

Cosmetica groeit, maar staat onder druk door promoties

18-04-2018 14:47



De bestedingen aan cosmeticaproducten bedroegen vorig jaar ruim 2,6 miljard euro. Dat is een groei van 1,5 tot twee procent, die volgens de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV) vooral wordt gedreven door e-commerce.

Met ongeveer 44 miljoen euro meer onlineomzet is de groei van e-commerce in absolute zin sterker dan in drogisterijen en parfumeries. Online aankopen maken inmiddels 4,4 procent uit van de totale cosmetica-omzet. Geuren worden al voor meer dan tien procent online gekocht, waarbij de zogeheten 'selectieve geuren' van parfumerieën het hardst groeien.

De omzet van cosmetica staat onder druk, onder meer omdat de promotiedruk volgens NCV verder is toegenomen. Er zijn zowel meer als 'diepere' promoties, zoals een tweede product gratis, en soms promoties op hele deelmarkten. In totaal werd in personal care vorig jaar 39,2 procent in promotie verkocht, terwijl dat in 2016 nog 33,5 procent was.