

# CAREALITY

Onafhankelijk vakblad voor managers in de drogisterijbranche

## Careality Care Awards

Alle genomineerden

.....

### Stand van zaken:

“Drogist wint weer aandeel op supermarkt”

.....

Jos Jongstra (CBD) over de invloed van de Veegwet

## “Juist nu onze onderscheidende kracht benadrukken”



pag 12

Jacco van Liere (Unipharma) en Dorian Hofs (MOOI): “DBB & MOOI bundelen krachten”



pag 16

Joop Rutte (Info2Action) analyseert gevolgen Veegwet: “Zal vooral het huismerk treffen”





# Bedankt voor de nominatie!



## Andrélon Levendig Lang.

Voedt en versterkt lang haar.

0%  
SULFATEN &  
SILICONEN



\*m.u.v. de dop.

## Andrélon Mild & Zacht.

Voor een kalme hoofdhuid  
en gezond stralend haar.

# Inhoudsopgave

## 4 Nieuws

**6 Interview** *Jos Jongstra, directeur CBD: "We zullen vooralsnog moeten omgaan met de veranderde wetgeving. Wat dat betreft heb ik veel vertrouwen in de kracht van drogisten"*

**11 Column** *Evelyn van Leur over het hoog-laag spel en het nut van promoties*

**12 Interview** *Jacco van Liere en Dorian Hofs over de kansen die de combinatie DBB en MOOI biedt aan*

**16 Analyse** *Joop Rutte (Info2Action) over de wetswijziging: "Dolk in de rug van het oude OTC, maar gezondheid is zoveel meer"*

**19 Actueel** *Nieuws van het CBD: de eerste afgestudeerden van Vakopleidingdrogisterij.nl*

**21 Careality Care Awards** *Alle genomineerden: wie winnen de Care Awards 2023?*



## Plan B?

De kogel is door de kerk, de Tweede Kamer heeft de Veegwet met een nipte meerderheid aangenomen waardoor de iPad-drogist mogelijk wordt gemaakt. In deze uitgave gaan we nader in op de gevolgen van deze wetswijziging voor de drogist. De Eerste Kamer moet de wetswijziging nog verwerpen of toestemmen op het moment dat deze uitgave naar de drukker gaat, maar voorlopig moeten "we ervan uitgaan dat we zo goed mogelijk om moeten gaan met deze wetswijziging", zo laat ook CBD-directeur Jos Jongstra weten in het hoofdinterview. In de branche gaan geregeld geluiden op voor een 'Plan B'. Welke strategie zet de drogist in na deze directe aanval op deskundigheid? Welke plannen voor de toekomst zitten in het vat? Nu is dit niet de eerste keer dat de drogist in zijn positionering wordt aangevallen. "De drogist heeft machtige tegenstanders en de politiek heeft de drogist altijd in het vizier gehad", zei oud CBD-directeur Marten Hummel al. In 2000 wilde het CBG bijvoorbeeld alle zelfzorggeneesmiddelen vrijgeven als AV. VWS ondersteunde het idee dat er bij de verkoop van zelfzorggeneesmiddelen geen deskundigheid vereist is. In 2006 werd dit in een wetsontwerp gevat en heeft de drogist strijd gevoerd, waarna de indeling in AV, UAD en AD volgde. Die gewonnen strijd en latere successen, zoals bijna 85 procent certificering en de erkenning als vitale beroepsgroep, heeft de drogist bereikt door steeds vast te houden aan Plan A: investeren in opleiding, deskundigheid en het veilig gebruik van zelfzorggeneesmiddelen. Lessen uit het verleden geven aan dat dit de weg is die de drogist vast moet houden. Want wat zou een Plan B in moeten houden? Tablets ophangen in de drogisterij in plaats van investeren in deskundig personeel? "Er moet nog steeds verantwoorde zorg worden geleverd, wat dat betreft geloof ik in de kracht van drogisten", aldus Jongstra in deze uitgave. "Juist nu is het de tijd om de consument bewust te maken van onze onderscheidende waarde met de Groene Plus." Aan de vele enthousiaste reacties en foto's van drogisten die vol trots de Groene Plus op hun deur hangen, zijn velen in de branche het met hem eens. De branche lijkt mee te bewegen met de wetgeving maar zonder beduidende koerswijziging. Oftewel: we stick to the plan!

*Veel leesplezier*

*Ivonne de Thouars, hoofdredacteur*

## COLOFON

Careality is een uitgave van Luteijn Trade Media, Oude Terborgseweg 175-04, 7004 DV Doetinchem (NL). tel. 0314-383 625. **Email:** info@luteijntrademedia.nl, **website:** www.careality.nl. KvK Centraal Gelderland 74989847. Careality wordt met PostNL onder meer verzonden naar: drogisterijen, retailorganisaties, parfumerieën en groothandelaren. **Oplage:** 3650 exemplaren. **Uitgever:** Paulette Luteijn. **Abonnementen:** € 54,- per jaar excl. btw. Collectieve afname: prijs op aanvraag. Abonnement opzegging: schriftelijk 1 maand voor einddatum. Abonnementsopgave, klachten en/of (verhuis)mededelingen zenden aan: Careality Klantenservice, Oude Terborgseweg 175-04, 7004 DV Doetinchem. **Redactie:** Ivonne de Thouars (redactie@careality.nl). **Sales/Office:** Paulette Luteijn (paulette@careality.nl). **Sales:** Eddy Nas (eddy@careality.nl) **Druk:** Veldhuis Media b.v. Raalte. **Ontwerp en layout:** XCI reclameproductie Apeldoorn (Frank van der Meulen, Maura van Wermeskerken).

Het auteursrecht op Careality en op de daarin verschenen artikelen worden door de uitgevers voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervaelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopie of enig ander manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgevers. Hoewel Careality met de meeste zorg wordt samengesteld, kunnen uitgevers en redactie niet aansprakelijk worden gesteld voor mogelijke onjuiste berichtgeving en/of (zet)fouten.

Vanaf april start Careality met het 6 x per jaar versturen van een nieuwsbrief aan onze lezers per e-mail. In deze nieuwsbrief publiceren wij actueel nieuws, productnieuws en meer belangrijke informatie voor de drogisterijbranche.

### Deze nieuwsbrief ook ontvangen?

Stuur dan een e-mail naar [redactie@careality.nl](mailto:redactie@careality.nl) met uw contactgegevens en ontvang automatisch onze nieuwsbrief in uw mailbox.



THE  
CATEGORY  
& TRADE  
COMPANY

VERDIEP JOUW VAKKENNIS  
EN MELD JE NU AAN VOOR  
ONZE OPEN TRAININGEN



BUSINESS

Let's  
UPGRADE  
YOUR ...

#### Ons trainingsaanbod 2023:

Training 'Category management' \_\_\_\_\_ 13 april en 16 mei

Training 'Sneller en beter werken  
met marktdata' \_\_\_\_\_ 28 maart en 18 april

Training 'Excel voor Trade marketing  
& Category management' \_\_\_\_\_ 6 april

Training 'Presentatiewetten en  
optimale conversie van je schap' \_\_\_\_\_ 11 mei

Workshop 'Schapanalyse' \_\_\_\_\_ 5 april

Kijk voor meer informatie op [ct-company.nl](http://ct-company.nl)  
of neem contact op met Evelyn van Leur +31 6 303 52 147  
of Tijn Bresser +31 6 124 76 536

careview

## Magnesium supplement van het jaar 2023

Magnesium is half februari verkozen tot het supplement van het jaar 2023. Gevolgd door Vitamine D als tweede en Omega-3 op de derde plaats. In een online enquête van het Informatiecentrum Voedingssupplementen & Gezondheid (IVG) kon het publiek stemmen op hun favoriete voedingssupplement. Stemmers geven aan dat ze magnesium voornamelijk gebruiken voor hun spieren, slaap, rust en ontspanning. IVG woordvoester Nora French: "Magnesium is betrokken bij honderden processen in ons lichaam en onmisbaar voor onze gezondheid. Volgens de nieuwste RIVM Voedselconsumptiepeiling gebruikt inmiddels meer dan de helft van de Nederlanders voedingssupplementen. Uit onze eigen verkiezing blijkt dat ruim de helft van de stemmers supplementen gebruiken om hun gezondheid te ondersteunen. De rest van de stemmers gebruikt supplementen als aanvulling op voeding, op advies van een professionele hulpverlener of vanwege medicijngebruik."



PALMOLIVE UP!



WAKE  
UP!

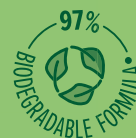
MET DE HEERLIJKE GEUR VAN  
UPCYCLED INGREDIËNTEN...

...GERED UIT DE SAP- OF  
PARFUMINDUSTRIE

EN VERPAKT IN EEN RECYCLEBARE  
TUBE GEMAAKT VAN SUIKERRIET



BEDANKT VOOR  
UW NOMINATIE!



## CBG-advies over UAD voor september 2023 verwacht

Apothekersorganisatie KNMP steunt het onderzoek van het College ter Beoordeling van Geneesmiddelen (CBG) naar de indelingsstatus van UAD-geneesmiddelen zoals NSAID's, de neussprays en -druppels oxymetazoline, xylometazoline en tramazoline, en het laxeermiddel



bisacodyl. De medicijnautoriteit verricht dit onderzoek op verzoek van het ministerie van VWS en de Tweede Kamer. De Tweede Kamer uitte afgelopen maand veel zorgen over een wetwijziging die ertoe kan leiden dat deze middelen via een 'drogist op afstand' mogelijk breder beschikbaar worden gesteld. In een brief aan het CBG vraagt minister Kuipers (VWS) om 'een actuele zienswijze' op de indeling van UAD-geneesmiddelen. "Dit mede in het licht van het maatschappelijk gebruik of misbruik van deze middelen in de afgelopen jaren", aldus de bewindspersoon. Eerder waarschuwde de KNMP, samen met dertien koepels van apothekers, artsen, consumenten en patiënten, voor een bredere beschikbaarheid van deze geneesmiddelen. In een gezamenlijke brief wezen zij op de vervelende bijwerkingen van NSAID-pijnstillers en interacties met andere geneesmiddelen. Als de NSAID's en andere UAD-geneesmiddelen gemakkelijker op meer plekken worden aangeboden, wordt het voor apotheketeams ingewikkelder om complete medicatiebewaking voor patiënten uit te voeren. Met alle (gezondheids)risico's van dien. Er heeft een bestuurlijk overleg plaatsgevonden tussen de KNMP en het CBG. Daarin kwam de adviesaanvraag ook aan de orde. Minister Kuipers heeft in februari aangegeven binnen drie tot zes maanden het CBG-advies over de indelingsstatus van UAD-geneesmiddelen te verwachten.

## Nieuwere bloedverdunners hebben geen interactie met miconazol

Sinds 2019 geven gecertificeerde drogerijen met de Groene Plus altijd een risicowaarschuwing bij negen middelen. Ook voor middelen met miconazol, die worden gebruikt bij schimmelinfecties aan de huid, geldt een risicowaarschuwing. Doordat er nieuwe bloedverdunners op de markt zijn gekomen, kunnen klanten vragen hebben over deze waarschuwing. De risicowaarschuwing die verkoopmedewerkers bij de overhandiging van middelen met miconazol geven, luidt: "Dit geneesmiddel kunt u niet samen met bloedverdunners gebruiken. Wij adviseren u voor gebruik de bijsluiter te lezen." Miconazol kan het antistollingseffect van bepaalde bloedverdunners namelijk versterken, een ongewenste interactie. In de huidige praktijk blijkt echter dat huisartsen toch miconazol voorschrijven terwijl hun patiënt bloedverdunners gebruikt. Het blijkt hierbij te gaan om nieuwe bloedverdunners die geen interactie hebben met miconazol. De ongewenste interactie geldt namelijk alleen voor bloedverdunners waarbij controle door de trombosedienst nodig is (te weten acenocoumarol en fenprocoumon). Bij acetylsalicylzuur en de nieuwe(re) bloedverdunners zoals dabigatran, apixaban, edoxaban en rivaroxaban treedt de interactie niet op. Bij vragen kan de (assistent)drogist een kleine nuance aanbrenge. Het advies dat de (assistent)drogist geeft, luidt: "Gebruik dit middel niet als u bij de trombosedienst onder controle staat. Miconazol kan de bloedstolling ontregelen." Deze toevoeging is geheel correct.

## DA laat van zich horen op Huishoudbeurs

DA was in februari zichtbaar aanwezig op de Huishoudbeurs, met een stand in Wendy's Wereld, die wordt gedeeld met producent Just2BFit. Ook worden bekende ex-sporters en gezondheidsexperts geïnterviewd tijdens 'De Thee van Tom' met Tom Wildenbrug. Onder de titel 'Fit en Vitaal' wil DA mensen stimuleren om fit en vitaal te blijven. Daartoe schuiven in het theater van Wendy's Wereld elke dag interessante sprekers aan om te vertellen over een gezonde levensstijl. "Preventie wordt in de toekomst steeds belangrijker", zegt Ruud van Munster, directeur van DA. Het is een belangrijk thema voor DA: het stimuleren van een gezonde leefstijl. 'In het merendeel van onze winkels is het bijvoorbeeld mogelijk om de DA Gezondheidscheck te doen, waarmee we iemands bloeddruk, cholesterol en glucose kunnen meten. Belangrijke waarden om te weten en om te voorkomen dat je in de toekomst ziek wordt. Want veel mensen in Nederland hebben last van welvaartsziekten als diabetes of een hoge bloeddruk, maar dit preventief checken is bij huisartsen vrijwel onmogelijk omdat die zo druk zijn; mensen komen pas in de zorg terecht als er iets mis is. Toch zal preventie in de toekomst steeds belangrijker moeten worden om de kosten voor de zorg onder controle te houden.'





