

POTENȚIALUL DE SPECIALIZARE INTELIGENTĂ ÎN DOMENIUL COSMETICĂ ÎN REGIUNEA Nord-Vest

Seria „Rapoarte privind
ecosistemele regionale de inovare”

Autori:
Elena Simion, Alexandru Dinu

Editori ai seriei de rapoarte:
Raluca Săftescu, Radu Gheorghiu,
Bianca Dragomir, Marius Mitroi, Adrian Curaj

Cuprins

SERIA “RAPOARTE PRIVIND ECOSISTEMELE REGIONALE DE INOVARE”	2
SPECIALIZAREA INTELIGENTĂ CA PROCES	3
PRECIZĂRI METODOLOGICE	4
REZULTATELE ANALIZEI REGIONALE.....	7
A. Explorarea potențialului domeniului Cosmetica de a deveni specializare inteligentă în regiunea Nord Vest.....	7
B. Analiza multicriterială.....	12
REMARCI FINALE.....	16
NOTĂ DE ÎNCHEIERE ȘI MULȚUMIRI	17
BIBLIOGRAFIE:	18

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

Seria “Raportare privind ecosistemele regionale de inovare”

Prezentul raport a fost elaborat în cadrul proiectului „Dezvoltarea capacității administrative a MCI de implementare a unor acțiuni stabilite în Strategia Națională de Cercetare, Dezvoltare tehnologică și Inovare 2014-2020.”, cod SIPOCA 27, implementat de *Ministerul Cercetării și Inovării* în parteneriat cu *Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, Cercetării, Dezvoltării și Inovării* și *Institutul Național de Cercetare Științifică în domeniul Muncii și Protecției Sociale (INCSMPS)* în perioada august 2016 - iulie 2019 și co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă (POCA).

Documentul face parte dintr-o serie de rapoarte care au ca scop identificarea și analiza bazată pe evidențe a unor domenii în cadrul cărora se pot ulterior defini nișe de specializare inteligentă la nivelul fiecărei regiuni. Procesul, început în 2017 prin editarea, în decembrie, a două rapoarte pentru fiecare regiune (disponibile pe www.uefiscdi.ro, secțiunea Proiecte instituționale - POCA), a fost adâncit prin continuarea cercetării exploratorii cu analiza a 3-5 domenii și/sau subdomenii granularitatea unor micro-ecosisteme locale de inovare.

Aceste rapoarte au avut la baza o metodologie comună, atât pentru faza de identificare a domeniilor, cât și pentru cea de analiză (vezi secțiunea Aspecte metodologice).

Domeniile care fac obiectul acestor rapoarte nu sunt restrictive, ci reprezintă baza unei conversații la nivelul actorilor de inovare din regiune. Miza acestei conversații este ca actorii regionali și naționali:

- să identifice în cadrul acestor domenii relativ mari un set restrâns de nișe de specializare, care să le permită avansul substanțial în cadrul unor lanțuri globale de valoare adăugată.
- să identifice complementarități de interese și abilități, care să reprezinte baza unor colaborări efective.
- împreună cu autoritățile responsabile de finanțarea în domeniul CDI să definească instrumente suport adecvate.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

Specializarea inteligentă ca proces

„Specializarea inteligentă” reprezintă stindardul politicii industriale europene. Redusă la esență, specializarea inteligentă vizează concentrarea resurselor financiare și a altor mecanisme de sprijin într-un număr limitat de domenii prioritare în care regiunile pot concura cu succes pe piețele internaționale.

La baza procesului de specializare inteligentă se află „descoperirea antreprenorială” - un proces bazat pe dovezi (*evidence-based*), participativ și iterativ (repetat periodic) de identificare, la nivel regional, a domeniilor cheie de competitivitate. Acestea urmează să fie susținute financiar în special prin scheme de sprijin pentru inovare. La nivel european, finanțarea pentru specializări inteligente pentru ciclul 2014-2020 este de aproximativ 120 mld euro, ceea ce face din această politică cel mai mare experiment de politică industrială din istorie (Radošević et al., 2016).

Acest demers se bazează pe ideea că *regiunile* „dețin cunoașterea despre sistemele locale de inovare și pot mobiliza actorii economici către un scop comun” (EC, 2012, p.12). Ca atare, noua politică industrială păstrează în plin plan forțele pieței și ale antreprenoriatului privat, acordând guvernelor „rolului strategic și de coordonare în sfera productivă dincolo de simpla asigurare a dreptului de proprietate, a respectării acordurilor contractuale și a stabilității macroeconomice” (Rodrik, 2004, p.3).

În România a avut loc în 2013 un amplu proces participativ (www.cdi2020.ro), care a dus la identificarea unor priorități de specializare inteligentă la nivel național. Prioritățile au fost incluse în *Strategia Națională de Cercetare, Dezvoltare și Inovare 2014-2020*. În același timp, majoritatea regiunilor și-au elaborat strategii regionale de inovare (RIS3) pentru ciclul de finanțare care se încheie în 2020.

