

Groen is het nieuwe ondernemen



'Duurzaam ondernemen', 'maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)': termen die een aantal jaren geleden nog redelijk nieuw waren, zijn inmiddels al aardig ingeburgerd. Toch is er nog een lange weg te gaan en kunnen bedrijven nog véél meer doen.

De bijeenkomst die op 20 mei j.l. na afloop van de algemene ledenvergaderingen van de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV), de Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten (NVZ) en de Nederlandse Aerosol Vereniging (NAV) voor alle leden en relaties werd gehouden, stond geheel in het teken van MVO en had dan ook als titel: 'ondernemen in een veranderende wereld'. Vier gastsprekers waren uitgenodigd om hierover te vertellen.

Hogere eisen

Alle vier de sprekers die aan het woord kwamen, hadden op een of andere manier met MVO te maken. Zo is Eric Bouwmeester bestuurslid van MVO Nederland. Hij maakte duidelijk dat de consument steeds hogere eisen gaat stellen en nu écht voor duurzaamheid gaat kiezen. "Hoewel er al tal van initiatieven zijn genomen, zijn er nog veel branches die achterblijven." Voor MVO is volgens hem echter wel een integrale benadering nodig, omdat het alle facetten van de onderneming raakt. Ook benadrukte hij dat duurzaamheid loont, omdat het tot innovaties leidt. Bouwmeester gaf tenslotte nog een aantal tips, zoals duurzaam inkopen, het bestuderen van de koplopers in de sector en te communiceren wat je als bedrijf doet aan MVO.

De tweede en derde spreker van de middag waren Wout Buitelaar, hoogleraar bedrijfsorganisatie en arbeidsverhoudingen aan de faculteit economie en bedrijfskunde van de Universiteit van Amsterdam, en Rob van Rees, mede-oprichter en algemeen directeur van de groene energieleverancier Greenchoice. Waar Buitelaar vooral inging op de verhoudingen tussen arbeid, mens en organisatie, vertelde de Greenchoice-directeur over het ontstaan en het beleid van zijn bedrijf.

Ruud Koornstra sloot de middag af met een interessante, maar zeer zeker ook humoristisch verhaal over zijn carrière en zijn bedrijf Tendris, dat de Pharox led-lamp met groot succes op de markt heeft gebracht. Hij wordt ook wel de Nederlandse Al Gore wordt genoemd.

Robert Cohnen benoemd tot erelid

Tijdens de jaarvergadering van de NCV hebben de leden Robert Cohnen (Keune Haircosmetics), bij zijn afscheid van het bestuur, benoemd tot erelid van de vereniging. In de jaren tachtig was Cohnen al actief in de Groep Haarverzorging, als voorzitter. Vanaf 1989 was hij lid van het NCV bestuur, waarvan enige jaren als vice-voorzitter. Ook heeft hij vele jaren een actieve inbreng geleverd in de Groep Professionele Distributie (GPD), vaak als plaatsvervangend voorzitter. Bovenal heeft het NCV bureau altijd op de heer Cohnen kunnen rekenen voor representatieve taken en advies.

Cosmeticamarkt: groei 2,8%

De cijfers over 2009 wat betreft de cosmeticamarkt zijn in het jaarverslag van de NCV terug te vinden, welke te downloaden is via de NCV-website. Een korte samenvatting: de cosmeticamarkt heeft in 2009 een groei van 2,8 procent laten zien. De markt stond onder druk. In 2009 waren er 53 weken, waardoor een week extra omzet gemaakt kon worden. Gecorrigeerd naar 52 weken was het resultaat ongeveer 2 procent minder geweest. In vergelijking met andere sectoren presteert cosmetica, met een lichte groei, nog redelijk. Naast de economische situatie is vooral ook de promotiedruk van invloed geweest op de omzetonwikkeling. Het aanbod van producten in een multipack, maar ook 2+1 gratis en 1+1 gratis is gegroeid. Na de zomer is de promotiedruk toegenomen. Promoties waren uitgebreider en frequenter dan de voorgaande jaren. Gemiddeld werd er 23,5 procent van de cosmetica-omzet in drogistij/parfumerie onder promotie verkocht versus 20 procent in 2008.

