

# Groei cosmeticamarkt ondanks promotiedruk

Door: Kristel van Dijk

**'Over grenzen kijken', dat was dit jaar het thema van de NCV (Nederlandse Cosmetica Vereniging) bijeenkomst op donderdag 19 mei 2011. Na de jaarvergadering, waarin het jaarverslag werd gepresenteerd, verzorgden drie sprekers een inspirerende afsluiting van de ochtend.**

Traditiegetrouw vindt de jaarvergadering van de NCV samen met de Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten (NVZ) en de Nederlandse Aerosol Vereniging (NAV) plaats. Dit jaar was gekozen om de bijeenkomst in het Kontakt der Kontinenten in Soesterberg te houden. In het eerste – besloten – deel werd onder andere het jaarverslag gepresenteerd. Hieruit blijkt dat de cosmeticamarkt in 2010 een groei van 1,3 procent heeft laten zien. De markt stond onder druk en de omzetgroei is vooral beperkt door de enorme toename van promotiedruk in producten zoals deodorant, doucheproducten, shampoo en tandpasta. Gemiddeld werd 29 procent van de cosmeticaomzet in de drogisterij onder promotie verkocht versus 25 procent in 2009.

## Bovengemiddeld

De deelmarkten decoratieve cosmetica, geuren en zonnecosmetica laten een bovengemiddelde stijging zien met een groei van respectievelijk 6, 3 en 9 procent. Er is duidelijk sprake van meer afzet van verpakkingen in het merendeel van de deelmarkten. Met name in de apotheek is een duidelijke groei waarneembaar in de cosmeticaverkoop. Ook internetverkoop wordt belangrijker, alhoewel de inschatting is dat de omzet nog beperkt is. De verkoop in de drogisterij en parfumerie is duidelijk positief, terwijl in de supermarkt een negatieve ontwikkeling te zien is. Mannencosmetica heeft wederom een betere ontwikkeling gemaakt dan de totale cosmeticamarkt. Ook de geschenkverpakkingenmarkt heeft een groei laten zien.

Ook mocht de directeur van DA, Johan Boeijenga, een cheque ter waarde van € 50.000,- overhandigen aan de directeur van de Stichting Look Good Feel Better, Petra Odenthal. Dit was namelijk het bedrag dat de actie die DA in september heeft gehouden, heeft opgeleverd. Voor deze actie boden DA en de cosmeticabranche producten aan, waarbij de consument niet alleen korting, maar ook een gratis Look Good Feel Better make-upspiegeletje kreeg. Een deel van de opbrengst uit de verkoop van deze speciale actieproducten werd rechtstreeks gedoneerd aan de stichting.

## Over grenzen kijken

De ochtend werd afgesloten met een themabijeenkomst 'Over grenzen kijken'. Achtereenvolgens spraken Ronald van der Aart (RepMen), Joke van den Bandt-Stel (Bureau Brussel VNO-NCW) en Kees Gabriëls ([www.detalentmanager.nl](http://www.detalentmanager.nl)) ieder op hun eigen inspirerende manier over kansen in social media, het belang van solidariteit in Europa

## De geschenkverpakkingenmarkt heeft een groei laten zien

vanwege het voordeel van een grote, vrije handelszone voor Nederland en waarom het voor een bedrijf zinvol is om het unieke talent van iedere medewerker te benutten en ze te mobiliseren om naar het resultaat toe te werken. De ochtend werd afgesloten met een gezamenlijke lunch.