Jos Jongstra, directeur CBD, over de gevolgen van de wetswijziging:

# “Juist nu moeten we ons onderscheidend vermogen benadrukken”

Op 31 januari 2023 stemde de Tweede Kamer voor de wetswijziging in de Geneesmiddelenwet die de Ipad-drogist mogelijk maakt. Hoe zet koepelorganisatie Centraal Bureau Drogisterijbedrijven (CBD) zich binnen deze politieke discussie in voor de positie van de drogist? En hoe ziet het CBD de toekomst van gecertificeerde drogisterijen, die nu voor het eerst met de Groene Plus gezamenlijk hun gezicht laten zien?

---

TEKST **Ivonne de Thouars**

BEELD **Inge Thöne, Erik Fábíán**



**T**raditioneel blikt Careality in de eerste uitgave van het jaar met het CBD ‘terug en vooruit’ op belangrijke ontwikkelingen in de sector. 2022 was een bewogen jaar dat voor een groot deel in het teken stond van de wijziging in de Geneesmiddelenwet. Een verregaande wijziging in de verkoop van UAD-geneesmiddelen die als ‘technische aanpassing’ en onderdeel van een Veegwet werd aangekondigd tussen kerst en oud & nieuw 2021. “De Veegwet is het hete hangijzer in de sector op dit moment, maar we hebben tegelijkertijd gezien dat de branche blijft investeren in kwaliteit”, zegt CBD-directeur Jos Jongstra. “We maken stappen op het gebied van duurzaamheid, nascholing en certificering, ook voor winkels met zelfscan. En het is uniek dat we als koepelorganisatie zijn gestart met een complete vakopleiding, vakopleidingdrogisterij.nl. Ook maken we goede vorderingen binnen de Proeftuin Zelfzorg; de eerste onderzoeksresultaten zijn besproken en we kunnen in 2023 het vervolgtraject inzetten, samen met de vele stakeholders in de zorg die aan dit project meewerken.” Het CBD kijkt tevens tevreden terug op de evenementen die zij in 2022 organiseerden: de uitreiking van de Beste Zelfzorgadviseur en de eerste editie van het Zelfzorgcongres. “We hopen hiermee ook de beroepstrots van (assistent)drogisten te voeden, zodat het een positieve invloed heeft op de aantrekkelijkheid van het beroep in de krappe arbeidsmarkt”, aldus Jongstra.

### **De wijziging in de Geneesmiddelenwet werd 'tussen neus en lippen' aangekondigd, maar was wel te verwachten als nasleep van de uitspraak van de Raad van State over de tablet-drogist in november 2020...**

"Die uitspraak van de Raad van State bepaalde dat de fysieke aanwezigheid van een (assistent)drogist vereist is als je UAD-geneesmiddelen wilt verkopen. Daarmee werd advies via een tabletdrogist verboden. De Raad gaf destijds aan dat de wet aangepast moest worden indien de wetgever het anders wilde zien. Minister Kuipers van VWS heeft dat nu vertaald alsof de huidige praktijk niet past bij wetgeving. UAD-geneesmiddelen worden volgens de minister al jarenlang zonder fysieke aanwezigheid van een (assistent)drogist verkocht, maar dat is niet correct. De tabletdrogist is drie jaar als pilot getest bij een deel van de AH-winkels. Dus we hebben het over één speler die bewust de grenzen heeft opgezocht bij de verkoop van UAD-geneesmiddelen. En met 5.0000 verkooppunten van drogisten en apothekers op tien minuten afstand van elke Nederlander was er ook over de beschikbaarheid geen enkele discussie. En in 800 supermarkten wordt nu ook UAD verkocht. Maar dan met verantwoorde zorg, waaronder voldoende (assistent-) drogisten. In bijna 9000 supermarkten en tankstations wordt daarnaast ook AV-geneesmiddelen verkocht (waaronder klein-verpakking paracetamol, hooikoortstabletten en Rennie). Daarom vragen wij ons af voor welk probleem dit een oplossing is en waarom er getoerd wordt aan een goed lopende praktijk: laagdrempelige beschikbaarheid van UAD-geneesmiddelen, maar wel met steeds voldoende vakmensen om de wettelijk verplichte verantwoorde zorg te leveren. De Tweede Kamer legt met deze wetwijziging bovendien de zorgen en bezwaren van vele wetenschappers, zorginstellingen en vertegenwoordigers van consumenten- en patiënten naast zich neer. Zo hebben de Consumentenbond, Federatie van Nederlandse Trombosediensten, Harteraad, apothekersorganisatie KNMP, verloskundigenorganisatie KNOV, huisartsenorganisaties LHV en NHG, Maag Lever Darm Stichting, Nederlandse Vereniging van Ziekenhuis Apothekers, Nederlandse Internisten Vereniging, Nederlandse Vereniging van Maag-Darm-Leverartsen, Nierpatiënten Vereniging Nederland, Nierstichting en Trombosestichting, Instituut Verantwoord Medicijngebruik IVM, tien hoogleraren Farmacie onder leiding van professor Marcel Bouvy, professor Marcel Levi, hoogleraar bestuursrecht professor Herman Bröring en 113-zelfmoordpreventie duidelijk hun zorgen geuit over het breder beschikbaar maken van UAD-geneesmiddelen. Tot slot is Kuipers van mening dat deze wijziging in artikel 62 lid 2 van de Geneesmiddelenwet noodzakelijk is om online verkoop mogelijk te maken, maar die online verkoop is geregeld in artikel 67a en daar is door de uitspraak van de Raad van State niets aan afgedaan. Zijn argumentatie klopt dus niet."

### **Is een lobby van de supermarkten volgens CBD de reden dat VWS deze wet toch doorgevoerd heeft?**

"Ja, het lijkt er wel op dat VWS gevoelig is geweest voor de lobby van supermarkten. Bijna 80 procent van de UAD-geneesmiddelen wordt verkocht door drogisterijen en dat is al

jaren een doorn in het oog van supermarkten. Supermarkten willen ook graag UAD zelfzorggeneesmiddelen verkopen, maar dan zonder de investeringen die de drogisterijen jaar in jaar uit doen in de kennis van de (assistent-) drogisten. Verantwoorde zorg lever je niet met een informatiebordje aan het schap en een tablet aan de muur. Vakmensen zijn onontbeerlijk. Geneesmiddelen, ook UAD zelfzorgmiddelen, zijn geen snoepjes. Er ligt een zeer gedegen rapport van de Expert Meeting gehouden door het Instituut voor Verantwoord Medicijngebruik, waarin deskundigen als apothekers, artsen, farmaceuten, drogisten, juisten en de consumentenbond laten weten dat er consensus nodig is over de term verantwoorde zorg. Het rapport biedt veel concrete handvaten om dit vorm te geven. VWS heeft hier helaas niets mee gedaan. Ook dr Lyda Blom heeft een notitie opgesteld, waarin duidelijk wordt gemaakt dat digitale voorlichting de fysieke voorlichting niet kan vervangen. Het CBD heeft de woordvoerders geïnformeerd

***“Het ministerie van VWS is gevoelig geweest voor de lobby van de supermarkten”***

over deze nota's rapporten en onderzoeken, waarmee wordt aangegeven dat de gevolgen van de voering van de wetwijziging niet alleen veel impact heeft voor de duizenden drogisterijen in Nederland, maar vooral ook risico's meebrengt voor de volksgezondheid. Daarover zijn in de Kamer tijdens de eerste ronde veel vragen gesteld door oppositie- en coalitiepartijen. We verwachten dat de minister ontvankelijk zou zijn voor deze argumenten, maar hij ging er nog strakker in zitten. Dit was ook bij de tweede ronde van vragen het geval. Vanwege de opstelling van de minister en de onvrede bij een groot deel van de vaste kamercommissie VWS daarover, werd de behandeling van de Veegwet overgeheveld naar een plenaire behandeling. Tegelijkertijd diende CDA zorgwoordvoerder Joba van den Berg een amendement in om dit onderdeel uit de Veegwet te schrappen. Daarna is er een lang traject van uitstel van behandeling geweest. In die periode hebben we steeds de publiciteit gezocht, een landelijke advertentiepagina geplaatst, we hebben de zelfstandige drogisten gevraagd om zich te roeren - wat onder andere door Harry Piet werd opgepakt met ingezonden stukken en interviews - en we hebben steun gezocht bij (de vele) organisaties die zich eveneens zorgen maken over de gevolgen van deze Veegwet. Zo heeft de apothekersorganisatie KNMP samen met vele organisaties uit de zorg een oproep aan de Kamerleden gedaan om het amendement te steunen en gewezen op de risico's bij een bredere beschikbaarheid van UAD-geneesmiddelen. Ook hebben we contact gezocht met onze samenwerkingspartner 113 Zelfmoordpreventie die >>

een schrijven aan de Tweede Kamer heeft gestuurd om haar zorgen te uiten. Kortom, heel veel partijen zijn geactiveerd en hebben zich open uitgesproken over hun zorgen voor de volksgezondheid."

De Veegwet werd op 18 januari 2023 eindelijk plenair behandeld. Als gevolg daarvan werd er een tweede amendement ingediend door Joba van den Berg en Maarten Hijink van de SP waarmee zij wilden voorkomen dat een enkele drogist verantwoordelijk zou zijn voor de verkoop van UAD in meerdere filialen. Jongstra: "Helaas werden beide amendementen tijdens de stemming op 31 januari afgewezen, hoewel 16 partijen met 72 stemmen voor waren. De indieners van de amendementen kwamen net drie stemmen tekort voor een 50/50 uitslag. De Veegwet is vervolgens op 31 januari aangenomen en we hebben aangegeven dat we teleurgesteld zijn en verbaasd dat de Tweede Kamer voorbij is gegaan aan alle zorgen die door vele deskundigen en vertegenwoordigende organisaties zijn geuit. De wetswijziging moet nu nog door de Eerste Kamer goedgekeurd of afgewezen worden. Het is nog ongewis wanneer de Eerste Kamer deze wetswijziging behandelt, de eerste geluiden geven aan dat dat in nog februari gebeurt. De kans is echter groot dat de veranderde wetgeving een feit zal worden en daar zullen we als branche mee moeten omgaan."

**De exacte invloed op de dagelijkse praktijk door de wijzigingen in de Geneesmiddelenwet over de verkoop van UAD-geneesmiddelen is voor veel partijen nog onduidelijk. Hoe kan daar een werkbaar voorstel van worden gemaakt?**

"Het CBD is druk bezig om wat meer duidelijkheid te krijgen over de wetswijziging. Er zijn inderdaad nogal wat onduidelijkheden: wat is de definitie van een toezichthoudende drogist, wat betekent 'in dienst zijn van een aanbieder' exact en wat is de definitie van 'oproepbaar zijn via een digitaal middel'? Wat bedoelt de minister met de uitspraak dat hij denkt dat een drogist wel op meer dan een drogisterij toezicht kan houden? Uit de discussie in de Tweede Kamer bleek dat er ook behoefte is om meer controle te krijgen op de online verkoop van zelfzorggeneesmiddelen. Daarvoor heeft het CBD al het Keurmerk Zelfzorg Online ontwikkeld. We willen duidelijkheid voor de hele markt, niet alleen voor drogisten en supermarkten maar voor alle verkooppunten. Kuipers heeft aangegeven dat hij het belangrijk vindt dat de verantwoorde zorg gewaarborgd en gehandhaafd blijft, een belangrijke toevoeging waarover we vanuit onze uitgebreide ervaring graag meedenken. Daarnaast zullen we samen met de formules en drogisten onderzoeken welke van onze certificeringseisen we aanpassen op de toekomstige wetgeving en de auditoren daarop instrueren."

**Minister Kuipers heeft het College ter Beoordeling van Geneesmiddelen (CBG) ondertussen gevraagd om de UAD-lijst opnieuw te bezien, waarbij hij producten als NSAID's, melatonine en laxemiddelen noemt. Hoe groot schat het CBD de kans in dat door de bredere beschikbaarheid de UAD-lijst gaat krimpen?**

"De minister heeft zelf aangegeven dat deze wetswijziging geen invloed mag hebben op het verlenen van verantwoorde zorg bij de verkoop van UAD, dus dan zou de lijst met UAD-middelen ook niet aangepast hoeven worden. Bovendien heeft het CBG deze indeling een jaar of tien geleden samengesteld en in onze optiek gaat dat goed en hoeft daar niet aan getoerd te worden. De consequentie van de bredere beschikbaarheid zal pas op de langere termijn blijken. Daarom roepen wij het ministerie op om de regelgeving eerst helder uit te leggen en de gevolgen heel goed te monitoren. We zijn er niet op tegen dat er meerdere verkooppunten komen, er worden nu ook bij zo'n 800 supermarkten UAD-middelen verkocht en daar is gewoon een drogist in dienst. Prima geregeld, maar deze mogelijkheid tot digitalisering van het advies en de onduidelijkheid over toezicht moet scherp in de gaten worden gehouden. Het ministerie moet dat beleggen bij partijen die dat goed kunnen, zoals bijvoorbeeld het IVM."

