μοναδικά ή τοπικά βοτανικά συστατικά;
- **Γραμμή προϊόντων:** Εξειδικεύεστε σε έναν συγκεκριμένο τύπο δέρματος, σε μια ανησυχία για τη φροντίδα των μαλλιών ή απευθύνεστε σε ένα συγκεκριμένο φύλο με μια ευρύτερη γκάμα προϊόντων;



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

- **Συνθέσεις:** Προσφέρετε καινοτόμες ή παραδοσιακές συνθέσεις που δεν είναι άμεσα διαθέσιμες από τους ανταγωνιστές;
- **Αξία της μάρκας:**
- **Βιωσιμότητα:** Δίνετε προτεραιότητα σε φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες ή προμηθεύετε συστατικά μέσω πρακτικών δίκαιου εμπορίου;
- **Ηθική προμήθεια:** Προσφέρετε προϊόντα χωρίς σκληρότητα και υποστηρίζετε την ηθική μεταχείριση των ζώων κατά την παραγωγή;
- **Κοινωνική εστίαση:** Υποστηρίζετε τις τοπικές κοινότητες ή τους τεχνίτες μέσω των πρακτικών προμήθειάς σας;

Παράδειγμα: Φανταστείτε ότι η μάρκα σας επικεντρώνεται σε χειροποίητα σαπούνια που χρησιμοποιούν παραδοσιακές συνταγές της Ανατολίας και ελαιόλαδο ηθικής προέλευσης. Το USP σας θα μπορούσε να είναι: «Πολυτελή, απολύτως φυσικά σαπούνια χειροποίητα με συνταγές γενεών και δέσμευση στη βιωσιμότητα».

3. Δημογραφικά στοιχεία και προτιμήσεις των καταναλωτών

Ο προσδιορισμός της πελατειακής βάσης-στόχου σας για τα χειροποίητα καλλυντικά στην Τουρκία απαιτεί την εξέταση διαφόρων δημογραφικών παραγόντων. Η Τουρκία διαθέτει έναν νεαρό και δυναμικό πληθυσμό, με μέση ηλικία περίπου 31 ετών (Worldometer, 2024). Αυτό υποδηλώνει μια δυναμική αγορά τόσο για μοντέρνα όσο και για αντιγηραντικά χειροποίητα καλλυντικά προϊόντα, ανάλογα με την εστίαση της μάρκας σας. Ο κλάδος της ομορφιάς και της προσωπικής φροντίδας απευθύνεται σε ένα ευρύ φάσμα φύλων. Ενώ το μακιγιάζ μπορεί παραδοσιακά να απευθύνεται σε γυναίκες, τα χειροποίητα καλλυντικά μπορούν να περιλαμβάνουν ένα ευρύτερο φάσμα προϊόντων τόσο για άνδρες όσο και για γυναίκες. Η έρευνα για τις δημοφιλείς ρουτίνες ομορφιάς και τη χρήση των προϊόντων στο κοινό-στόχο σας είναι ζωτικής σημασίας.

Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα (2024), η ταξινόμηση της Τουρκίας ως χώρα ανώτερου μεσαίου εισοδήματος υποδηλώνει μια αυξανόμενη καταναλωτική βάση με διαθέσιμο εισόδημα για χειροποίητα καλλυντικά υψηλής τιμής. Ενώ μεγάλες πόλεις όπως η Κωνσταντινούπολη, η Άγκυρα και η Σμύρνη προσφέρουν υψηλότερο διαθέσιμο εισόδημα, μπορεί να υπάρχει μια ευρύτερη εθνική αγορά ανάλογα με τη στρατηγική διανομής σας.

