

Congres

NCV bestaat zestig jaar

De Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV) bestaat zestig jaar. De NCV liet dit diamanten jubileum niet ongemerkt voorbij gaan. Gedurende het hele jubileumjaar brachten ze al een reeks van elf digitale uitgaven over cosmetica uit. Daarnaast organiseerde de NCV begin november een feestelijk jubileumcongres in het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum.



Daar reikte de NCV-voorzitter de jubileumbundel, met daarin de gebundelde digitale uitgaven, uit aan de ereleden van de NCV. Voor deze bundel heeft de NCV haar leden geïnterviewd over producten die jarenlange populariteit genieten, zoals decoratieve cosmetica, deodorant en scheerproducten. Deze leden hebben met de vereniging hun kennis gedeeld over de samenstelling van producten, innovaties, duurzaamheid en maatschappelijke trends. Je kunt de jubileumbundel bestellen of gratis downloaden via www.ncv-cosmetica.nl.

Mijlpalen

Aan de onafgebroken omzetgroei van de cosmetica-industrie in de afgelopen zestig jaar, is onder meer te zien dat de branche succesvol is. Pieter Maarleveld, voorzitter NCV: "Zestig jaar is niet zomaar een getal; het staat voor zestig jaren zich samen sterk maken voor de cosmetica-industrie. Een industrie die producten maakt die niet meer zijn weg te denken uit ons dagelijks leven. Cosmetica zijn onmisbaar. Dat is om trots op te zijn als branche."

Voor de NCV waren er meerdere mijlpalen in de afgelopen zestig jaar. Deze bereikte ze in samenwerking met haar leden en Colipa, de Europese brancheorganisatie. Bijvoorbeeld de brede maatschappelijke acceptatie van cosmetica die al in de jaren vijftig begon met het collectief promoten van cosmetica op beurzen en evenementen. De wetgeving voor

cosmetica die gericht is op veiligheid van producten en goede consumenteninformatie. En de maatschappelijke betrokkenheid door middel van ondersteuning van 'Stichting Look Good... Feel Better', die zich richt op de uiterlijke verzorging van mensen met kanker.

Congres

Het congres begon met een mooie film met cosmeticabeelden door de jaren heen. Daarna werden videoboodschappen getoond waarin belanghebbenden, zoals de ANBOS en Colipa, de NCV feliciteerden met haar zestigjarig bestaan. Rode draad was het versterken van elkaar door samenwerking.

Vier sprekers besteedden aandacht aan onderwerpen als succesvol ondernemen, marketingmogelijkheden, duurzaamheid en maatschappelijke trends. Marketingexpert Rob Benjamens ging in op de marketing. Zijn advies is om in reclame niet te schreeuwen naar de consument, maar de dialoog aan te gaan. Gebruik dus geen woorden als 'Uitverkoop!', maar bijvoorbeeld wel 'Wij verzorgen uw huid'. Probeer op te vallen, maar niet opdringerig te zijn. De consument ergert zich namelijk aan de overdosis commercials. Eleonoor Hintzen adviseerde over het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en Raymond Cloosterman van Rituals vertelde over zijn weg naar het succes. X-factorexpert Henkjan Smits sloot af met goed nieuws: volgens hem is succes voor iedereen weggelegd. 'Succes overkomt je niet, het is je eigen keuze'.

Het feestelijke jubileumcongres vond begin november plaats in het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum.



De NCV-ereleden kregen de jubileumuitgave uitgereikt.



Vier sprekers brachten succesvol ondernemen in beeld.

