

“한-UAE 경제공동운영회의”에서 UAE-ESMA와 IBITA 간 MOU 체결 후속조치 ESMA 한국대표부 IBITA 본격가동 2019년 상반기 두바이, 하반기 서울에서 박람회와 포럼 및 수출상담회 중동지역 한국 수출 기업을 위한 지원 전격 합의



UAE-ESMA 표준측량청장 압둘알마에니와 KOREA-IBITA 국제뷰티산업교역협회 윤 주택 이사장 외 임직원

지난 2018년 3월 9일 “한-UAE 경제공동운영회의”를 김동연 경제부총리와 14개 부처 실무 책임자 그리고 UAE 경제장관 및 UAE-ESMA 청장과 표준 측량청, 경제팀 실무 각료들이 배석한 가운데, 지난 3월 9일 신라호텔 영빈관에서 UAE-ESMA(중동할랄표준측량청)와 IBITA(국제뷰티산업교역협회)가 포괄적 MOU를 체결하였다.

그 후속 조치로 지난 10월 30일, (사)국제뷰티산업교역협회 서울사무실 내 회의실에서 “제1차 UAE-ESMA와 IBITA 전략 기획 회의”를 본격적으로 진행하였고, ESMA 표준측량청장(압둘알마에니)과 할랄 인증 책임 관계자, 중동 UAE 경제부 관계자가 참석하여 한국 기업들의 수출 지원에 관한 전반적인 사항을 논의 했으며, 그 자리에서 UAE 경제부가 직접 나서서 한국 기업의 UAE 및 중동 수출을 정부차원에서 지원해 주기로 합의하는 쾌거를 거두었다.

특히, 2019년 3월-4월에 UAE두바이/ 10월에는 KOREA 서울에서

박람회 및 포럼, 수출상담회를 동시 개최하여 실질적 상호 매칭사업 추진을 UAE 경제부에서 적극 지원해주시기로 약속하였다.

또한, UAE-ESMA 한국 대표부인 IBITA에서는 UAE 할랄 인증과 관련된 모든 제반사항 및 한국 수출을 위한 기업선별 등을 한국대표부로 직접 관리하기로 했으며, IBITA 단일 창구로 세부 사항을 진행하기로 합의 하였다. 이를 위하여 UAE 또는 중동 지역에 수출을 희망하는 한국 기업들의 신청 접수를 11월 중 IBITA 홈페이지 또는 뉴스레터에 공고할 것이며, 이에 따라 선정을 진행할 예정이다.

지원 관련 품목은 산업 전체 분야 1, 화장품 및 뷰티관련 분야 2, 유기농 식품, 음료, 제과, 농 · 수산식품 등 3, 에스테틱 4, 기계, 전자, 섬유 등 한국 제조업 전반이다. 또한 UAE 수출 지원 위한 부처 및 공공기관, 협 · 단체는 IBITA와 협력하여 진행이 가능하다고 IBITA관계자는 밝혔다.

(문의: IBITA & KBITA & GTDA 해외전시팀 02-6268-2606, 02-6275-2477, 02-6673-9600)

세계 최고(TOP1) 화장품·미용전시회 “Cosmoprof Worldwide Bologna 2018”에 IBITA와 Kotra가 역대 최대 지원관 공동주관 진행

- 상담 건수 2,900건 이상, 상담액 1억 8천만\$ 사상 최대 성과 –
- 2019년도 홀별 IBITA단체관 및 정부지원관 200여개사 선정 참가 –



2018 이태리 코스모프로프 16A 한국관 홍보부스

능할 것으로 매 년 K-beauty에 대한 수요가 늘어나는 유럽 내 수출을 적극적으로 진출할 수 있는 기회와 성과를 거두었다.

(사)국제뷰티산업교역협회 관계자에 말에 따르면, 이번 볼로냐 코스모프로프 미용전을 통해 유럽시장에서의 K-beauty에 대한 인지도와 한국산 화장품에 대한 인기가 꾸준히 증가하고 있다는 것을 몸소 보여주는 기회가 되었으며, 한국화장품이 유럽 내에서 주류 화장품 대열로 올라가기 위해서는 ‘이태리 코스모프로프 미용전’을 꾸준히 참가하여 현지 유통파트너 발굴을 통한 대형 유통망입점이 필요하고 유럽수출

을 위한 제품 CPNA(Cosmetic Product Notification Portal)등록을 미리 준비하는 작업이 필요할 것으로 보인다

(사) 국제뷰티산업교역협회 IBITA (이사장 윤 주택)는 2018년 3월 15일부터 18일까지 4일간 이탈리아 북부도시 볼로냐에서 개최된 ‘2018 코스모프로프 월드와이드 볼로냐(Cosmoprof Worldwide Bologna 2018) B2B전문 미용 박람회’에 역대 최대 정부지원 한국관으로 117개사를 지원 운영, 이 외에 KOREA-IBITA 단체관을 각 섹터별 운영(14홀 국가관, 18홀 패키징관, 19홀 코스모프라임존, 38홀 SPA,에스테틱) 약 200개사가 넘는 업체가 국제뷰티산업교역협회(이하 IBITA)를 통해 세계 최고 박람회인 코스모프로프에 참가하였다.

1968년 처음 개최 이래, 올 해로 51회째를 맞이한 볼로냐 코스모프로프는 세계 최대 미용전시회로 꼽히며, IBITA는 올 해 코트라와 함께 정부 지원관으로 16A홀, 29B홀을 한국관으로 공동 운영 117개 한국 뷰티 산업 유망 미용·화장품 업체의 수출마케팅을 적극적으로 지원하여 이번 전시회에서 참가업체의 상담 건수는 약 2,900건에 이르렀고 상담액 또한 1억 8천만 달러에 육박했다고 관계자는 밝혔다.

이번 한국관에 전시된 제품들 중에서는 특히 ‘천연화장품 및 귀여운 패키징 제품들이 눈에 띄는 인기를 얻었으며, 뷰티 업체들은 마스크팩을 비롯 10-20대들을 겨냥한 가성비 높은 제품들을 많이 출시하여 유럽 내 10-20대 소비자들에게 쉽게 다가갈 수 있고 젊은 고객층 확보가 가

IBITA는 2019년도에도 기 확정된 정부지원금을 통해 2019년 코스모프로프 박람회에 참가할 업체분들을 지원해줄 예정이며, 동 박람회 및 코스모프로프 시리즈(2019 라스베이거스 코스모프로프/2019년 홍콩 코스모프로프) 참가 신청 등 해외전시 관련 기타 궁금한 사항은 국제뷰티산업교역협회(IBITA) 해외전시사업팀으로 문의하면 상세히 안내받을 수 있다.

(문의: IBITA해외전시팀 02-6268-2606)



2018 이태리 코스모프로프 16A 한국관 전경

세계 3대 박람회 중 “2019 라스베가스 코스모프로프 화장품·미용전시회(B2B)” 정부지원 한국관 IBITA 단독지원

IBITA 한국단체관 북미 수출에 교두보 역할 한국 화장품 뷰티제품 큰 인기 2018 북미 코스모프로프 한국마케팅 파트너인 IBITA 성황리 종료

(사) 국제뷰티산업교역협회 IBITA (이사장 유주택)는 지난 7월 29일부터 31일 미국 라스베가스 만달레이베이 컨벤션 센터(Mandalay Bay Convention Center)에서 개최된 '북미 라스베가스 화장품 미용 박람회 (Cosmoprof North America 2018)'가 2017년도부터 중소기업벤처부 유망박람회로 선정, 한국관으로 진행되며 올 해 80여개사가 IBITA를 통해 동 박람회에 참가하여 큰성공을 올렸다.

IBITA는 동 박람회에 20개 기업을 IBITA 단독 시작으로 2017년 50개사, 2018년 80개가 넘는 기업을 한국관에 유치시키기 위해 정부에 지속적인 지원금 요청과 더불어 참가사들의 사전·현장·사후지원까지 매년 끊임 없는 지원과 노력을 통해 표제의 박람회를 유망박람회까지 이끌 수 있었으며, 가장 중요한 것은 박람회에 참가한 국내 화장품·뷰티 기업 분들의 응원과 지지와 더불어 성과가 있었기에 가능했던 일이라고 전했다.

한국관은 본 박람회의 가장 큰 비중을 차지하는 프로페셔널 뷰티 섹터에 참가하며 동 섹터는 화장품, 헤어, 네일, 에스테틱&스파, 미용 잡화 등 뷰티 관련 다양한 품목들을 포괄하고 있으며, 출입구와 가까운 주 메인 통로에 위치하고 있어 보다 많은 바이어들과 참관객의 이목을 끌 것으로 전망된다.

KOREA-IBITA 단체관 또한 올 해부터 프로페셔널 뷰티, 코스메틱&퍼스널케어섹터, 패키징섹터에 위치해 있어 각 섹터에 맞는 업체들을 선정하여 참가시킬 수 있어 전문성을 강조한 박람회 취지에 맞게 업체들을 지원할 수 있게 되었다.

또한, 한국적인 미와 아름다움으로 국가관을 형성하여 표출함으로써 유럽을 비롯하여 미주, 중동, 아시아 등 전 세계적으로 다양한 바이어가 한국 국가관을 방문하여 K-Beauty를 선도하는 우수한 한국 기업의 제품에 관심을 보이고 있으며 이에 따라 높은 성과를 기대하고 있다.

국제뷰티산업교역협회(IBITA) 관계자에 따르면 이번 한국관 및 IBITA단체관을 통해 한국 화장품 산업의 혁신적인 연구 기술을 세계에 알리고 다양하고 수준 높은 제품을 각국의 바이어들과 참관객들에게 알림으로써 한국 뷰티 산업의 발전에 기여할 수 있도록 철저한 준비를 거쳐 진행하고 있다고 전했다.

