



# Spanien

*nu-&-her mulighed  
på det spanske marked for  
miljørigtige hudplejeprodukter*

*oplæg  
til nordeuropæiske producenter*

## Miljørigtige plejeprodukter i Spanien

*Ingen blomster! Ingen svaner! – de miljørigtige plejeprodukter har endnu ikke fundet vej til den spanske forbruger. Men det ser ud til at ske nu. **En mulighed for nordeuropæiske producenter til at få fodfæste, inden det bryder løs.***



### Markedet pt.

I Spanien er miljørigtige plejeprodukter som cremer, shampoo, sæber, mv. stort set utilgængelige for forbrugeren og er kun tilgængelige i specialforretninger med priser, der kun retter sig til spidsen af forbrugersamfundet. Spanien er vel sagtens **10 år efter udvikling i Nordeuropa** hvad angår miljørigtige hverdagsprodukter. Det samme gør sig gældende for økologiske produkter, der ligeledes ikke har fundet vej til det spanske supermarkeder. Økologi hører til i specialforretninger, hvor fx friskvarer oftest befinder sig i "afdelingen for mangelvarer".

### Miljømærkning - ¿qué?

Miljømærkning som vi kender det fra bl.a. svanemærket i Danmark er endnu et ukendt fænomen blandt den brede forbrugerskare i Spanien med undtagelse af de EU-produkter med Ecolabel, der har banet sig vej til de spanske indkøbshylder. Blandt spanierne er der generelt endnu kun begrænset/ingen bevidsthed om parabeners, parfumen, farvestoffers og andre kemiske komponenters negative virkninger. Parfume er noget, der dufter godt og, parabener er et ord i den spanske fremmedordbog.



## Men tyren er ved at vågne...

Spanien er et af EU's sorte miljø-får og er fx det EU-land, der er længst fra Kyoto-protokollen. Den spanske regering afsætter således betydelige midler til energi og miljø gennem nationale investeringsplaner, ligesom der på flere fronter føres kraftig kommunikationsindsats overfor den spanske befolkning. Den økonomiske krise, som er særlig hård i Spanien, gør endvidere sit til, at spanierne er godt i gang med at bryde de forældede tankemønstre. "Renovar o Morir" (forny dig eller dø) er eksempelvis et af de slogans, der huserer pt. i den spanske forretningsverden.

## Og der sker noget...

... og det går hurtigt! Betaling for plastikposer i supermarkederne, gennemført infrastruktur til cykler i alle større byer, hjelm og sikkerhedssele i trafikken, affaldssortering, økologi og miljø helt fremme i daglig retorik – alle forhold som for bare 10 år siden var så godt som ikke-eksisterende i Spanien.

## ... på vej...

**Efterspørgslen\* på økologiske og miljørigtige hverdagsvarer er steget mærkbart de senere år**, selvom det ikke har været tilstrækkelig til at prikke hul på de spanske supermarkeder men dog nok til at specialforretningerne øger sit greb i det spanske marked. Her er mini-markedskæden, [Eco Veritas](#), et godt eksempel med åbning af 22 butikker siden 2002 – dog kun i Barcelona.

## Første produkt er på markedet

For få måneder siden lanceredes det første miljørigtige plejeprodukt på det spanske marked. Det var af mærket **Sanex**. De lancerede deodorant og bodyshampoo med parametrene: Ingen parabener, farvestoffer, etc. – endnu helt uhørt her på det spanske marked.

Sanex' markedsføringsindsats på denne serie er fortsat **relativt høj** med bl.a. **tv-spots på flere nationale kanaler i Spanien**. [Se Sanex' spanske bodyshampoo her](#).



### ***Er Sanex' indsats tegn på, at det spanske marked er klar?...***

Det er højst sandsynligt et spørgsmål om meget kort tid før de spanske forbrugere for alvor begynder at kigge sig om efter miljørigtige plejeprodukter. Og de veletablerede producenter særligt i Nordeuropa, herunder Danmark, vil takket være stordriftsfordele og et fin-smurt produktionsapparat stå stærkt overfor potentielle, spanske producenter.

*Der er med andre ord en **nu-og-her mulighed for nordeuropæiske producenter for at trænge ind på det spanske marked og slå rødder, før de indenlandske producenter får indstillet produktionsapparatet.***

### **Attraktivt marked?**

- indbyggertal på 46 mio.
- høj velstand\*,
- relativt højt forbrug\* på plejeprodukter
- øget efterspørgsel\* inden for miljørigtige produkter
- øget fokus\* på sundhed

... Spanien må betegnes som et attraktivt marked nu og her for nordeuropæiske producenter.

*\*Alle data underbygges med kildehenvisning i markedsanalyse (oplæg nedenfor)*

## Assistance til indtrængning i Spanien

*Jeg tilbyder assistance til danske og udenlandske producenter af plejeprodukter i forbindelse med indtrængning på det spanske marked.*

### Indtrængningsstrategi

En mulig indtrængningsstrategi på det spanske marked kunne være at indlede salg gennem indkøbskæder til apoteker og helsebutikker. Apoteker i Spanien minder om en kombination af et apotek og en matasbutik, som vi kender det i Danmark dog uden perfume-artikler, der sælges via *perfumerías*. På sigt og i takt med stigning i efterspørgslen, kan salgsindsatsen indsættes overfor større supermarkedskæder i Spanien. Her er fx supermarkedskæderne Carrefour og HiperCor (Corte Ingles' supermarked) mulige aftagere, idet de profilerer sig med konkurrenceparametre som 'miljø' og 'høj kvalitet'.

### Model for samarbejde

Modellen for samarbejde kan være, at jeg indleder kontakt/salg til ovennævnte, potentielle indkøbskæder (for apoteker, *perfumerías* og helsebutikker). De data jeg løbende indhenter via salgsarbejdet struktureres og indsættes i markedsanalyse.

Aflønning kan baseres på salgsprovision med mindre minimum til dækning af fx spansk oversættelse af salgsmateriale og markedsanalyse.

Vi kan indgå indledende prøve-periode på 3 måneder.

### Mål

Konkrete mål opstilles som del af vores samarbejdsaftale. Et kortsigtet mål kunne fx være, at jeg opnår etablering af salg til nævnte kæder på X afsætning inden for X måneder.

Kontakt mig for indledende samtale:

- Ring nu : (+34) 616 71 29 85
- Email: [carsten@contacto.dk](mailto:carsten@contacto.dk)