

Productnieuws

Pure hydratatie



Driedubbel effect

Met Hydra Match introduceert Garnier een vernieuwende range van vier high-performance moisturizers die op maat gemaakt zijn voor verschillende huidtypes: droge huid, normale huid, gecombineerde of valse huid. De formule blinkt uit door de hydraterende capaciteit van Mannose, een plantaardig ingrediënt dat

dieper werkt dan alleen op het huidoppervlak. Dit zorgt voor hydratatie op drie niveaus: het vangt omliggende watermoleculen om ze direct naar de bovenste laag van de opperhuid te transporteren, het versterkt de barrièrefunctie om een versnelde vochtverdamping te voorkomen en het vernieuwt de natuurlijke hydratatieprocessen van de huid.

Adviesprijs: € 6,99, L'Oréal Nederland B.V.

Luxueuze ervaring

De Re-PLASTY lijn van Helena Rubenstein is aangevuld met een dagcrème: Age Recovery Day. De makers beloven een 'superactieve formule dankzij een samenspel van combinaties'. Zo heeft de crème een herstellend effect dankzij madecassoside en D-panthenol, biedt het dagelijkse bescherming dankzij vitamine C en E en regeneert het de huid door een combinatie van proxylaan, hyaluronzuur en gelycyrhizinezuur. Het delicate parfum van de crème is geschikt voor de gevoelige uit en bestaat uit onder meer fnesia, eucalyptus, jasmijnroos en witte muskus.



Adviesprijs: € 260,-, L'Oréal Nederland B.V.

Nachtelijk herstel

Gedurende de dag beschermt de huid zichzelf tegen aanvallen van buitenaf. 's Nachts gaat de huid in de 'herstelstand'. De microcirculatie van de huid wordt actiever waardoor de natuurlijke collageenproductie wordt gestimuleerd. De laboratoria van Darphin hebben zich hierdoor laten inspireren om binnen de Ideal Resource lijn een nieuw product voor de nacht te ontwikkelen: Light Re-Birth Overnight Cream. Actieve

bestanddelen zijn onder meer het Line Polish Complex met Duizendknoop, Centella Asiatica en Witte Hibiscus, Neroli essentiële olie en Turnaround boosters (N-Acetyl glucosamine en salicyllische zuur).

Adviesprijs: € 63,-, Care Cosmetics.



Verdediging

De nieuwe Superdefense SPF 20 Daily Defense Moisturizer van Clinique belooft de huid effectief te beschermen tegen de eerste verouderingsverschijnselen en toekomstige beschadiging te voorkomen. Dat doet het met behulp van een geavanceerde beschermingstechnologie. Het product bevat fotosomen, enzymen die het optreden van UV-schade effectief bestrijden. De fotosomen worden geactiveerd door zonlicht en gebruiken de energie uit de UV-straling om bestaande UV-schade in de huid te herstellen. De melange van onder andere gerst en tarwekiemextracten zorgt voor een intensieve vochtvoorziening en ondersteunt de barrièrefunctie van de huid.

Adviesprijs: € 52,-, Estée Lauder Cosmetics.



Kijk voor meer productnieuws op onze site: www.drogistenweekblad.nl

Analyse Salimans

Na rampjaar 2013 hoop voor 2014?

Het jaar 2013 zal voor de reguliere drogisterij- en parfumeriebranche de boeken ingaan als het slechtste jaar ooit. Corrigeren we voor de btw-verhoging per oktober 2012, dan komen drogisterijen voor heel 2013 uit rond 1,0 procent omzetsdaling en parfumerieën rond 1,5 procent omzetgroei. Totaal zal de reële omzetsdaling uitkomen rond -0,7 procent en dat in het jaar 2013 waarin we de meest heftige griep hadden van de afgelopen dertig jaar. De laatste keer dat we heel veel griep hadden, was in 2009. Toen droeg dit bij tot een omzetgroei van totaal 1,5% voor drogisterijen. Zonder griep zou 2013 dus nog slechter zijn!

Het gevecht tussen de twee typen outlets is in volle gang en men dient zich hierbij te realiseren dat het aantal parfumerieën nog steeds toeneemt, terwijl het aantal drogisterijen al jaren zeer sterk daalt. Per vestiging betekent dit dus een dalende omzet voor de parfumerie en stijging bij de drogisterij.