또한, 협회는 오는 11월에 아시아 지역에서 열리는 코스모프로프 시리즈 중 하나인 '홍콩 코스모프로프 아시아(Cosmoprof Asia 2018)' 박람회에서 한국 화장품 업체들을 지원하기 위해 정부지원을 확정하였다.

2017년도 홍콩 코스모프로프는 IBITA단체관인 5층(화장품섹터, 네일섹터, 헤어섹터)에 참가한 한국 화장품 업체들을 최대 50%까지 지원을 해준 바 있다. 2019년도에는 기 확정된 정부지원금을 통해 수출 초기화 기업이 더 많은 기술을 세계로 알릴 수 있도록 기획할 예정이며, 동 박람회 및 코스모프로프 시리즈(2019 홍콩/이태리/라스베가스/콜롬비아/인도) 참가신청 등의 기타 궁금한 사항은 국제뷰티산업교역협회 해외전시사업팀으로 문의하면 된다.

(문의: IBITA해외전시팀 02-6268-2606)



(사진출처: 2018 미국 라스베가스 화장품 미용 박람회 한국관 전경)

더마톨로지 전문 박람회 싱가포르 아시아 더마, 두바이 더마

- 2018년 싱가포르 아시아 더마 박람회 첫 회 한국을 주빈국으로 선정, 개최 -
- 전 세계 홍보 효과 극대화 -



Sheikh Hasher bin Maktoum Al Maktoum와 IBITA 윤 주택 이사장

(사)국제뷰티산업교역협회에서는 오는 12월 5일부터 7일까지 (3일간) 싱가포르에서 열리는 전시&컨퍼런스를 아우르는 국제 피부마용기기, 의료기기, 화장품 관련 Dermatology 전문 박람회인 '2018 싱가포르 아시아 더마(Asia Derma 2018)'에 KOREA-IBITA관을 주빈국으로 초청받았다.

첫 회로 열리는 2018 아시아 더마(Asia Derma 2018)에 주빈국으로 초청받았다는 것은 큰 의미가 있다. 주빈국인 만큼 주최사인 인덱스홀딩에서는 한국참가기업 모두에게 세계 피부 에스테틱 바이어에 사전 홍보 마케팅을 적극 도와준다고 약속 했다.

싱가포르 아시아 더마 주최사인 INDEX는 18년간 진행해온 성공적인 두바이 더마와 컨퍼런스를 통해 아시아 태평양 시장에 초점을 맞춰 싱가포르에서 진행하게 된다. 3일간 진행 되는 2018 싱가포르 아시아 더마는 피부과 업계 선두 브랜드 등 100개 업체의 전시 참가와 1500명의 피부과

전문가들을 초청하였다.

GBI 시장 조사에 따르면 아시아 태평양 시장은 2022년 세계 피부과 시장이 337억 달러에 이를 것으로 예상 되는 가운데 북미와 유럽을 떠나 가장 빠르게 성장하고 있다고 한다. 이에 (사)국제뷰티산업교역협회 윤 주택 이사장은 "2018 싱가포르 아시아 더마 컨퍼런스와 전시회는 아시아 태평양 지역의 비즈니스 및 금융 중심인 싱가포르에서 적절한 시기에 첫 선을 보였고, 전시회에 참가하는 방문객과 참가사들이 이 장소에서 제공되는 양방향 환경을 이용 할 수있기를 바란다."라고 하였다.

또 앞에서 언급한 2019 두바이 더마도 다양한 컨퍼런스를 통해 피부과 학 및 기술에 대한 지식을 높이고 업데이트할 수 있는 최상의 플랫폼을 제공하고 있다. 두바이, 싱가포르 더마 주최사인 INDEX HOLDINGS는 25년 동안 133개국에서 100만명 이상의 방문객을 유치하고 UAE 시장 점유율에 25% 기여했다. 두바이 더마는 중동 피부과 시장에 진입하기 위한 필참 전시회로 주목받고 있다.

(사)국제뷰티산업교역협회(IBITA)는 12월에 주빈국으로써 함께할 참가사들과 2019 두바이 더마 참가사들을 모집중에 있다.

(문의: IBITA해외전시팀 02-6268-2606)



2018 두바이 더마 피부미용 박람회 한국관 전경

(사)국제뷰티산업교역협회 주관 2019 상반기 전시회 일정 ②

2019 이태리 볼로냐 코스모프로프(03.14-03.17)

- 장소: 이태리, 볼로냐
- 규모: 91,000sqm, 72개국, 3,100개사 참가, 300,000여명 참관
- 전시품목: 뷰티관련 종합(각 섹터별 상이)
- 국가관 실내(19홀), 뷰티살롱&에스테틱, 스파 전문섹터(28홀,29홀), 코스모프라임존(14홀), 화장품용기 섹터(18홀), 한국관(16A,29B)



2019 두바이 피부미용 더마 전시회(03.18-03.20)

- 장소: 아랍에미레이트, 두바이
- 규모: 95개국, 540+여개 사 참가, 18,000여명 참관(18년 기준)
- 참가국: 한국, 이태리, 프랑스, 우크라이나, 포르투갈, 독일, 중국, 파키스탄
- 전시품목: 의료, 미용기기, 레이저 기기 및 장비/보톡스, 헤어 및 두피관리, 비만관리, 피부과 및 성형외과 스킨케어 관리



피부-화장품 업계 최고의 권위! 세계피부과학계 올림픽! 2019 제24회 이태리 밀라노 더마 박람회!

- 130년 전통의 피부과 전문 전시회 WCD밀라노 단독 파트너십 체결 및 한국관 주관 -



(사)국제뷰티산업교역협회(이하 'IBITA')는 해외 45개국의 네트워크와 세계 최고 박람회인 이태리 코스모프로프 등 KOTRA와 공동수행으로 한국관을 주관해 오고 있으며 산하법인 글로벌무역진흥원(GTDA)과 함께 내년 6월 11일 시작으로 14일까지 총 4일간 이태리 밀라노컨벤션센터(MiCO)에서 진행되는 '이태리 밀라노 더마 박람회(WCD 2019 Milan)'에 KOREA-IBITA관을 구성하기로 했다.

특히 제24회 이태리 밀라노 더마 박람회(WCD2019)는 글로벌 피부과의 새로운 시대 (A new ERA for a global Dermatology)라는 슬로건에 맞춰 알찬 프로그램 구성 예정이며, (사)국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)가 중심이 되어 전시장 가운데 위치한 부스에 국내기업이 공동 참여할 수 있게 함으로써 유럽 시장 진출을 도모할 예정이다. 이에 따라 관련 기업들에겐 더할 나위 없이 좋은 성과로 이어질 것으로 전망된다.

IBITA는 WCD 이태리 밀라노 더마박람회와 파트너십을 체결하여 박람회를 통해 회원사를 포함한 대한민국 피부 화장품 기업에게 국제교류 지원과 글로벌 경쟁력 강화를 위한 협회로 입지를 다지는 동시에 변화와 혁신의 시대에 능동적으로 대처하여 우수한 기업들의 혁신역량 제고될 수 있도록 한국 화장품의 국제적으로 인정받을 수 있도록 노력하고 있다.

한편, 1889년 프랑스 파리에서 처음 개최된 이래 130년의 역사를 자랑하는 WCD는 4년마다 개최되어 피부와 관련된 최신 지견과 정보들을 총망라함으로써 막대한 규모와 경제적 파급효과 때문에 '피부와 올림픽'으로 불리며 피부-화장품 업계에서 최고 권위 있는 행사로 2011년에는 일본 도쿄, 이후로 아시아에서 두 번 째로 한국 서울에서 진행한 바 있다.

지난 2011년 서울에서 열린 제22차 대회 당시에도 100여 개국, 1만2천여 명이 방한, 320개 세션에 강연자만 1천200여명에 달했을 정도로 세계 10대 국제회의에 속하는 초대형 학술대회 및 피부과 전문 박람회이며, 24회를 맞이하는 2019년에는 이태리 밀라노에서 국제세계피부과학회연맹 (ILDS)과 이태리피부과학회 (SIDeMaST)가 함께 주최하고 IBITA가 주관하는 한국관에는 엠큐어, 지티지웰니스, 노바메디, 쉬앤비, 에이엠아이아이엔씨를 포함해 약 20개사 내외 참가예정이다.

관계자에 따르면, "내년 6월 행사임에도 불구하고 현재 큰 인기로 부스마감이 임박했다며 명실상부한 박람회임을 '입증' 하고 있음을 밝혔다. 2019년 제24회 밀라노 더마 박람회 참가를 원하는 업체는 (사)국제뷰티산업교역협회와 글로벌무역진흥원 해외전시 마케팅 팀 담당자에게 문의하면 된다.