Οι προτιμήσεις των καταναλωτών παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της αγοράς των χειροποίητων καλλυντικών. Η έρευνα των Yildiz κ.ά. (2018) επιβεβαιώνει την αυξανόμενη τάση προς τα φυσικά καλλυντικά στην Τουρκία, με πιθανή προτίμηση στα βοτανικά προϊόντα που προέρχονται από την περιοχή. Οι καταναλωτές έχουν όλο και μεγαλύτερη περιβαλλοντική συνείδηση, οπότε αναζητήστε έρευνες σχετικά με τις προτιμήσεις για φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες και βιώσιμες πρακτικές προμήθειας εντός της τουρκικής αγοράς. Τέλος, η άνοδος των πρακτικών χωρίς σκληρότητα και των αρχών του δίκαιου εμπορίου αποτελεί παγκόσμια τάση. Διερευνήστε τις υπάρχουσες έρευνες ή



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

διεξάγετε έρευνες για να μετρήσετε την ευαισθητοποίηση και την προτίμηση των καταναλωτών για τα συστατικά ηθικής προέλευσης στα τουρκικά καλλυντικά. Συνδυάζοντας δεδομένα σχετικά με το συνολικό μέγεθος της αγοράς, την ανάπτυξη στο τμήμα των φυσικών προϊόντων, τα δημογραφικά στοιχεία των καταναλωτών και τις εξελισσόμενες προτιμήσεις, μπορείτε να τοποθετήσετε αποτελεσματικά τη μάρκα χειροποίητων καλλυντικών σας για επιτυχία στην τουρκική αγορά.

Ανάλυση αγοράς και έρευνα ανταγωνιστών στην Αυστρία

Έρευνα αγοράς

Η αυστριακή αγορά καλλυντικών αντανακλά τις παγκόσμιες τάσεις στη συμπεριφορά των καταναλωτών και τη δυναμική της αγοράς. Διακρίνεται από μια συνεχή αύξηση της καταναλωτικής ζήτησης και μια αξιοσημείωτη στροφή προς τα βιώσιμα και χειροποίητα προϊόντα ομορφιάς. Συνδυάζοντας τις γνώσεις από πολλαπλές πηγές, είμαστε σε θέση να δημιουργήσουμε μια εμπεριστατωμένη ανάλυση της αγοράς που αναδεικνύει τις εισαγωγές, τις τάσεις της αγοράς, τις προτιμήσεις των καταναλωτών, τη βιομηχανία χειροποίητων καλλυντικών και την πρόβλεψη για το μέλλον.

Ανάπτυξη της αγοράς & καταναλωτική ζήτηση

Από το 1999, η βιομηχανία καλλυντικών της Αυστρίας αναπτύσσεται σταθερά με ρυθμό 4,1% ετησίως, κατατάσσοντας τη χώρα στην 25η θέση παγκοσμίως όσον αφορά τη ζήτηση για καλλυντικά και προϊόντα ομορφιάς. Με τους καταναλωτές να ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα ομορφιάς, ο κλάδος των χειροποίητων καλλυντικών ειδικότερα έχει γίνει ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους της βιομηχανίας. Τα έσοδα σε αυτόν τον τομέα έχουν αυξηθεί κατά 60% τα τελευταία δέκα χρόνια και οι εκτιμήσεις δείχνουν ότι μέχρι το 2028 η αγορά θα έχει αυξηθεί κατά 25 μονάδες και θα φτάσει στη μέγιστη αξία των 75,9 εκατομμυρίων δολαρίων.

Προτιμήσεις των καταναλωτών

Οι Αυστριακοί καταναλωτές έχουν σημαντική προτίμηση στα προϊόντα περιποίησης του δέρματος (65%), στα προϊόντα μπάνιου και ντους (80%) και στα προϊόντα στοματικής και οδοντιατρικής φροντίδας (83%). Αυτή η κατανομή της ζήτησης παρέχει σημαντικές πληροφορίες σχετικά με πιθανές περιοχές συγκέντρωσης τόσο για νέους όσο και για υφιστάμενους συμμετέχοντες στην αγορά, ιδίως στον κλάδο των χειροποίητων καλλυντικών.

