



# “Zestig jaar NCV: dat is iets om trots op te zijn”

Begin november vierde de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV) haar zestigste verjaardag met een feestelijk jubileumcongres in het Instituut voor Beeld en Geluid te Hilversum.

Een nadrukkelijk intermediaal feestje voor een groot aantal deelnemers (de zaal zat stampvol): het congres begon met een film met cosmeticabeelden door de jaren heen, daarna werden de lezingen doorspekt met videofelicities, van retailpartners tot overheid. Drie sprekers, marketingexpert Rob Benjamins, MVO-adviseur Eleonoor Hintzen en Raymond Cloosterman van Rituals, lieten zien hoe zij, uit eigen ervaring, tegen succesvol ondernemen aankijken. Tot slot kreeg X-factorexpert Henkjan Smits de zaal warm met de gedachte dat succes voor iedereen is weggelegd.

De gasten kregen ook de NCV jubileumbundel mee naar huis, die NCV-voorzitter Pieter van Maarleveld eerder officieel uitreikte aan zijn ereleden. In deze bundel staan onder meer interviews met NCV-leden over producten die jarenlange populariteit genieten. Deze jubileumbundel is te bestellen of gratis te downloaden via [www.ncv-cosmetica.nl](http://www.ncv-cosmetica.nl).

Volgens Maarleveld heeft de NCV in zestig jaar veel bereikt. “Niet alleen voor de cosmetica-industrie, maar ook voor maatschappij en consument. Zo hebben we in samenwerking met onze leden en de Europese brancheorganisatie Colipa begin jaren vijftig een brede maatschappelijke acceptatie van cosmetica gerealiseerd door het collectief promoten van cosmetica op beurzen en evenementen, en hebben wij een onafgebroken omzetgroei mede gefaciliteerd door het scheppen van een gunstig ondernemersklimaat - denk daarbij aan het afschaffen van accijns op alcohol voor cosmetica, geen KCA-logo op nagellak en nagellak remover en het voorkómen van

een fluorideverbod voor tandpasta. Wij vormen een betrouwbare gesprekspartner voor overheid en NGO's en zijn aanspreekpunt bij maatschappelijke discussies, waarbij invulling wordt gegeven aan maatschappelijke ontwikkelingen, zoals het vervangen van dierproeven door alternatieve veiligheidstests en het verminderen van verpakkingsmateriaal. Belangrijk is ook onze inzet op het gebied van gezondheid en hygiëne: het toevoegen van fluoride aan tandpasta, het promoten van ‘verstandig zonnen’, voorlichting over persoonlijke hygiëne en de ontwikkeling van effectieve zombeschermingsproducten. Denk verder aan de kwaliteitshandhaving- en bevordering van werk met een website over veilig werken met kappersproducten en de ontwikkeling van het cosmeticapasspoort en, tot slot: we intensiveren ons expertnetwerk door samenwerking met de Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten en de Nederlandse Aerosol Vereniging. Onze maatschappelijke betrokkenheid is zichtbaar in de sponsoring van de Stichting Look Good... Feel Better.”

“Zestig jaar is niet zomaar een getal”, meent Maarleveld. “Het staat voor meer dan een halve eeuw zich samen sterk maken voor de cosmetica-industrie, een industrie met producten die niet meer zijn weg te denken uit ons dagelijks leven. Dat de branche bijzonder succesvol is, is onder meer te zien aan de onafgebroken omzetgroei in de afgelopen zestig jaar. Dat is iets om als branche trots op te zijn. We kijken dan ook terug op een zeer plezierige dag, die geheel in het teken stond van onze mooie branche!”