(문의: IBITA & GTDA 해외전시팀 02-6268-2606, 02-6673-9600)

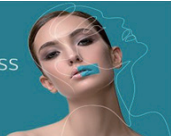
(사)국제뷰티산업교역협회 주관 2019 상반기 전시회 일정 ①

2019 상트페테르부르크 인터참 (02.07-02.08)

- 장소: 러시아, 상트페테르부르크
- 규모: 100개 사, 18개국, 3,705 전문무역바이어 참관('18년 기준)
- 전시품목: 전문 코스메틱, 전문 스킨케어, 의료 화장품, 병원&뷰티살롱 미용기기, 에스테틱, 레이저시술, 안티에이징, 영양제 및 의약품



EXHIBITION + CONGRESS
ON COSMETOLOGY
& DERMATOLOGY



2019 중국 춘/추계 국제 미용전시회 (03.10-03.12/09.02-09.04예정)

- 장소: 중국, 광저우 Import & Export Fair Complex A,B,C
- 규모: 260,000sqm, 3,800개 사 참가
- 전시품목: 스킨케어 및 메이크업 제품, 바디용품, 네일, 헤어, 향수, 스파용품, 의약품, 미용기기, 에스테틱&뷰티살롱, 원료, 포장 등

2019/3/10-12
GUANGZHOU
CHINA INTERNATIONAL
BEAUTY EXPO
CHINA IMPORT & EXPORT FAIR COMPLEX
GUANGZHOU



아세안 뷰티 시장, 그 폭발적인 성장

— 아세안 시장 진출에 대한 정보 및 시장 성장에 대하여 —

(사)국제뷰티산업교역협회와 (주)한국뷰티산업무역원은 협력하여 아세안 뷰티 시장 진출의 기회를 중소기업들에게 제공하고 있다. 업체들에게 태국, 베트남, 싱가포르 등 동남아 국가 진출의 발판을 마련해주는 것이 협회와 무역원의 큰 목표이다.

아세안은 동남아 10개 국으로 구성된 국가 연합으로 약 6억 3천만 명의 인구를 가진 세계 3위의 거대 시장이다. 아세안의 경제 성장률은 연평균 5.6%로, 세계 성장률의 1.4배이다.

2017년의 한·아세안 자유무역협정(AKFTA)으로 아세안 화장품 시장이 올해부터 무관세로 전환된 기회를 이용하여 아세안 화장품 시장을 적극적으로 활용할 필요가 있다. ASEAN 6(싱가포르, 브루나이, 말레이시아, 태국, 인도네시아, 필리핀) 국가는 화장품 전 품목 무관세를 적용하였으며, CLMV(캄보디아, 라오스, 미얀마, 베트남) 국가는 점진적으로 관세를 철폐할 것으로 전망된다.

아세안 화장품 수입의 규모는 지속적으로 증가하는 추세이다. 글로벌 경제 침체로 2015년 아세안 전체 수입 규모는 전 년 대비 12% 하락하였으나 그럼에도 불구하고 화장품의 수입 규모는 증가한 것으로 보였

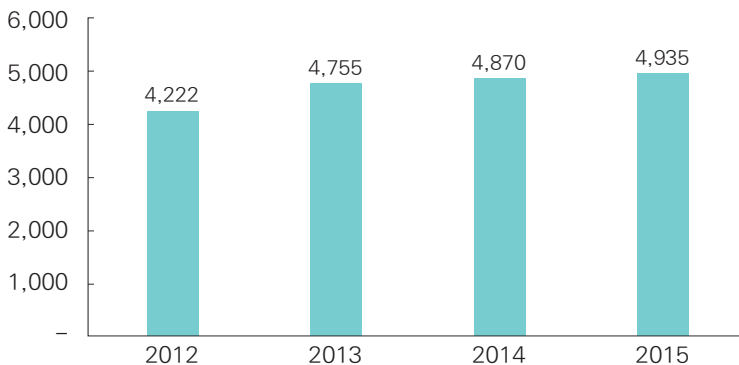
다. 아세안 내 가장 큰 화장품 수입국은 싱가포르이며, 그 다음으로는 태국-말레이시아-인도네시아-베트남 순이다. 한국의 아세안 시장 수출 규모는 2013년부터 연평균 20%로 빠른 속도로 증가하고 있다. 특히 태국은 한국의 최대 화장품 수출 시장이다.

아세안은 경제 한류 성장 가능성이 높은 지역으로 보인다. 한류의 흥행이 지속되는 가운데, 아세안은 특히나 글로벌 한류의 중심 지역으로서 한류의 확산이 클 것으로 시사된다. 우리는 한류를 마케팅의 도구로 활용하여 제품을 홍보해야 한다. 이는 지속적으로 한국 제품의 수출 규모를 확대할 것으로 예상된다. 또한 기업들은 아세안 통합 화장품 규제 제도를 활용하여 하나의 진출국을 거점으로 다른 아세안 국가 진출이 용이함으로, 사업의 규모는 점차 확대되고 한국 화장품의 아세안 수출 규모가 더욱 성장 할 것으로 전망한다.

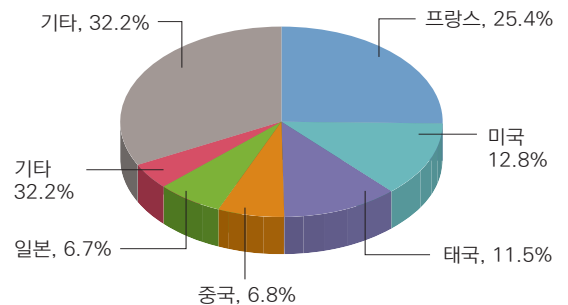
(사)국제뷰티산업교역협회와 (주)한국뷰티산업무역원은 오는 12월에 싱가포르 더마 박람회에 참가한다. 이어 베트남, 태국, 말레이시아 등 아세안 주요 국가에 다양한 박람회에서 아세안 시장 진출을 지원하고 있다.

(문의: IBITA & KBITA 해외전시팀 02-6268-2606, 02-6275-2477)

〈표 1〉 아세안 화장품 시장 규모 추이



〈표 2〉 국별 아세안 수입시장 점유율



세계 경제 중심인 미국의 뉴욕한인경제인협회(NYKBI)와 국제뷰티산업교역협회(IBITA)의 수출 판로 개척을 위한 MOU 전격 체결

- 한국 기업의 미국 진출 및 수출 활성화를 위한 MOU협약 전격 체결-
- 각 협회 간에 상호 협력을 통한 한국 뷰티 유망 업체들의 미국 진출 청신호 -

(사)국제뷰티산업교역협회 (IBITA)와 뉴욕경제인협회 (NYKBI)가 한인 비즈니스 네트워크를 구성하고 한국 뷰티업체들의 미국 진출과 수출 판로를 활성화하기 위한 상호협력 MOU체결을 지난 11월 2일(금)에 국제뷰티산업교역협회(이하 IBITA) 서울 회의실에서 전격 체결하였다. IBITA 유준택 이사장과 NYKBI 김권수 회장, 권숙주 이사, 김효선 이사가 참석하여 본격 진행하였으며 한국 기업들을 위해 적극적으로 지원할 수 있는 방안을 검토하기로 상호 합의하였다.

(문의: IBITA & KBITA 해외전시팀 02-6268-2606, 02-6275-2477)



한국뷰티산업무역원 (KBITA)의 유망 박람회 주관 본격 가동 'K-Beauty'를 알리기 위한 KBITA의 함찬 발진!

— 일본 라이프스타일엑스포 & 폴란드 뷰티데이즈 박람회 폭발적인 업체 반응 —



2018 폴란드 뷰티데이즈 개막식(왼쪽에서 세 번째 IBITA 이사장 윤주택)

(주)한국뷰티산업무역원은 2018년 7월 도쿄 빅사이트에서 개최한 일본 헬스 & 뷰티 박람회를 2회 째 참가하여 한국관을 구성하고 성황리에 끝마쳤다. 일본 헬스 & 뷰티 박람회는 매 해 2번씩 열리는 박람회로써, 7월 여름 박람회는 '라이프스타일 엑스포(GIFTTEX)'의 한 전시회로서 열리게 된다. 앞으로도 참가 업체들은 다른 업계의 수많은 관람자들과도 만날 수 있는 기회를 가질 수 있으며, 새로운 비즈니스 경로를 모색할 수 있다. 미국, 중국에 이어 세계 3위의 화장품 시장의 규모를 가지고 있는 일본에서 K-Beauty의 열풍이 불고 있다. 일본 요미우리신문은 드라마, K-POP에 이어 이 현상을 '제 3의 한류'라고 보도했다. 대한 화장품 산업 연구원에 따르면 2016년 한국산 화장품의 일본 수출액은 1억 8265만 달러로 사상 최대치를 기록했다. 2015년에 비하면 32.6% 증가한 것이다. 2005년 3000만 달러 수준이었던 점을 감안하면 10년 새 6배 가까이 성장한 셈이다. 이대로라면 올해도 기록을 경신할 것으로 예상된다. 폴란드 뷰티 데이즈 박람회는 올해 9월 제 3회에서 참가객 수 약 15,000명과 참가업체 180개사를 동원한 아주 전망 높은 박람회이다. 본 박람회는 B2B 박람회이지만 B2C의 성격도 함께 가지고 있어, 다양

한 바이어들을 만나 볼 수 있는 기회를 제공한다. 이번 박람회에서는 한국관 내에 큰 무대가 설치되었는데, 이 무대에서는 가야금 연주자 조영재 씨가 박람회 기간 동안 무대에서 가야금 공연을 펼쳐 박람회장의 분위기를 한껏 더 띄웠고 방문객들의 큰 관심을 끌었다.

폴란드는 유럽 시장 진출을 위한 게이트웨이로 평가 받아 주목 받고 있다. 유럽 경제 침체에도 불구하고 폴란드 뷰티 시장은 EU 시장 규모 6위로, 유럽 내 가장 유망한 뷰티 시장 중 하나로 손꼽히고 있다. 폴란드는 경제 불황에도 소비자들은 목욕, 치아, 화장품 등 미용 관리 분야 제품에 대한 소비를 크게 줄이지 않는 것으로 보인다. 또한 지리적으로도 폴란드는 유럽의 중앙부에 위치하여 이러한 이점을 잘 파악하여 폴란드 시장을 유럽 시장 진출의 게이트웨이로 활용할 필요성이 있다.

2019년 1월에 일본 도쿄에서 개최되는 일본 헬스 & 뷰티 박람회 [Health & Beauty Goods Expo (Winter)] 또는 2019 폴란드 뷰티데이즈에 참가를 희망하시는 업체들은 해외 전시팀으로 문의하면 자세히 상담받을 수 있다.

