

Ο κλάδος των καλλυντικών στην Ολλανδία το 2017.

Γενικά στοιχεία:

Ο κλάδος των καλλυντικών στην Ολλανδία είναι ένας από τους πέντε κορυφαίους κλάδους με τις μεγαλύτερες διαδικτυακές δαπάνες. Στην Ολλανδία ως καλλυντικά νοούνται τα αφρόλουτρα – προϊόντα για μπάνιο, τα προϊόντα μακιγιάζ, τα αποσμητικά, τα αρώματα, τα προϊόντα περιποίησης μαλλιών, τα προϊόντα περιποίησης δέρματος, τα προϊόντα στοματικής υγιεινής, τα ξυριστικά, τα σαπούνια και τα αντηλιακά. Τα προϊόντα αυτά πωλούνται στα σούπερ μάρκετ, σε αλυσίδες φαρμακείων που πωλούν καλλυντικά, συμπληρώματα διατροφής και φάρμακα για τα οποία δεν απαιτείται συνταγή γιατρού καθώς και σε καταστήματα καλλυντικών όπως αυτά στην Ελλάδα.

Η αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου (ηλεκτρονικές πωλήσεις) είναι σε απόλυτους όρους ισχυρότερη από την αύξηση στις αλυσίδες φαρμακείων και τα καταστήματα καλλυντικών. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου εξασφαλίζει μια θετική εξέλιξη σε διάφορα τμήματα της αγοράς. Οι πωλήσεις προϊόντων μακιγιάζ για παράδειγμα μειώνονται, αλλά χάρη στο ηλεκτρονικό εμπόριο ο κλάδος πραγματοποίησε αύξηση 1%. Οι αγορές μέσω διαδικτύου αποτελούν το 4,4% των συνολικών αγορών καλλυντικών. Περισσότερα από το 10% των αρωμάτων αγοράζονται στο διαδίκτυο. Στα ηλεκτρονικά καταστήματα υπάρχει μεγαλύτερη ποικιλία από τα φυσικά καταστήματα. Οι ιστότοποι λιανικής παρουσιάζουν κυρίως αύξηση σε οικογένειες με παιδιά, που αναζητούν ευκολία.

Η συνολική καταναλωτική δαπάνη για προϊόντα προσωπικής φροντίδας στα ολλανδικά σουπερμάρκετ, αλυσίδες φαρμακείων και τα καταστήματα καλλυντικών το 2017 ανήλθε σε 2,3 δις ευρώ. Η κατά κεφαλήν δαπάνη σε 157 ευρώ ετησίως. Πλέον των ανωτέρω σημείων πώλησης και διανομής καλλυντικών, καλλυντικά πωλούνται και σε μη παραδοσιακά καταστήματα σε ποσοστό 14,8% επιπλέον.

Η αγορά καλλυντικών είναι υπό πίεση σε ό,τι αφορά τον συνολικό όγκο εργασιών. Η πίεση για προσφορές/ εκπτώσεις έχει αυξηθεί περαιτέρω. Υπάρχουν περισσότερες και μεγαλύτερες προσφορές, τύπου 1+1 δώρο, που ορισμένες φορές καλύπτουν μία ολόκληρη γκάμα προϊόντων (για παράδειγμα όλα τα σαμπουάν). Συνολικά το 39,2% των προϊόντων προσωπικής φροντίδας πωλήθηκε σε τιμή προσφοράς. Στις αλυσίδες καταστημάτων το ποσοστό αυξάνεται στο 50%.