Continuarea demersului de descoperire antreprenorială, prin definiție unul care se desfășoară iterativ, este extrem de importantă în vederea revizuirii periodice a priorităților identificate. Revizuirea este necesară atât datorită oportunităților economice și tehnologice emergente și dinamicii economiilor locale, cât și în urma experienței câștigate în cadrul priorităților finanțate. Este de așteptat ca o bună parte din revizuire să ducă la adâncirea specializării, prin definirea mai clară a unor nișe care permit o poziționare superioară în lanțurile globale de valoare adăugată.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

Descoperirea antreprenorială are, în afară de rezultatele din planul politicilor publice, beneficii importante de proces: actorii inovativi locali sunt stimulați să exploreze opțiuni strategice și soluții de colaborare. Prea adesea, specializarea inteligentă este înțeleasă ca fiind primordial sau chiar exclusiv asociată unei liste de priorități în finanțarea publică prin fonduri structurale. Prin demersul acestui proiect, se încearcă în primul rând crearea unei culturi a dialogului de descoperire antreprenorială la nivel regional și național. Acest dialog pleacă de la motivațiile strategice ale actorilor economici și de cercetare, de la nevoile lor de colaborare și duce, în final, la adecvarea periodică a instrumentelor de sprijin care le sunt destinate.

Precizări metodologice

Raportul de față reflectă analiza informațiilor culese în perioada ianuarie 2018-august 2018, prezentând dinamica dezvoltării domeniului Cosmetică la nivelul regiunii Nord Vest. Documentul urmărește să ofere evidențe pentru explorarea în adâncime a potențialului domeniului Cosmetică de a deveni specializare inteligentă la nivel regional.

Metodologia de colectare și analiză a datelor s-a fundamentat pe baza a șapte criterii: importanța domeniului în economia regională, piața, intensitatea de inovare în domeniu, disponibilitatea resurselor umane calificate în domeniu, valorificarea unor resurse locale (altele decât cele umane, dacă este cazul), nivelul de colaborare între actorii din domeniu, gradul de sofisticare tehnologică. Cercetare a cuprins trei etape principale:

- (a) pornind de la rezultatele analizei din 2017, au fost clusterizate zonele de activitate a stakeholderilor și au fost analizate date statistice și din surse secundare ¹ pentru a identifica domenii și/sau subdomenii cu potențial competitiv la nivelul de granularitate al unor micro-ecosisteme locale de inovare
- (b) a fost extins procesul de mapare al stakeholderilor ecosistemului regional de antreprenariat și inovare: companii cu activități inovative, investitori și finanțatori, organizații suport (facilitatori), universități și institute de cercetare-

¹ Alte anchete și studii anterioare vizând dinamica dezvoltării regionale elaborate de organizații naționale de profil (e.g. Agențiile de Dezvoltare Regională) și de Comisia Europeană

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

dezvoltare, organizații cu rol catalizator, reprezentanți ai societății civile, autorități publice relevante în domeniu.

(c) Înțelegerea dinamicii și a potențialului domeniului X a fost aprofundată prin interviuri semi-structurate cu reprezentanți din mediul antreprenorial.

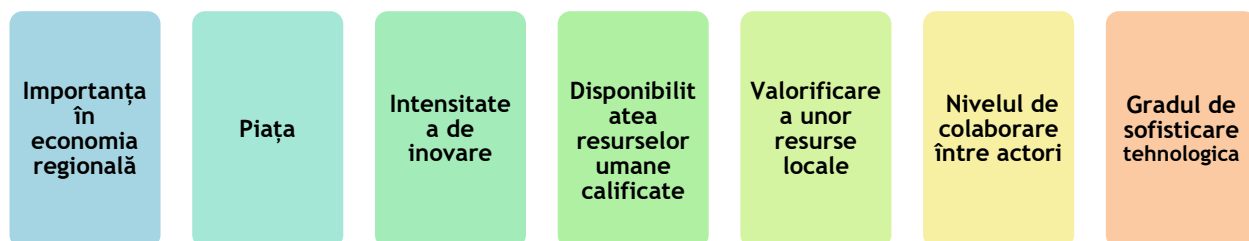


Figura 1. Criterii folosite pentru analiza domeniilor selectate

Informațiile cantitative și calitative colectate sunt redată în cadrul acestui raport sub formă de argumente ce ilustrează dinamica economică și potențialul de inovare ale domeniului Cosmetică. Argumentele prezintă informații privind elementele care sprijină sau frânează dezvoltarea sectorului, tendințele regionale, naționale și europene și existența unor eventuale evenimente disruptive/ unice cu impact asupra evoluției domeniului.