(문의: KBITA 해외전시팀 02-6275-2477)



2018 일본 도쿄 하계 헬스&뷰티 박람회 한국관



2018 폴란드 뷰티데이즈 박람회에서 가야금 공연(한국관 앞 무대)

브라질 인증제도인 ANVISA 살펴보기

— 브라질 시장 진출의 필수 관문 ANVISA —

1. 개요

ANVISA(위생감시국)는 브라질 산하 의약품 및 의료기기 규제관리 기관으로 설립

ANVIAS는 브라질 국민의 위생, 건강과 관련된 모든 제품 및 업체의 인허가 관리감독을 담당하는 기관으로 제품의 생산, 유통과정, 작업 환경, 기술 등 전 분야에서 위법 여부를 감시 관리 한다.

ANVISA 본부는 수도 브라질리아에 있으며, 각주마다 사무소가 설치되어 있어 관련 업무를 처리 하며, 주요 항구, 공항, 국경 지역에도 인력이 배치되어 제품 수입과 수출 위생 및 검역을 담당하고 있다.

ANVISA 관리 대상 품목에 따라 27개 부서로 나뉘며, 이 가운데 인증 허가, 등록 위원회가 의료, 건강 및 미용제품, 식품, 화장품 등에 대한 인증 허가, 등록 업무를 담당한다. 제품의 샘플도 ANVISA 없이는 통관이 불가능 하다.

2. 대상 품목

ANVISA 인증이 필요한 분야는 크게 아래와 같이 나눌수 있다.

- 의료(의료장비, 의약품)
- 건강(보조식품)
- 화장품
- 식품
- 담배 등

의료 분야에서 의료기계장비,, 의료 및 치과 용품, 예방의약품, 진단용품, 질병치료용품, 재활치료 용품, 피임용품, 면역용 제품, 진단용 실험기구, 시약등이 포함된다.

ANVISA는 인증 대상 품목에 대해 아래와 같은 검사를 시행 한후 인증을 허가하게 된다.

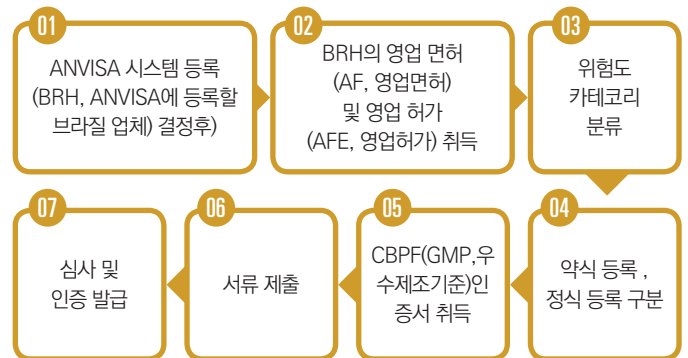
- 독성 물질 포함 여부
- 인화성 물질 포함 여부
- 생태계와 조화 여부
- 쓰레기(폐기물)등 오염이 의심되는 경우
- 세균 감염 여부
- 인체공학적 안전성 결여 여부
- 환경과 조화 여부
- 기계 정비 상태 및 노후 여부
- 규격의 불량 여부
- 에너지 전파 상태 및 파장의 종류
- 불필요한 물질, 에너지— 파장에 대한 보호 장치 여부
- 제품 사용 설명서 판독이 용이 한지 여부 등

3. 인증 절차

ANVISA 인증은 사업자 등록증(CNPJ)을 보유한 현지 업체가 아니면 취득이 불가능하다. 외국 기업은 현지 법인 설립 후 ANVISA에 등

록 하거나 현지 법정 대리인(수입업체등)을 통해서 취득이 가능하다. ANVISA 인증은 INMETRO 인증이나 ANATEL 인증과 달리 공식 지정 대행업체가 없어 전문 컨설턴트의 도움을 받는 것이 좋다.

〈 ANVISA 인증 절차〉



4. 인증 취득 기간 및 비용

인증 취득 소요 되는 기간과 비용은 제품에 따라 달라진다. 6개월에서 2-3년 걸리는 경우도 있으며, 비용은 수천 헤알에 수만 헤알까지 큰 차이가 있다.

비용은 직접 비용과 간접 비용으로 나뉘며, 직접 비용은 ANVISA 등록 시 납부 해야 하는 모든 수수료를 말하며, 간접 비용은 컨설팅 기관 이용료, 기술 책임 담당자 선임 비용, 임상 시험 비용등이다. 직접비용은 생산업체의 전년도 매출 규모에 따라 상이하다. 업체규모는 연간 매출액을 기준으로 36만~5천 헤알까지 6개 그룹으로 구분된다.

화장품과 의약품은 간접 비용이 천차 만별이다 임상 시험 수탁 기관에 따라 비용이 제각각이기 때문이다. 임상수탁 기관별로 임상시험 비용을 꼼꼼이 따져 보는 것이 중요하다.

예) 화장품

- 약식등록: 립스틱, 색조 화장품 인증 비용:약 1,000~15,000달러 / 15일(서류완비시)
- 정식등록: 선크림, 유아용품, 기능성 화장품등 : 약 5,000~125,000달러 / 약 6개월~3년

5. 현지 컨설팅 기관

- Latini & Associados : www.latini.com.br
- Emergo Group : www.emergogroup.com
- SGS Brasil : www.sgsgroup.com.br

(출처: 코트라 상파울루 무역관)

세계 최대 화장품 소비지역 “남미를 주목하라”

– 브라질, 멕시코, 콜롬비아 뷰티 박람회, 한국 유일 마케팅 파트너 IBITA –



2018년도 브라질 뷰티페어 박람회 전경



(사) 국제뷰티산업교역협회 IBITA (이사장 윤주택)는 9월 8일부터 브라질 상파울루 Expo Center Norte에서 개최한 ‘2018브라질 뷰티 페어 (Beauty Fair 2018)’에 정부지원 한국관을 구성하였다. 올해에는 12개 기업이 참가를 하여 4일간 K-Beauty의 위상을 높였다.

‘2018 브라질 뷰티 페어’는 브라질 뿐 아니라 미주(美洲) 통틀어 최대 규모를 자랑하는 박람회로, 올해에도 주최측 8만 5천여 제곱미터에 1천 개 이상 참가사와 14만 5천여명 참가객이 참가했다. 브라질에 진출한 유수의 글로벌 브랜드 및 자국 유명 브랜드들이 대규모 독립부스로 참여하여 현지 최종소비자들을 대상으로 한 적극적인 제품시연·판촉·세미나·경연행사가 동시다발적으로 진행 되었으며, 4일간의 전시기간 동안 브라질 전역에서 뷰티살롱 오너, 헤어 디자이너, 네일 샵 오너 등 업계 종사자들이 전세버스를 대절하여 방문하였다.

특히 브라질은 파워블로그들의 인기가 연예인 못지 않아 대형 브랜드에서 인기 파워 블로거들을 4일간 초대하여 블로거를 보기 위해서 팔로우들이 줄을 서서 기다리는 진풍경을 볼 수 있었다.

전시는 비즈니스 섹터·프로페셔널 섹터·에스테틱섹터·네일섹터·국제관섹터 총 다섯 개 구획에서 진행되며, 한국관은 국제관 섹터에 위치했다.

특히 비즈니스 섹터에서는 현지 대형 브랜드에서 도소매 상담을 진행하는 상담장을 만든 대형 부스들이 많았다. 주최측에서도 사전 바이어 매칭등을 통해 전시장내 바이어 미팅을 할수 있는 부스를 꾸며 예년에 비해 점점 B2B로 발전 하는 모습을 볼수 있었다.

화장품·필러, 헤어 브로쉬, 네일제품 등 다양한 품목이 참가하였으며 4일간 상담결과 향후 계약 가능 금액이 약 6,500달러의 큰 성과를 거두었다.

브라질은 지리적으로 한국과 정 반대에 위치해 있으며 자국산업보호를 위한 복잡한 관세 및 통관절차 등으로 인해 우리 중소기업들이 시장진출에 많은 애로사항을 겪어왔다. 그러나 남아메리카 대륙의 경제 중심국으로서 2억 인구의 거대한 자체 내수시장 외에도 인접국에 미치는 파급력

측면에서 반드시 진출해야 할 차기 신흥시장으로 손꼽히는 국가다.

또한 브라질 시장의 가능성을 높이 평가하여 세계 최대 주최사인 코스모프로프에서 2019년 브라질 전시회의 해외 참가사 유치를 담당 할것 이라고 한다.

특히, 최근 중국시장으로의 진출이 어려워짐에 따라 거대한 남미시장이 거론 되고 있는데 그중 가장 이슈로 떠오르는 브라질은 주목할만한 시장임이 분명하다.

국제뷰티산업교역협회에서는 브라질을 비롯하여 2018년 10월 3일 ~ 7일(5일간) 콜롬비아 보고타에서 열린 2018 뷰티 & 헬스 박람회에 협회관을 주관하였으며, 2018년 10월28일 ~ 30일 멕시코 멕시코시티에서 열리는 2018 뷰티 엑스포에 정부지원 한국관을 주관하였다.

(사)국제뷰티산업교역협회는 브라질, 멕시코, 콜롬비아 전시회의 한국 단독 대표부로 꾸준한 신흥 시장 개척을 통해 명실상부 남미지역 화장품 종합 전문 박람회를 주관하고 있다.

(사)국제뷰티산업교역협회에서는 2019년 새로운 시장으로 진출을 계획하고 있다면 ‘한류의 파급력으로 K-Beauty의 관심이 높은 남미시장으로의 진출을 적극 추천 한다’고 말했다.