Εισαγωγές και αλυσίδα εφοδιασμού

Η Γερμανία είναι ο μεγαλύτερος προμηθευτής καλλυντικών στην Αυστρία, αποτελώντας σημαντικό μέρος των συνολικών εισαγωγών της χώρας. Οι εισαγωγές καλλυντικών της Γερμανίας έχουν αυξηθεί σε αξία και όγκο, γεγονός που μπορεί να οφείλεται στην ισχυρή ζήτηση της Αυστρίας για καλλυντικά γερμανικής κατασκευής, καθώς και στους στενούς οικονομικούς δεσμούς μεταξύ των δύο χωρών. Υπήρξαν διακυμάνσεις στη μέση τιμή



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

εισαγωγής καλλυντικών, με το κόστος από διάφορες χώρες προέλευσης να διαφέρει σημαντικά. Το ευρύ φάσμα προέλευσης από την οποία τα καλλυντικά είδη φθάνουν στην αυστριακή αγορά, το καθένα με μοναδική τιμή και ελκυστικότητα για τους καταναλωτές, αναδεικνύεται από τις διακυμάνσεις των τιμών εισαγωγής.

Τάσεις της αγοράς

Η αυξανόμενη ζήτηση για premium, υψηλής ποιότητας προϊόντα ομορφιάς και προσωπικής φροντίδας είναι ενδεικτική της προτίμησης της αυστριακής αγοράς για τα προϊόντα αυτά. Οι σημαντικές αυξήσεις των τιμών από τους κατασκευαστές και η έμφυτη προτίμηση των καταναλωτών για premium προϊόντα έναντι των προϊόντων μαζικής αγοράς προωθούν αυτή την επιθυμία. Η ποιότητα, η βιωσιμότητα και η ηθική παραγωγή αποκτούν όλο και μεγαλύτερη σημασία για τους καταναλωτές στην αυστριακή αγορά, όπως φαίνεται από την τάση πριμοδότησης και την αξιοσημείωτη ζήτηση για χειροποίητα και βιώσιμα καλλυντικά.

Μελλοντικές ευκαιρίες

Πολλές ευκαιρίες ανάπτυξης υπάρχουν για τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται ή σχεδιάζουν να εισέλθουν στην αυστριακή αγορά καλλυντικών, ιδίως στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών, χάρη στις τρέχουσες τάσεις και τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Υπάρχουν ευκαιρίες να δοθεί έμφαση στη βιωσιμότητα και την ηθική παραγωγή, να αναπτυχθούν σειρές προϊόντων που απευθύνονται σε εξειδικευμένους καταναλωτές και να χρησιμοποιηθούν ψηφιακές πλατφόρμες για το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις. Η αναμενόμενη αύξηση των διαδικτυακών πωλήσεων υπογραμμίζει πόσο κρίσιμο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο ως μέσο σύνδεσης και αλληλεπίδρασης με τους πελάτες.

Ανάλυση ανταγωνιστών

Ο αριθμός των βασικών παικτών στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών αυξάνεται παρόμοια με την αύξηση των εσόδων και του όγκου της αγοράς των χειροποίητων καλλυντικών στην Αυστρία. Στην περίπτωση των βασικών παικτών, η Βιέννη, ως πρωτεύουσα και μεγαλύτερο οικονομικό κέντρο της χώρας, έρχεται πρώτη ως οικοδεσπότης διαφόρων εταιρειών. Ορισμένοι από τους βασικούς παίκτες της αγοράς είναι οι ακόλουθοι:

Η βιεννέζικη σαπωνοποιία

Η βιεννέζικη σαπωνοποιία, ή γνωστή από τους ντόπιους, Wiener Seife, εδρεύει στην τρίτη συνοικία της Βιέννης. Παράγει χειροποίητα διάφορα είδη σαπουνιού, όπως σαπούνι μαλλιών, σαπούνι χεριών, σαπούνι οδοντόβουρτσας, η εταιρεία χρησιμοποιεί λάδι καρύδας ως βάση και τοποθετείται στις γραμμές ενός αρμονικού μείγματος παράδοσης και πολυτέλειας.

Οι μπάρες σαπουνιών συσκευάζονται σε διαφανές χαρτί περγαμηνής, προσδίδοντας στο προϊόν μια κομψή και στιλάτη εμφάνιση. Η εταιρεία παράγει επίσης σαπούνια με το όνομα διάσημων ανθρώπων που έζησαν στη Βιέννη στο παρελθόν.