Ένα σημαντικό ζήτημα για τον καταναλωτή είναι η υγεία. Τα καλλυντικά διαδραματίζουν έναν σημαντικό ρόλο με προϊόντα που συμβάλλουν στην υγιεινή, τη φροντίδα και την ευεξία. Υπάρχει έντονο ενδιαφέρον μεταξύ των νέων για καλλυντικά με φυσικά συστατικά καθώς και για βιολογικά καλλυντικά στα οποία δίδεται επίσης προσοχή στα συστατικά, στη συσκευασία και στη διαδικασία παραγωγής. Ιδίως αυξάνεται η ζήτηση για βιολογικά καλλυντικά περιποίησης προσώπου. Δεδομένης όμως της υψηλής τιμής των προϊόντων αυτών και των περιορισμένων οικονομικών δυνατοτήτων των νέων, η εξέλιξη αυτή πραγματοποιείται με βραδύ ρυθμό.

Το 2017 υπήρξαν περισσότεροι αγοραστές (1%) καλλυντικών από ότι το 2016. Οι καταναλωτές αυτοί αγοράζουν κατά μέσο όρο πιο αραιά και δαπανούν κατά μέσο όρο επίσης λιγότερα. Η συχνότητα αγορών μειώνεται κυρίως στα προϊόντα περιποίησης μαλλιών και τα αποσμητικά.

Οι σημαντικότεροι αγοραστές καλλυντικών είναι άτομα των οποίων τα παιδιά έχουν φύγει από το σπίτι. Αναμένεται ότι η σημασία αυτής της ηλικιακής ομάδας καταναλωτών θα αυξηθεί ακόμα περαιτέρω, λόγω της γήρανσης του πληθυσμού.

Στην αγορά επίσης παρουσιάζονται όλο και περισσότερα προϊόντα private label, με εξαίρεση τα αποσμητικά. Τα προϊόντα private label αντιπροσωπεύουν το 20,3% της αγοράς καλλυντικών και εξελίσσονται θετικά.

Τα προϊόντα προσωπικής φροντίδας πωλούνται κατά 61% μέσω αλυσίδων φαρμακείων, κατά 23,8% μέσω των σούπερ μάρκετ, κατά 4,1% από εκπαιδευτικά καταστήματα και κατά 11,1% μέσω άλλων σημείων πώλησης (καταστημάτων καλλυντικών, καταστήματα με μόνο ηλεκτρονική παρουσία, κομμωτήρια και ινστιτούτα αισθητικής).

Υποκατηγορίες της αγοράς καλλυντικών:

Προϊόντα για μάντιο και ντους:

Στην κατηγορία αυτή αυξήθηκαν τόσο ο κύκλος εργασιών όσο και ο όγκος των πωλήσεων. Η μέση τιμή της συσκευασίας των προϊόντων ντους αυξήθηκε, όπως και τα προϊόντα σε συσκευασία δώρου, για περιστάσεις όπως η ημέρα της Μητέρας και τα Χριστούγεννα.

Μακιγιάζ:

Τα προϊόντα μακιγιάζ αντιστοιχούν σε αξία περίπου 370 εκ. ευρώ. Πρόκειται για μια δυναμική αγορά με επιρροές από τη μόδα. Ο κύκλος εργασιών των προϊόντων μακιγιάζ αυξήθηκε κατά 1,2%, ενώ πάνω από το 7% από τις αγορές προϊόντων μακιγιάζ έγινε ηλεκτρονικά.

Αποσμητικά:

Η κατηγορία αυτή παρουσίασε μείωση του συνολικού κύκλου εργασιών, αλλά αύξηση στο συνολικό όγκο των τεμαχίων που πωλήθηκαν. Αυτό οφείλεται στις πολύ μεγάλες προσφορές που πραγματοποιήθηκαν στον υποκλάδο.

Αρώματα:

Η αγορά αυτή αντιστοιχεί σε αξία άνω των 405 εκ. Ευρώ. Πάνω από το 10% των αρωμάτων πωλούνται ηλεκτρονικά. Συνολικά οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 2,6%.

Προϊόντα περιποίησης μαλλιών:

Η αγορά των εν λόγω προϊόντων σταθεροποιήθηκε μετά από κάποια χρόνια ύφεσης. Και εδώ η πίεση στις τιμές από τις προσφορές έπαιξε σημαντικό ρόλο. Η τάση προς φυσικά και βιολογικά συστατικά παίζει και στα προϊόντα αυτά σημαντικό ρόλο.

