

Persbericht:

9 januari 2008: Gezamenlijke Nieuwjaarsreceptie NCV en CBD

De gezamenlijke nieuwjaarsreceptie (zesde) van de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV) en het Centraal Bureau Drogisterijbedrijven (CBD) vormt traditioneel hét platform voor een informele ontmoeting tussen handel en industrie aan het begin van het nieuwe jaar. Naast de nieuwjaarswensen van zowel NCV als CBD wordt er elk jaar een gastspreker uitgenodigd en een Oud-Hollandsche lunch genuttigd.

CBD-voorzitter Ignace van Poecke opende zijn speech met het citaat van Paul Schnabel, directeur van het Sociaal Planbureau: "Nederland moet ophouden met doemdenken. Doemdenken maakt mensen fatalistisch en ontevreden. Er gaat zoveel goed in Nederland en je kunt zelf dingen veranderen." Een stelling die van uitstekende toepassing is op de drogisterijbranche. Na vele jaren van onduidelijkheid en vrees over de positie van de drogist als verkoopkanaal van zelfzorggeneesmiddelen, was de stemming in drogistenland de laatste jaren niet bepaald optimistisch. Maar de nieuwe geneesmiddelenwet die dit jaar is aangenomen, biedt de drogisten perspectieven voor de toekomst en volop mogelijkheden om hun positie te versterken. Tegelijkertijd vraagt de wet dat de kwaliteit van de zelfzorgadvisering in de winkels verbetert. Een uitdaging die de branche graag aangaat.

De heer Wouter Pfeifer, directeur van de NCV, keek kort terug naar de ontwikkelingen van de markt voor cosmetica in 2007 en constateerde dat de tweede helft van het jaar beter was dan het eerste halfjaar, hetgeen in een lichte groei van de markt heeft geresulteerd. Voor 2008 geldt dat er bezorgdheid is over de stijging van de grondstofkosten alsmede over de verpakkingsbelasting. Toch overheerst het vertrouwen dat nieuwe innovatieve cosmeticaproducten ook in 2008 voor een groei van de markt zullen zorgen. Kort werd verder stilgestaan bij belangrijke issues voor de NCV en met name de lancering van de nieuwe NCV website: www.cosmetica.nl. De geheel vernieuwde NCV site bedoeld voor iedereen die meer wil weten over cosmetica. Pfeifer: "we zijn trots op het resultaat en nodigen u graag uit een kijkje te nemen".

Gastspreker de heer Eric Harmsen, retailer services director bij marktonderzoekbureau Nielsen had zijn verhaal de intrigerende titel ' Wordt 2008 het jaar van het herstel van de omzetgroei?' meegegeven. Het antwoord hierop ligt volgens Harmsen bij de consument, die bereid is een meerprijs te betalen voor innovaties, die hem meer gemak, gezondheid en genieten opleveren. Een uitdaging voor de gehele branche om de consument met dergelijke innovaties te verleiden. Uiteraard werd hierover tijdens de lunch nog nagesproken.