(사)국제뷰티산업교역협회에서는 2019년 브라질 뷰티페어, 2019 콜롬비아 뷰티&헬스 2019 멕시코뷰티엑스포에 참가사를 모집중이니 관심 있는 기업은 아래의 연락처로 연락 하면 정보를 받을 수 있다.

(문의: IBITA 해외전시팀 02-6268-2606)



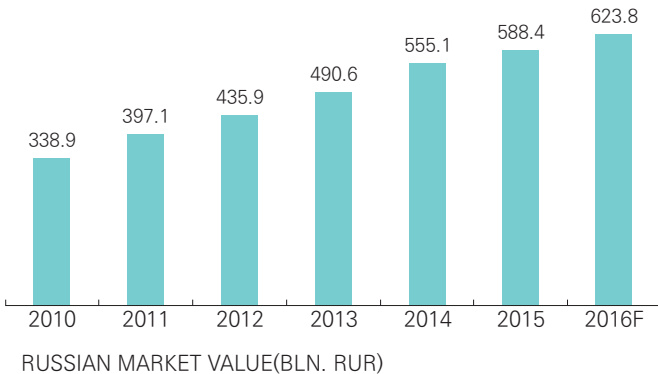
2018 브라질 뷰티페어 정부지원 한국관 전경

러시아 뷰티시장, 지금이 진출 적기

- 국내 제품의 판로 확대를 위한 뷰티 전문박람회 참가하기 –
– 2019 interCHARM professional 박람회, 한국업체 120개 사 참가 예상 –

〈러시아 뷰티산업 규모 및 주요 트렌드〉

- Stable or Slightly decreased pace of retailers' sales revenue growth
- Decreased demand for premium products, with increased demand for middle-market and mass-market products. Nevertheless, lipstick effect is still possible
- Increased retail prices of perfumery and cosmetics due to increased prices of imported products and raw materials and exchange rates
- Acceleration of market development in Russian regions
- Further strengthen the influence of specialized and single-brand boutiques on natural cosmetics and increased sales of cosmetics in drugstores



러시아 뷰티산업은 2015년 말 기준 5880억 루블(환율 1달러=75루블)로, 동유럽 최대 규모이며, 지난해에는 증가세가 다소 낮아진 6%에 그쳤으나 이는 경기침체의 여파로 분석되며, 향후 시장 성장세가 지속될 것으로 전망된다.

시장조사 업체 RBC에 따르면, 러시아 뷰티산업은 분야별로 향수류가 23%로 최대 규모를 보이고 있으며, 스킨케어(22.6%), 모발케어(19.2%), 메이크업(15.4%) 순으로 시장이 형성되어 있고 현재 시장의 화두는 천연성분의 친환경 제품과 안티에이징(Anti-Aging)제품 수요의 증가를 꼽을 수 있다.

최근 러시아 소비자들 사이에 웰빙 트렌드가 확산되면서 화장품을 고를 때도 가격요소와 함께 허브, 미네랄 등 천연재료를 활용한 친환경 제품을 선호하는 추세가 뚜렷해지고 있다고 하며, 전문가들에 따르면 친환경 상품 수요는 향후 최소 5년간 연간 약 7~8%대의 높은 성장세를 보일 것으로 전망하고 있다.

최근 들어 화장품이 인기를 끄는 원인은 위와 같이 러시아 소비자들의 트렌드가 한국 제품과 맞아 떨어진 맥락에서 해석될 수 있으며, (사)국제뷰티산업교역협회 관계자에 따르면, 한국 화장품 업체들이 러시아 및 CIS, 동유럽 지역을 타깃으로 열리는 interCHARM Professional 박람회에 많은 관심과 꾸준히 전시회 참가를 통해 바이어 및 디스트리뷰터를 만나 현지화 전략을 적극적으로 구사하여 시장 점유율을 높이기 위



2018 러시아 추계 인터참 interCHARM Professional KOREA-IBITA관에 참가한 업체들

해 노력하였기 때문이라고 전했다.

사단법인 국제뷰티산업교역협회(IBITA)도 2019년 interCHARM 시리즈(봄:interCHARM Professional Saint Petersburg 2019, 춘계:interCHARM Professional 2019, 추계: interCHARM 2019)에 KOREA-IBITA관을 꾸려 본격적으로 러시아 지역을 겨냥한 업체들의 수출판로 개척을 위해 지원을 아낌없이 보낼 것이라고 했다.

‘인터참’은 양적으로, 질적으로 볼로냐, 상하이, 광저우, 홍콩, 라스베이거스에서 열리는 세계 5대 화장품·뷰티 박람회에 미치지 못한다. 하지만 러시아를 포함한 CIS 지역이 새로운 개척 시장으로 인식되면서 ‘인터참’은 ‘코스모프로프 북미 라스베이거스’에 버금가는 규모로 성장하고 있다. 지난해 ‘인터참’을 찾은 관람객은 39개국의 6만 9864명으로 오히려 라스베이거스를 능가하는 수준. 올해의 경우 ‘2018 인터참 춘계 박람회’에 세계 37개국의 1174개 브랜드가 참가했는데, 이 가운데 500개 이상의 업체가 새롭게 문을 두드렸다. ‘인터참’의 성장세와 역동성을 단적으로 확인할 수 있는 부분이다.

러시아 화장품 유통업계 관계자는 “아모레퍼시픽과 LG생활건강을 비롯한 한국 화장품업체들은 보다 적극적으로 러시아 시장에 진출할 필요가 있다. 지금은 한국 화장품을 원하는 소비자들은 꾸준히 늘어나고 있는데, 정작 원하는 제품을 구입할 수 없는 경우가 대부분인 상황이다. 러시아는 한국 화장품업체에게는 기회의 땅이다. 오랫동안 고민할 필요가 없다. 두드리는 자에게 성공의 열매가 주어질 것”이라고 말했다.

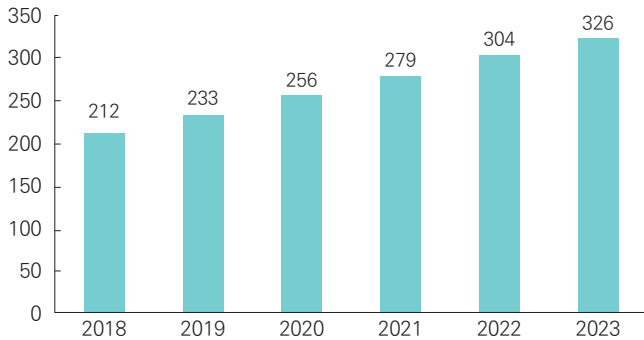
(사)국제뷰티산업교역협회 (윤주택 이사장)는 ‘2018 러시아 모스크바 인터참’의 열기를 이어가고자 2019년에 열리는 인터참 시리즈(interCHARM Professional Saint Petersburg, interCHARM Professional April, interCHARM October) 모두 참가할 계획이다.

(문의: IBITA해외전시팀 02-6268-2606)

중국 마스크팩 시장을 주목하라

— 2023년 300억 위안 전망 … 고속 성장 유지 —

2018~2023 중국 마스크팩 시장 판매액 예측(단위: 억 위안)



고속 성장 추세가 유지될 것으로 전망되는 중국 마스크팩 시장에 주목해야 한다는 제언이 나왔다. (사)국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장은 '중국 마스크팩 시장동향'에 대한 최근 보고서를 통해 "중국 화장품 소비자들의 요구를 만족시키기 위한 다원화된 마스크팩 산업 발전이 필요하다"며 이같이 제언했다.

중국 산업연구원에 따르면 중국 마스크팩 시장은 소비자들의 사용습관과 소비 관념이 더욱 명확해지면서 빠른 성장 추세를 보이고 있으며 규모는 2023년 300억 위안에 이를 것으로 전망되고 있다.

2017년 마스크팩 판매액은 191억 위안에 이르고 전년 대비 5% 성장했으며 스킨케어 시장의 10%를 차지하고 있다.

보고서는 이같은 마스크팩 시장의 성장에 대해 여성 소비자들의 의식 변화에 따른 중·고급 마스크팩 제품에 대한 소비 증가를 원인으로 꼽았다. 한국 마스크팩은 2012년 8400백만 달러에서 2017년 15억 달러로 수입액이 증가했으며 중국내 마스크팩 수입액 1위를 기록하고 있다. 최근 남성 스킨케어 제품 소비가 매년 성장하고 있는 만큼 남성 마스크팩 시장을 개척하는 것이 현명할 것이라는 설명이다.

보고서는 한국 화장품 업체의 출시 제품에 대한 장기적인 발전계획 수립의 필요성도 강조했다.

한국 화장품 업체는 신제품을 출시한 후 기존 제품에 대한 홍보가 지속되지 않고 있으며 대리상들이 한 제품을 대량 구입한 후 신제품이 출시되면 기존 제품에 대한 홍보가 되지 않아 판매가 어려운 상황이 발생한다는 것이다.

(사)국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장은 "고속 성장 추세가 유지될 것으로 전망되는 중국 마스크팩 시장에 대한 수요 분석에 따른 공략이 필요하다"며 "소비자 요구와 만족을 위한 다원화된 전략이 필요하다"고 말했다.

(사)국제뷰티산업교역협회(IBITA)는 2019년 춘/추계 중국 광저우 국제 미용박람회, 하계 중국 상하이 국제 미용박람회 함께할 참가사들을 모집중에 있다. 동 전시회는 300,000sqm에 규모에 참관객들만 910,000명으로 중국에서 열리는 뷰티 전시회중 가장 큰 규모이다. 4,000여개사 이 전시회는 한 주회사에서 3개 전시회를 같이 진행하기 때문에 중국에서 열리는 Cosmoprof라고 칭할 정도로 큰 규모의 전시회이다.