Slechts een keer eerder zagen we de omzet van parfumerieën dalen, namelijk met ruim 1 procent in het jaar 2009 toen de kredietcrisis op haar hoogtepunt was.

Bij drogisterijen is sinds het midden van de zeventiger jaren nu voor de derde maal minder omzet. In 2005 -0,1 procent en in 2006 -0,2 procent. Gecombineerd was er nooit eerder een daling in Drug/Perfumery.

Bewust werd in de eerste regel gesproken over 'reguliere', want we zijn bezig aan de tweede golf van branchevervaging. De eerste golf speelde zich af in de tachtiger en negentiger jaren en was toen ten faveure van drogisterijen. Toen vloeide naast het kernassortiment honderden miljoenen extra omzet binnen bij voornamelijk Kruidvat en Trekpleister. Dit met wat men daar 'general merchandise' noemt; cd's, speelgoed, kerstspullen en tal van andere producten deden hun intrede.

Nu vindt een omgekeerde beweging plaats door de enorme opkomst van formules als Action, Big Bazar en Op = Op, waarbij de laatste de meest gevaarlijke is omdat bijna alles wat men aanbiedt kernassortiment is van drogisterijen. Simultaan lekt ook omzet weg naar formules als De Tuinen, Ekoplaza en Marqt. En naar Internet, Rituals en The Body Shop. Hiermee zijn zeker vele honderden miljoenen omzet gemoeid. Deze komen dus niet terecht in de omzetsstatistieken van Drug/Perfumery. Zou men alles totaliseren, dan is dus tot op heden nog steeds sprake van zeer forse omzetgroei!

De afgelopen tien jaar is in Drug/Perfumery, mede hierdoor, de omzet van 'branchevreemd' weer met honderden miljoenen gedaald en dat doet dus ook veel pijn bij A.S. Wat-



son. Hun antwoord -dat werkt- is om met nog veel meer agressie hun folderboodschap te verkondigen. En door zich ook meer te profileren met andere zaken zoals verzekeringen en trein- en hotelvouchers. Maar zeker ook met assortiment dat veelal in de supermarkt wordt gekocht als wasmiddelen en papierproducten.

Etos was de eerste met zaterdag-aanbiedingen en dit is nu sinds een aantal maanden ook gekaapt door Kruidvat. Daarmee werd Etos direct overvleugeld omdat Kruidvat dit ook adverteert in massamedia. Men hanteert verder ook het zeer sterke wapen van de aanbieding die dagelijks per mail wordt verstuurd naar alle klantkaarthouders. Zo had Kruidvat recent op zaterdag een aanbieding 'Prodent 2 + 3' en een andere keer 'Zwitsal 1 + 1'. Ook buiten deze zaterdagaanbiedingen is het mediageweld van Kruidvat ongekend heftig. Ook Dirx (inmiddels vijftig zaken) hanteert nu aanbiedingen die deels alleen gelden voor de vrijdag of zaterdag.

Het gevolg van dit alles is dat de al vele jaren dalende omzet van de zelf-

standigen vanaf deze zomer nog veel meer onder druk is komen te staan. Er is niemand in Nederland die in drogisterijen de omzet van de btw-groepen apart rapporteert. Alleen auteur doet dit in een omzetspanel waarin alle formules van zelfstandigen vertegenwoordigd zijn. Hierin deed de 6 procent-omzet (identiek!): 2007: -0,2 procent, 2008: -4,1 procent, 2009: +0,2 procent, 2010: -2,4 procent, 2011: +0,9 procent 2012: -1,0 procent en nu de versasende eerste elf maanden van 2013 +3,8 procent. Terwijl we dus bezig zijn aan het slechtste jaar ooit wordt dit met afstand het beste jaar voor de lage btw, dat grotendeels bestaat uit zelfzorg.