Περιποίηση δέρματος:

Ο υποκλάδος των προϊόντων περιποίησης δέρματος έχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς και αντιστοιχεί σε περίπου 407 εκ. ευρώ. Τα προϊόντα περιποίησης προσώπου είναι η μεγαλύτερη κατηγορία μέσα στον υποκλάδο. Και πάλι το μεγαλύτερο μερίδιο έχουν τα αντιγηραντικά προϊόντα.

Προϊόντα στοματικής υγιεινής:

Οι επώνυμες μάρκες παρουσίασαν θετική εξέλιξη σε όγκο πωλήσεων σε σχέση με τα προϊόντα private label.

Ευριστικά:

Και στην κατηγορία αυτή αυξήθηκε η πίεση των προσφορών και επιπλέον, μειώθηκε και ο όγκος των πωλήσεων.

Σαπούνια (μπάρα και υγρό):

Η αγορά σαπουνιού έμεινε σταθερή. Τα υγρά σαπούνια έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

Αντιηλιακά:

Η εν λόγω αγορά αύξησε τον κύκλο εργασιών της. Σε όγκο (τεμάχια) η αύξηση αυτή έφτασε το 13%. Αυτό οφείλεται στον καλό καιρό του καλοκαιριού του 2017. Το μερίδιο των αντιηλιακών που πωλείται ηλεκτρονικά ανέρχεται σε 4,3%.

Καλλυντικά για άντρες:

Παρά τις προσπάθειες των κατασκευαστών και των εμπόρων, η αγορά των καλλυντικών για τους άντρες παρέμεινε σταθερή το 2017. Η προσφορά αυξήθηκε και τα σούπερ μάρκετ προσπάθησαν να βελτιώσουν την παρουσίαση και τη διαθεσιμότητα των προϊόντων. Ο κύκλος εργασιών των καλλυντικών για άντρες ανήλθε σε περίπου 300 εκ. ευρώ (χωρίς τα ξυραφάκια και τις ξυριστικές μηχανές).

Εξελίξεις στα δίκτυα διανομής και τα σημεία πώλησης:

Αν και οι ηλεκτρονικές πωλήσεις καλλυντικών αυξήθηκαν, τα παραδοσιακά καταστήματα πώλησης καλλυντικών (σούπερ μάρκετ, αλυσίδες φαρμακείων, καταστήματα καλλυντικών) παραμένουν σημαντικά. Τα σούπερ μάρκετ ως κανάλι διανομής έχασαν περαιτέρω μερίδιο αγοράς και παρουσίασαν μία μείωση σε κύκλο εργασιών και όγκο συσκευασιών. Το μερίδιο αγοράς των τριών μεγαλύτερων σούπερ μάρκετ είναι πάνω από 50%.

Τα εκπτωτικά καταστήματα άνοιξαν λίγα καινούρια υποκαταστήματα με αποτέλεσμα να σταθεροποιηθεί ο κύκλος εργασιών τους.

Οι αλυσίδες φαρμακείων παρουσιάζουν μία μικρή πτώση σε κύκλο εργασιών αλλά μια ξεκάθαρη αύξηση σε όγκο συσκευασιών.

Στα καταστήματα καλλυντικών παρατηρήθηκε αύξηση τόσο στον κύκλο εργασιών όσο και στον όγκο των πωληθεισών συσκευασιών.

Παράλληλα, πωλούνται όλο και περισσότερα προϊόντα στα κομμωτήρια και τα σαλόνια αισθητικής.