Argumentele în sine au fost supuse unei prime analize/ evaluări individuale, realizată de către autorii acestui raport concretizată într-un scor de importanță, marcat pe scala 0 - (+) 5 ce sugerează cât de puternic contribuie factorul respectiv la îndeplinirea criteriului și la dezvoltarea domeniului. Este important de menționat că scorul nu reflectă relevanța argumentelor, ci lipsa de activitate (0) sau evoluții în acord puternic cu tendințele internaționale (5).

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

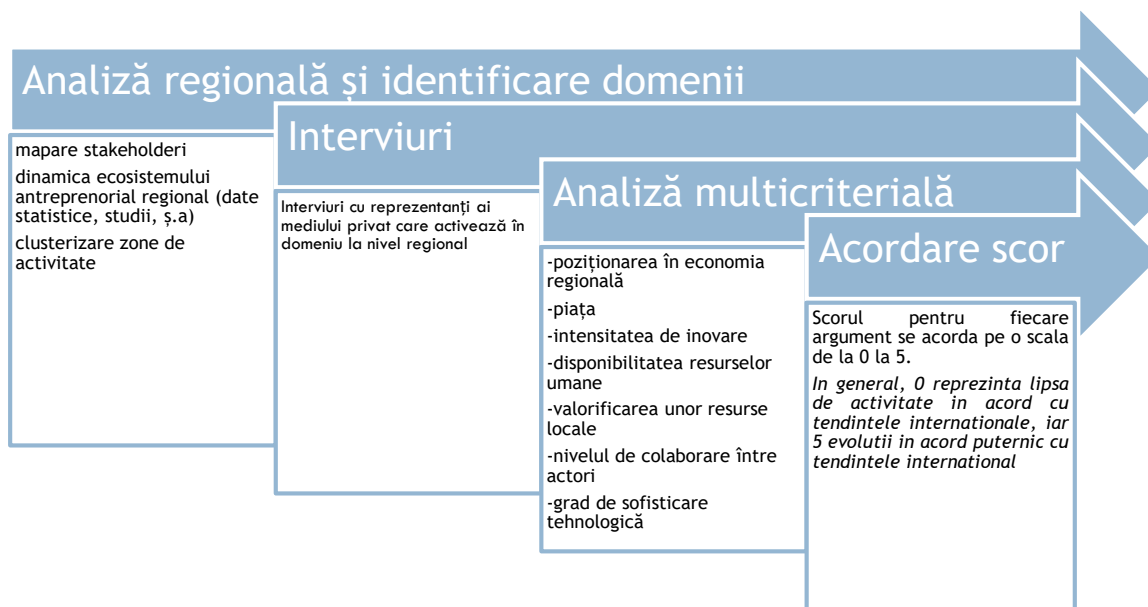


Figura 2: Etapele analizei domeniilor

În acord cu particularitățile cercetării exploratorii, prin intermediul acestui raport s-a cules o serie de informații pentru o mai bună înțelegere a contextului regional și pentru identificarea zonelor care permit concentrarea resurselor și sunt în acord cu orientarea generală a economiei regionale, dar și în linie cu tendințele europene și internaționale.

Prin metodologia aleasă, documentul permite cercetări viitoare, păstrând totuși rigurozitatea metodologică internă.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

Rezultatele analizei regionale

A. Explorarea potențialului domeniului cosmetică de a deveni specializare inteligentă în regiunea Nord Vest

Domeniul și istoria sa pe plan local

Definirea domeniului

Piața produselor cosmetice sumarizează o serie de produse definite ca un amestec de substanțe chimice comercializate în general cu scopul de a spori aspectul sau mirosul corpului uman. În categoria produselor cosmetice se încadrează orice substanțe sau preparate destinate să fie puse în contact cu diferite părți externe ale corpului uman (epidermă, păr, unghii, buze, ochi etc) sau dinții și mucoase ale cavității orale, având în principal scopul de a le curăța, parfuma, de a le schimba aspectul, de a corecta mirosurile corpului, de a le proteja sau de a le menține în stare bună. Atunci când vorbim despre clasificările specifice activității economice, produsele cosmetice sunt încadrate în codul CAEN 2042: Fabricarea parfumurilor și a produselor cosmetice (de toaletă).

Dimensiunea domeniului (pe plan local)

Industria cosmetică a jucat și joacă un rol extrem de important în economia regiunii Nord vest, iar acest lucru se datorează, mai ales prezenței unor jucători importanți din industrie prezenți în regiune (a se vedea secțiunea Actori de business). Alături de elemente de specificitate cum ar fi tradiția, branduri recunoscute internațional, accesul facil la plante medicinale și existența apelor geotermale reprezintă avantaje competitive ale acestui domeniu în regiunea Nord Vest.

Referitor la importanța domeniului în regiune, în 2017, în NV există 302 întreprinderi care activează în domeniul cosmeticii (15,9% din totalul național de întreprinderi din domeniu). Aceste întreprinderi angajează aproape 3000 de angajați (13,9% din total național) și au o cifră de afaceri totală de peste 60 milioane de lei. (ADR, 2017, p. 92).

