

# Jubileumbijeenkomst NCV vervangen door enquête: “Wij bestaan bij de gratie van interactie”

Deze maand had de Nederlandse Cosmetica Vereniging haar 70-jarige jubileum willen vieren met een debat met alle stakeholders in Nieuwspoort. “Dat vervangen we nu met een enquête om te onderzoeken hoe verschillende partijen de rol van de NCV zien en wat zij van onze branchevereniging verwachten. De uitkomst daarvan wordt het ijkpunt voor onze toekomstige strategie”, zegt directeur Ronald van Welie.

TEKST  
**Ivonne de Thouars**  
BEELD  
**NCV**

**D**e NCV had het debat in Nieuwspoort grondig voorbereid. “We wilden het hebben over de rol van de NCV en de toekomstige richting van de industrie, waarbij actuele onderwerpen zoals Green Deal, energietransitie, milieu, kinderarbeid of microplastics aan bod zouden komen. Er zijn zoveel onderwerpen die we kunnen bespreken met onze stakeholders en leden en ik had ze graag allemaal rond de tafel gehad: retailers, andere brancheverenigingen, beleidsambtenaren, ministeries, controlerende instanties zoals de NVWA en kritische partijen zoals de Consumentenbond en de Plastic Soup Foundation.” Uitstel is voorlopig nog geen optie zegt Van Welie omdat de klappen van de coronacrisis met name in de cosmeticabranche hard zijn aangekomen. “Schoonheidsspecialisten, nagelsalons, kappers, de parfumerie; ze hebben de eerste maanden flink geleden. En als het slecht gaat met de leden, dan moet we daar als branchevereniging rekening mee houden.”

## Inhaalslag maken

Op het moment dat we de NCV-directeur in juni spreken, ziet hij dat de omzet bij zijn leden zich stapje voor stapje herstelt, bijvoorbeeld bij leveranciers aan de kapsalon. “Al zijn kappers die klanten ontvangen, wel veel tijd kwijt aan schoonmaken, desinfecteren en de triage aan de deur zodat ze nog niet op volle kracht draaien. In de tijd dat de leden gesloten waren, moesten de huur en de personeelskosten natuurlijk doorbetaald worden, dus ik hoop dat we in deze zomermaanden een fikse inhaalslag kunnen maken. Omdat onze sector heel divers is, kan daar geen branchebrede strategie op los worden gelaten; ieder probeert voor zich zo goed mogelijk terug te veren. Vooral in de eerste maanden had niemand behoefte aan het nadenken over een NCV beleidstrategie voor op de lange termijn, maar wilden de leden eerst weten hoe ze morgen subsidie moeten aanvragen, of hoe ze hun personeel deze maand moesten doorbetalen. Wij organiseerden een wekelijks coronaspreekuur waarbij we problemen bespraken die onze leden in de volle breedte



## Beat the Microbead

In het voorjaar introduceerde de Plastic Soup Foundation de app Beat the Microbead, waarmee consumenten cosmeticaproducten kunnen scannen op de aanwezigheid van microplastics. Van Welie meent dat hiermee een verkeerd signaal wordt afgegeven: “Het probleem is dat er geen heldere definitie is van microplastics. In alle producten die gescand kunnen worden, komen polymeren voor en dat zijn niet per se plastics. Ook bijvoorbeeld bijenwas, katoen of papiervezels zijn polymeren. De lijst die door de app wordt gebruikt, wijst polymeren aan die plastics zouden kunnen zijn. Ik begrijp het misverstand want het is ook heel moeilijk om hier de vinger achter te krijgen. Kritische partijen als de Plastic Soup Foundation beweren dat de industrie het terugdringen van plastics tegenhoudt, maar wij wachten de EU regelgeving af die het gebruik van plastic verbiedt zodat het voor iedereen duidelijk is. De Beat the Microbead-app is goedbedoeld, maar het is veel te kort door de bocht en daarmee worden mensen op het verkeerde been gezet.”



ervaarden en waar we als collectief aan kunnen werken. Ook hebben we tussen de leden onderling bemiddeld bij de vraag naar bijvoorbeeld grondstoffen of verpakkingen. Die bemiddelende rol werkte via het beeldscherm wonderlijk goed. We zijn ontzettend vaak geraadpleegd, ik heb in juni pas weer de werkzaamheden opgepakt waarmee ik in februari wilde beginnen.”