Στοιχεία Στατιστικής Υπηρεσίας:

Το 2016, τα προϊόντα καλλυντικών και αρωμάτων που πωλήθηκαν ήταν αξίας 3,3 δις ευρώ. Το 2012, αυτό το ποσό ήταν 2,9 δις ευρώ. Κατά την περίοδο 2014-2016, ο κύκλος εργασιών

αυξήθηκε κατά μέσο όρο σχεδόν κατά 4% ετησίως. Το μεγαλύτερο μέρος της αύξησης προήλθε από ηλεκτρονικά καταστήματα.

Μέσω του διαδικτύου πωλήθηκαν το 2016 καλλυντικά και αρώματα αξίας 268 εκ. ευρώ. Αυτό σήμαινε ότι το 8% αυτών των προϊόντων πωλήθηκαν σε ηλεκτρονικά καταστήματα ενώ το ποσό αυτό ήταν 2% το 2012. Το 2016, τα φαρμακεία πώλησαν 1,3 δις ευρώ σε καλλυντικά και αρώματα. Το μερίδιο αγοράς όμως μεταξύ 2012 και 2016 μειώθηκε από 45% σε 40%. Τα σουπερμάρκετ έχασαν επίσης μερίδιο αγοράς. Στα καταστήματα αρωμάτων και καλλυντικών αυτό το ποσοστό αυξήθηκε από 20% σε 21%.

Η σχετικά έντονη αύξηση των πωλήσεων καλλυντικών από τα ηλεκτρονικά καταστήματα συμβαδίζει με την αυξανόμενη τάση του αριθμού των ατόμων που ψωνίζουν online. Το 2017, το 76% όλων των ατόμων ηλικίας 12 ετών και άνω αγόρασε κάτι στο διαδίκτυο ενώ το 2012 το ποσοστό ήταν 64%.

Τάσεις:

Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών μεγαλώνει και η προοπτικές της ολλανδικής οικονομίας είναι θετικές. Οι καταναλωτές είναι έτοιμοι να διαθέσουν περισσότερα χρήματα, καθώς και να δοκιμάσουν νέα προϊόντα. Οι ηλεκτρονικές αγορές μάλλον θα αυξηθούν κι άλλο, ενώ η παροχή της δυνατότητας πραγματοποίησης αγορών μέσω εφαρμογής στο κινητό θα είναι σύντομα απαραίτητη για να προσεγγίσει κανείς τον καταναλωτή.

**ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΛΥΝΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΟΛΛΑΝΔΙΑΣ
ΣΕ ΕΥΡΩ - SITC (3 digit)**

	Subjects	Import value	Export value
	Countries	Total countries	Total countries
SITC	Periods	<i>mln euro</i>	
551 Essential oils, perfume and flavo...	2015	386	912
	2016	437	946
	2017	509	968
	2018 January-October*	492	843
553 Perfumery, cosmetics or toilet pr...	2015	2166	1863
	2016	2383	2206
	2017	2451	2435
	2018 January-October*	2052	1998
554 Soap, cleansing and polishing pre...	2015	1129	1645
	2016	1153	1650
	2017	1251	1830
	2018 January-October*	1071	1562

© Statistics Netherlands, Den Haag/Heerlen 28-12-2018

**ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΟΛΛΑΝΔΙΑΣ ΣΕ ΕΥΡΩ
ΚΑΤΑ ΤΕΤΡΑΨΗΦΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗΣ ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΗΣ ΟΝΟΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ (ΕΛΣΤΑΤ)**

