

Bad- en doucheproducten

BAD- EN DOUCHEPRODUCTEN SPELEN EEN BELANGRIJKE ROL BIJ ONZE PERSOONLIJKE HYGIËNE. DOOR HET LICHAAM TE REINIGEN MET EEN BAD- OF DOUCHEPRODUCT, VERWIJDEREN WE VUIL, HUIDSCHILFERS, SEBUM (HUIDVET) EN ZWEET VAN DE HUID. BOVENDIEN VERZORGEN DE MEESTE BAD- EN DOUCHEPRODUCTEN DE HUID. ZE GEVEN EEN AANGENAAM FRIS GEVOEL EN ZORGEN DAT DE HUID NIET UITDROOGT. NIET ALLEEN DE EFFECTIVITEIT VAN DEZE PRODUCTEN IS BELANGRIJK, MAAR OOK HET GEVOEL VAN VERWENNEN, ONTSPANNEN EN REVITALISEREN.



*“Angelique de Reuver,
Koninklijke Sanders bv:
“Wij zien REACH als
bijzondere kans om het
consumentenvertrouwen
in de ingrediënten van
cosmetica te versterken.”*

CLEOPATRA (69 - 30 v. CHR.) IS ÉÉN VAN DE MEEST INSPIRERENDE VOORBEELDEN VAN IEMAND DIE STOFFEN EN PRODUCTEN VOOR COSMETISCHE DOELEINDEN GEBRUIKTE. OM DE HUID TE VERZORGEN, BAADDE ZIJ IN EZELINNEN-MELK. DIT BEVATTE MELKPROTEÏNEN DIE VANWEGE HUN GUNSTIGE WERKING OP DE HUID, NOG STEEDS WORDEN TOEGEVOEGD AAN BAD- EN DOUCHEPRODUCTEN DIE VANDAAG DE DAG VERKRIJGBAAR ZIJN. OM HET LICHAAM SCHOON TE HOUDEN GEBRUIKTEN DE EGYPTENAREN SODA EN PLANTAARDIGE AS OPGELOST IN WATER. LAAT IN DE 18E EEUW WERDEN NATUURLIJKE VETTEN VAN PLANTEN OF DIEREN VERZEEPT MET LOOG EN OP DEZE WIJZE OMGEZET IN ZEPEN. HIERDOOR WERD HET MOGELIJK ZEEP OP GROTE SCHAAL TE PRODUCEREN. ZEEP VERANDERDE VAN EEN LUXE PRODUCT IN EEN HUIDREINIGER DIE VOOR IEDEREEN BEREIKBAAR WAS.

In de loop van de 20e eeuw werden synthetische zepen ontwikkeld. In het Westen wordt haast alleen nog deze synthetische variant gebruikt, omdat deze mild is voor de huid. Rond 1960 vond nóg een grote verandering plaats: harde stukken zeep maakten plaats voor vloeibare producten. Wat u nu in de schappen vindt, loopt uiteen van douchegel, douchecrème, douchescrub en douche-olie tot badschuim, badzout, badparels, bruistabletten en badolie.

WAARUIT ZIJN BAD- EN DOUCHEPRODUCTEN SAMENGESTELD?

Met alleen water kunnen we vuil en vet niet goed wegwas- sen, omdat ze niet makkelijk oplossen in water. Daarom bevatten reinigingsproducten voor de huid oppervlaktea- ctieve stoffen, ook wel tensiden of surfactants genoemd. Bekende oppervlaktea- ctieve stoffen in vloeibare douche- en bad producten zijn natriumlaurylthethersulfaat en cocoylamide propylbetaïne. Deze stoffen zijn uitstekende vervangers voor de traditionele harde zeep. Oppervlaktea- ctieve stoffen hebben zowel een vetoplosbaar (vetminnend) als een wateroplosbaar (waterminnend) deel. Ze hechten met hun ene kant in vuil en met hun andere kant in water. Zo zorgen ze ervoor dat vet en vuil makkelijk in water worden opgelost en op deze wijze van de huid worden weggespoeld. Een nadeel van oppervlaktea- ctieve stoffen is dat ze niet

alleen vuil, maar ook deels het natuurlijke vetlaagje van de huid verwijderen. Om dit tegen te gaan, worden terugvetters en hydraterende stoffen aan producten toegevoegd. Terugvetters zijn stoffen die tijdelijk een kunstmatig vetlaagje op de huid aanbrengen, totdat de huid zijn natuurlijke vetlaagje heeft hersteld. Hydraterende stoffen worden van buitenaf op de huid aangebracht en blijven op de buitenste lagen van de opperhuid (epidermis). Ze binden water zodat de huid vocht vasthoudt.

Verder bevatten bad- en doucheproducten water (als oplosmiddel voor alle ingrediënten), parfum, conserveer- middel, verdikkingsmiddel, kleurstoffen en troubleermiddel (om de helderheid van het product te bepalen). Producten voor kinderen zijn anders samengesteld dan die voor volwassenen; ze bevatten vaak andere conserveermiddelen en parfumstoffen die wat milder zijn voor de jonge huid.

INNOVATIES

Toen men nog uitsluitend gebruik maakte van harde, natuurlijke zeep, werd die zeep door alle gezinsleden gebruikt. Het stuk zeep lag in het zeepbakje van de douche of het aanrecht, waar het snel uitdroogde. Bovendien had harde zeep een hoge pH-waarde, die niet al te best was voor de huid. De introductie van vloeibare zeep heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan onze persoonlijke hygiëne. Vloeibare bad- en doucheproducten hebben een lagere pH die beter is voor de huid. Naast de reinigende functie van bad- en doucheproducten zijn ze tegenwoordig ook verzorgend. Het gebruik van een lotion naast een reinigend product is daarom niet altijd meer nodig. Bij bad- en doucheproducten komt de nadruk steeds meer te liggen op verzorging, wellness en genieten.