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Η ιστοσελίδα τους είναι: <https://wienirseife.at/>



Saint Charles Cosmetics

Σε κεντρική τοποθεσία, το Saint Charles Cosmetics παρέχει διάφορα είδη ελαίων αρωματοθεραπείας, προϊόντα μπάνιου, φυτικά συμπληρώματα και αρώματα. Η εταιρεία έχει τις ρίζες της από το φαρμακείο του 19ου αιώνα που εδρεύει στη Βιέννη και τώρα χαρακτηρίζει τον εαυτό της ως ένα φυσικό, υγιονομικό καλλυντικό προϊόν που καλύπτει τις ανάγκες των πελατών με βιώσιμο και ποιοτικό τρόπο. Παρόλο που η έδρα της βρίσκεται στη Βιέννη, η εταιρεία διαθέτει αρκετές τοποθεσίες σε όλη την Ευρώπη και τον κόσμο, όντας ένας από τους σημαντικούς παίκτες της αγοράς.

Η ιστοσελίδα τους είναι: <https://saint-charles.eu/>



Susanne Kaufmann

Η μάρκα Susanne Kaufmann ιδρύθηκε το 2003 και ξεκίνησε ως προμηθευτής προϊόντων ενός spa σε ένα οικογενειακό ξενοδοχείο στο δάσος του Bregenz, ενώ σήμερα έχει γίνει ένας από τους βασικούς παίκτες στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών στην Αυστρία. Το



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

χαρτοφυλάκιο των προϊόντων της κυμαίνεται από βούτυρα σώματος και έλαια σώματος μέχρι προϊόντα για το ντους και το μπάνιο. Η επωνυμία τους βασίζεται στην ποιότητα και τη χρήση διαφόρων βιώσιμων συστατικών στα προϊόντα τους, τοποθετώντας τη μάρκα ανάμεσα στις μάρκες που εστιάζουν στην υγιονομική περίθαλψη στην αγορά.

Η ιστοσελίδα τους είναι: <https://de.susannekaufmann.com/>



Botanicus Vienna

Με έδρα την Αυστρία, η Botanicus παρέχει υψηλής ποιότητας έλαια και προϊόντα περιποίησης του δέρματος χρησιμοποιώντας πρώτες ύλες που παράγονται σε αγροτικές περιοχές της Αυστρίας. Τονίζοντας τη σύνδεσή τους με τη φύση και την αφοσίωσή τους στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα, η Botanicus σχεδιάζει ένα προφίλ μάρκας που είναι ταυτόχρονα μπουτίκ και ζωντανό, αντανakλώντας τα χρώματα της φύσης. Τονίζουν επίσης ότι από το χωράφι μέχρι τον τελικό χρήστη, όλη η διαδικασία είναι φιλική προς το περιβάλλον και με σεβασμό στη φύση.

Η ιστοσελίδα τους είναι: <https://www.botanicus-vienna.at/wo/>



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

AlleSeife:

Η επιχείρηση σαπουνιών CLAUDIA SCHNEIDER & PETER PIFFL (manu factum, στα λατινικά «χειροποίητο») ιδρύθηκε στη Βιέννη το 2002. Απασχολούν ένα μικρό εργατικό δυναμικό και κάνουν τα πάντα με το χέρι, συμπεριλαμβανομένης της σχολαστικής επιλογής των πρώτων υλών, της ανάμειξης αρωμάτων, του βρασμού των φυσικών σαπουνιών, του σχεδιασμού της ετικέτας και της συσκευασίας των προϊόντων.

Με τα φυσικά προϊόντα, τις συσκευασίες και τα αξεσουάρ τους -όπως οι διανομείς σαπουνιών από πεύκο της Στυρίας- αποδεικνύουν τη δέσμευσή τους στον τοπικισμό. Εγγυώνται γρήγορες διαδρομές μεταφοράς και προωθούν με αυτόν τον τρόπο τις τοπικές θέσεις εργασίας.