ΡΟΗ	ΚΩΔ.	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2017	2016	2015	2014
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	3301'	Αιθέρια έλαια (αποτερπενωμένα ή μη), στα οποία περιλαμβάνονται και εκείνα με την ονομασία «πηγμένα» ή «απόλυτα». Ρητινοειδή. Εκχυλίσματα ελαιορητινών. Συμπυκνωμένα διαλύματα αιθερίων ελαίων σε λίπη, σταθερά λάδια, κεριά ή ανάλογες ύλες, που παίρνονται με απορρόφηση ή εμπότιση. Τερπενικά υποπροϊόντα, κατάλοιπα της αποτερπένωσης των αιθερίων ελαίων. Αποσταγμένα αρωματικά νερά και υδατικά διαλύματα αιθερίων ελαίων	52.847	1.486	11.039	144
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	3302'	Μείγματα ευωδών ουσιών και μείγματα (στα οποία περιλαμβάνονται και τα αλκοολικά διαλύματα) με βάση μία ή περισσότερες από αυτές τις ουσίες, των τύπων που χρησιμοποιούνται ως πρώτες ύλες για τη βιομηχανία.	8.265	6.885	22.643	11.538
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	3303'	Αρώματα και κολώνιες (εκτός από λοσιόν ξυρίσματος λοσιόν after shave και αποσμητικά σώματος, καθώς και εκτός από λοσιόν για τα μαλλιά)	178.024	73.954	406.107	125.300
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	3304'	Προϊόντα ομορφιάς ή φτιασιδώματος (μακιγιάζ) παρασκευασμένα και παρασκευάσματα για τη συντήρηση ή τη φροντίδα του δέρματος (εκτός από τα φάρμακα), στα οποία περιλαμβάνονται και τα αντιηλιακά παρασκευάσματα και τα παρασκευάσματα για το μαύρισμα. Παρασκευάσματα για την περιποίηση των νυχιών των χεριών ή των ποδιών	1.328.821	1.308.835	1.411.998	939.981
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	3305'	Παρασκευάσματα για τα μαλλιά	1.538.072	1.308.759	501.192	905.131
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	3306'	Παρασκευάσματα για την υγιεινή του στόματος και των δοντιών, στα οποία περιλαμβάνονται και οι σκόνες και κρέμες για τη διευκόλυνση της στερέωσης των οδοντοστοιχιών. Νήματα που χρησιμοποιούνται για τον καθαρισμό των μεσοδοντίων διαστημάτων (οδοντικά νήματα), σε συσκευασίες λιανικής πώλησης	63.536	22.006	8.046	363.578
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	3307'	Παρασκευάσματα για πριν το ξύρισμα, για το ξύρισμα και για μετά το ξύρισμα, αποσμητικά σώματος, παρασκευάσματα για λουτρά, αποτριχωτικά, άλλα προϊόντα αρωματοποίησης ή καλλωπισμού παρασκευασμένα και άλλα καλλυντικά παρασκευάσματα, που δεν κατονομάζονται ούτε περιλαμβάνονται αλλού. Αποσμητικά χώρων, παρασκευασμένα, έστω και μη αρωματισμένα, που έχουν ή όχι απολυμαντικές ιδιότητες	266.536	355.297	165.582	144