**Het CBD heeft het afgelopen jaar samen met andere partijen vaak gewezen op de risico's van zelfzorggeneesmiddelen. Daar komt vanuit leverancierskant en Nephofarm commentaar op. UAD-middelen zijn immers in deze categorie ingedeeld omdat ze veilig zijn bij juist gebruik. Begrijp je die wrevel?**





“Nee eigenlijk niet. Het CBD heeft daarin een consequente lijn en we zijn het eens met de fabrikanten dat UAD-middelen bij juist gebruik geen risico's met zich meebrengen. Maar er is ook een reden waarom het geen AV-middelen zijn. Keer op keer blijkt uit onderzoek dat mensen hun kennis over zelfzorggeneesmiddelen overschatten en de risico's onderschatten, dus ze vragen niet om hulp of informatie omdat ze denken dat ze het wel weten. Mede daarom worden zelfzorggeneesmiddelen regelmatig verkeerd gebruikt. Denk aan de tienduizenden mensen met middelafhankelijke hoofdpijn, een neussprayverslaving of aan opzettelijk misbruik van laxeermiddelen. En er is veel discussie over het aantal ziekenhuisopnames door verkeerd gebruik van zelfzorggeneesmiddelen - 113 maakt zich niet voor niets zorgen. Ook loopt er in samenwerking met Doen of Laten een maagcampagne waarbij we mensen wijzen op het juist gebruik van maagzuurremmers, die vaak te lang worden gebruikt. Ten tweede zijn we met z'n allen druk bezig om de ruim 2,5 miljoen mensen met lage digitale of gezondheidsvaardigheden ook goed te bedienen. We hebben in Nederland een uniek systeem met een fijnmazig netwerk aan drogisterijen waar je laagdrempelig geneesmiddelen kunt aanschaffen. Het merendeel van de consumenten koopt die mid-

***“Ik heb veel vertrouwen in de kracht van drogisten”***

delen en geeft aan dat ze geen nadere informatie nodig hebben, maar het blijft belangrijk dat we proactief een kassacheck doen of een risicowaarschuwing geven. Daarmee maken we elke keer weer duidelijk dat zelfzorggeneesmiddelen geen snoepjes zijn en je bij elk gebruik de bijsluiter moet raadplegen. En als een consument twijfelt over het gebruik of de informatie op de bijsluiter niet begrijpt, bieden we laagdrempelig en deskundig advies. Dat heeft zijn nut al jarenlang bewezen. Zelfzorggeneesmiddelen zijn een zegen en kunnen talloze klachten verlichten, dus ze hebben een groot nut maar dan moeten ze wel juist gebruikt worden en daar willen we voor blijven waken.”

**Hoe groot is volgens het CBD de kans dat drogisterijen na deze wetswijziging zelf besluiten om minder te investeren in certificering en kwaliteit? Bestaat de kans dat, mede gezien de arbeidsmarktkrapte, drogisterijen gaan schrappen in opleiding, nascholing of de fysieke aanwezigheid van een drogist nu elders advisering via een digitale tablet voldoet?**

“De minister geeft aan dat verkopers van UAD-middelen verantwoorde zorg moeten blijven bieden. De drogisterij heeft dat



al jaren geregeld in de Nederlandse Drogistennorm en vertaald in het certificeringssysteem. Veel zaken blijven zoals ze zijn, in onze optiek kun je geen verantwoorde zorg leveren als je niet elk jaar naschoolt, de nieuwe ontwikkelingen in een werkoverleg bespreekt, reacties van klanten bespreekt of bijvoorbeeld zorgt dat alleen de toegestane commerciële activiteiten plaatsvinden met geneesmiddelen. En het is juist nu belangrijk om de consument bewust te maken van de onderscheidende kracht die je op dat gebied hebt. Daar staan alle drogisterijen achter, je ziet het vakmanschap van de drogist bij elke drogisterij benadrukt wordt, bijvoorbeeld met bedrijfskleding in de winkel, in commercials en in de folders. Bovendien hebben alle drogisterijretailers de handen ineengeslagen en een unieke Publiekscampagne met de Groene Plus op poten gezet. Daarmee laten we voor het eerst gezamenlijk ons gezicht zien. Dat kost veel tijd, energie en geld, je moet als retailer compromissen sluiten want je zet samen met partijen die in de dagelijkse praktijk concurrenten zijn een campagne op. Die moeite neem je als drogisterijretailer niet als je van plan bent om te snijden in de investeringen in kwaliteit en vakmanschap.” >>

**De Publiekscampagne is eind januari van start gegaan. Is het bedoeld als antwoord op de wetswijziging? Wat ziet de consument van de campagne terug en zijn er al resultaten bekend?**

"In de branche horen we veel positieve geluiden, zowel van zelfstandigen als het filiaalbedrijf. Er zijn vragen naar meer uitingen van het nieuwe beeldmerk de Groene Plus, en ik ben ervan overtuigd dat het een mooie drager is om je boodschap uit te leggen. De Publiekscampagne zit al veel langer in de pen en het is eigenlijk toeval dat de lancering ervan tegelijk viel met de wetswijziging. Dat toeval kan in ons voordeel werken, want binnen de discussie over de verkoop van UAD-middelen laat je de consument weten dat hij voor het juiste product PLUS deskundig advies bij de gecertificeerde drogisterij met de Groene Plus terecht kan. De consument maakt uitgebreid kennis met de Groene Plus via radiocommercials die dagelijks worden uitgezonden, advertenties in dagbladen zoals het AD en in relevante consumentenmagazines zoals Vriendin, Margriet, Saar en Santé, een social media-campagne. En alle uitingen van de drogisterijretailers en instore in de gecertificeerde drogisterijwinkels. De eerste berichten over het bereik zijn heel positief, onze uitingen met de Groene Plus hebben online bijvoorbeeld een veel groter bereik dan de benchmark. Het is een meerjarige campagne en we leggen nu de basis met een eenvoudige boodschap, maar we hebben nog veel meer uit te leggen. Bijvoorbeeld wat certificering of de deskundigheid van de drogisterij

exact inhoudt, wat wij met de ruim 64 miljoen gezondheidsadviezen per jaar bereiken en dat er op de gezondheidszorg kan worden bespaard als er ook bij kleine kwalen de juiste zorg op de juiste plek wordt gegeven. Er is een goede voedingsbodem om de campagne verder uit te breiden, en daarbij volgen we goed wat de exacte invulling van de wetswijziging inhoudt. Met al deze positieve feedback uit de markt en van het bestuur van het CBD, waarin alle drogisterijretailers zijn vertegenwoordigd, denk ik dat we als branche achter een goede kwalitatieve invulling staan en blijven investeren in opleiding, deskundigheid en het veilig gebruik van zelfzorggeneesmiddelen. Na de wetswijziging hoor je ook dat er drogisten zijn die bang zijn dat het beroep verdwijnt, waarbij men het vergelijkt met de situatie onder bakkers of slagers. Als je die parallel doortrekt, dan zie je dat er nu juist weer slagers en bakkers hun winkels openen en dat zijn vooral de specialisten, de vakmensen die hun aanbod ook verbreden. Dat pad is de drogisterij al een tijd ingeslagen. Drogisterijen vormen het enige speciaalzakenkanaal dat een veel groter deel van de omzet doet dan supermarkten. Alle supermarkten bieden al het AV-assortiment en dat aanbod zal in de nabije toekomst verbreden, des te meer reden om je deskundigheid te etaleren! Als we met z'n allen achter een kwalitatieve invulling van ons beroep blijven staan, dan zal de schade door de wetswijziging beperkt kunnen blijven. Wat dat betreft, heb ik veel vertrouwen in de kracht van drogisten." ■

## Wat is er veranderd in artikel 62 van de Geneesmiddelenwet?

**Artikel 62 lid 1 sub d** luidt nu:

'Onverminderd hetgeen elders in deze wet is bepaald, is het eenieder verboden UAD-geneesmiddelen te koop aan te bieden, te verkopen of ter hand te stellen, met uitzondering van: d) drogisten die in een drogisterij of in een ander verkooppunt van UAD-geneesmiddelen hun beroep uitoefenen.'

*Hieraan is de volgende zinsnede toegevoegd:*

'of die voor dat verkooppunt hun beroep uitoefenen en vanuit het verkooppunt, daaronder begrepen een verkooppunt van waaruit UAD-geneesmiddelen worden aangeboden voor verkoop of afstand als bedoeld in artikel 67a, via een digitaal communicatiemiddel oproepbaar zijn.'

**Artikel 62 lid 2, sub b** luidt nu:

'...Onder het aanbieden van verantwoorde zorg wordt in ieder geval verstaan dat: b) degene aan wie een UAD-geneesmiddel ter hand wordt gesteld, op duidelijke wijze wordt ingelicht over hetgeen hij redelijkerwijze moet weten over de aard en het doel van het geneesmiddel en de te verwachten gevolgen en risico's daarvan voor zijn gezondheid, tenzij hij te kennen heeft gegeven daar geen behoefte aan te hebben'

*Dit is als volgt veranderd:*

Op 'duidelijke wijze wordt ingelicht' is vervangen door: 'gewezen wordt op de mogelijkheid om inlichtingen te ontvangen'. De toevoeging 'tenzij hij te kennen geeft daar geen behoefte aan te hebben' is geschrapt.

**Artikel 62 lid 2, sub d** luidt nu:

'...Onder het aanbieden van verantwoorde zorg wordt in ieder geval verstaan dat: d) in het verkooppunt voldoende drogisten en assistent-drogisten aanwezig zijn die klanten deze voorlichting kunnen geven.'

*Dit wordt veranderd in:*

'... in het verkooppunt, daaronder begrepen een verkooppunt van waaruit UAD-geneesmiddelen worden aangeboden voor verkoop op afstand als bedoeld in artikel 67a, voldoende drogisten en assistent-drogisten aanwezig of oproepbaar via digitale communicatiemiddelen zijn, die klanten deze voorlichting kunnen geven.'



# Is alles duurder in Nederland?

Picnic heeft de afgelopen tijd de publiciteit gezocht met het feit dat er behoorlijke prijsverschillen zijn tussen Nederland en ons omringende landen voor wat betreft merkartikelen. Toen ik recentelijk in Duitsland was bij de DM in Düsseldorf, keek ik toch wel mijn ogen uit, voor wat betreft de prijzen van de drogisterijartikelen. De schapprijzen van producten zoals deo, shampoo, bodylotion of gezichtsverzorging zijn echt veel lager dan in Nederland.

Natuurlijk zijn hier veel verklaringen voor, er moet bijvoorbeeld een Nederlandse tekst op de verpakking staan, we hebben een ander statiegeldsysteem en een andere manier van handel drijven.

## Hoog-laag spel

Tegelijkertijd zie ik dat in Nederland het promoaandeel in de drogisterijwereld is gestegen naar 55,5%. En als je nagaat, dat veel van die promoties 1+1-acties zijn, dan hebben we een deel van de prijsverschillen verklaard. We spelen hier het hoog-laag spel. Maar de shopper is niet naïef en tenzij het echt nodig is, wacht hij tot de promotie komt. Zo zijn consumenten inmiddels opgevoed door de retailers.

## Promoties zonder groei

Maar wat levert zo'n promotie dan eigenlijk op: het is allang bewezen dat prijspromoties de categorie niet laten groeien. Wel leidt het tot enorme logistieke verstoringen. Waarom we het dan doen: als wij het niet doen, zegt de leverancier, pikt de concurrent mijn plekje in. En de retailformules knokken natuurlijk met elkaar voor het aantrekken van klanten. En ook hier: als de concurrent het wel doet en wij niet dan verliezen we, met de marktleider voorop.

## Lagere schapprijzen

Uiteindelijk houden we elkaar zo in de greep. En, als nadeel, lopen de reguliere consumentenprijzen op - tot ongekende hoogte. Is het niet tijd om al die verspilling achter ons te laten, terug te gaan naar lagere schapprijzen, waardoor de consument niet hoeft te wachten op de actie, of een rondje hoeft te lopen om te kijken wie de categorie of het merk deze week in de aanbieding heeft, hij geen onnodige hoeveelheden hoeft te kopen om het voordeel te ontvangen en wij minder kosten aan

logistiek uit geven. Meer EDLP, iets minder hoog laag promoties?

Voor de shopper prettiger, voor leverancier en retailer voordeliger, lijkt me.