Λόγω της σημαντικής καταστροφής των τροπικών δασών που προκαλείται από τη βιομηχανική παραγωγή φοινικέλαιου, πολλά προϊόντα δεν περιέχουν αυτό το συστατικό. Είναι επίσης αποδέκτες του βραβείου Animal Fair Award από το 2014. Λόγω αυτού του βραβείου, ολόκληρη η σειρά προϊόντων τους είναι vegan.

Κατανόηση των προτιμήσεων και των απαιτήσεων

Με την πάροδο των ετών, η ζήτηση της Αυστρίας για χειροποίητα καλλυντικά αυξήθηκε και άλλαξε σημαντικά. Ωστόσο, δεν υπάρχουν ακριβή στατιστικά στοιχεία σχετικά με τα χειροποίητα καλλυντικά στην αγορά. Στο παρόν θα περιγραφεί μια γενική ιδέα για το πώς αυξάνεται η ζήτηση καλλυντικών στην Αυστρία. Χρησιμοποιώντας τα καλλυντικά, μπορούμε επίσης να κατανοήσουμε τις απόψεις των Αυστριακών για το θέμα.

Ποικίλα υλικά χρησιμοποιούνται στα καλλυντικά και στα προϊόντα περιποίησης σώματος για τον καθαρισμό, τη θρέψη, την αρωματοποίηση ή την τροποποίηση της εμφάνισης. Το σαπούνι, το άρωμα, η οδοντόκρεμα, το αποσμητικό, οι κρέμες και το μακιγιάζ είναι μερικά παραδείγματα αυτών των ειδών.

Στην Αυστρία, οι πωλήσεις καλλυντικών και ειδών προσωπικής υγιεινής ανήλθαν σε 1,89 δισ. ευρώ το 2022. Αν και υπήρξαν μειώσεις κατά τη διάρκεια της επιδημίας COVID-19, ο κύκλος εργασιών αυξάνεται σταθερά τα τελευταία χρόνια και οι προβλέψεις δείχνουν ότι θα συνεχίσει να αυξάνεται. Μελέτη της Statista Consumer Market Outlook προβλέπει ότι ήδη το 2023 θα ξεπεραστεί ο στόχος των 2 δισ. ευρώ σε πωλήσεις. Το 2022, οι Αυστριακοί δαπάνησαν κατά μέσο όρο 207,3 ευρώ ανά άτομο για καλλυντικά και είδη προσωπικής υγιεινής. Με το 60,2% των πωλήσεων να προέρχεται από εξειδικευμένα φαρμακεία, τα προϊόντα αυτά πωλούνται κυρίως μέσω αυτών. Σημαντικά κανάλια διανομής για τα καλλυντικά και τα είδη προσωπικής υγιεινής είναι τα καταστήματα ψιλικών και τα οικονομικά καταστήματα (26,4%), καθώς και τα εξειδικευμένα καταστήματα καλλυντικών και τα αρωματοπωλεία (7%).

Τα προϊόντα προσωπικής φροντίδας, τα οποία περιλαμβάνουν σαμπουάν, οδοντιατρική φροντίδα και αφρόλουτρα, αποτελούν τον μεγαλύτερο τομέα πωλήσεων στην αγορά καλλυντικών από άποψη τμημάτων



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

προϊόντων, αποφέροντας πάνω από 900 εκατομμύρια ευρώ ετησίως. Με 454 εκατ. ευρώ, τα είδη περιποίησης του δέρματος ακολουθούνται στενά από τα αρώματα (255 εκατ. ευρώ) και τα διακοσμητικά καλλυντικά (270 εκατ. ευρώ). Και στους τέσσερις τομείς παρατηρήθηκε αύξηση των πωλήσεων της τάξης του 0,9 έως 2,5% κάθε χρόνο πριν από το 2020. Όλοι οι τομείς είδαν μείωση των πωλήσεων το 2020, αλλά το 2021 παρατηρήθηκε σημαντική ανάκαμψη. Περίπου 1.500 άτομα απασχολούνται σε 180 εταιρείες της βιομηχανίας καλλυντικών της Αυστρίας, οι οποίες παράγουν καλλυντικά και είδη προσωπικής φροντίδας (αριθμοί για το 2020). Η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία της βιομηχανίας παραγωγής καλλυντικών το 2020 ήταν περίπου 102 εκατ. ευρώ, παρά το σχετικά μικρό μέγεθός της. Κατά το ίδιο έτος, οι ακαθάριστες επενδύσεις στον κλάδο ανήλθαν σε περίπου 10,4 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αξιοσημείωτη αύξηση σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Το 2020, υπήρχαν 915 επιχειρήσεις λιανικής πώλησης στην Αυστρία που διακινούσαν καλλυντικά και είδη προσωπικής φροντίδας, με εργατικό δυναμικό περίπου 15.600 ατόμων.