### Trendbreuk in omzet?

Volgens het recente jaarverslag van NCV groeide de omzet van de cosmeticabranche de laatste jaren met 0,5 – 1 procent. “Ondanks wisselende economische tijden hebben wij al jaren geen omzetverlies. De vraag is nu of 2020 voor een grote trendbreuk gaat zorgen. Logischerwijze zou je denken dat de consumptie van persoonlijke dagelijkse verzorgingsartikelen niet terugloopt, maar categorieën als decoratieve make-up of geuren bleken kwetsbaar. De pieken voor zoncsmetica en geuren moeten nog komen, dus het is afwachten of de gevolgen van corona nog rechtgetrokken kunnen worden. Het is wel duidelijk dat bij de aankopen in de drogisterij het accent op gezondheid en hygiëne lag. Juist in dit kanaal is de promotiedruk met 40% erg hoog op personal care. De consument wil zijn favoriete product tegen een zo laag mogelijke prijs aanschaffen maar de waardevermindering heeft impact op een innovatiegedreven industrie.”

De gemiddelde consument staat bij de aanschaf van cosmetica volgens Van Welie nog niet open voor true pricing, waarbij de inspanningen op het gebied van circulariteit worden doorberekend in de consumentenprijs. “De groene consument heeft meer behoefte aan transparantie en voorlichting over de specifieke kenmerken van een product, dat heeft de mass market naar mijn idee nog niet bereikt. Deze trend onder de groene koplopers zorgt er wel voor dat bedrijven meer informatie willen geven. Zoals bij elke transitie kost het veel tijd om vraag en aanbod goed op elkaar af te

stemmen. Tegelijkertijd weten we steeds meer over ingrediënten en herkomst en willen we die kennis ook communiceren. Daarbij dringen we erop aan dat deze informatie digitaal wordt aangeboden. Dan kun je via een productcode alles te weten komen over herkomst, ingrediënten, enzovoorts.”

### Gebundelde kennis

In het team van NCV is veel expertise gebundeld, zo is Van Welie toxicoloog en hebben de drie andere medewerkers rechten, biologie en scheikunde gestudeerd. “We kunnen met een klein team een zo breed mogelijke blik werpen op relevante ontwikkelingen. Die is nodig omdat de regelgeving omtrent cosmetica heel veel vakgebieden raakt. Daarnaast organiseren we allerlei workshops voor en door de leden over nieuwe ingrediënten, nieuwe wetgeving, de Green Deal of circulair ondernemen. Wat betekent dat praktisch voor de cosmeticabedrijven? Onze leden delen hun kennis binnen de NCV Academy en ze zijn ook onze eigen Wikipedia, er is in de bedrijven enorm veel kennis aanwezig die we nooit zelf kunnen verzamelen. Ook als solistisch bedrijf kun je nooit al deze gebundelde kennis in huis hebben. Cosmetica wordt door kritische partijen vaak als de kop van Jut gebruikt en omdat het door sommigen nog steeds wordt gezien als een overbodige luxe. Maar we vertegenwoordigen een markt van 2,7 miljard (consumptieve bestedingen), feitelijk iedereen gebruikt cosmetica en het heeft waarde in het dagelijks leven van de consument om zich zeker te voelen, voor hygiëne ter preventie tegen ziekte en voor een mooi en verzorgd uiterlijk. Met het benadrukken van het belang van cosmetica hebben we de omslag gemaakt van reactieve naar proactieve vereniging. Die weg zullen we ook vervolgen, waarbij de resultaten van de in de inleiding genoemde enquête als ijkpunt zullen dienen. De NCV bestaat bij de gratie van intensieve interactie, transparantie en deskundigheid. Met het annuleren van het jubileumdebat mis je de live interactie en via een enquête hebben we toch weer opnieuw inzicht in de wensen en behoeften van onze verschillende stakeholders.” ■

### Cosmetica en corona

Consumenten vragen zich momenteel af hoe zij besmetting met het coronavirus kunnen voorkomen en of je via cosmetica besmet kunt raken. De NCV heeft de volgende tips opgesteld:

- De kans is klein dat iemand ziek wordt door spullen of oppervlakken aan te raken. Die kans op smeerinfecties wordt nog kleiner als de handen regelmatig worden gewassen.
- Gebruik decoratieve cosmetica en crèmes niet samen met andere personen.
- Was de handen voordat een crème wordt opgebracht. Het gebruik van een schone spatel is nog hygiënischer.
- Gebruik voor vloeibare producten het liefst pompverpakkingen, zo voorkom je direct contact met het product.
- Maak gebruikobjecten zoals tandenborstels en make-up sponsen regelmatig schoon met zeep. Plaats meerdere tandenborstels niet samen in hetzelfde bakje en vervang ze regelmatig.
- Bij aankoop van decoratieve cosmetica, kan de kleur worden getest op een tissue of teststrookje. Dit voorkomt contact met de huid.