De totale omzet (identiek) komt gecorrigeerd voor de btw-verhoging - in het panel uit op -4,7 procent. Dit betekent dus dat de hoge btw met ± 6,5 procent zakt. Er is - begrijpelijkerwijs! - veel onrust onder zelfstandigen over al deze ontwikkelingen. Er is erg veel onvrede over de wijze waarop de zelfstandige formules hierop nu antwoorden middels hun folder- en kortingsbeleid. Dit kost



erg veel marge die direct uit de zak komt van de ondernemer, zonder dat de trend wordt gekeerd. Laat echter iedereen zich realiseren dat men er niet aan ontkomt ook het prijswappan meer te hanteren bij dit geweld vanuit het grootwinkelbedrijf (gwb). Doet men niet mee, dan zal de schade nog veel groter zijn! Op deze manier dreigt meer verdeeldheid bij zelfstandigen. Als dat gebeurt zal dit het gwb alleen maar enorm in de kaart spelen. Grote fabrikanten hebben geen zin in echt goede deals met formules die maar rond de honderd of nog minder deuren tellen.

Na de eerdere teloorgang van Boots, Schlecker, Savers en Rezo is dit jaar Sephora en van der Doelen gestopt. Voor zelfstandigen waren MOOI en Pour Vous tot dit jaar de enige opties als men iets wilde met een parfumerie. Dit speelveld is binnen een jaar fors veranderd nu Pour Vous in handen is gekomen van A.S. Watson, Douglas in Nederland al rond tien franchisers heeft verwelkomd, Faco en Crest zijn begonnen met 'Beautiful By' en MOOI nauw samenwerkt met DA. Er zijn nu drie interessante en levensvatbare 'blokken' in Nederland die serieus aan tafel mogen zitten bij de topmerken. ICI Paris XL is de 150 deuren gepasseerd. Douglas tikt de 100 aan en MOOI/DA drogisterij en luxe parfumerie zit rond de 115.

Er is hoop voor 2014 nu al maanden:

- het consumentenvertrouwen toeneemt
- de politiek alle zware dossiers heeft afgerond, wat eindelijk duidelijkheid schept.
- de aandelenbeurzen omhoog gaan
- de huizenprijzen stijgen
- het aantal verkochte huizen stijgt
- er meer auto's worden verkocht
- ziektekostenpremies dalen
- pensioenen niet worden gekort
- de pensioenpremie voor iedereen zakt
- en zelfs de werkloosheid al twee maanden verrassend is gedaald.

En dat bij een branche waarvan in de buitenomtrek is aangetoond dat de omzetten nog steeds fors stijgen! Goede ondernemers die een zaak hebben op een plek met voldoende traffic hebben ook nu erg goede kansen. Het probleem is dat de meesten niet bewegen en bij de pakken neerzitten. Stilstand is achteruitgang.....

Reageren?
rene@salimansconsultancy.nl

Colofon

Redactie:
redactie@drogistenweekblad.nl
Kelly Bakker: kelly@drogistenweekblad.nl

Bladmanager/Sales:
Henk Pieter van Goor: henkpieter@drogistenweekblad.nl
Sales: Sabeha Kalluti: sabeha@drogistenweekblad.nl

Vraag & Aanbod: Boekingen en annuleringen kunnen alleen schriftelijk aangeboden worden via faxnr.: 035 6210951.

Abonnementen: Voor apotheken, drogisterijen, parfumerieën en reformzaken één abonnement gratis. Voor andere geldt: abonnementsprijs € 107,- per jaar, excl. geldend btw-tarief. Kortingen: 5 t/m 14 abonnementen 15%, 15 abonnementen en meer 25%.

Druk en Lithografie: Van der Weij b.v. Grafische Bedrijven. Uitgever: Van der Weij b.v. Periodieken. Uitgever R. van der Weij. Franciscusweg 351, Postbus 285, 1200 AG Hilversum. Telefoon: 035 - 6249741 Fax: 035 - 6214354

Op de advertentiecontracten of overeenkomsten tot plaatsing van losse advertenties zijn van toepassing de Regelen voor het Advertentienetwerk van de Stichting ROTA zoals goedgekeurd bij de Kamer van Koophandel te Amsterdam onder nummer 41198699. De Regelen voor het Advertentienetwerk zijn beschikbaar op www.stichtingrota.nl

© Copyright 2013 Van der Weij Periodieken
Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen of op enige wijze worden gereproduceerd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. De uitgever is niet aansprakelijk voor eventuele zet- en drukfouten.
ISSN: 2213-2074.