Οι διαδικτυακές πωλήσεις έχουν αυξήσει τη σημασία τους για τον κλάδο των καλλυντικών, όπως και για άλλους κλάδους λιανικού εμπορίου. Στην αυστριακή επιχείρηση καλλυντικών, τα διαδικτυακά κανάλια αποτελούσαν το 18% του συνολικού κύκλου εργασιών λιανικής πώλησης το 2022 και το 23% το 2023. Επιπλέον, σε σύγκριση με το 2020, η διαδικτυακή αγορά καλλυντικών και ειδών προσωπικής υγιεινής σημείωσε αύξηση δαπανών άνω του 10% το 2021.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Ενότητα 1

Armstrong, L. (2009) Trend for natural and organic cosmetics set to rocket, according to new report. Available from :www.CosmeticsDesign.com.

Cova, B., Svanfeldt, C. (1993) 'Societal innovations and the postmodern aestheticization of everyday life', International Journal of Research in Marketing, 10, pp. 297-310.

EWG,(2011)Health Care without Harm and Women's voices for the Earth. Not too pretty: Phthalates, beauty products the FDA

Featherstone, M. (2007) 'Body, Image and Affect in Consumer Culture', Body & Society, 16, 1, pp. 193-221, Arts & Humanities Citation Index,EBSCOhost.

K. Wilson, "When 'hand crafted' is really just crafty marketing," The Conversation, 2015. [Online]. Available:<https://theconversation.com/when-hand-crafted-is-really-just-crafty-marketing-47749>. [Accessed: 14-Sep-2020].

Luutonen, M. (2008) 'Handmade memories', TRAMES: A Journal Of The Humanities & Social Sciences, 12, 3, pp. 331-341, Academic Search Complete, EBSCOhost.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Major, E., Kőszegi, I. R., & Kaděna, E. (2020). A study on the popularity of handmade products among consumers. GRADUS, 7(3), 9-17.

Natural Cosmetics Market Size, Share, Trends Analysis Report By Product (Skin Care, Hair Care, Fragrance, Color Cosmetics), By Distribution Channel (Supermarket/Hypermarket, Online), And Segment Forecasts, 2019 - 2025

Neils, J. (2011). Women in the ancient world. (No Title).

Fletcher C. (13.02.2023) *The Environmental and Health Impacts of the Cosmetic Industry*, Earth.org <https://earth.org/environmental-impacts-cosmetic-industry/#:~:text=Unfortunately%2C%20things%20like%20excessive%20packaging,120%20billion%20units%20each%20year.>

Ενότητα 2

Kosmetica World. (n.d.). Market Growth & Consumer Demand. Retrieved from <https://www.kosmeticaworld.com/2018/11/01/natural-cosmetics-in-scandinavia-an-overview/>

Global Market Insights Inc. (n.d.). Consumer Preferences. Retrieved from <https://www.gminsights.com/industry-analysis/natural-cosmetics-market>

IndexBox. (n.d.). Imports and Supply Chain. Retrieved from <https://www.indexbox.io/store/sweden-skin-care-market-report-analysis-and-forecast-to-2020/>

Mordor Intel. (n.d.). Market Trends. Retrieved from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/sweden-cosmetics-products-market-industry/market-trends>

Vogue Hong Kong. (n.d.). Competitor Research. Retrieved from <https://www.voguehk.com/en/article/beauty/sweden-beauty-skincare-brands/>

Scandinavia Standard. (n.d.). Competitor Research. Retrieved from <https://www.scandinaviastandard.com/scandi-six-swedish-skincare-brands/>