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

Actori de business

Din punct de vedere strategic, dinamica industriei se încadrează pe trend puternic crescător, folosirea produselor din industria cosmetică fiind în strânsă legătură cu un comportament axat pe o viață sănătoasă, comportament adoptat de un număr tot mai mare de consumatori. Un român cheltuie în medie 250 de lei pe an pe produse cosmetice, în creștere față de 2015 cu 55% (Agerpres, 2017, p.1).

Din punct de vedere competitiv, industria cosmeticii prezintă bariere mari de intrare a noilor jucători pe piață, bariere datorate în primul rând investițiilor mari inițiale necesare. Astfel de investiții sunt prohibitive pentru firmele de tip start-up, astfel că piața de cosmetice din regiune este dominată exclusiv de jucători mari (Cosmetic Plant, Proplanta, Plantextrakt, Etera Prod, Transvital cosmetics, Apiland, Ecovera, Marcman, Phenalex, Hypericum, Lavanda, Biomedicus, ZL Manufactura, Organic Shea, Farmplant, Loftiness), iar cel mai important din țară (cu capital strict românesc) fiind FARMEC SA. Aceasta din urmă continuă și acum producția începută în urmă cu mai bine de 120 de ani într-un mic laborator din Budapesta. Farmec este astăzi cel mai mare producător român de cosmetice, iar produsele sale ajung în Japonia, Canada, Irak, Kuwait, Iordania și în multe țări europene. (Vlad, Adina, 2018) Farmec a înregistrat în ultimii trei ani (2015-2018) o creștere de 36% a vânzărilor pe piața externă, pe fondul implementării unor politici comerciale pentru partenerii străini, dezvoltarea de produse adaptate particularităților anumitor piețe de desfacere, cât și a extinderii portofoliului de produse. (Bellu, Cristina, 2018, p.1).

Dominanța jucătorilor mari a făcut ca aceștia să își permită să investească în inovare, iar rezultatele se pot vedea prin prisma premiilor internaționale obținute de Cosmetic Plant, Farmec, Phenalex. De exemplu Crema antirid de zi BIOLIV ANTIAGING produsă de Cosmetic Plant a obținut în 2015 *High Quality Trophy (Trofeul International al Înaltei Calități)* și, pentru al treilea an consecutiv, marele premiu Grand Gold Award în cadrul World Quality Selections 2015, cel mai important concurs internațional de calitate a produsului din lume organizat de către Monde Selection. (Laszlo, Simona, 2015, p.1).

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

Actori non-business

Activitatea de cercetare-dezvoltare este intensă în acest domeniu, în NV astfel că există entități publice de CDI, entități de învățământ cu activitate de CDI care sunt preocupate de dezvoltarea acestei industrii, fiind generate o serie de brevete de aceste entități, cât și de către firmele din domeniu. (ADR, 2017, p. 93).

În 2017, ca urmare a colaborărilor dintre mediul universitar și privat din NV, Facultatea de Medicina și Farmacie Iuliu Hațieganu din Cluj Napoca a luat decizia înființării unui master în Cosmetologie care să pregătească specialiști în domeniu. (Moldovan, Mirela, 2018).

Performanțe deosebite

Un potențial de dezvoltare a domeniului din prisma specializării inteligente este utilizarea de către companiile din industria cosmeticii a unor tehnologii noi cu potențial revoluționar și de diferențiere mare. Printre noile tehnologii ce pot fi folosite se numără nanomaterialele, nanotehnologiile, biotehnologiile, fotonica (în special în faza de producție a lanțului valoric).

De asemenea, exploatarea unor oportunități existente pe piețe în plină ascensiune, cum ar fi nutricosmeticele (hidratarea și îngrijirea pielii din interior), dezvoltarea chimiei verzi, găsirea unor soluții la provocarea referitoare la îmbătrânirea pielii (telomeri, cardiolipină, fitoceramide etc). De exemplu, Farmec a lansat în 2018 o gamă nouă de cosmetice decorative. Gama de cosmetică decorativă a Farmec a fost dezvoltată pe baza ingredientelor active, printre care acidul hialuronic, pudra de diamant sau Vitamina E, cu beneficii recunoscute precum hidratare, protecție, rezistență îndelungată și matifiere. (Economic, 2018, p.1).

Un alt potențial este reprezentat de dezvoltarea turismului de frumusețe în regiunea Nord Vest (în regiune există tradiție în acest domeniu, iar atuurile regiunii sunt cunoscute la nivel internațional - branduri regionale, resurse naturale: plante medicinale, apa geotermală și resursele balneare exploatate la Băile Felix și 1 Mai)

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

Contextul internațional (Dinamica globală a domeniului)

Piața globală a produselor cosmetice este așteptată să acumuleze peste 1700 miliarde de lei până în 2022, înregistrând un CAGR (*compound annual growth rate - rată medie de creștere anuală a unei investiții într-o perioadă determinată de timp, mai mare de un an*) de 4,3% în perioada de prognoză 2016-2022. (Cosmetics Europe, 2018).