ΡΟΗ	ΚΩΔ.	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2017	2016	2015	2014
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	3301'	Αιθέρια έλαια (αποτερεπνωμένα ή μη), στα οποία περιλαμβάνονται και εκείνα με την ονομασία «πηγμένα» ή «απόλυτα». Ρητινοειδή. Εκχυλίσματα ελαιορητινών. Συμπυκνωμένα διαλύματα αιθερίων ελαίων σε λίπη, σταθερά λάδια, κεριά ή ανάλογες ύλες, που παίρνονται με απορρόφηση ή εμπότιση. Τερπενικά υποπροϊόντα, κατάλοιπα της αποτερέπωσης των αιθερίων ελαίων. Αποσταγμένα αρωματικά νερά και υδατικά διαλύματα αιθερίων ελαίων	43.417	63.358	30.197	11.254
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	3302'	Μείγματα ευωδών ουσιών και μείγματα (στα οποία περιλαμβάνονται και τα αλκοολικά διαλύματα) με βάση μία ή περισσότερες από αυτές τις ουσίες, των τύπων που χρησιμοποιούνται ως πρώτες ύλες για τη βιομηχανία.	3.870.630	6.047.330	4.938.743	5.536.556
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	3303'	Αρώματα και κολώνιες (εκτός από λοσιόν ξυρίσματος λοσιόν after shave και αποσμητικά σώματος, καθώς και εκτός από λοσιόν για τα μαλλιά)	1.835.860	1.386.359	1.793.558	1.260.652
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	3304'	Προϊόντα ομορφιάς ή φτιασιδώματος (μακιγιάζ) παρασκευασμένα και παρασκευάσματα για τη συντήρηση ή τη φροντίδα του δέρματος (εκτός από τα φάρμακα), στα οποία περιλαμβάνονται και τα αντιηλιακά παρασκευάσματα και τα παρασκευάσματα για το μαύρισμα. Παρασκευάσματα για την περιποίηση των νυχιών των χεριών ή των ποδιών	1.610.273	2.163.989	2.076.903	2.211.398
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	3305'	Παρασκευάσματα για τα μαλλιά	1.278.188	2.021.164	1.754.816	1.861.663
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	3306'	Παρασκευάσματα για την υγιεινή του στόματος και των δοντιών, στα οποία περιλαμβάνονται και οι σκόνες και κρέμες για τη διευκόλυνση της στερέωσης των οδοντοστοιχιών. Νήματα που χρησιμοποιούνται για τον καθαρισμό των μεσοδοντίων διαστημάτων (οδοντικά νήματα), σε συσκευασίες λιανικής πώλησης	586.404	944.059	629.512	516.433
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	3307'	Παρασκευάσματα για πριν το ξύρισμα, για το ξύρισμα και για μετά το ξύρισμα, αποσμητικά σώματος, παρασκευάσματα για λουτρά, αποτριχωτικά, άλλα προϊόντα αρωματοποίησης ή καλλωπισμού παρασκευασμένα και άλλα καλλυντικά παρασκευάσματα, που δεν κατονομάζονται ούτε περιλαμβάνονται αλλού. Αποσμητικά χώρων, παρασκευασμένα, έστω και μη αρωματισμένα, που έχουν ή όχι απολυμαντικές ιδιότητες	1.908.001	2.922.178	1.682.538	1.552.522

ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ:

Ένωση Παρασκευαστών και Εισαγωγέων Καλλυντικών - Dutch Cosmetics Association:
<https://www.ncv-cosmetica.nl/de-vereniging/leden/> (μέλη)

<https://www.ncv-cosmetica.nl/wetgeving/onderdelen-wetgeving/>

<https://www.ncv-cosmetica.nl/english/market-data/>

<https://www.ncv-cosmetica.nl/english/>

Cosmetology Business Guide: <http://www.kosmetiek.nl/adreswijzer>

Beauticians: <https://www.anbos.nl/zoek-schoonheidsspecialist>

http://www.in-cosmetics.com/en/exhibitor-directory/#search=d%3D104583%257C0N%252C100361%257C152_118240%261o%3D0%26rpp%3D12

<http://www.beautytradeprofessionals.nl/leden/>

<https://www.marktdata.nl/rapporten/Marketingrapport-Schoonheidsspecialisten-2016>

The Marketing Report Hairdressing 2015 (στα ολλανδικά - επί πληρωμή):
<https://www.marktdata.nl/rapporten/Marketingrapport-Kappersbranche-2015>

Hairdressers:

<https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Kappers>

<https://www.anko.nl/consumenten/zoek-een-kapper?filter=x> - Find a professional hairdresser

<http://www.in-cosmetics.com/en/exhibitor-directory/?kw=Netherlands&startRecord=1#search=kw%3DNetherlands%261o%3D0%26rpp%3D64>

ετήσιες Εκθέσεις για τον τομέα των καλλυντικών (στα ολλανδικά, πρέπει να χρησιμοποιηθεί διαδικτυακός μεταφραστής):