## Opvallend

Is alles dan duurder in Nederland? Nee hoor, paracetamol, ibuprofen zijn bijvoorbeeld weer veel goedkoper hier. Hoe ik dat weet: in de grenswinkel van 2Brüder in Venlo liggen zogenaamde 'rezeptfreie Medikamente' in grote pallets voor alle Duitse bezoekers die ze volop meenemen. Ik weet de reden voor het prijsverschil niet, maar opvallend is het wel. ■



Opmerkingen? Ideeën? Reacties? Ik hoor ze graag: mail naar [evelyn@ct-company.nl](mailto:evelyn@ct-company.nl)

*“Is het niet tijd om de verspilling achter ons te laten en terug te gaan naar lagere schapprijzen?”*

*Evelyn van Leur is strateeg en pragmatisch bouwer, met ruim 20 jaar ervaring in commerciële functies in FMCG, retail en vers. Ze is gespecialiseerd in category, space en formule -management en werkte onder meer bij L'Oréal, Honig, Koninklijke De Ruijter en Pearle. In 2008 richtte ze de Category & Trade Company op met als doel retailers en leveranciers dezelfde taal te laten spreken. Het bedrijf faciliteert en begeleidt de samenwerking tussen retailers en leveranciers, verzorgt trainingen, categorievisies en categorieplannen en begeleidt de implementatie en borging. De Category & Trade Company is actief in food, DHZ, tuin, slijterij, vers en drug. Evelyn is tevens medeauteur van het Handboek Category Management.*



[evelyn@ct-company.nl](mailto:evelyn@ct-company.nl)

Unipharma en Dutch Beauty Group bundelen krachten

# “Een kwalitatieve profilering is noodzaak in de huidige markt”

Zelfstandige ondernemers die bij DBB zijn aangesloten, kunnen vanaf januari gebruikmaken van de samenwerkingsovereenkomst die DBB en MOOI Parfumerie zijn aangegaan. Jacco van Liere en Dorian Hofs, ceo's van achterliggende organisaties Unipharma en Dutch Beauty Group: “De kosten voor grondstof en energie rijzen de pan uit. In plaats van te snijden in de kosten, kun je als zelfstandige beter meer traffic en rendement per vierkante meter genereren. DBB + MOOI geven ondernemers de mogelijkheid om op te schalen in omzet én de kostenkant onder controle te krijgen.”

---

TEKST **Ivonne de Thouars**

BEELD **Unipharma**



*Dorian Hofs en Jacco van Liere*

**D**BB en MOOI Parfumerie kondigden hun samenwerking begin januari 2023 aan en half februari opende de eerste combiwinkel ‘Drogisterij & Mooi Parfumerie Elyn’ in Zevenbergen. ‘Zowel DBB als MOOI hebben de ambitie om zelfstandige ondernemers te ondersteunen met bewezen winkelformules en we willen hen synergie geven in omzet, traffic en een hoger rendement per vierkante meter’, luidt het persbericht. Jacco van Liere: “De kosten voor energie en grondstoffen rijzen de pan uit en dat zal niet snel veranderen. Het eerste dat veel zelfstandige ondernemers vaak doen, is aan de kostenknop draaien. Maar snijden in de communicatie of de deskundigheid van medewerkers is uiteindelijk funest, dat zijn namelijk juist de zaken die traffic brengen. Daarom adviseren wij onze ondernemers om nu te investeren: verbreed en verdiep je assortiment zodat je meer voeten over de vloer krijgt en zo de kosten kunt beheersen. DBB Drogist is sterk in onderscheidend vermogen en het vermarkten van gezondheidsproducten. Door de grote toestroom van nieuwe deelnemers kregen we vaker de vraag om naast het drogisterij-assortiment en de Gezondheidscategorie ook het luxe assortiment assortiment in beauty, skincare en fragrance te ondersteunen. De samenwerking met MOOI Parfumerie biedt die kans.”

## Samen verder groeien

MOOI Parfumerie bestaat 15 jaar en heeft op dit moment 40 winkels, verdeeld over stand alone zaken en samenwerkingsconcepten met drogisterijen. “Er waren in die tijd al winkels die bij Unipharma en MOOI waren aangesloten en we kunnen elkaar goed vinden in



visie en motivatie. Unipharma en Dutch Beauty Group zijn allebei zelfstandige familiebedrijven waarbij de oprichter aan het roer staat en we willen ondernemers de vrijheid geven om te blijven ondernemen. Dat leidde tot tevreden ondernemers en al snel ontstond de vraag hoe we samen verder kunnen groeien. Zeker in deze tijd zijn ondernemers, en vooral de specialisten waar we het nu over hebben, op zoek naar manieren om de omzet te vergroten. Het assortiment uitbreiden is een stimulans voor omzet en het luxe assortiment van MOOI sluit goed aan op drogisterijassortiment van DBB.”

### Vrijheid om te ondernemen

Van Liere omschrijft de services die Unipharma aan ongeveer 120 zelfstandige ondernemers onder de vlag van DBB biedt als een winkelondersteuningsconcept. “We bieden met nadruk geen retailformule aan. We willen onze ondernemers namelijk niet in een keurslijf dwingen. Het aantal zelfstandigen is de laatste jaren enorm teruggedrongen. De ondernemers die nu nog een eigen drogisterij runnen, bevinden zich vooral in de dorpen - door het land verspreid. Het is moeilijk om daar cohesie in te krijgen. Je moet er in onze optiek niet naar streven om deze ondernemers allemaal hetzelfde gezicht te geven, maar juist rekening houden met hun lokale positie. Degene die nog een eigen winkel hebben, hebben zich kunnen onderscheiden door de band die ze met hun verzorgingsgebied hebben opgebouwd. Wij willen hen marketingtechnisch ondersteunen zonder de vrijheid om te ondernemen aan te tasten. Ondernemers kunnen bij DBB terecht voor een schappenplan, complete winkelondersteuning of digitale ondersteuning. Er is wel een bepaalde basis waar een winkel die DBB op de pui draagt, aan moet voldoen. Tegelijkertijd wijzen we hen ook op het belang van traffic, ik heb altijd geleerd ‘omzet is P x Q’ en van de P alleen kun je niet leven. De zelfstandige drogist moet ervoor waken dat hij niet te veel specialist wordt want op 40, 50 klanten per dag kun je geen winkel draaien.”

### Voorwaarden samenwerking

Dorian Hofs geeft aan dat hij de visie van Unipharma herkent. “Vooral in het ondersteunen van het lokale karakter van de ondernemer en de winkel en hem daarmee in zijn kracht zetten. We ondersteunen winkels op diverse vlakken, zoals: marketing, inkoop, logistiek, contact met leveranciers, financiering en nog veel meer. MOOI is wel een retailformule en een stuk strikter dan DBB maar we vinden het wel belangrijk dat een ondernemer ook echt kan ondernemen. Als parfumerie hebben we te maken met wat striktere voorwaarden binnen de depositaire merken. Daarom werken we met een vast marketingprogramma en moet een winkel wel een bepaald minimum aan marketinguitingen en assortiment afnemen. We kijken daarbij goed naar het verzorgingsgebied en leveren veel maatwerkpakketten.” Niet iedere drogisterij is geschikt om aan te sluiten bij MOOI parfumerie, vertelt Hofs. “We willen een eerlijk advies geven aan ondernemers en kijken vooraf naar locatie, concurrentie in de omgeving, uitstraling en assortiment. De drogist die zich op gezondheid en luxe richt, past heel goed bij onze formule; de uitbreiding met de parfumerie moet logisch bij de huidige winkel passen.” >>

**“Je moet niet streven naar uniformiteit bij zelfstandigen, maar juist rekening houden met hun lokale positie”**



# Louis Widmer

SWISS + DERMATOLOGICA



## MAAR LIEFST TWEE KEER GENOMINEERD!



### FOR YOUTHFUL MOMENTS 3 MUSTHAVES VOOR DE JONGE HUID

- 100% vegan
- 0% alcohol
- 0% schadelijke microplastics
- 0% kleurstoffen
- 0% PEG-emulgatoren
- 0% allergenen
- 0% siliconen
- 0% minerale oliën

Ons hele team is superblij en trots met deze nominaties. Dankzij jullie positieve adviezen heeft de Young Line een geweldige introductie doorgemaakt én is de Remederm Dry Skin Gezichtscrème UV 20 een vaste waarde binnen ons assortiment.

### REMEDERM DRY SKIN GEZICHTSCRÈME UV 20

- Met beschermingsfactor 20
- Beschermt en voedt intens
- Verzorgt en hydrateert



### Compleet in luxe en gezondheid

Unipharma staat erom bekend dat zij sterk zijn in alles op het gebied van gezondheid, met de toevoeging van biologische high end merken als dr Hauschka en Benecos huidverzorging. “Zeker met de luxe merken van MOOI is het assortiment voor een combinatiewinkel compleet. En je kunt in bijna elke drogisterij ruimte vrijmaken door bijvoorbeeld te saneren in de categorieën die zwaar onder druk staan en bij het grootwinkelbedrijf onder promotie staan. Daar kun je je als zelfstandige niet mee onderscheiden.” Dorian Hof: “We zien dat het luxere assortiment steeds beter loopt en ondernemers zijn bereid om hun winkel aan te passen en doelgroep te verbreden om zo meer traffic te genereren. Er is veel enthousiasme onder de ondernemers en wij wijzen hen erop dat ze de financiële investering in het parfumeriedeel niet moeten onderschatten, daar willen we eerlijk over zijn.”



### Omnichannel ondersteuning

Dutch Beauty Group biedt ondernemers die met MOOI in zee gaan, ook ondersteuning in de centrale logistiek en IT in de breedste zin van het woord. Dorian Hof: “We zijn gespecialiseerd in automatisering en e-commerce en kunnen zo de MOOI-formule versterken met onze kennis. Half februari is de webshop van MOOI gelanceerd en iedere ondernemer kan daarvan profiteren. Als ondernemers zijn aangesloten bij MOOI, krijgen zij een exclusief postcodegebied toegewezen en kunnen zij meedraaien met de opbrengst van het volledige online MOOI-assortiment. De winkels kunnen dus meeliften op de online zichtbaarheid, maar deze online optie geeft ook de mogelijkheid om gerichte marketingcampagnes te draaien als zelfstandige. We hebben een customer data platform en met die gegevens kun je de klanten persoonsgericht benaderen, bijvoorbeeld voor artikelen die een bepaalde gebruikersfrequentie hebben, en je kunt de klantenkaarten eraan koppelen. Vanaf dit kwartaal leveren we rapportages op winkelniveau waarmee een ondernemer strategisch kan sturen en zijn marge kan verbeteren. Verder willen we de distributie verder moderniseren en robotiseren; wat dat laatste punt betreft is Unipharma wel mijn grote voorbeeld (zie kader).”

### Profilering DBB

Door de samenwerking met MOOI en investeringen in DBB zoals het nieuwe logo, bestaat de indruk dat DBB zich meer als high end drogisterij wil gaan profileren. Is die indruk correct? Van Liere: “Ja, dat zou kunnen. Posities in de markt veranderen en het is voor ons inderdaad logischer om richting high end te bewegen dan voor de voordeeltant te kiezen. DBB is een kwalitatieve formule en zo willen we ons ook profileren. We vinden het belangrijk dat er deskundig, gekwalificeerd personeel aanwezig is en dat is bij DBB zeker het geval. Wat dat betreft zijn we niet anders dan de rest van de drogisterijsector. In het licht van de huidige politieke besluitvorming over de Ipad-drogist, zou de hele markt voor een specialistische profilering moeten kiezen. Want als we nu in de kosten gaan snijden, verliest de drogist zijn onderscheidend vermogen.” ■

## Modernisering DC Unipharma bijna voltooid

Sinds 2017 moderniseert Unipharma haar distributiecentrum onder de noemer ‘The only way is up’. In 2018 werd de opdracht gegeven voor de nieuwbouw en de uitbouw van het bestaande DC. Een jaar later betrok Unipharma het nieuwe gebouw en eind 2019 zijn er twee verpakkingsmachines geïnstalleerd. Eigenaar Jacco van Liere: “Inmiddels draaien er vier verpakkingsmachines waarmee we de grote en kleine dozen kunnen verwerken. Vorig jaar hebben we de automatisering aangepast en een nieuw device aangeschaft voor onze medewerkers – een soort ergonomisch wielrenhandschoentje dat hun werk een stuk lichter maakt. Na de zomer van 2022 zijn de eerste 58 robots gaan rijden die ook in consumenteneenheid kunnen werken en in november hebben we een stapelrobot laten ontwikkelen. Recent is de laatste verpakkingsmachine geïmplementeerd en we moeten nog een stap zetten om onze doelstelling te behalen. Met deze investeringen kunnen we de continuïteit van onze bedrijfsvoering waarborgen en vooral de toenemende complexiteit van logistieke uitdagingen voorblijven, die gepaard gaan met het steeds verder opschalen van de bedrijfsactiviteiten. Zo heeft UniPharma de komende jaren de mogelijkheid om meer orders te verwerken met een betere medewerkerstevredenheid en hogere arbeidsproductiviteit.”

# Wat is de impact van de Veegwet?

Het is dan eindelijk zover. De tweede kamer heeft ingestemd met de Veegwet. Het komt erop neer dat er geen fysieke professional meer aanwezig hoeft te zijn om een zelfzorggeneesmiddel te mogen verkopen. Sinds de jaren 50 van de vorige eeuw gold de drogist en de apotheker als die professional.