(문의: IBITA해외전시팀 02-6268-2606)



2018 추계 중국 광저우 국제 미용 박람회 한국관 전경

(사)국제뷰티산업교역협회 주관 2019 상반기 전시회 일정 ③

2019 두바이 뷰티월드 박람회(04.15-04.17)

- 장소: 아랍에미레이트, 두바이
- 규모: 62개국, 1,700개사 참가, 38,000여명 참관('18년 기준)
- 전시품목: 화장품, 스킨케어, 에스테틱, 스파, 화장품 원료, 부자재, 패키징, OEM/ODM 등 뷰티종합품



2019 러시아 춘/추계 인터참 미용박람회(04.18-04.20/10.23-10.26)

- 장소: 러시아, 모스크바
- 규모: 42,000sqm, 1,200개사 참가, 69,000여명 참관('18년 기준)
- 전시품목: 화장품, 스킨케어, 에스테틱, 스파, 화장품 원료, 부자재, 패키징, OEM/ODM, Eco화장품 등 뷰티종합



UAE ESMA 한국 대표부 IBITA가 전하는 중동 할랄 인증 업체지원 진행

- IBITA-ESMA MOU체결 그 후 ... 미래 유망시장으로 부상 중인 할랄 시장 개척을 위한 준비 -
- 분기별 UAE 할랄 컨퍼런스 및 포럼 개최 진행 -



UAE-ESMA 표준측량청장 압둘알마에니와 KOREA-IBITA 국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장



MOU체결 이후 미팅 진행

할랄 관련 전문가에 따르면 “2020년까지 세계 할랄 시장은 2,271조원 성장 예상”되며, “‘할랄’하면 제일 먼저 떠오르는 식품에서는 가공육, 인스턴트 제품, 건강 보조식품이 유망”하고, 식품외에도 “의약품, 화장품, 물류, 관광 등 시장이 다변화되고 있는 상황에도 주목해야 한다”고 설명했다.

현재 통용되는 할랄 인증의 종류는 많으나 각 인증의 규격 상세가 상이한 것이 문제로 지적되고 있어, 이슬람 협력기구(OIC)는 할랄기준의 국제통일규격을 만들기 위해 움직이고 있다. 그러나 회원 각국의 할랄 주도권 쟁탈전으로 인해 할랄의 국제표준규격 제정은 난항을 겪고 있으며, UAE의 경우 2014년부터 모든 식품에 에미리트 표준측량청(ESMA)의 할랄상표 등록을 의무화할 것이며, 위반할 경우 할랄인증을 취소할 것으로 알려졌다.

(사)국제뷰티산업교역협회(이하 “IBITA”) 윤주택 이사장은 지난 3월 표준측량청(Emirates Authority For Standardization & Metrology, 이하 “ESMA”) 과 상호 무역발전을 위한 마케팅에 관해 양해각서(MOU)를 체결하였고, 압둘알마에니(Abdulla Abdelqader Almaeeni) 청장은 “아랍에미리트(UAE) 표준측량청 ESMA의 한국 단독 대표부 사무실을 IBITA 사무실에 두기로 결정했다”고 전했다.

IBITA 윤 이사장은 지난 2015년도에는 UAE 표준측량청(ESMA)초청 화장품 할랄(HALAL)인증 설명회를 개최한 바 있으며, “실효성 있는 수출 지원을 위해 대한민국 화장품·뷰티산업·농식품분야 할랄 인증 및 수출을 지원할 수 있도록 가교 역할을 충실히 하겠다”고 발표했다.

한편, 할랄 시장에 진출하기 위해서는 제품 인증에 뿐만 아니라 할랄 제품 소비자 분석을 통한 니즈 파악 또한 놓쳐서는 안될 것이다. 관련 중동 및 아프리카 지역의 전시에 관심이 있는 기업은 (사)국제뷰티산업교역협회와 글로벌무역진흥원으로 문의하면 된다.

(문의: IBITA & KBITA & GTDA 해외전시팀 02-6268-2606, 02-6275-2477, 02-6673-9600)

UAE 할랄인증

■ UAE 할랄인증기관

- 연방표준청(EMSA)

홈페이지 : <http://www.esma.gov.ae/en-us>

■ 할랄인증 및 할랄국가검인(HNM)획득을 위한 절차

- 신청서 제출 : 제조업자/무역업자는 ESMA 홈페이지를 통해서 다음을 첨부하여 온라인 신청서를 제출
 - 신청서 (홈페이지에서 다운로드)
 - 유효한 산업/거래 라이선스
 - 판매회사 및 제조공장 약도
 - 적합성 신고
 - FSMS(식품안전관리규격)/GMP(우수제조기준)/GHP(우수위생기준) 또는 QMS(품질관리기준) 효과적 이행 증거
 - 수수료
- 현장 평가
 - 신청서 검토 후, ESMA는 현장 평가를 통해서 시설 및 제품이 관련 UAE 기준을 준수하는지 검증
 - ESMA와 지원자는 시정조치 및 영업중지 기간을 합의
 - 지원자는 시정조치를 ESMA에 제출하여 검토
- 인증 및 HNM 사용 라이선스 발행
 - 할랄제품 및 그 요건에 대한 UAE 규제를 완전히 준수하면, ESMA는 할랄국가검인(Halal National Mark, HNM)을 해당 공장에 주고 등록 제품에 할랄 인증을 발행
 - 인증된 공장들은 HNM을 해당 제품에 부착해야 함
 - 관리감독 평가는 시장 모니터링 또는 공장 감사가 수행
 - 인증 유효기간은 3년



메이크업인(MakeUP in) 박람회 시리즈

– Los Angeles, Shanghai, Seoul, Paris, New York, Sao Paulo –

(사)국제뷰티산업교역협회 IBITA, 한국 단독 마케팅 파트너로 협약

5 SHOWS, 5 UNMISSABLE BUSINESS OPPORTUNITIES

MakeUp inTM is a world of its own within the Beauty industry. A world where you can see suppliers, brands and trend setters coming together in mythical venues where creativity, trends and innovations are never lagging behind and are the cutting-edge of make-up and skincare actors in the world.

Each MakeUp in show is a unique place where you can find from Alpha to Omega, every piece of a make-up and skin-care product and make your own line, advised and guided by the savoir-faire of the most qualified experts in the beauty industry, being suppliers of formulation, ingredients, packaging, full service and accessories. Whatever your project is, you can find the best contact.

The success of the shows and the reason why so many exhibitors are eager to join the adventure is that it's an easy and user-friendly event: efficiency and quality are the key worlds here. Participants can meet all the current and relevant influencers in the industry alongside young entrepreneurs: juniors and seniors are gathered and conduct business, thus contributing to the dynamism of this ever-changing univers.

WHY SEOUL?

Korea has been becoming THE place to be in the Asian make-up industry thanks to all the new Asian actors!

Indeed, Korea is at the forefront in all high-tech sectors and innovation is part of a culture and philosophy revolving around progress. A reputation that has largely crossed the borders of this country regularly visited by consumers and manufacturers from all over the world, the first coming from China and Japan during every weekends, the others from Europe and the United States several times a year, in their quest for the new product!

The 5th edition of MakeUp in Seoul in last April was an amazing experience. We had the chance to welcome 32 of the main players in the formula, ingredients, accessories and packaging industries.



Makeup in Paris 담당자 Ms. Adriana Rodriguez 와 IBITA 윤주택 이사장

With almost 3.000 visitors and a huge increase of visitors from Japan, Russia and Singapore, followed by India, Philippines, Brazil, UAE, Austria, Belgium, Hungary, Sweden and Afghanistan, the latest edition in Seoul has been totally international with a breaking record of 29 visiting countries.

Another breaking record was also set with 62% of those visitors being Marketing, Product Development and R&D Managers from brands!

MakeUp in Seoul was again an amazing opportunity to take part into the active growth of the Asian market, renewed in 2019 for the 6th edition!

INNOVATION FIRST!

The Innovation Tree has become a staple of the show. Its aim is to spotlight key innovations in terms of ingredients, textures and formulas. The Tree displays the innovations selected by committee experts out of all the exhibitors' submitted products. Some of them will even premiere at the show! The innovations selected in each MakeUp in show embody the latest market trends and the whole concept relies on the synergies between the intuitions, skills and expertise of the key actors of the industry.

The Innovation Tree, as a standout physical tree in the venue, represents the life within the Beauty world: the birth of new ideas every seconds, the growth of disruptive and incremental innovations, interweaving of the strong bonds between the key actors. This representation holds a special place in the shows that accompanies and is involved in the process of bringing to the world the newest creations of the exhibitors.

FOOD FOR THE BRAIN

As part of shows' animations, the conferences have become a big part of the life of "MakeUp in" as they bring rich and awaited content to the participants. Thanks to accurate benchmark and a strong worldwide network, all the key subjects of the Beauty market are tackled during the conferences of the shows! Trends, information about the market, new ideas, millenials, formulation, packaging, success stories, brands... to name a few!

During the 2018 editions, in Los Angeles, Seoul, Shanghai, Paris and New York, the conferences' audience reached above 1 400 attendees with 25 expert speakers in average per show that is to say 7000 attendees with 125 speakers for the 5 shows!. Not only the conferences are captivating and instructive but also totally free!

관련 문의사항은 한국마케팅 단독 파트너인 IBITA로 문의하면 된다.

(문의: IBITA 해외전시팀 02-6268-2606)



유럽연합 REACH 규정이 화장품의 유럽 수출에 미치는 영향

- IBITA 유럽인증 EU 진출 위해 기업 최우선 지원 시스템 가동 -

REACH 규정(EC No 1907/2006)은 유럽연합내에서 유통되는 화학물질의 안전성을 보장하기 위해 발표되었다. 화장품의 원료로 사용되는 화학물질 또한 REACH 규정을 준수해야 함에 따라, 유럽으로 화장품을 수출하고자 하는 화장품 브랜드도 해당 규정이 미치는 영향을 이해해야 한다.