În Europa referitor la piața produselor cosmetice, Germania a consumat cea mai mare cantitate de produse cosmetice în 2016, ajungând la aproximativ 63 miliarde de lei. Aceasta au fost urmată de Franța și Marea Britanie, la 53 miliarde de lei și, respectiv, 52 miliarde de lei. România se situează pe poziția 13 în acest top, cu aproximativ 6 miliarde de lei. Industria cosmeticelor prezintă o creștere tot mai mare pe piețele europene, valorile atât din Europa de Est, cât și din Europa de Vest crescând de la an la an. Valoarea de piață a produselor cosmetice și de îngrijire personală în Europa de Vest a ajuns la aproximativ 392 miliarde de lei în 2017 și e prognozată să crească cu încă 12 miliarde lei până în 2018. Acest număr este semnificativ mai mare decât în țările est-europene datorită piețelor mai mari și populațiilor mai bogate. În est, valoarea de piață pentru 2018 a fost estimată la 108.5 miliarde de lei.

În 2017, cele mai căutate produse cosmetice din Europa erau produse pentru îngrijirea pielii, reprezentând o valoare de 97.3 miliarde de lei. Produsele pentru îngrijirea părului au fost categoriile de produse clasate pe locul al doilea și al treilea, cu valori de piață de 92.3 miliarde de lei și, respectiv, 69.75 miliarde de lei. (Statista, 2018, p.1).

Printre trendurile internaționale cele mai puternice în domeniul cosmeticii se numără: proteze solide care conțin un raport fix al filtrelor UVB și UVA; adoptarea sporită a produselor ecologice și naturale; progresele științifice în gestionarea transpirației; cercetarea celulelor stem care ajută la tratarea pielii la nivel molecular, concentrându-se asupra protecției ADN epidermice; o nouă înțelegere a plăcii dentare ca un biofilm tridimensional permițând astfel dezvoltarea unei noi generații de produse de igienă orală pentru combaterea plăcii dentare, îmbunătățirile majore în metodele analitice permit o mai bună cunoaștere și utilizare a ingredientelor naturale; tehnologii

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

inovatoare anti-îmbătrânire folosesc keratina pentru a repara și reconstrui structurile de păr îmbătrânite. (Cosmetics Europe, 2018).

În România, referitor la profitabilitate, în ultimii 7 ani (2010-2017) la nivel national, pentru firmele de cosmetice și parfumerie, profitabilitatea a crescut de la 207 milioane lei în 2009 la 258 milioane lei în 2015, cu un ascendent puternic în 2016. Cifra de afaceri din Romania din piața produselor cosmetice și de parfumerie a depășit 5,5 miliarde lei în 2016, dar nu și-a atins potențialul maxim (dacă în România o persoană cheltuie în medie anual 250 de lei pe produse cosmetice, în țări din Europa de vest, cum ar fi Franța, suma cheltuită anual e de 4-5 ori mai mare) (Statista, 2018, p.1).

Principalul jucător din România este Interbrands Marketing & Distribution SRL, care a raportat, în 2015, o cifră de afaceri de 731,3 milioane de lei. Topul importatorilor este completat, la mare distanță, de L'Oréal Romania SRL (283,7 mil. lei), Colgate-Palmolive Romania SRL (249,1 mil. lei), Beiersdorf Romania SRL (215,5 mil. lei), Sarantis Romania SA (204 mil. lei) și Johnson Wax SRL (171,5 mil. lei afaceri în 2015). (Statista, 2018, p.1).

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII

UE fiscdi
INOVARE ȘI CREATIVITATE

UNITATEA EXECUTIVĂ
PENTRU FINANȚAREA
ÎNĂLȚĂMANTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII



B. Analiza multicriterială

Criterii	Argumente	Surse date	Scor	Medie Criteriu
C1. Importanța domeniului în economia regională	În regiunea NV, în 2017, există 302 întreprinderi care activează în domeniul cosmeticii. Adică 15,9% din totalul național de întreprinderi din domeniu	Documentul cadru pentru strategia de specializare inteligentă Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest, 2017, p. 93	4	4.25
	În 2017, aceste întreprinderi angajează aproape 3000 de angajați, adică 13,9% din total național și au o cifră de afaceri totală de peste 13 milioane de euro.	Documentul cadru pentru strategia de specializare inteligentă Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest, 2017, p. 93	5	
	Rata de concentrare a arătat că un număr mic de companii controlează o parte semnificativă a pieței din regiunea Nord-Vest. Exista un jucator mare, important - Farmec	Documentul cadru pentru strategia de specializare inteligentă Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest, 2017, p.93	3	
	Farmec din Cluj-Napoca continuă și acum producția începută în urmă cu mai bine de 120 de ani într-un mic laborator din Budapesta. Farmec este astăzi cel mai mare producător român de cosmetice, iar produsele sale ajung în Japonia, Canada, Irak, Kuwait, Iordania și în multe țări europene.	articol historia.ro, 2016, p.1	5	
C2. Piața	În ultimii 7 ani, la nivel național, pentru firmele de cosmetice și parfumerie profitabilitatea sectorului a crescut de la 207 milioane lei în 2009 la 258 milioane lei în 2015, cu un ascendent puternic în 2016	Studiu KeysFin, 2017, p. 1	3	3.4
	Cifra de afaceri din Romania din piața produselor cosmetice și de parfumerie a depășit 5,5 miliarde lei în 2016, dar nu și-a atins potențialul maxim	Studiu KeysFin, 2017, p.1	3	