**M**et enige hilariteit word ik weleens mister OTC genoemd, terwijl ik zoveel andere inspirerende werkzaamheden mocht verrichten in mijn carrière. Mijn bijnaam heeft waarschijnlijk te maken met mijn lange ervaring in deze markt en de verantwoordelijkheid voor het mogen opzetten en uitbaten van een geautomatiseerde datastroom vanuit supermarkten, drogisten en apotheken in Nederland en Europa aan het begin van deze eeuw. Dit om onder andere de zelfzorgmarkt meer betrouwbaar en beter in kaart te brengen. Dit zie ik terugkijkend als een belangrijke persoonlijke nalatenschap aan de branche, omdat dit dreigde te mislukken en mijn toenmalige Amerikaanse werkgever hier aanvankelijk de stekker uit wilde trekken in Nederland. Na zo'n lange rit door deze markt ben ik door Careality gevraagd het Veegwet-dossier te duiden. Dit doe ik op basis van de historie en het heden; met feiten en mijn eigen visie.

## OTC wordt zelfzorg

OTC stond in Nederland voor 'Over the counter' producten; geneesmiddelen die je alleen met de tussenkomst van een deskundige kon kopen. Een situatie die nu nog geldt in de meeste landen. In Europa is er meestal één soort deskundige, namelijk de apotheker. De OTC-lijst is ooit ontstaan vanuit medicijnen

op recept. Nprofarm had (en heeft) het over geneesmiddelen bij klachten van voorbijgaande aard, met weinig bijwerkingen, wisselwerkingen en overdoseringsrisico.

In de Drogmetica Roadmap 2022-2025 die mijn bedrijf Info2Action jaarlijks actualiseert en presenteert bij haar cliënten, bereken ik de traditionele OTC-markt op 49% van de zelfzorgmarkt in 2022. Deze markt is aan het einde van de vorige eeuw opgesplitst in UAD (uitsluitend drogist en apotheek), AV (vrije verkoop als het gaat om kleinere verpakkingen en mildere stoffen) en UA (uitsluitend apotheek, waarbij de afgelopen jaren enkele 'oudere' stoffen niet meer verkocht mochten worden in de drogist).

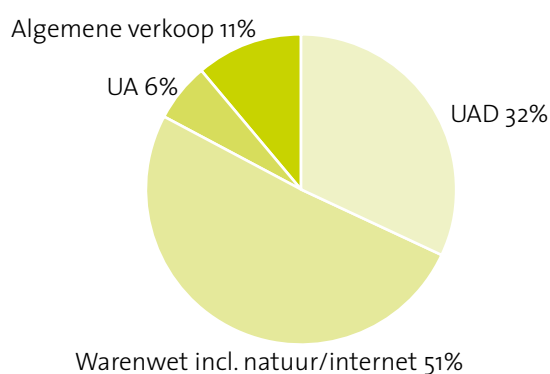
Grafiek: berekende aandelen over alle kanalen op basis van Info2action onderzoek, classificatie en deskresearch. Aangevulde data kalibratie op Nprofarm/IQVIA data.

Meer concreet bestaat deze traditionele 'OTC' markt voornamelijk uit onder meer de synthetische stoffen broomhexine, dextromethorfan, xylometazoline, lidocaine, paracetamol, ibuprofen, diclofenac, omeprazol, pantaprozol, aciclovir, hydrocortison. Deze stoffen zijn bekend geworden onder de merknamen Bisolvon, Trachitol, Otrivin, Zovirax, Voltaren, Panadol, Nurofen, etc.

## Generieke commodity

Deze markt, die nu onder een vergrootglas ligt, heeft deze eeuw een paradoxaal karakter. Enerzijds omdat de merken vaak grotendeels in volume plaats hebben gemaakt voor het huismerk tegen 'een prijsniveau dat onder de smarties ligt' (citaat van oud KNDB-voorzitter Loek Kessler). Dit suggereert een lagere aankoopprikkel voor een geaccepteerd commodityproduct om meer te kopen en reeds beschikbaar is op iedere hoek van de straat. Maar de Nederlander heeft vaak geen idee hoeveel hij in een etmaal mag gebruiken en heeft in het verleden de bijsluiters niet gelezen of leest deze niet (bron: Info2action, representatief onderzoek uit 2021).

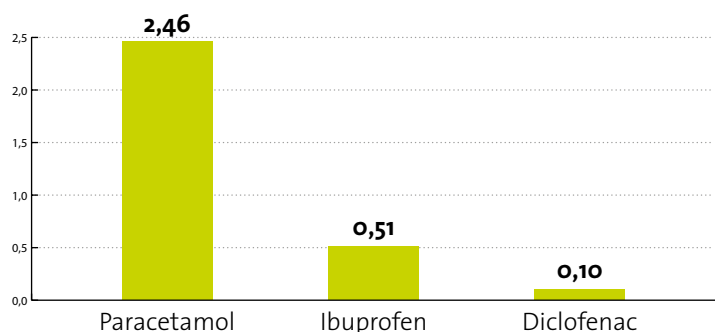
2022 - Totale markt zelfzorg € 1041 mln.  
(drogmetica roadmap 2022-2025 Info2action)





### Risico overdosering - x miljoen gebruikers

bron: Info2action 2021 representatief consumentenonderzoek



### Nederlander gokt maar wat

Het blijkt uit verschillend en recent grootschalig representatief onderzoek van mijn bureau dat 2.46 miljoen Nederlanders geen goed idee hebben hoeveel paracetamol en ibuprofen ze mogen slikken. In ongeveer 50% van de gevallen wordt dit goed gegokt. Dit heeft mede te maken met het feit dat de meeste Nederlanders incidenteel paracetamol nodig hebben. Ongeveer 1 miljoen Nederlanders gebruiken paracetamol dagelijks en zij zijn beter op de hoogte van de dosering. Er zijn 8.8 miljoen paracetamol, 3.0 miljoen ibuprofen en 1.2 miljoen diclofenac gebruikers per jaar die deze producten in de vrije verkoop aanschaffen. Alle frequente diclofenac zelfzorgkopers zijn op de hoogte van de dosering en eventuele interactie met co-medicatie, blijkt uit ons representatieve onderzoek uit 2021. Relatief zijn de risico's bij de ibuprofen gebruikers het hoogst.

### Risico op overdosering

Dat er advies gewenst is voor de gebruiker, blijkt ook uit ons onderzoek. Ouderen, hoger opgeleiden, personen die regulier patiënt zijn bij een arts en een co-medicatie krijgen en personen die bovengemiddeld veel vertrouwen hebben in de

medische professie, hebben een grotere kans op overdosering. Uit ons onderzoek blijkt verder dat 62% van de Nederlanders spontaan advies wenst. 30% is hier onverschillig over en 8% stelt dit niet op prijs. Omdat we te maken hebben met groten-deels herhalingskopers doet een kleine 70% dit zonder tussenkomst van een arts of winkelier. Pijnstillers zijn commodity geworden en de gebruiker heeft ze gelukkig incidenteel nodig. Maar hier schuilt ook het grootste gevaar in om deze producten onjuist te gebruiken. Het idee dat consumenten proactief een Ipad raadplegen met een volle boodschappenwagen is ridicuul. De Nederlander (en vooral de man) leest geen bijsluiters en gebruiksaanwijzingen meer en wil gemak. Sinds de digitalisering zitten we in het 'trial and error' tijdperk. OTC voor sommige synthetische geneesmiddelen is zo gek dus niet en zien we ook in de ons omringende landen.

### UAD in de zelfzorgmarkt

Het deel UAD dat nu ter discussie staat, is zoals uit de grafiek blijkt ruim € 300 miljoen per jaar. Dat lijkt een enorme impliciete bedreiging, maar Info2Action heeft berekend dat de drogist nog steeds een kleine 60% aandeel heeft in de AV markt die sinds einde vorige eeuw overal beschikbaar mag zijn. Bij UAD gaat het vaak over grotere formaten, meer line extensies. Dit vergt meer kennis, logistieke activiteit en forse investeringen voor nieuwkomers. Persoonlijk denk ik dat de bedreiging door de Veegwet niet zo'n vaart zal lopen als de drogist een stapje extra zet in het broodnodige advies. AV werd ook gezien als een enorme bedreiging, maar de meeste initiatieven zijn gesneuveld.

Vaak lijkt het alsof de hele zelfzorgmarkt bestaat uit 'OTC', maar ook dat valt dus reuze mee. De werkelijke zelfzorgontwikkelingen, marketingactiviteit en omvangtoename heb ik deze eeuw vooral gezien in de vitaminen, mineralen, supplementen, gezondheidsproducten en medische hulpmiddelen (51% van het geheel - zie grafiek). Dit heeft onder andere te maken met het zelfbewustzijn van de consument om preventiever te handelen met de gezondheid en minder af te wachten totdat die klacht weer boven komt. Bijna 70% loopt regelmatig bij een huisarts met serieuze en chronische klachten. Een percentage dat groeit en waarbij de nadruk ligt op het onderdrukken van symptomen en niet op het verminderen en wegnemen van de klachten. We kennen allemaal de enorme marketingmogelijkheden op het gebied van leefstijladvies. Het is dus zaak dat DA en andere zelfstandigen doorgaan op de ingeslagen weg en ferm een stapje meer zet in de 'nuldelijn'. Dat Etos, Trekpleister en Kruidvat zich blijven profileren op het gebied van gezondheid in de brede zin. Hier ligt een kans om je verder af te zetten tegen het supermarktkanaal dat het vooral moet hebben van ongezonde en niet transparante producten. De gezamenlijke Groene Plus uitbouwen en het gezamenlijk blijven optrekken, blijft een voorwaarde.

De Veegwet is dus vooral een dolk in de rug van de drogist op het gebied van gezondheid en kan hier en daar vooral het huismerk (o.a. pijnstillers en neusverkoudheid) van de drogistretailers gaan treffen. We zullen het aandeel van Albert >>

**2023-2025 ROADMAP**  
Health & Personal care

Een presentatie, workshop, rapport of nader onderzoek hier op? Informeer naar de mogelijkheden voor uw organisatie of business!  
[jhrutte@info2action.nl](mailto:jhrutte@info2action.nl) of bel 0622094236 rechtstreeks met loop Rutte

"Een verkenning naar de succesdrivers in de drogisterij branche die boven alle gangbare data staat"

Development retailers, rol promoties, private labels, promotie effectiviteit, Categorie ontwikkeling, innovatie, succesvolle shopper reizen, rol online, consumenten lifestyle & trends, de veeg wet, duurzaamheid, gezondheid van de Nederlander, levensstijl, advies en veel meer...

Heijn weer wat zien stijgen op 'voormalig OTC'. Maar het is beter je te concentreren op je rol in de gezondheidssector en de manier waarop je het onlinekanaal optimaal gaat benutten. Want ook op lokaal niveau liggen daar nog veel meer mogelijkheden. De Veegwet is onrechtvaardig, onjuist en ondeskundig. De maatregel gaat geheel voorbij aan wat maatschappelijk op dit moment gewenst is. Ik kan me ook niet onttrekken aan het idee dat hier sprake is van sterkere lobbykrachten bij Kamerleden die niet goed weten waar ze het over hebben. Wellicht helpt dit artikel nog voor de Eerste Kamer! Maar de Veegwet zal nimmer het einde van de wereld zijn voor de drogist. ■

Joop Rutte  
Manager Info2Action

Rutte was van 1987 tot en met 1995 verantwoordelijk voor de uitbouw van de zelfzorginformatie bij AC Nielsen. Daarna verantwoordelijk voor het opzetten van een geautomatiseerde dataservice met partijen als IMS (IQVIA), IRI en AC Nielsen. Europees heeft hij de dienstverlening binnen IMS geharmoniseerd en vanaf 2001 na zijn Europese avontuur de unit Consumer Health alsnog opgezet voor IMS. Sinds 2011 heeft hij zijn eigen bedrijf Info2Action en richt zich op scanning, scraping, consumentenonderzoek binnen de gezondheid en persoonlijke verzorgingsmarkt (drogmetica).

Mocht u meer willen weten over de impact van de Veegwet en het rapport 'Drogmetica Roadmap 2022-2025' dan kunt u contact met me opnemen via [jhrutte@info2action.nl](mailto:jhrutte@info2action.nl).



Kneipp

Choose your  
**MOMENT OF JOY**

NIEUW  
**KNEIPP ME-TIME**







# “Vakopleidingdrogisterij.nl sluit perfect aan op het examen en de praktijk”

Als medewerker in de drogisterij maak je dagelijks het verschil en ben je bezig met de gezondheid en het welzijn van jouw klanten. Vorig jaar heeft het CBD een nieuwe vakopleiding opgezet, gemaakt door de drogisterijsector zelf: [vakopleidingdrogisterij.nl](https://www.vakopleidingdrogisterij.nl). De eerste studenten zijn klaar met hun opleiding en ervaren dat [vakopleidingdrogisterij.nl](https://www.vakopleidingdrogisterij.nl) perfect aansluit op de dagelijkse praktijk.