REACH 란?

Regulation, Evaluation, Authorization, and Restriction of Chemicals의 약자로, EU 내에서 유통되는 화학물질의 등록, 평가, 허가, 제한을 하는 화학물질관리제도이다. ECHA (화학물질청)에 등록되지 않은 화학성분이 포함된 제품을 유럽연합 내에 유통하는 것은 불법이다. 다만, 수입업자당 연간 1톤 이하의 화학물질(혼합물 및 완제품 내 화학물질 포함)은 REACH에 등록하지 않아도 유통이 가능하다.

1. 화장품 브랜드의 의무

REACH 규정에 따르면, 화장품 브랜드는 하위 사용자이다. 화학성분을 등록하는 것은 화학성분 제조업자의 의무사항이다. 각각의 화학성분 제조사가 성분을 등록해야 하며 이는 다른 업체가 같은 성분을 이미 등록하였더라도 이와 무관하게 제조사별로 등록해야 한다. 화장품 브랜드는 유럽 판매용 제품의 전성분 중 화학성분이 모두 REACH에 등록되었음을 확인해야 한다. 즉, 화장품 브랜드가 각 원료사에 연락하여 REACH 등록 여부를 확인하고, 원료사는 화학물질 원료사에 연락하여 이를 확인해야 한다는 뜻이다. 이론적으로 REACH에 해당 화학물질이 등록되어있는지 여부는 온라인상으로 확인이 가능하다. 그러나 REACH 등록이 주로 서비스 제공자(Only Representatives)에 의해 진행되어, 제조업체명만으로는 온라인 상 검색이 확인이 어렵다. 제품 내에 REACH에 미등록된 화학성분이 포함되어 있을시, 법적으로는 화장품 수입업자에게 모든 책임이 있으며 법적 의무사항이 주어진다. 당국에 의해 고소를 당하는 것 또한 수입업자이다. 결과적으로 REACH의무사항은 제조업자인 반면, 문제 발생시 모든 책임은 결정 권한이 없는 하위 사용자 수입업자가 지는 것이다.

여기에 예외 조건이 있다. 한 수입업자가 수입하는 화학성분이 연간 1톤 이하라면, REACH에 미등록되었더라도 수입이 가능하다. 다만, 같은 화학물질(혼합물 및 화학물질이 들어있는 완제품 포함)을 수입자가 1톤 이상 수입시, 해당 화학물질은 REACH규정에 의해 등록이 되어 있어야 한다. 현실적

으로 제한된 허용량을 초과하는 경우가 다반사이며, REACH 규정에 면제 받는 경우는 극히 드물다. 화학물질 한개에 대한 등록비용이 3만~10만 유로임을 감안할 때, REACH 규정에 누락된 제품을 수입하려는 수입업체는 없을 것이다. 따라서 수입업체는 수입전 해당 화장품이 REACH규정에 맞는지 여부를 입증하도록 화장품 브랜드에 요구할 수 밖에 없다. 즉, 화장품 브랜드는 EU 수입 및 유통업체에 제품이 REACH에 등록된 원료만을 사용한 제품임을 증명할 수 있어야 한다.

2. 시급성

규칙은 간단하다. REACH규정에 등록된 원료만을 사용했다는 증명이 없으면, 시장에 판매하지 못한다. 즉, REACH에 등록되지 않은 성분이 포함된 제품은 EU에 판매하지 못한다는 뜻이다. 유럽내에서 제조 혹은 유통되는 성분이라면, 대규모 사용 화학성분이 2010, 2013년에 등록되었으며, 화장품에 사용되고 있는 대부분의 화학물질이 2018년 5월 31일 등록 마감일 이전에 등록되었을 것이다. 현재 유럽내에서 판매되고 있는 화장품의 화학원료 중 REACH에 등록되지 않은 성분이 포함되어 있다면 이는 불법이며, 수입업자에게 모든 책임이 있다.

3. EU 수출에 확실하게 대비하기 위한 방법

화장품 브랜드와 같이 최종 성분 사용자는 모든 원료 공급자가 화학성분 원료를 등록 완료 했는지 여부를 확인하기에 한계가 있다. 따라서 추천하는 것은 제품별 REACH 확인 서비스를 제공하는 전문가를 찾는 방법이다. 완제품 제조사가 모든 화학성분이 REACH에 등록되어 있는지 파악하지 못할 수도 있다. 이러한 경우, 전문가는 각각의 원료 제조사에 컨택하여 원료 사용에 대한 상세 정보를 확인하게 된다. 이러한 확인 과정에 소요되는 시간은 제품의 전성분 수, 제품 타입, 원료사 상황 등 각각의 제품에 따라 다르다. 제품 성분 분석 후, REACH 규정에 맞지 않는 화학성분 발견시 이에 대응할 수 있는 적절한 방안을 마련해야 한다.

(작성: BIORIUS COO, Dr. Fred Lebreux)

유럽인증 관련 자세한 사항은 단독 마케팅 파트너인 IBITA에 문의하면 된다.
(문의: IBITA & GTDA 해외전시팀 02-6268-2606, 02-6673-9600)

(사)국제뷰티산업교역협회 주관 2019 상반기 전시회 일정 ④

2019 태국 아세안 뷰티박람회(05.02-05.04)

- 장소: 태국, 방콕 BITEC
- 규모: 8,000sqm, 320개사 참가, 15개국 12,500여명 참관('18년 기준)
- 전시품목: 화장품, 스킨케어, 에스테틱, 스파, 화장품 원료, 부자재, 패키징, OEM/ODM, Eco화장품 등 뷰티종합



2019 터키 이스탄불 뷰티 박람회(06.20-06.22)

- 장소: 터키, 이스탄불
- 규모: 33개국, 300개 사 참가, 11,000여명 참관('18년 기준)
- 전시품목: 화장품, 스킨케어, 에스테틱, 스파, 화장품 원료, 부자재, 패키징, OEM/ODM, Eco화장품 등 뷰티종합



터키 화장품 시장 '17년 기준 약 35억 달러 수준, 매년 10% 내외 성장 지속중 BEAUTY EURASIA 2019 박람회 참가를 통한 터키 시장 진입 필요

- 한국산 화장품 수입량 매년 30% 이상 확대 중 -
- 마스크팩 위주로 K-beauty 제품 시장 진입, BB, CC크림 등 기능성 제품 인기 확대 -

최근 미국과 터키간 무역분쟁을 틈타 터키의 한국산 화장품 수입이 급증하고 있으며, 최대 한국산화장품 수입이 67.82% 증가할 것이라고 전망했다. 관세부과로 미국산 제품수입이 크게 줄어든 효과를 톡톡히 누리고 있는 것이다.

미국은 올해 3월, 수입산 철강 및 알루미늄 제품에 대한 추가관세 부과를 발표했고, 이에 대응해 터키도 6월에 미국산제품 22개 품목군에 3억 달러 규모의 추가 관세를 부과하였고, 8월 15일 기존 추가관세 부과 미국산 품목군에 대해 또 한번의 추가 관세 부과를 발표했다.

이에 따라 최대 140%에 달하는 2차에 걸친 미국산 22개 품목에 대한 추가 관세부과로 한국산제품은 FTA 혜택 등으로 동일 품목군에 대해 0~25%만의 관세가 부과되어 한국산 화장품의 경우 390만 8608달러에서 655만 9573만달러로 67.82% 터키내 수입이 증가했다고 볼 수 있다. 현지 무역업체 관계자는 이 같은 상황은 '한국산 화장품 제품의 시장점유율을 늘리는 기회로 작용될 것'이라고 전했다.

이 틈을 타 터키 현지에서는 K-beauty 제품에 대한 강한 붐이 불고 있으며, 터키 내 인기있는 한국 제품은 Watsons 판매량 기준, BB크림, CC크림 등 기능성 제품이 3위내에 올랐으며 그 외에 마스크팩, 토닉제

품이 10위권 내 포진 중에 있다.

올 해 2018년 (사)국제뷰티산업교역협회IBITA (이하 윤 주택 이사장)는 터키에서 가장 크게 열리는 '2018년 Beauty Eurasia 박람회'에 한국 화장품 유망 업체 20개사를 데리고 정부지원 한국관을 꾸려 참가를 하였고, 실질적인 바이어 미팅을 통해 모든 참가사가 고루 양질의 성과를 이루어 성공적으로 끝마쳤다고 전했다.

이 같은 성과는 터키 시장이 아직도 매력적인 시장임이 분명하며, 한국업체 분들과 미팅을 한 현지 유통사말에 의하면 한국은 기초화장품 및 기능성화장품이 가격 대비 품질이 매우 우수하고, 아기자기한 포장과 디자인으로 터키 소비자들에게 더 효율적으로 매력을 어필할 수 있는 것 같다고 전했다. IBITA 관계자는 현지 뷰티시장 진출을 희망하는 한국 화장품 업체는 2019년 터키 뷰티유라시아 박람회를 통해 현지 시장을 확인하고, 바이어미팅을 통해 서로의 니즈를 파악하는 것이 제일 중요하다고 했으며, 앞으로도 고속 성장세가 보이는 블루오션 지역 해외 유망 박람회 문의 사항은 (사)국제뷰티산업교역협회 IBITA 해외전시사업팀으로 문의하면 된다.

(문의: IBITA해외전시팀 02-6268-2606)

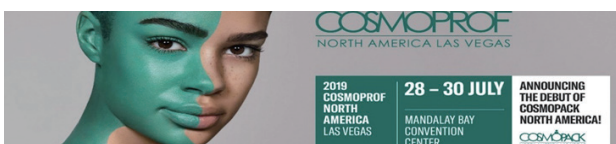


2018 터키 뷰티 유라시아 한국관 전경

(사)국제뷰티산업교역협회 주관 2019 상반기 전시회 일정 ⑤

2019 북미 라스베이거스 코스모프로프 박람회(07.28-07.30)

- 장소 : 미국, 라스베이거스
- 규모 : 45개국, 1,320개 사 참가, 40,000여명 참관('18년 기준)
- 전시품목: 화장품, 스킨케어, 에스테틱, 스파, 화장품 원료, 부자재, 패키징, OEM/ODM 등 뷰티종합



2019 브라질 뷰티페어 박람회(09.07-09.10)

- 장소 : 브라질, 상파울로
- 규모 : 18개국, 1,100개 사 참가, 150,000여명 참관('18년 기준)
- 전시품목: 스킨케어 및 메이크업 제품, 바디용품, 네일, 헤어, 향수, 스파용품, 의약품, 미용기기, 에스테틱&뷰티살롱, 원료, 포장 등



2019년 해외유망박람회 IBITA/KBITA 단독 주관 전시안내

월	연번	전시회명	개최기간	진행상황	품목
1	1	베트남 하노이 뷰티케어 엑스포 BEAUTYCARE EXPO	01. 09 ~ 01. 12	KOREA-IBITA관 10개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	2	일본 뷰티 & 헬스 박람회 Health & Beauty Goods Expo	01. 30 ~ 02. 01	20개사 모집중 (KBITA)	화장품 · 뷰티 종합
2	3	상트페테르부르크 인터참 프로페셔널 Saint Petersburg Intercharm Professional	02. 07 ~ 02. 08	KOREA-IBITA관 10개사 모집	에스테틱 전문 · 뷰티 종합
	4	두바이 여성 라이프 스타일 박람회 Woman's World	02. 21 ~ 02. 23	15개사 모집중 (KBITA)	화장품 · 뷰티 종합
3	5	두바이 마이 뷰티 페스트 Dubai My beauty Fest	03. 09 ~ 03. 10(예정)	20개사 모집중 (KBITA)	화장품 · 뷰티 종합
	6	춘계 중국 광저우 미용 박람회 China International Beauty Expo (Spring)	03. 10 ~ 03. 12	KOREA-IBITA관 30개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	7	이태리 볼로냐 코스모프로프 Cosmoprof Worldwide Bologna	03. 14 ~ 03. 17	KOREA-IBITA관 200개사 모집 '정부지원 유망전시 IBITA 단독확정'	화장품 · 뷰티 종합
	8	두바이 피부미용 전문 박람회 Dubai Derma	03. 18 ~ 03. 20	KOREA-IBITA관 60개사 모집	에스테틱 전문 · 뷰티 종합
	9	인도네시아 헤어 엑스포 Hair Expo Indonesia	03. 21 ~ 03. 23	KOREA-IBITA관 15개사 모집	헤어종합
	10	멜버른 뷰티 엑스포 Beauty Expo Melbourne	03. 23 ~ 03. 24	12개사 모집중	화장품 · 뷰티 종합
	11	말레이시아 뷰티 비즈니스 Beauty Business Malaysia	03. 25 ~ 03. 27	참가사 모집중 (KBITA)	화장품 · 뷰티 종합
	12	인도네시아 뷰티케어 & 메디케어 Indo Beauty Expo / Indo Medica & Optical	04. 04 ~ 04. 06	KOREA-IBITA관 15개사 모집 '2016 KOTRA지원 단독수행'	메디컬케어 · 뷰티 종합
	13	독일 쾰른 피트니스 산업박람회 FIBO Global Fitness	04. 04 ~ 04. 07	KOREA-IBITA관 15개사 모집	뷰티 종합
4	14	런던 천연유기농제품 무역박람회 Natural & Organic Product Expo London	04. 07 ~ 04. 08	KOREA-IBITA관 10개사 모집	에스테틱 · 뷰티종합
	15	두바이 뷰티월드 Beauty World Middle East	04. 15 ~ 04. 17	KOREA-IBITA관 40개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	16	중국 베이징 건강산업박람회 China International Health Industry Expo	04. 17 ~ 04. 19	한국관 50개사 모집	헬스의료 · 뷰티 종합
	17	춘계 러시아 모스크바 인터참 interCHARM	04. 18 ~ 04. 20	20개사 모집중	화장품 · 뷰티 종합
	18	이란 뷰티 & 클린 박람회 Iran Beauty & Clean	04. 26 ~ 04. 29(예정)	KOREA-IBITA관 30개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	19	태국 아세안 뷰티 박람회 ASEAN Beauty	05. 02 ~ 05. 04	KOREA-IBITA관 50개사 모집 (KBITA)	화장품 · 뷰티 종합
5	20	하계 상하이 국제 미용 박람회 China International Beauty Expo (CIBE)_Summer	05. 06 ~ 05. 08	60개사 모집중	화장품 · 뷰티 종합
	21	호주 헤어엑스포 Hair Expo Australia	06. 08 ~ 06. 10	KOREA-IBITA관 10개사 모집	헤어종합
6	22	이태리 밀라노 더마 박람회 World Congress of Dermatology Milan	06. 11 ~ 06. 14	KOREA-IBITA관 참가사 모집중	에스테틱 · 뷰티 종합
	23	터키 이스탄불 유라시아 박람회 Beauty Eurasia	06. 20 ~ 06. 22	KOREA-IBITA관 25개사 모집 '2018 KOTRA지원 공동수행'	화장품 · 뷰티 종합
	24	일본 헬스 & 뷰티 박람회 Health & Beauty Goods Expo Summer	06. 26 ~ 06. 28	KOREA-KBITA관 10개사 모집	헬스케어 · 뷰티 종합
7	25	북미 라스베이거스 코스모프로프 Cosmoprof North America	07. 28 ~ 07. 30	KOREA-IBITA관 50개사 모집 '정부지원 유망전시 IBITA 단독확정'	헬스케어 · 뷰티 종합
	26	베트남 의료산업 박람회(호치민) Medi pharm Expo in Hochiminh	08. 01 ~ 08. 03	참가사 모집중 (KBITA)	헬스의료 · 메디컬 종합
8	27	호주 시드니 뷰티 엑스포 Beauty Expo Australia	08. 24 ~ 08. 25	KOREA-IBITA관 20개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	28	중국 추계 광저우 뷰티 박람회 China International Beauty Expo (Autumn)	09. 02 ~ 09. 04(예정)	KOREA-IBITA관 30개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
9	29	브라질 뷰티 페어 박람회 Beauty Fair	09. 07 ~ 09. 10	KOREA-IBITA관 15개사 모집 '2018 정부지원 IBITA 단독수행'	화장품 · 뷰티 종합
	30	터키 이스탄불 뷰티 & 웰니스 쇼 Beauty Wellness Show Istanbul	09. 19 ~ 09. 22	KOREA-IBITA관 10개사 모집	에스테틱 · 뷰티 종합
	31	폴란드 국제 뷰티 박람회 Beauty days Poland	09. 20 ~ 09. 22	KOREA-KBITA관 20개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
10	32	터키 뷰티 이스탄불 박람회 Beauty Istanbul	10. 02 ~ 10. 04	참가사 모집중 (KBITA)	화장품 · 뷰티 종합
	33	콜롬비아 뷰티 & 헬스 박람회 Bogota Beauty and Health	10. 03 ~ 10. 07(예정)	KOREA-IBITA관 15개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	34	필리핀 뷰티 프로페셔널 Beauty Professional Philippines	10. 22 ~ 10. 24(예정)	KOREA-IBITA관 10개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	35	추계 러시아 모스크바 인터참 interCHARM	10. 23 ~ 10. 26	KOREA-IBITA관 30개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	36	뷰티월드 사우디아라비아 Beauty World Saudi Arabia	10. 27 ~ 10. 29	KOREA-IBITA관 10개사 모집 'KOTRA지원 IBITA 단독수행 확정'	화장품 · 뷰티 종합
	37	멕시코 뷰티 엑스포 Expo Beauty Show	10. 27 ~ 10. 29	KOREA-IBITA관 30개사 모집 '2018 KOTRA 지원 IBITA 공동수행'	화장품 · 뷰티 종합
11	38	태국 인코스메틱스 아시아 in-cosmetics Asia	11. 05 ~ 11. 07	KOREA-IBITA관 15개사 모집 '2018 KOTRA지원 IBITA 단독수행'	원재료 종합
	39	태국 코스메틱스 뷰티 & 헬스 COSMEX Beauty & Health	11. 05 ~ 11. 07	KOREA-IBITA관 25개사 모집	화장품 · 뷰티 종합
	40	터키 이스탄불 화장품 원료 박람회 Cosmetics & Homecare Ingredients	11. 07 ~ 11. 09	KOREA-IBITA관 10개사 모집	원재료 종합
	41	홍콩 코스모프로프 아시아 Cosmoprof Asia	11. 13 ~ 11. 16(예정)	KOREA-IBITA관 50개사 모집 '2018 KOTRA 지원 통합수행'	헬스케어 · 뷰티 종합
12	42	싱가폴 피부미용전문박람회 Asia Derma	12. 05 ~ 12. 07(예정)	KOREA-IBITA관 10개사 모집 '2018 주빈국으로 한국 선정'	에스테틱 · 뷰티 종합
	43	베트남 의료산업 박람회(하노이) Medi pharm Expo in Hanoi	12. 06 ~ 12. 08(예정)	20개사 모집중 (KBITA)	의료기기 · 뷰티 종합