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

	Piața globală a produselor cosmetice este așteptată să acumuleze 429,8 miliarde de dolari până în 2022, înregistrând un CAGR de 4,3% în perioada de prognoză 2016-2022.	Studiu Statista, 2016, p.1	4	
	Principalul jucător din România este Interbrands Marketing & Distribution SRL, care a raportat, în 2015, o cifră de afaceri de 731,3 milioane de lei. Topul importatorilor este completat, la mare distanță, de L'Oréal Romania SRL (283,7 mil. lei), Colgate-Palmolive Romania SRL (249,1 mil. lei), Beiersdorf Romania SRL (215,5 mil. lei), Sarantis Romania SA (204 mil. lei) și Johnson Wax SRL (171,5 mil. lei afaceri în 2015).	Studiu KeysFin, 2017, p.1	3	
	Producătorul român de cosmetice Farmec a înregistrat în ultimii trei ani o creștere de 36% a vânzărilor pe piața externă, pe fondul implementării unor politici comerciale pentru partenerii străini, dezvoltarea de produse adaptate particularităților anumitor piețe de desfacere, cât și a extinderii portofoliului de produse.	articol zf.ro, 2018, p. 1	4	
C3. Intensitatea de inovare în domeniu	În regiune, industria are o intensitate tehnologică medie spre ridicată de unde pot fi dezvoltate produse cu o valoare adăugată mai ridicată, fiind însă caracterizată printr-un nivel de diferențiere scăzut, făcând astfel competiția dintre companii foarte ridicată	Documentul cadru pentru strategia de specializare inteligentă Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest, 2017, p.93	3	3
	Activitatea de cercetare-dezvoltare este intensă în acest domeniu, în NV astfel că există entități publice de CDI,	Documentul cadru pentru strategia de specializare inteligentă Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest, 2017, p. 93	3	

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII

UE fiscdi
INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE

UNITATEA EXECUTIVĂ
PENTRU FINANȚAREA
INVATAMANTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

	entități de învățământ cu activitate de CDI care sunt preocupate de dezvoltarea acestei industrii, fiind generate o serie de brevete de aceste entități, cât și de către firmele din domeniu			
C4. Disponibilitatea resurselor umane calificate în domeniu	Înființarea unui master în Cosmetologie la Universitatea de Medicină și Farmacie Iuliu Hațieganu	http://www.umfcluj.ro/educatie-farma-ro/masterat-fa-ro/cosmetologie	4	4
	Existența în cadrul specializării de Biotehnologii de la Universitatea Babes-Bolyai a unui curs dedicat biotehnologiilor în cosmetică	http://bioge.ubbcluj.ro/wp-content/uploads/fise-discipline/spec-Biotehnologii-ind/obligatorii/Syl-Biotehnol-ind-cosmetica.pdf , p. 1	4	
C5. Valorificarea unor resurse locale (altele decât cele umane, dacă este cazul)	În regiune există tradiție în acest domeniu, iar atuurile regiunii sunt cunoscute la nivel internațional (branduri regionale, resurse naturale: plante medicinale, apa geotermală și resursele balneare exploatate la Băile Felix și 1 Mai)	Plan guvernamental pentru dezvoltarea turismului balnear, p. 5	4	4
C6. Nivelul de colaborare între actorii din domeniu	În momentul de față, nu există entități de transfer tehnologic acreditate în domeniu	Documentul cadru pentru strategia de specializare inteligentă Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest, 2017, p. 93	1	1.5
	SN PLAFAR SA împreună cu Universitatea de Științe agricole și Medicină Veterinară din Cluj Napoca pregătește crearea unui cluster dedicat valorificării plantelor în industrie	http://www.adrnord-vest.ro/Document_Files/Noutati-POR/00001757/cpgll_5.PLAFAR%20SA.pdf , p.7	2	
C7. Gradul de sofisticare tehnologica	Tratamentul cosmetic cu oxigen și-a făcut apariția și pe piața din Cluj. OxyJet Leo Tratamente este un cabinet de cosmetică deschis în luna septembrie, la Cluj, și este considerat unic în oraș prin spectrul tratamentelor pe care le propune	articol cluj.com, 2018, p.1	3	3.5