## TEKST Centraal Bureau Drogisterijbedrijven

Vakopleidingdrogisterij.nl is de enige vakopleiding door drogisten, voor toekomstige drogisten. De digitale vakopleiding is een initiatief van het CBD en doet recht aan de drogist met een maatschappelijke rol als adviseur in de gezondheidszorg. Een enthousiaste groep praktijkdeskundigen heeft actief meegewerkt aan de samenstelling van de opleiding en cursisten kunnen daar de vruchten van plukken. De eerste cursisten hebben inmiddels examen gedaan en zij ervaren dagelijks dat de opleiding dicht bij de praktijk staat.

Anthonet Baijnse van Kruidvat Haarlem rondde in januari 2023 haar studie tot assistent-drogist af. “Ik ben in de zomer van 2022 begonnen en heb het tempo erin gehouden. Ik studeerde elke week toch wel 8 tot 10 uur, de theorie is best pittig. De opzet van [vakopleidingdrogisterij.nl](https://www.vakopleidingdrogisterij.nl) bevalt mij heel goed. Je kunt inloggen wanneer het jou uitkomt en ik vond vooral de trainer waarmee je de vragen kunt oefenen heel erg prettig. Daarin wordt eigenlijk alle theorie uit de modules samengevat. Het oefenen van de vragen zorgde er ook voor dat ik goed voorbereid mijn examen kon doen bij Pharmacon en ik ben voor de eerste keer geslaagd. Nu ik als assistent-drogist mijn klanten volop mag adviseren, kom ik veel situaties tegen die ook bij de opleiding aan bod kwamen. Dat zorgt ervoor dat ik met een goed gevoel advies geef en mijn klanten hebben daar vertrouwen in – ook als ik ze een alternatief aanraad of zeg dat ze beter even af kunnen wachten of naar de huisarts moeten gaan. Het enige wat ik miste, was een papieren naslagwerk zodat je niet altijd via een scherm hoeft te studeren.”

Ook Diana Bruijs-Schoonen van DA Michelle in Bergen Op Zoom heeft haar opleiding tot assistent-drogist via [Vakopleidingdrogisterij.nl](https://www.vakopleidingdrogisterij.nl) afgerond. “In april 2022 ben ik begonnen en ik heb in de eerste week van december mijn examen gehaald. Ik heb Adviseren 1 en 2 tegelijk gedaan en ben voor de eerste keer geslaagd met een 8, dus daar ben ik heel blij mee! Vooral de herhaling van lesstof die bij [Vakopleidingdrogisterij.nl](https://www.vakopleidingdrogisterij.nl) is mij goed bevallen en het oefenen van de vragen heeft er vast aan bijgedragen dat ik zo'n mooi resultaat

heb behaald bij het Pharmacon-examen! De opleiding sloot niet alleen goed aan op het examen, maar ook op mijn dagelijkse werk. Ik herken de vragen die klanten mij op de winkelvloer stellen van de opleiding en dat werkt heel prettig. Ik heb rustig aan gedaan want als je ouder wordt, gaat studeren toch wat langzamer. Binnenkort wil ik nog de module Toezicht doen via [vakopleidingdrogisterij.nl](https://www.vakopleidingdrogisterij.nl) zodat ik ook als Toezichthoudend Drogist aan de slag kan.”

Bij [Vakopleidingdrogisterij.nl](https://www.vakopleidingdrogisterij.nl) kun je terecht voor de opleidingen Verkoop in de Drogisterij, Assistent-drogist en Drogist. De opleidingen zijn altijd actueel en er is extra aandacht besteed aan de inrichting: actuele situaties uit de praktijk, filmpjes, en waar nodig een coach voor persoonlijke begeleiding. ■

**Vakopleidingdrogisterij.nl** is een initiatief van het Centraal Bureau Drogisterijbedrijven. Het sluit aan op de praktijk en examinering via Pharmacon. Ook stemt de opleiding overeen met de nascholing van het platform Zorg dat je Bijblijft. Een diploma van Pharmacon is wettelijk erkend en geldig voor het drogistenkeurmerk Erkend Specialist in Zelfzorg en het beeldmerk de Groene Plus.

Opleiding	Duur (in weken)	Kosten licentie
Verkoper in de Drogisterij	17	€ 210,-
Assistent-drogist*	30	€ 310,-
Toezicht*	8	€ 190,-

\* Na het behalen van Assistent-drogist, volg je Toezicht om Drogist te worden.

### 15 procent korting

Als deelnemers zich via de KNDB of de franchiseverenigingen van DA en Etos voor [Vakopleidingdrogisterij.nl](https://www.vakopleidingdrogisterij.nl) aanmelden, ontvangen zij 15 procent korting.

## De stand van zaken

# Drogisten hebben aandeel teruggewonnen

Careality informeert u periodiek via IRI over de marktontwikkelingen in de drogisterijsector en de concurrerende positie ten opzichte van de supermarkt op drogmetica.

**D**e drogisterijmarkt kan terugzien op een relatief goed jaar. Drogisten hebben de verloren gegane omzet op het supermarktkanaal vanwege de coronacrisis weer teruggewonnen. Binnen persoonlijke verzorging zien we minder goede ontwikkelingen. Zeep beleefde bijvoorbeeld hoogtijden tijdens de coronacrisis maar dat kunnen we vergeten, het is momenteel slechts een markt van € 20 mln.

## Duurzaamheid als prioriteit

De markt voor drogisten herstelt zich weer naar de niveau's van enkele jaren terug. Bodycare doet het teleurstellend,

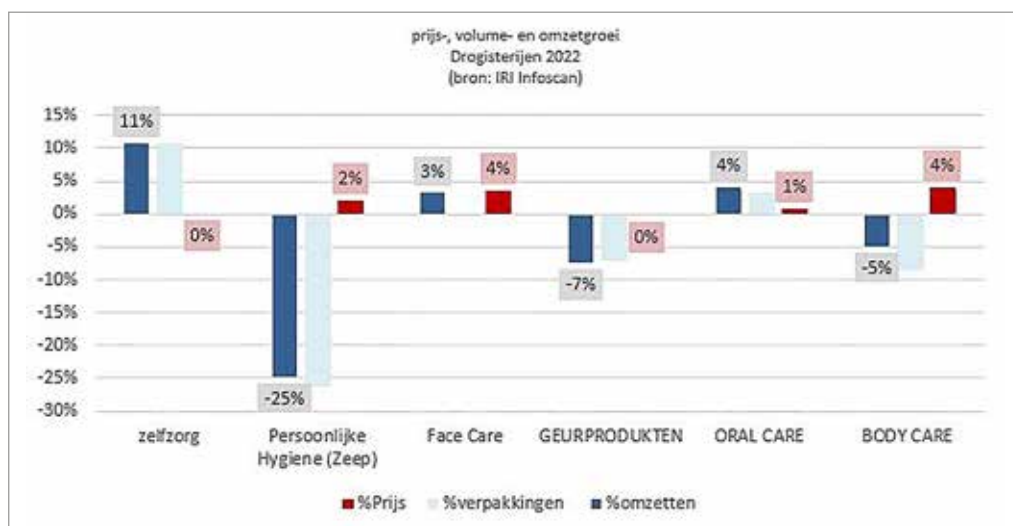
maar hier heeft de drogist wel weer aandeel teruggewonnen op de supermarkt. We zien innovatie in de natuurlijke hoek. Deze groep consumenten is echter ook kritischer op het verbruiksvolume (bron: Info2action body en decoratief consumentenonderzoek 2022) omdat je hier de consument aanspreekt die zich meer richt op duurzaamheid. Een trend die we als top-prioriteit zien voor de drogist omdat duurzaamheid ook te maken heeft met gezondheid en eerlijk produceren. De ingrediënten waar de drogist zich de komende 10 jaar op zal gaan onderscheiden wat ons betreft. Mede omdat de supermarkt dit niet doet en niet kan.

## Double digits

Zelfzorg heeft een topjaar. Hier zitten de Covid-testen ook in. Maar het zijn de verkoudheids-, allergie en maag/darmproducten die een 'double digit' jaar beleefden. Ook is het fraai hier de volumegroei te zien tegen gelijkblijvende prijzen. Het kan niet anders dan dat de prijzen ook voor zelfzorg in 2023 gaan stijgen gezien de macro-economische ontwikkelingen. Een aandachtspunt zijn de vitamines, mineralen en supplementen. Vanuit het jaarlijkse gezondheidsonderzoek van Info2Action zien we dat online steeds vaker wordt genoemd als voorkeurskanaal. Denk aan Kruidvat.nl, Etos.nl, maar ook de specialistische online aanbieders.

De supermarkt heeft een slecht jaar op het gebied van persoonlijke verzorging (8% omzetsdaling, 14% volumedaling en 6% prijsstijging) maar maakt werk van zelfzorg (23% omzetsstijging, 16% volumestijging en 7% prijsstijging). Hier zit ook de supermarkt online omzet in die voor zelfzorg vaak substantieel is. Een ontwikkeling om scherp in de gaten te houden. ■

*Deze bijdrage wordt dit keer verzorgd Joop Rutte van Info2Action. Het is gebaseerd op de IRI Infoscan data tenzij anders vermeld.*



Drogisterij prijs-, verpakkingen- en omzetontwikkeling 2021/2022

IRI Infoscan verricht onder andere representatieve registraties van de scanningverkoppen bij drogisterijen en supermarkten en combineert deze data met voorspellende analyses. IRI is een wereldwijde, toonaangevende speler voor ondernemingen in de FMCG, health & persoonlijke verzorging en retailers.



Uitreikingen Care Awards 23 maart 2023

# Wie winnen dit jaar de Care Awards?

Op 23 maart 2023 worden alweer voor de achtste keer de Careality Care Awards uitgereikt. Onder leiding van presentatoren Sander Janson en Sabine van Diemen worden de beste innovaties van 2022 bekroond en het event biedt vooral de gelegenheid om elkaar weer live te spreken.

Op de volgende pagina's treft u de genomineerde innovaties voor de Careality Care Awards 2023 aan. Onze lezers hebben uit alle innovaties van 2022 hun favorieten gekozen, waarvoor onze hartelijke dank! De introducties van 2022 zijn verzameld door ons vakblad en gepubliceerd in de november-uitgave van Careality 2022.

## Wegingsfactoren

De genomineerde producten worden door de jury beoordeeld op vastgestelde wegingsfactoren zoals mate van innovatie, verrijking van de categorie, verwachte levensduur, samenwerking drogisterij, lef, duurzaamheid en het verhogen van de gebruiksmomenten. Bovendien stelt de jury vast welke leverancier al jaren een sterke bijdrage levert aan de sector en de winnaar is van de Oeuvre Award 2022. Daarnaast wordt ook de Careality Endurance Award

uitgereikt. Hoe presteren de innovaties van voorgaande jaren op de lange termijn? Welke producten hebben zich blijvend bewezen? Op 23 maart reiken we in De Landgoederij te Bunnik van 17.00 tot 21.30 uur de awards uit aan de beste vernieuwers, volhouders en toppartners.

De Care Awards worden branchebreed gedragen. Careality is er trots op dat binnen de vakjury elke drogisterijformule en twee groothandels zijn vertegenwoordigd. Zij bepalen samen met hun inkoopafdeling en de andere deskundige juryleden de winnaars van de Care Awards. ■

## De juryleden van de Careality Care Awards 2023:

### Niek Schipper

buying director A.S. Watson Health & Beauty Benelux (juryvoorzitter)

### Lynne Bruning-van Gessel

commercieel directeur Etos

### Christa van Herk

unitmanager NDS/DA

### Anne-Marije Klijnstra

assortiment manager Holland Pharma

### Joop Rutte

algemeen directeur infozaction

### Donja van Liere

procesmanager financiën en commercie Unipharma

Wilt u ook aanwezig zijn tijdens hét netwerk-event van de drogisterijbranche? Stuur dan een e-mail naar [redactie@careality.nl](mailto:redactie@careality.nl) en wij informeren u graag over de mogelijkheden.

## Beauty



### Pupa Milano Full Eyebrow Pencil

Leverancier: Pupa Milano (via Care Cosmetics)

De Pupa Milano - Full Eyebrow Pencil - is een wenkbrauwpotlood dat je wenkbrauwen een natuurlijk opvuleffect geeft. Het potlood heeft een driehoekige punt waardoor je in één eenvoudige stap je wenkbrauw kunt tekenen en opvullen. Door het driehoekige punt kun je de vorm met precisie bepalen. Met het kwastje aan de andere zijde kun je de dekking gemakkelijk vervagen voor een natuurlijke finish!



# PUPA

M I L A N O



## FULL EYEBROW PENCIL

Direct opvullend effect  
Opdraaibaar wenkbrauwpotlood  
Intensiteit: ●●●○○



# Beauty



## **lavera Hyaluron Liquid Foundation**

Leverancier: *Holland Pharma*

De zijdezachte, lichte textuur van lavera Hyaluron Liquid Foundation trekt zacht in je huid en zorgt voor een egale dekking zonder maskereffect. De formule met natuurlijk hyaluronzuur en biologische amandelolie hydrateert je huid op een zachte manier. Huidonregelmatigheden zoals rode of donkere vlekken worden op betrouwbare wijze gecamoufleerd – voor een natuurlijk frisse teint. lavera Hyaluron Liquid Foundation geeft de huid een onberispelijke finish met medium dekking.

- Verkrijgbaar in 6 tinten
- Hydraterend
- Veganistisch en biologisch
- Vrij van siliconen, minerale olie, microplastics
- Zijdezachte, lichtgewicht textuur
- Dermatologisch getest

*Ook genomineerd in de categorie Beauty is Rimmel Volume Thrill Seeker*

# Mondverzorging



## **Sensodyne Nourish Healthy White tandpasta**

Leverancier: *Haleon Netherlands*

Ontdek het nieuwe tandenpoetsen met Sensodyne Nourish. Sensodyne Nourish Healthy White tandpasta verzorgt & versterkt voor een goede mondhygiëne. De formule bevat natuurlijke munt- & citrusolie, geeft een schoon & fris gevoel en wittere tanden. De fluoride tandpasta heeft een vegan formule\* & recyclebare tube. Bij tweemaal daags poetsen beschermt Nourish tegen gevoeligheid, nu en in de toekomst. Sensodyne tandpasta is de 1e keuze van tandartsen.

*\* Bevat geen ingrediënten van dierlijke oorsprong*



## **Parodontax Tandvlees+ 75ml**

Leverancier: *Haleon Netherlands*

46% van mensen met tandvleesproblemen hebben ook last van slechte adem en tandgevoeligheid, en de meesten doen er niets aan.

Wanneer tandplak bacteriën opbouwen langs de tandvleesrand, kan dit leiden tot slechte adem en rood tandvlees. Parodontax Tandvlees + Gevoeligheid & Adem Tandpasta is klinisch bewezen effectief voor gezond tandvlees, tegen gevoelige tanden en slechte adem. Helpt bij het verwijderen van tandvlees bacteriën diep tussen de tanden en neutraliseert bacteriën die een slechte adem veroorzaken dankzij Pro-Neutra technologie. En niet te vergeten, deze tandpasta heeft geen zoute smaak! Dit komt omdat de formule geen natriumbicarbonaat bevat.



## **Oral-B iO5 Elektrische tandenborstel**

Leverancier: *Procter & Gamble*

De iO 5 elektrische tandenborstel is voorzien van de beste technologie van Oral-B en combineert een door tandartsen geïnspireerde ronde borstelkop met micro-vibrerende borstelharen voor een professioneel reinigend gevoel thuis. De slimme poetsdruksensor helpt voorkomen dat u te hard of te zacht poest om uw tandvlees beter te beschermen. A.I.-poetsherkenning herkent uw poeststijl en begeleidt u om elke dag beter te poesten. Maakt verbinding met de gratis Oral-B-app voor realtime poesttracking en begeleiding doorheen de 6 poestzones. Vervang uw Oral-B iO opzetborstel elke 3 maanden voor de beste resultaten.

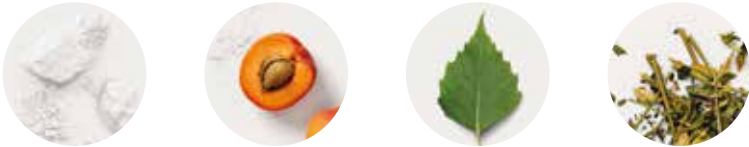




## Dr. Hauschka Reinigingsbalsem

Reinigt mild en grondig voor een zijdezacht gevoel.  
Voor alle huidbeelden.

- 100% natuurlijk, duurzaam & NATRUE-gecertificeerd <
- Intuïtief en ongecompliceerd in het gebruik <
- Innovatieve gel-naar-melk textuur <
- Op mineralen gebaseerde reiniger met Rügenkalk <
- Verwijdert onzuiverheden en lichte make-up <
- Reinigt zacht en mild en geeft een glad en fris gevoel <



- Rügenkalk hecht zich aan onzuiverheden en talg <
- Abrikozepitolie stimuleert de celvernieuwing <
- Berkenblad stimuleert de stofwisseling <
- Calendula werkt ontstekingsremmend en kalmeert <
- Complexe olie-compositie ondersteunt de vochthuishouding <

drhauschka.nl



## L'ORÉAL PARIS



AGE PERFECT CELL RENAISSANCE

### MIDNIGHT SERUM

HERSTELLEND ANTIOXIDANT COMPLEX

HELPT DE **HUID HERSTELLEN**,  
NACHT NA NACHT

VOOR EEN **GLADDERE, STEVIGERE**  
EN **STRELENDE** HUID





# Gezichtsverzorging

## Louis Widmer Young Line

Leverancier: Louis Widmer



Drie verzorgingsproducten ontwikkeld om de huid er zo lang mogelijk jong te laten uitzien: twee voor overdag, één voor 's nachts. Aangepast aan wat een jonge huid nodig heeft. Ze beantwoorden aan de verwachtingen van de moderne jonge vrouw. De verpakking is gemaakt uit duurzaam materiaal. De formules zijn vegan, 100% vrij van schadelijke microplastics, PEG-emulgatoren, siliconen, alcohol, klassieke conserveringsmiddelen, kleurstoffen, allergenen en minerale oliën. Ze hydrateren intensief, verzorgen in alle zachtheid en de fijne textuur dringt snel in de huid. Dankzij hooggedoseerde bestanddelen, zoals het biostimulatorencomplex, Evermat®, Gatuline® Radiance en Algaktiv®, zijn de producten uiterst doeltreffend en worden ze optimaal door de (gevoelige) huid verdragen.

## Dr. Hauschka Reinigingsbalsem

Leverancier: WALA / Dr.Hauschka



Ontdek de nieuwe Reinigingsbalsem van Dr. Hauschka. De innovatieve gel-tot-melk textuur verandert op de vochtige huid in een grondig reinigende, maar toch milde en hydraterende melk. De Reinigingsbalsem is eenvoudig in het gebruik, geschikt voor elk huidbeeld - ook voor de atopische huid en neurodermitis - en zowel in de ochtend als avond te gebruiken. De op mineralen gebaseerde balsem is naast 100% natuurlijk, ook veganistisch en glutenvrij. Hoogwaardige ingrediënten zoals Rügenkrijt, berkenblad, calendula en abrikozenpitolie ontdoen de huid van dode huidcellen, vuildeeltjes, dagverzorging, zonbescherming en zelfs lichte make-up. Het resultaat? Een mild en diep gereinigde huid die zijdezacht en fris aanvoelt.

## NIVEA Cellular Luminous630 Anti-Spot Getinte Dagcrème

Leverancier: Beiersdorf



De NIVEA Cellular Luminous630 Anti-Spot Getinte Dagcrème met SPF20 corrigeert onmiddellijk en egaliseert de huid. De micro-ingekapselde pigmenten zorgen voor een natuurlijke dekking en de gepatenteerde Luminous630 formule vermindert zichtbaar de intensiteit van pigmentvlekken. De NIVEA Cellular Luminous630 Anti-Spot Getinte Dagcrème met SPF20 zorgt voor een egale en stralende teint en vermindert zichtbaar de intensiteit van de pigmentvlekken vanaf 4 weken\*. Huidvriendelijkheid dermatologisch goedgekeurd.

\* Klinische evaluatie, 48 vrouwen, 12 weken.

## Age Perfect Cell Renaissance Midnight Serum

Leverancier: L'Oréal



Het Age Perfect Cell Renaissance Midnight serum bevat een Herstellend Antioxidant Complex met neohesperidine en vitamine E geïnspireerd door stamcelwetenschap. NEOHESPERIDINE: Een breedspectrum antioxidant, met groene technologie gewonnen uit een bitter sinaasappel extract. VITAMINE E: Een essentiële antioxidant die van nature in de huid aanwezig is en waarvan het niveau daalt gedurende de dag als gevolg van externe agressies. Helpt de huid herstellen nacht na nacht. Ondersteunt de natuurlijke celvernieuwing.

Voordelen:

- Vermindert de zichtbaarheid van fijne lijntjes
- Helpt de huid herstellen nacht na nacht
- Voor een gladdere, stevigere en stralende huid

# lavera

NATURKOSMETIK



## VOOR EEN NATUURLIJKE, STRALENDE LOOK!

- Uitgebreide make-up lijn: van natuurlijke subtiele tinten tot intense dekking
- Biologische ingrediënten en minerale pigmenten
- Geschikt voor de gevoelige huid
- Vrij van minerale oliën en microplastics



lavera. Natuur, die je voelt.

Verkrijgbaar bij **HOLLANDPHARMA**

## Pharmacon, daar worden drogisten wijzer van

stichting  
**Pharmacon**  
Het exameninstituut voor de drogerij



Met onze  
proefexamens  
slaag je sneller

✓ 1.360 diploma's uitgereikt in 2022 ✓ Erkend door het ministerie van VWS

[pharmacon.nl](https://pharmacon.nl)



# VMS & Gezondheidsproducten

## Heltiq Pak & Plak pleister

Leverancier: Koninklijke Utermöhlen



Met de Pak & Plak Pleister introduceert Heltiq een nieuwe methode om op eenvoudige en hygiënische wijze een pleister te pakken én plakken met één hand. Ideaal wanneer je maar één hand vrij hebt als je zelf aan je andere hand een bloedend wondje hebt. De Heltiq Pak & Plak Pleister bestaat uit een handige (ophang)kaart met daarin 2 rijen pleisters. Door deze op te hangen op een praktische plek in huis heb je ze altijd binnen handbereik. Daarnaast zijn ze ook superhandig voor onderweg. Door het compacte formaat kun je ze ook makkelijk meenemen in je tas.

## Solgar Vitamins Brain Works

Leverancier: Solgar Vitamins



Voor de hersenen is een gezonde leefstijl nét zo belangrijk als voor de rest van het lichaam. Om scherp te blijven is het advies om regelmatig te bewegen, voldoende te slapen en de hersenen uit te blijven dagen. Soms kunnen de hersenen wel wat ondersteuning gebruiken. Daarvoor introduceert Solgar® nu Brain Works with Full Spectrum Curcumin & BacoMind™. Brain Works is een uniek supplement dat de kracht combineert van traditionele kruiden met onderzochte, gepatenteerde ingrediënten. Brain Works is goed voor het geheugen, draagt bij aan de mentale balans<sup>1\*</sup>,<sup>2\*</sup> en ondersteunt de leerprestatie<sup>3</sup>.

1 Bacopa monnieri, 2 Curcuma longa, 3 Vitamine B12

\* Evaluatie gezondheidsclaim is lopende.

## Davitamon Bij Stress en Spanning

Leverancier: Perrigo



Davitamon Bij Stress en Spanning 8-in-1 helpt bij momenten van stress<sup>1</sup>, spanning<sup>1</sup> en geestelijke druk<sup>2</sup>. Het bevat een unieke combinatie van natuurlijke extracten en vitamine B5, B11 en B12. Valeriaan en citroenmelisse dragen bij aan rust en ontspanning en helpen bij stemmingswisselingen\*. Ook is citroenmelisse goed voor de concentratie\*. Ashwaganda is goed voor de gemoedstoestand\*. Vitamine B11 maakt minder stressgevoelig en is samen met vitamine B12 goed voor het geheugen. Vitamine B5, B11 en B12 dragen bij aan extra energie bij vermoeidheid. Valeriaan helpt om lekker te slapen\*.

\* Evaluatie gezondheidsclaims Ashwaganda, Valeriaan en Citroenmelisse is lopende.

## A.Vogel Famosan Slaap

Leverancier: A.Vogel



Ruim de helft van de vrouwen met overgangsverschijnselen geeft aan dat sinds de overgang hun slaappgedrag is veranderd, zo blijkt uit A.Vogel Overgang onderzoek (N=1043). 1 op de 3 vrouwen wilt graag hulp bij het slapen. A.Vogel Famosan Slaap<sup>1\*</sup> is een overgangsproduct dat helpt om lekker te slapen<sup>1\*</sup>. Het bevat citroenmelisse en saffraan, deze planten helpen om te ontspannen\*. Daarnaast zitten de verse groene bladeren van de Salvia in het product. Dat helpt bij nachtzweeten\*. Dit heeft een positieve invloed op lekker slapen. Meer weten? Volg de A.Vogel Famosan Slaap<sup>1\*</sup> training op drogiweb.nl.

<sup>1</sup> Citroenmelisse, <sup>2</sup> Salvia Officinalis. \* Gezondheidsclaims in afwachting van Europese toelating.

# Careality Care Awards And the nominees are...





# Lichaamsverzorging

## Kneipp Me-Time

Leverancier: Kneipp



Weet je dat een uur per dag tijd aan jezelf besteden beter werkt dan de krachtigste vitamines? Als je vaak het gevoel hebt dat je tijd en energie tekort komt is het tijd voor meer me-time in je leven!

De Kneipp Me-Time producten bieden ondersteuning om tot rust te komen en om vaker me-time momenten in te passen in de dagelijkse routine.

Neem een heerlijk warme douche, een warm bad en masseer je huid daarna rustig in met de nieuwe Me-Time crème of body lotion. Leun achterover en ervaar een bijzonder geluksmoment met de kracht van de natuur.

Bij Kneipp vinden we dat er meer prioriteit aan me-time mag worden gegeven en dat we ons er niet schuldig over hoeven te voelen en er juist bewust van mogen genieten.

