

'Zeker door Cosmetics'
Een NCV-bijeenkomst over zelfvertrouwen en welzijn



Zeker van Cosmetics, NCV, 4-10-2016

Op 4 oktober 2016 zijn NCV-leden, journalisten en andere belangstellenden samengekomen voor een bijzondere bijeenkomst van de NCV: 'Zeker door Cosmetics'. Boodschap van de bijeenkomst luidde, dat cosmetica een grote positieve impact hebben op ons zelfvertrouwen - en daarmee een essentiële bijdrage leveren aan ons algehele welzijn.

De middag was niet alleen leerzaam en informatief, ook had zij een flinke emotionele lading waardoor de gasten ietwat onder de indruk de zaal verlieten. De persoonlijke betekenis van cosmetica in het leven van onder meer onzekere jonge mensen, of door ziekte getroffen mensen, werd duidelijk geïllustreerd en 'kwam binnen'. Ook het forse sociaaleconomische aandeel van de cosmeticamarkt bleek indrukwekkend: cosmetica dragen bij aan het BNP en voorzien in werkgelegenheid.

De sprekers en hun boodschap



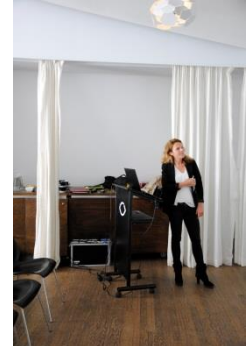
NCV-directeur Ronald van Welie trapte af met een presentatie over het sociaaleconomisch belang van cosmetica. Europa is de grootste cosmeticamarkt wereldwijd, en het aandeel van Nederland bedraagt liefst 2,8 miljard euro. De cosmeticamarkt verkrijgt en behoudt haar 'Zeker van cosmetica' status dankzij: wetenschappelijk onderbouwde veiligheid van producten, innovaties, het centraal staan van de wensen en beleving klant, en aandacht voor duurzame productie, handel en consumptie. Van Welie belichtte ook enkele functionele aspecten van cosmetica, zoals hygiëne (bescherming ziekten), verzorging (preventie cariës) en bescherming tegen Uv-straling (preventie huidkanker) en schoonheid.

Ines Imdahl, psychologe en werkzaam voor wetenschappelijk onderzoeksbureau Rheingold Salon in Keulen, verraste de aanwezigen met de uitkomsten van haar onderzoek 'Youth Undisguised'. Cosmetica lijkt namelijk voor jongeren een bijzonder



waardevol middel om – in tijden van onzekerheid, ontluikende seksualiteit, (gezins)instabiliteit, keuzestress – de controle terug te krijgen. Aan het verzorgen van hun uiterlijk ontlenuen zij zelfvertrouwen en zekerheid. Naast het belang van uiterlijke verzorging van jongeren te onderkennen, kregen we van Imdahl ook de tip om onze kinderen duidelijke grenzen aan te geven. Deze duidelijkheid geeft hen een gevoel van veiligheid en heeft een positieve invloed op hun zelfvertrouwen.

Derde spreker was Liane Lens, werkzaam als marketing manager personal care bij Unilever voor onder meer cosmeticamerk Dove. Dove heeft een programma ontwikkeld om het zelfbeeld van vrouwen en jonge meisjes, positief te beïnvloeden. Zij moedigen vrouwen aan om hun schoonheid te zien, in plaats van uit angst en onzekerheid te redeneren. Lens liet aan de hand van aangrijpende filmpjes zien hoe belangrijk de voorbeeldrol van de moeder is, voor hoe hun dochter hun eigen schoonheid (niet) zien.



Degenen in de zaal die geurexpert Tanja Deurloo al kenden, verheugden zich al op haar verhaal. Gepassioneerd en deskundig ging Deurloo in op de rol van (geur in) cosmetica. Parfum kan dienen als persoonlijke accessoire of als steuntje in de rug: zelf koos zij bijvoorbeeld een parfum waar zij prettige associaties mee heeft. Maar ook wordt parfum gericht ingezet om het gedrag van anderen te beïnvloeden, zelfs zonder dat zich zij daarvan bewust zijn. Maar liefst 75% van onze emoties wordt door geur beïnvloed. Uit de zaal kwam de vraag welke rol feromonen spelen. Deurloo gaf aan dat we voor die geur een apart zintuig hebben en dat ook feromonen een belangrijke invloed hebben op ons gedrag. Wie de eerste is die een vertaling kan maken van feromonen naar een cosmeticaproduct, moet de toekomst uitwijzen, maar zal zeer succesvol zijn.

Laatste spreker op rij was hoogleraar psychosociale oncologie aan het VUmc, Irma Verdonck. Met een schat aan kennis over de problematiek bij mensen die getroffen worden door kanker, vertelde zij het publiek over het belang van verzorging in tijden van ziekte. Een patiënt wordt naast een aangetaste gezondheid, met veel uiterlijke veranderingen geconfronteerd. Deze veranderingen hebben grote impact op het gevoel en het sociaal functioneren van mensen. Daarom ziet zij als geen ander het belang van de Stichting Look Good Feel Better die workshops uiterlijke verzorging aanbiedt aan mensen met kanker.



De bijeenkomst werd afgesloten met een borrel in EYE met uitzicht op het schitterende water van 't IJ, in Amsterdam.