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII

UE fiscdi
INOVARIE ȘI CREATIVITATE

UNITATEA EXECUTIVĂ
PENTRU FINANȚAREA
ÎNVĂȚĂMANTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII





UNIUNEA EUROPEANĂ



**Instrumente Structurale
2014-2020**

	Farmec a lansat în 2018 o gamă nouă de cosmetice decorative. Gama de cosmetică decorativă a Farmec a fost dezvoltată pe baza ingredientelor active, printre care acidul hialuronic, pudra de diamant sau Vitamina E, cu beneficii recunoscute precum hidratare, protecție, rezistență îndelungată și matifiere.	stiridecluj.ro , 2018, p. 1	4	
--	---	---	---	--

Tabelul 1: Argumentarea detaliată a potențialului domeniului Cosmetică în regiunea Nord Vest

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII



UNITATEA EXECUTIVĂ
PENTRU FINANȚAREA
ÎNĂLȚĂMANTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Remarci finale

Potențialul domeniului Cosmetică de a fi specializare inteligentă este prezentat sintetic în Figura 3 și Tabelul 1 de mai sus.

Figura 3 prezintă evaluarea autorilor asupra argumentelor grupate pe cele șapte criterii specifice de analiză.

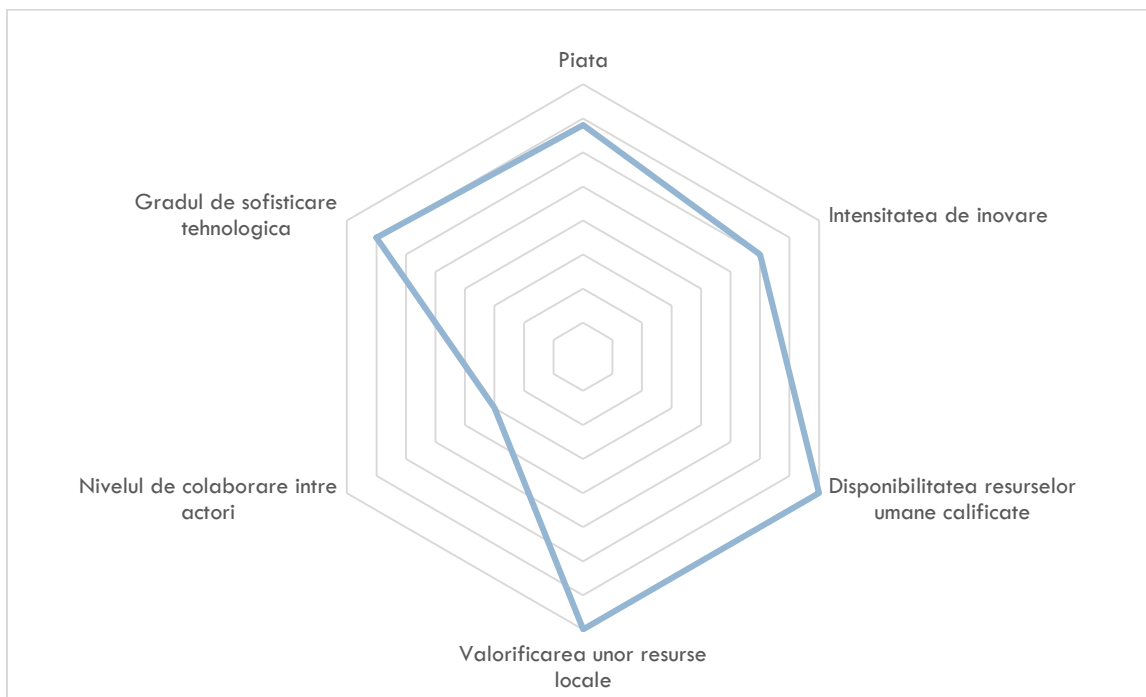


Figura 3: Evaluarea autorilor asupra argumentelor grupate pe cele șapte criterii specifice de analiză

Așa cum se observă, punctele tari ale domeniului sunt relaționate importanței domeniului în economia regională, în tip ce provocările sunt asociate dimensiunilor ce țin de colaborarea între actorii din domeniu.

În încheiere, este important de menționat că analiza răspunsurilor furnizate de către stakeholderii regionali intervievați a relevat că domeniul Cosmetică prezintă un avantaj competitiv regional prin tradiție, prin prezența firmelor mari, dar mai ales prin prezența unor resurse naturale importante.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII

UE fscdi
INOVARE ȘI CREATIVITATE

UNITATEA EXECUTIVĂ
PENTRU FINANȚAREA
INVATAMANTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Notă de încheiere și mulțumiri

Prezentul raport de analiză este menit a fi informativ pentru actorii din ecosistemul de inovare regional și a fundamenta procesul de descoperire antreprenorială, care vizează adâncirea cunoașterii privind domenii cu potențial de specializare inteligentă la nivel regional și național.