Lush. (n.d.). Competitor Research. Retrieved from <https://www.lush.com/uk/en>

Euromonitor. (n.d.). Beauty and Personal Care in Greece. Retrieved April 7, 2024, from <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-greece/report>

ReportLinker. (n.d.). Greece Cosmetics Industry Outlook 2022—2026. Retrieved April 7, 2024, from <https://www.reportlinker.com/clp/country/510074/726372>

Europages. (n.d.). Greece Manufacturer producer cosmetics. Retrieved April 7, 2024, from <https://www.europages.co.uk/companies/greece/manufacturer%20producer/cosmetics.html>

Enterprisegreece.gov.gr. (n.d.). Greek cosmetics exports rise, double overseas presence. Retrieved April 7, 2024, from <https://www.enterprisegreece.gov.gr/newsletters/newsletter-articles/greek->



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

cosmetics-exports-rise-double-overseas-presence/

Europages. (n.d.). Suppliers organic cosmetics Greece. Retrieved April 7, 2024, from <https://www.europages.co.uk/companies/greece/organic%20cosmetics.html>

Plomariti, D. (n.d.). A Research on Consumers Perspectives about Natural Cosmetics in Greece [Master's thesis]. Retrieved from <https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/14509/A%20Research%20on%20Consumers%20Perspectives%20about%20Natural%20Cosmetics%20in%20Greece.pdf?sequence=1>

Beauty Istanbul. (n.d.). Turkish cosmetics market. Retrieved from <https://beauty-istanbul.com/>

Beşgöl, A., Özşümer, Z. Y., & Çiftçi, G. (2020). A research on customer satisfaction and loyalty in the cosmetics industry. *Journal of Marketing Research and Review*, 8(2), 311-323.

Boyer, H., & Verma, S. (2020). Exploring consumer preferences for natural cosmetics. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(3), 339-354.

Deloitte. (n.d.). Turkey cosmetics industry analysis [Report].

Euromonitor International. (2023). Beauty and personal care in Turkey [Database record]. Passport.

Agarta Kozmetik. (n.d.). Retrieved from <https://www.agartakozmetik.com.tr/>

Baboon Natural. (n.d.). Retrieved from <https://www.baboonnatural.com/>

Fermente Mutfagim. (n.d.). Retrieved from <https://www.fermentemutfagim.com/kozmetik-urunleri>

Raqun. (n.d.). Retrieved from <https://www.raqun.com.tr/>

IndustryARC. (2023). Turkey cosmetics market: Size, share, trends, analysis, forecast, 2023-2028 [Report].

Uzun, S., Zencirci, B., & Aydin, S. (2019). Factors affecting consumers' purchase intentions for natural cosmetics. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10(3), 362-379.

World Bank. (2024). Turkey [Country profile] [worldbank.org](https://www.worldbank.org).

Worldometer. (2024). Turkey demographics [worldometers.info](https://www.worldometers.info).

Yildiz, G., Caner, A., & Şen, F. (2018). Natural cosmetics market trends in Turkey: A research agenda. *Journal of Marketing Management*, 10(2), 182-198.

IndexBox. (2022). Austria skin care market report: Analysis and forecast to 2020. Retrieved from <https://www.indexbox.io/store/austria-skin-care-market-report-analysis-and-forecast-to-2020/>.

MarketResearch.com. (2022). Cosmetics in Austria. Retrieved from <https://www.marketresearch.com/seek/Cosmetics-Austria/1547/1278/1.html>



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Statista. (2023). Natural cosmetics in Austria. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/natural-cosmetics/austria>

ReportLinker. (n.d.). Key market indicators Austria. Retrieved from <https://www.reportlinker.com/clp/country/510074/726367>

Statista. (2024). Beauty & personal care in Austria - revenue. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/austria#revenue>

Future Market Insights. (2023, April 1). Natural cosmetics market size, trends 2033. Retrieved from <https://www.futuremarketinsights.com/reports/natural-cosmetics-market>

Statista. (n.d.). Beauty & Personal Care - Austria. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/austria>



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΑ δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.