<https://www.ncv-cosmetica.nl/infocentrum/jaarverslagen/>

<http://www.kosmetiek.nl/adreswijzer> - Suppliers

<http://www.beautytradeprofessionals.nl/leden/> - beauty trade professionals

<https://www.anbos.nl/zoek-schoonheidsspecialist> -αισθητικοί

<http://www.beautyspot.nl/agenda> - ιστοσελίδα Εκθέσεων του κλάδου καλλυντικών, (στα ολλανδικά, πρέπει να χρησιμοποιηθεί διαδικτυακός μεταφραστής)
Beauty Trade special <https://www.beautytradespecial.nl/beursprofiel>

<https://www.beautyspot.nl/leveranciers>

<https://www.beautytradespecial.nl/> Έκθεση *Beauty Trade special*

ιστοσελίδα της Royal Dutch Medical Association (KNMG)

<https://www.knmg.nl/contact/about-knmg.htm>

ιστοσελίδα της Koepel Artsen Maatschappij en Gezondheid (KAMG)

<http://www.kamg.nl/leden/>

<http://www.nvdv.nl/>

Νομοθεσία για καλλυντικά:

Σύμφωνα με την ολλανδική Αρχή Ελέγχου Τροφίμων και Αγαθών, η ολλανδική νομοθεσία σχετικά με τα καλλυντικά είναι απόλυτα εναρμονισμένη με τον ευρωπαϊκό Κανονισμό για τα καλλυντικά προϊόντα ΕΚ 1223/2009:

<http://wetten.overheid.nl/BWBR0029746/2014-03-01>

<https://www.nvwa.nl/onderwerpen/cosmetica>

http://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics_en

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=URISERV:co0013>

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:342:0059:0209:el:PDF>

<http://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/cnpn/>

<http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/cosing/>

(Pillars Cosmetics Regulation): <https://www.ncv-cosmetica.nl/wetgeving/onderdelen-wetgeving/>

<http://www.drogistensite.nl/drogisterijbranche/wet-en-regelgeving/warenwet>

<http://www.drogistensite.nl/drogisterijbranche/wet-en-regelgeving/europese-cosmetica-richtlijn>

Advertising Cosmetic Products (RCP):

<https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginaID=291%20&deel=2>

(Pillars Cosmetics Regulation): <https://www.ncv-cosmetica.nl/wetgeving/onderdelen-wetgeving/>

Διαφήμιση καλλυντικών προϊόντων:

<https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginaID=291%20&deel=2>

Τόσο στον ευρωπαϊκό κανονισμό, όσο και στην ολλανδική νομοθεσία (http://wetten.overheid.nl/BWBR0029746/geldigheidsdatum_18-09-2014) γίνεται αναφορά στα ακόλουθα:

1. Πληροφορίες σχετικά με το προϊόν. Απαιτείται η ύπαρξη φακέλου με πληροφορίες σχετικά με το προϊόν (μεταξύ άλλων από ποια υλικά και σε ποιες ποσότητες αποτελείται το προϊόν)
2. Ασφάλεια προϊόντος. Πρέπει να μπορεί να αποδειχθεί ότι το προϊόν είναι ασφαλές.
3. Ετικέτα. Στην ετικέτα του προϊόντος πρέπει να αναγράφεται:
 - α) η χρήση για την οποία προορίζεται το προϊόν,
 - β) επωνυμία και διεύθυνση του παραγωγού/εισαγωγέα,
 - γ) ποσότητα,
 - δ) τρόποι χρήσης και προειδοποιήσεις,
 - ε) χώρα παρασκευής,
 - στ) κωδικός αριθμός (batch and code number),
 - ζ) ημερομηνία λήξης,
 - η) συστατικά
4. Παρασκευή καλλυντικών προϊόντων. Το προϊόν οφείλει να παρασκευάζεται με το πρότυπο NEN-EN-ISO 22716.
5. Πειράματα σε ζώα. Τα πειράματα καλλυντικών σε ζώα απαγορεύονται σε όλη την Ε.Ε.