Astfel, analiza oferă evidențe dialogului de descoperire antreprenorială (workshopuri, consultări online), facilitând identificarea unor subdomenii în acord cu interesele specifice ale stakeholderilor, în care există potențial de avans pe lanțurile globale de valoare adăugată și în care există perspective de colaborare, în special între agenții economici și cei din mediul de cercetare, dezvoltare și inovare.

Echipa de implementare a proiectului „Dezvoltarea capacității administrative a MCI de implementare a unor acțiuni stabilite în Strategia Națională de Cercetare, Dezvoltare tehnologică și Inovare 2014-2020.”, cod SIPOCA 27, finanțat prin Programul Operațional Capacitate Administrativă (POCA) mulțumește reprezentanților mediului antreprenorial care au susținut demersul de analiză regională și au alocat timp în cadrul interviurilor și vizitelor de lucru.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII

UE fiscdi
INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE

UNITATEA EXECUTIVĂ
PENTRU FINANȚAREA
ÎNVĂȚĂMANTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII



Bibliografie:

Specializare inteligentă

EC (European Commission) (2012), Guide for research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS3);

Foray D. (2013), The economic fundamentals of smart specialisation, *Ekonomiaz* 83 (2), 55-78;

Gheorghiu R. Andreescu L, Curaj A., (2016), A foresight toolkit for smart specialisation and entrepreneurial discovery, *Futures* 80, 33-44;

Radosevic S., Curaj A., Gheorghiu R., Andreescu L., Wade I. (eds.) (2017), *Advances in the Theory and Practice of Smart Specialisation*, Elsevier;

Rodrik D. (2004), Industrial policy for twenty-first century, UNIDO Working Paper

Analiza domeniului

ADR, 2017, Documentul cadru pentru strategia de specializare inteligentă Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest, http://www.nord-vest.ro/wp-content/uploads/2016/08/Documentul-cadru-regional_11-04-2017.pdf, p. 93

Tilica, Oana, 2017, Cifra de afaceri a pieței produselor cosmetice, 5,5 miliarde lei; un român cheltuie 40 de euro anual pe cosmetic, <https://www.agerpres.ro/economie/2017/03/08/cifra-de-afaceri-a-pietei-produselor-cosmetice-5-5-miliarde-lei-un-roman-cheltuie-40-de-euro-anual-pe-cosmetice-15-29-25>

Vlad, Adina, 2018, Povestea Farmec Cluj-Napoca: produse din comunism la mare cautare si astazi, <https://www.historia.ro/sectiune/general/articol/povestea-farmec-cluj-napoca-produse-cosmetice-din-comunism-la-mare-cautare-si-astazi>

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Bellu, Cristina, 2018, Producătorul de cosmetice Farmec și-a majorat vânzările cu 36% pe piața externă, <https://www.zf.ro/companii/retail-agrobusiness/producatorul-de-cosmetice-farmec-si-a-majorat-vanzarile-cu-36-pe-piata-externa-17035383>

Business24.ro, 2015, O companie romaneasca, premiata cu aur pentru al treilea an consecutiv la Bruxelles, <http://www.business24.ro/companii/companii-romania/o-companie-romaneasca-premiata-cu-aur-pentru-al-treilea-an-consecutiv-la-bruxelles-1558667>

stiridecluj.ro, 2018, Farmec începe 2018 cu o premieră: lansarea gamei de cosmetică decorativă Gerovital Beauty (P), <http://www.stiridecluj.ro/economic/farmec-incepe-2018-cu-o-premiera-lansarea-gamei-de-cosmetica-decorativa-gerovital-beauty-p>

Statista, 2018, Compound annual growth rate (CAGR) of the halal cosmetics worldwide between 2015 and 2022 (in billion U.S. dollars), by segment*, <https://www.statista.com/statistics/794806/market-value-of-halal-cosmetics-worldwide/>

Statista, 2018, Consumption value of cosmetics and personal care in Europe in 2017, by country* (in million euros), <https://www.statista.com/statistics/382100/european-cosmetics-market-volume-by-country/>

Cosmetics Europe, 2018, Innovation and Future Trends in the cosmetics industry, <https://www.cosmeticseurope.eu/cosmetics-industry/innovation-and-future-trends-cosmetics-industry/>

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII

UE fiscdi
INOARE ȘI CREATIVITATE

UNITATEA EXECUTIVĂ
PENTRU FINANȚAREA
ÎNVĂȚĂMANTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă.

Editorul materialului: Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior a Cercetării Dezvoltării și Inovării

Data publicării: Septembrie 2018

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII

ue fisc di
INOVARE ȘI CREATIVITATE

UNITATEA EXECUTIVĂ
PENTRU FINANȚAREA
ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII

