

NCV zestig jaar actief:

# "Synergie wordt steeds belangrijker"

De NCV, brancheorganisatie van fabrikanten en importeurs van cosmetica, viert dit jaar zijn zestigjarige bestaan. Maar alleen feest, champagne en taart wil de NCV liever niet. "We gebruiken dit jaar vooral om aandacht te vragen voor de onderwerpen waar de NCV mee bezig is", vertelt directeur Wouter Pfeifer.

De Nederlandse Cosmetica Vereniging werd opgericht in 1950 met een dertigtal bedrijven als lid. "Destijds waren brancheorganisaties er vooral op gericht om de afzet te regelen en te bevorderen", vertelt Pfeifer. "Dat was nodig, want het retailkanaal functioneerde toen nog niet zo goed als heden, dus daar was een rol voor de NCV weggelegd. Ook fungeerden we als wegwijzer voor nieuwe ondernemers - en dat doen we nog steeds. Verder waren we vroeger actief in marktontwikkende activiteiten, zoals het organiseren van beurzen: de oudgedienden in de branche herinneren zich misschien de Drophar nog, maar dat is zelfs voor mijn tijd. Dat soort activiteiten doen we niet meer omdat beurzen in de consumentenmarkt minder belangrijk zijn geworden, want bedrijven hebben steeds meer op accountniveau contact met hun afnemers."

## Maatschappelijk

Momenteel heeft de NCV tegen de honderd leden; het vertegenwoordigt daarmee circa 85 procent van de omzet van leveranciers in zowel drogisterijen als luxe parfumerieën, kapsalons en schoonheidssalons. "Het ledental wisselt nogal eens omdat er bedrijven fuseren of overgenomen worden, maar er komen ook voortdurend nieuwe ondernemers op de markt. En juist die zijn erg welkom, want die moeten goed op de hoogte zijn. Iedereen is welkom. Maar het zal duidelijk zijn dat als iemand zich niet aan wet- en regelgeving houdt, hij minder welkom is. En producenten van namaakproducten komen er ook niet bij. Maar verder is het denk ik een maatschappelijke plicht om iedereen toe te laten."

Het zestigjarige jubileum is voor de NCV reden tot een

feestelijke bijeenkomst in het najaar. "En verder gebruiken wij het jaar vooral om aandacht te vragen voor de onderwerpen waar de NCV mee bezig is."

## Gezamenlijk optrekken

En waar de NCV anno 2010 vooral mee bezig is, is de wet- en regelgeving rondom cosmetica, en maatschappelijke issues. "De NCV is voor veel leden niet meer weg te denken als spreekbuis richting de overheid en ook als wegwijzer op het gebied van (de interpretatie van) de wet- en regelgeving. Daarnaast hebben wij een rol als publieke vraagbaak: die rol wordt steeds belangrijker omdat de consument veel beter geïnformeerd is dan zestig jaar geleden en dus meer vragen stelt. Ook zijn er algemene maatschappelijke ontwikkelingen die uitleg vragen aan cosmeticaproductenten. Het is in die context belangrijk dat de industrie zich open en transparant opstelt."

## In hoeverre werkt de NCV hierin samen met retail?

"Met het Centraal Bureau Drogisterijbedrijven CBD hebben wij



"Het is belangrijk vertrouwen in de veiligheid van cosmetica te hebben"

Het team van de NCV, vlnr: Lilian Vereijken-Van Embden, Judith Romijn, Wouter Pfeifer, Judith de Graaf, Ronald van Welie, Marjolein van Oostrum en Gerhard Roeterd. Foto: NCV

prima contact en soms trekken wij gezamenlijk op, bijvoorbeeld bij een campagne over verstandig zonnen. Wij hebben soms een rol als retail zich oriënteert op de wet- en regelgeving vanwege een private label. En ook als het gaat om reactie te geven op berichten van bijvoorbeeld de Consumentenbond of Greenpeace, kun je elkaar vinden.”

### **Kwetsbaar**

Het centrale thema van de NCV richting consumenten is: vertrouwen in cosmetica. “Vandaar het boekje dat we enige jaren geleden uitbrachten, met de titel: ‘Zeker van cosmetica’. Het is essentieel dat zowel de consumenten, maar ook belangenorganisaties en de overheid vertrouwen hebben in de veiligheid van cosmetica.”

#### *Schort het aan vertrouwen?*

“We zijn vaak kwetsbaar voor headlines in kranten, als er beweerd wordt dat er met ingrediënt x of y iets aan de hand. Dat is vaak onterecht, en dan spelen wij een rol om dat te weerleggen.”

De NCV beperkt zich echter niet tot het reageren op publiciteit, het verzorgt zelf ook de communicatie over cosmetica. “Dit jaar zijn we zelfs begonnen met het digitaal uitgeven van bladen, die een bepaalde productgroep belichten. Daarvan zijn er inmiddels twee verschenen. Wij beogen met die bladen de enorm waardevolle kant van persoonlijke verzorgingsproducten voor het voetlicht te brengen. Want miljoenen mensen gebruiken het dagelijks, en het wordt soms zo vanzelfsprekend geacht dat geen aandacht meer voor is. We schrijven de ene keer over geuren, de andere keer over decoratieve cosmetica, haarverzorging, mondverzorging, et cetera: er zijn verschillende aspecten in die productgroepen die zeer gewaardeerd worden. Voor het jubileumcongres willen we die bladen uitgeven als een jubileumbundel.”

### **Cosmeticaverordening**

Op het gebied van wet- en regelgeving is de nieuwe cosmeticaverordening, die begin december in Europa van kracht werd, van belang. Die verordening gaat gelden in 2013 en is erop gericht om alle stukken wetgeving die ontwikkeld waren voor cosmetica opnieuw op een rijtje te zetten en ook voor alle landen van de Europese Unie gelijk te maken. Daarmee verandert er enerzijds weinig, maar toch moet je er rekening mee houden wat dat concreet kan betekenen. Op dit moment zijn we begonnen met onze leden te informeren, maar we overwegen om ook een bredere groep over deze verordening te informeren, zoals retail. Want het betekent vooral dat alle partijen zich meer bewust zullen moeten zijn waar een product aan moet voldoen.”

### **Synergie**

De NCV houdt bureau in Zeist, waar een team van zeven mensen de dagelijkse gang van zaken van de vereniging onder zijn hoede heeft. De laatste jaren werkt de NCV samen met de Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten en de Nederlandse Aerosol Vereniging, die op het hetzelfde adres kunnen profiteren van de aanwezige menskracht. “Synergie met andere organisaties”, legt Pfeifer uit. “De noodzaak van krachtenbundeling is heel duidelijk, en het is best mogelijk dat er nog meer verenigingen bijkomen. Het is om dezelfde reden dat we actief de samenwerking zoeken met de Brusselse koepelorganisatie, Colipa. Daarin heeft NCV altijd een actieve rol gespeeld.”