## THERME Mindful Blossom

Leverancier: Remark



Een verzorgingsmoment met Therme Mindful Blossom is het uitgelezen moment om het kleine geluk met volle aandacht te ervaren. Zie hoe de waterdruppels je huid raken bij het nemen van een warme douche, ruik hoe de verfijnde geur van bloesem en pioenroos zich ontvouwt en voel de zachte aanrakingen op je huid tijdens de verzorging. Verkrijgbaar in Shower Satin, Foaming Showergel, Bodybutter, Perfume Body Lotion, Hand Balm, Home Spray en Fragrance Sticks.

- Wellnesscollectie in één geurlijn
- Kwalitatieve geur in een populair en geliefd geursegment
- Draagt bij aan een mindful leven en laat je genieten van klein geluk
- 100% gerecycled plastic tubes
- Verpakkingen zijn 100% recyclebaar

## Palmolive Up!

Leverancier: Colgate-Palmolive Nederland



Palmolive dankt jullie hartelijk voor de nominatie voor de Careality Care awards. Palmolive UP! is Palmolive's meest duurzame lijn douchegels tot nu toe. De formules zijn gemaakt met hergebruikte ingrediënten uit de sap-, papier- en parfumindustrie. Zo krijgen overgebleven ingrediënten een nieuw leven. Daarnaast zijn ze voor 97% biologisch afbreekbaar en bestaan voor 96% uit natuurlijke ingrediënten. De formules zitten in een volledig recyclebare tube gemaakt van suikerriet, wat zorgt voor 19% minder CO2 uitstoot vergeleken met een reguliere PE tube. Zo maakt Palmolive met deze innovatie duurzame producten toegankelijk voor iedereen!

## GilletteLabs scheersysteem

Leverancier: Procter & Gamble



Moeiteloos scheren en exfoliëren in één beweging met het nieuwe GilletteLabs scheersysteem met ingebouwde exfoliërende strip.



## Wauw, weer zo'n mooie nominatie!

Als marktleider\* blijft Bepanthen® innoveren! We hebben het segment tattoo nazorg op de kaart gezet met de lancering van Bepanthen Tattoo Nazorgzalf. Daarna ontwikkelden we een milde reiniging voor nieuwe tattoos: **Bepanthen Tattoo Wasgel**. Zo spreken we opnieuw die diverse doelgroep aan.

Met mooi resultaat: de verkoop van Bepanthen tattoo nazorg producten gaat door het dak. En we zijn weer genomineerd voor een Care Award voor **succesvolle lancering!** Bedankt!



\*In OTC huidverzorging

# Zelfzorg



## PHYSIOMER® Neusspray 100% Natuurlijk

Leverancier: Perrigo Nederland

Opent snel de verstopte neus bij een neusverkoudheid. Het verlicht natuurlijk en effectief de verstopte neus bij neusverkoudheid door het zwellen van de neus te verminderen.

De producten van PHYSIOMER® hebben geen invloed op de natuurlijke functie van het neusslijmvlies en zijn geschikt voor langdurig gebruik. Het bevat geen conserveermiddel. Kan gebruikt worden tijdens zwangerschap en borstvoeding.



## Daro Droge en Rode Plekjes Zalf

Leverancier: Remark

Ruwe, gevoelige plekjes op de huid, bijvoorbeeld rond de neus of mond, of op de elleboog? DARO Droge en Rode Plekjes Zalf met Zilver is een praktische multifunctionele zalf. Het verzacht, verzorgt en hydrateert de rode, droge, schrale, schilferige en ruwe (gevoelige) huid. Zilver draagt bij aan een rustige en zuivere huid. Bevat ook Zink, Vitamine E, Vitamine B5, 0% parfum en is hypoallergeen. Adviesprijs 6,49 euro/28ml.

- Aantrekkelijke value-for-money (6,49 euro/28 ml)
- Uitbreiding van en hernieuwde aandacht voor van het populaire DARO Zalven assortiment.

\* uitwendig gezondheidsproduct



## Bepanthen Tattoo Wasgel

Leverancier: Bayer

Na de succesvolle lancering van Bepanthen Tattoo Nazorg zalf is er nu ook Bepanthen Tattoo wasgel, een milde wasgel voor reiniging van de pas getatoeëerde huid. De wasgel is zonder zeep en niet geparfumeerd, en werd speciaal ontwikkeld voor de net getatoeëerde huid. De natuurlijke lipiden beschermen de huid tegen uitdrogen. De wasgel bevat ook dexpanthenol, wat het natuurlijke huidherstel ondersteunt. De wasgel is geschikt voor dagelijkse reiniging van de tattoo. Bepanthen Tattoo Wasgel is dermatologisch getest op de getatoeëerde huid en is zonder alcohol of kleurstoffen. Bepanthen Tattoo wasgel wordt aanbevolen door tattoo artiesten.



## A.Vogel Ooggel Extra Hydratie

Leverancier: A.Vogel

Wat zijn droge ogen? Dat zijn ogen die door te weinig traanvocht droog, branderig of vermoeid aanvoelen. 61% van de Nederlanders van 18+ heeft hier weleens mee te maken. Sommige mensen hebben wekelijks of zelfs dagelijks last van droge ogen. Speciaal voor hen adviseer je de nieuwe Ooggel extra hydratatie\* van A.Vogel. Deze ooggel helpt bij zeer droge en geïrriteerde ogen. Het grote voordeel van dit product is de gelddruppel. Het is een dikkere substantie dan een gewone oogdruppel, waardoor het minder snel verdampt. Zo zorgt het voor extra lange en intensieve bevochtiging van de ogen\*\*. Ideaal bij intense en aanhoudende klachten.

\* Medisch hulpmiddel. Lees voor gebruik de gebruiksaanwijzing.

\*\* Vgl. A.Vogel Oogdruppels.



L'ORÉAL  
PARIS

ELVIVE

HYDRA  
[HYALURONIC]



TOT 72U HYDRATATIE  
VOOR 2X MEER VOLUME



L'ORÉAL  
PARIS



HAAR  
TRANSFORMATIE

VOOR LANG, BESCHADIGD HAAR  
INTENS HERSTEL VAN  
DE HAARLENGTES

ELVIVE  
*Dream lengths*



# Haarverzorging

## Andrélon Levendig Lang

Leverancier: Unilever



Speciaal voor vrouwen die lang haar willen hebben dat niet droog en beschadigd is, heeft Andrélon de Levendig Lang productlijn ontwikkeld. Deze lijn biedt de oplossing voor sterk, gezond uitziend en levendig lang haar. Andrélon Levendig Lang is verrijkt met sakura en camellia olie en ontwart, voedt en versterkt het haar, met ingrediënten van natuurlijke oorsprong. Wil je je haar echt tot in de puntjes verzorgen? Gebruik dan ook het Levendig Lang 1 minuut WOW masker. Samen met de shampoo en conditioner zorgt dit voor optimaal beschermd en gevoed haar dat lang mooi blijft. Ervaar deze lijn en verspreid de heerlijke bloemige geur.

## Andrélon Mild & Zacht

Leverancier: Unilever



Voor iedereen die zijn hoofdhuid kalm en gehydrateerd wil houden. Met de Andrélon Mild & Zacht lijn zorg je goed voor zowel je haren als je hoofdhuid. Een nieuwe formule met ingrediënten van natuurlijke oorsprong en zonder sulfaten en siliconen. Ervaar de nieuwste lijn en geniet van de heerlijke geur van aloë vera en kokosmelk. Voor gezond uitziend en stralend haar. Andrélon laat haar stralen.

## L'Oréal Paris Elvive Hydra Hyaluronic

Leverancier: L'Oréal



De Elvive Hydra Hyaluronic producten zijn speciaal ontwikkeld om je haar intensief te hydrateren en volume te geven. Deze range bestaat uit een shampoo, conditioner, masker en een serum spray. Met deze producten geef je je haar een hydratatie boost tot wel 72 uur en meer volume. De formules zijn gemaakt met hyaluronzuur, een lichaamseigen molecuul dat tot wel 1000 keer zijn gewicht in water kan vasthouden. Zo wordt het haar gehydrateerd zonder het te verzwaren.

# Endurance

## L'Oréal Paris Elvive Dream Length

Leverancier: L'Oréal

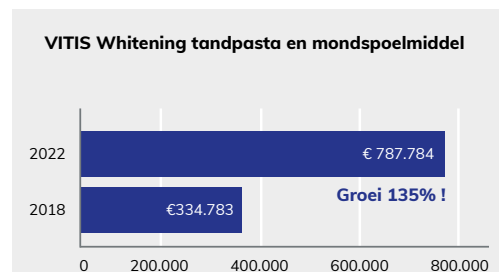


L'Oréal Paris Elvive Dream Length, een herstellende formule met plantaardige Keratine, vitamines en castor olie is speciaal ontwikkeld voor lang, beschadigd haar. Elvive Dream Length biedt een drievoudige werking:

- Vermindert gespleten punten
- Versterkt de haarlengte
- Voegt glans toe



# VITIS Whitening zorgt voor groei in de Categorie Mondverzorging!



Bron: IQVIA, Drogisterijkanaal mat nov. 2018 vs. mat nov. 2022.

**VITIS** for life

www.dentaid.nl

**DENTAID**

Oral Health Experts

VERSTOP JE HOEST NIET  
**VERLICHT**  
JE HOEST

**Bisolvon**<sup>®</sup>



Bisolvon 2-in-1 is een medisch hulpmiddel. Lees voor gebruik de gebruiksaanwijzing.

www.bisolvon.nl

KOAG/KAG-nr. 2750\_0822-3324



# Endurance

## Louis Widmer Remederm Dry Skin Gezichtscreme UV 20

Leverancier: Louis Widmer



De Remederm Dry Skin Gezichtscreme met beschermingsfactor UV 20 is een dagcreme speciaal ontwikkeld voor de droge tot zeer droge huid. Deze dagcreme is ook ideaal om de geïrriteerde huid, al dan niet met rode huidvlekken, te verzorgen. Hydrateert en verzorgt intens waardoor de huid weer soepel en comfortabel aanvoelt. UVA- en UVB-filters beschermen de huid langdurig tegen vroegtijdige huidveroudering en tegen schadelijke invloeden van buitenaf. Biostimulators werken versterkend in de diepe huidlagen en zorgen ervoor dat de huid beter vocht kan vasthouden. Ureum heeft een hydraterende werking. Deze water/olie-emulsie staat bovendien garant voor een optimale huidtolerantie. 100% vegan.

## VITIS Whitening

Leverancier: Dentaid



Herstelt de natuurlijk witte kleur van tanden en kiezen

De kracht van VITIS Whitening zit in de revolutionaire Dentaid haprepair technologie met unieke 5-voudige werking.

- Effectieve en veilige whitening van tanden en kiezen.
- Remineraliseert en beschermt het tandglazuur.
- Verwijdert vlekjes en aanslag zonder te schuren, geschikt voor dagelijks gebruik.
- Anti-tandsteen en anticariës.
- Ook effectief bij gevoelige tanden.

VITIS Whitening is verkrijgbaar in een tandpasta en een mondspoelmiddel. De producten hebben een frisse muntsmaak en zijn alcoholvrij. Het merk wordt intensief geadviseerd door tandartsen en mondhygiënisten waardoor VITIS een brug slaat tussen de tandheelkunde en de drogist.

## Bisolvon 2-in-1 voor droge en vastzittende hoest

Leverancier: Healthypharm



Weet je niet precies welke hoest je hebt, kies dan voor Bisolvon 2-in-1, de oplossing voor elke hoest. Deze hoestdrank vermindert irritatie bij droge hoest en hydrateert vastzittend slijm. Bevat 100% natuurlijke ingrediënten en heeft een lekkere smaak. Bisolvon 2-in-1 is verkrijgbaar in 3 varianten; voor volwassenen, kinderen vanaf 1 jaar en een suikervrije variant vanaf 2 jaar.

*Bisolvon 2-in-1 is een medisch hulpmiddel. Lees voor gebruik de gebruiksaanwijzing.*

## Pampers Baby-Dry Pants

Leverancier: Procter & Gamble



Pampers Baby-Dry luierbroekjes bieden tot 12 uur rondom bescherming tegen lekken dankzij de combinatie van een revolutionaire Stop & Protect Pocket en een 360° pasvorm. Ze hebben ook een superabsorberende kern die vocht onmiddellijk absorbeert en dubbele beschermrandjes die lekken rondom de beentjes helpen voorkomen. Wanneer je baby tijdens het verschonen begint te wriemelen, zijn de Pampers Baby-Dry luierbroekjes eenvoudig om te verschonen: dankzij hun flexibele tailleband trek je ze in één beweging aan. Je scheurt de zijkantjes los om ze uit te trekken, rolt ze op en plakt ze dicht met de plakstrip om ze weg te gooien.

We zijn  
genomineerd!



HeltiQ Pak & Plak Pleisters:  
pakken én plakken met één hand  
**Bedankt voor het stemmen!**

Scan de codes voor meer informatie over het gebruik van de HeltiQ Pak & Plak Pleisters



Pak & Plak Kids



Pak & Plak Textiel