Bad- en doucheproducten gaan steeds vaker over de toonbank als een geschenkverpakking, dus in een mooie doos samen met aanvullende producten zoals bodylotion en een spons. Ook vindt personalisering van bad- en doucheproducten plaats: men gebruikt de variant die het beste bij hem past, of naar gelang zijn stemming. Daarom staan er tegenwoordig vaak meerdere producten naast elkaar in de badkamer.

Een andere innovatieve toepassing is douchegel verpakt als aërosol (spuitbus). In plaats van het product te gieten, verdeel je het product over je lichaam door het te spuiten waardoor een weldadig schuim ontstaat. Dit is mogelijk door de toevoeging van drijfgas aan het product en de specifieke samenstelling.

MAATSCHAPPIJ EN MILIEU

Bijna alle verzorgingsproducten komen na gebruik via het afvalwater in een rioolwaterzuiveringsinstallatie terecht. Daar worden ze actief verwijderd. Bij de keuze voor grondstoffen houdt de fabrikant dan ook rekening met de goede verwijdering uit, en zuivering van het rioolwater. Hoe kunt u zelf een positieve bijdrage leveren aan het milieu? Wees zuinig met warm water en het gebruik van de hoeveelheid water per wasbeurt. Een aantal milieutips voor in de badkamer:

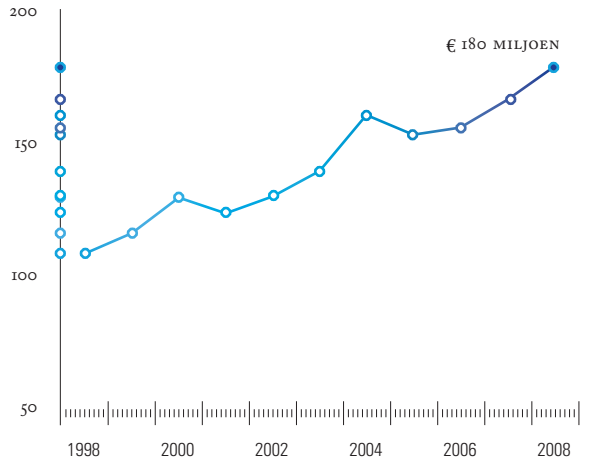
- douche korter! Stap bijvoorbeeld één minuut eerder onder de douche vandaan. Als iedereen dat doet, besparen we jaarlijks in Nederland 28 miljard liter water en 126 miljoen m³ gas (Milieucentraal)
- douche niet te warm; ook omdat dit de barrièrefunctie van de huid kan aantasten
- gebruik een douchetimer om uw tijd van douchen in de gaten te houden
- laat de kraan niet lopen tijdens het tandenpoetsen

IN HET KADER VAN DE WET

Sinds 2007 is de nieuwe stofwetgeving REACH van kracht. REACH staat voor Registratie, Evaluatie en Autorisatie van Chemische stoffen. Eén van de uitgangspunten van deze wet is dat bedrijven een veilig gebruik van stoffen moeten garanderen, zodat er minimale risico's zijn voor mens en milieu bij de productie of het gebruik van stoffen. Om dit te bereiken moeten alle stoffen in Europa geregistreerd worden. Tijdens de registratie wordt uitvoerig gekeken naar de eigenschappen van de stof op mens en milieu en het gebruik van de stoffen. De cosmetica-industrie acht deze nieuwe wetgeving belangrijk en zet zich in voor een succesvolle uitvoering.

in miljoenen euro
consumentenomzet

Omzet bad- en doucheproducten



bron: The Nielsen Company

WAT U MOGELIJK NOG NIET WIST OVER BAD- EN DOUCHEPRODUCTEN....

- een bad- of doucheproduct bevat gemiddeld 15 grondstoffen
- veel trends op het gebied van bad- en doucheproducten lopen gelijk met de trends in de modewereld
- er komen steeds meer cosmeticaproducten op de markt die specifiek voor mannen zijn
- de focus van ons badkamerritueel lijkt steeds meer te verschuiven van functioneel naar een ritueel van verzorging en ontspanning
- als iedereen in Nederland één minuut eerder onder de douche vandaan zou stappen, besparen we jaarlijks 28 miljard liter water, de hoeveelheid water die 600.000 Nederlanders jaarlijks verbruiken
- een bad kost bijna tweemaal zoveel water als een douche, namelijk 120 liter per keer
- de pH-waarde (van een product of de huid) zegt iets over de zuurgraad ervan. Het vetlaagje van de huid heeft een zuurgraad van ongeveer pH 5,8 (licht zuur). Als een product pH-neutraal is betekent dat, dat het product dezelfde pH-waarde heeft als de huid. Niet alleen de pH-waarde is echter maatgevend voor de mildheid van een cosmeticaproduct; sommige producten hebben een hogere pH-waarde, maar zijn zachter omdat zij een minder sterk reinigend vermogen hebben en de huid minder ontvetten

NCV

Nederlandse Cosmetica Vereniging

Postbus 914
NL-3700 AX ZEIST

Waterigeweg 31
NL-3703 CM ZEIST

T: + 31 (0) 30 604 94 80
F: + 31 (0) 30 604 99 99

E: info@ncv-cosmetica.nl
I: www.ncv-cosmetica.nl