

## Kleine stapjes; grote verandering: ons allereerste impact rapport!

**Groot nieuws! Ons eerste impact rapport is uit en het bewijs is daar: we zijn bezig om de persoonlijke verzorgingsindustrie te veranderen, babystapje voor babystapje. We geloven dat transparantie de weg naar vooruitgang is, en dus meten we onze impact en delen we onze successen en uitdagingen. Het rapport zit vol inzichten die bewijzen dat wat we doen werkt. We willen de standaard zetten voor de industrie en dit rapport laat zien dat we op de goede weg zijn. Lees verder voor alle details!**



Is het naïef om te geloven dat shampoos geen microplastics moeten bevatten? Dat je de huid tegen de zon moet kunnen beschermen zonder het koraal te schaden? Of dat babyverzorging mild kan zijn voor zowel de huid als de planeet? ‘Nou, wij denken dat naïef zijn iets positiefs is,’ zegt Sjoerd Trompetter, mede-oprichter van Naïf. ‘Het stelt ons in staat om de wereld te bekijken alsof we hem voor het eerst zien, zodat we vragen kunnen stellen over hoe dingen worden gedaan en onszelf kunnen uitdagen om het beter te doen. We hebben misschien niet alle antwoorden, maar we weten dat als we vasthouden aan onze waarden en blijven zoeken naar manieren om dingen te verbeteren, we daadwerkelijk iets kunnen veranderen. Naïf, yes we are!’

### **Plastic = not fantastic**

In 2020 introduceerden we het allereerste plasticvrije billendoekje op de Nederlandse markt. Normale pakjes billendoekjes zitten boordevol plastic – net zo veel als 1,7 PET flessen – omdat ze gemaakt zijn van polyester. En weet je wat het beste deel is? Nu, meer dan twee jaar later, is al 20% van de markt voor billendoekjes plasticvrij! Hoe cool is dat? En dat is niet alles, want samen met onze klanten hebben we 3,9 miljoen PET-flessen en 18,9 rondjes om de aarde per auto aan CO<sub>2</sub> bespaard sinds de lancering.

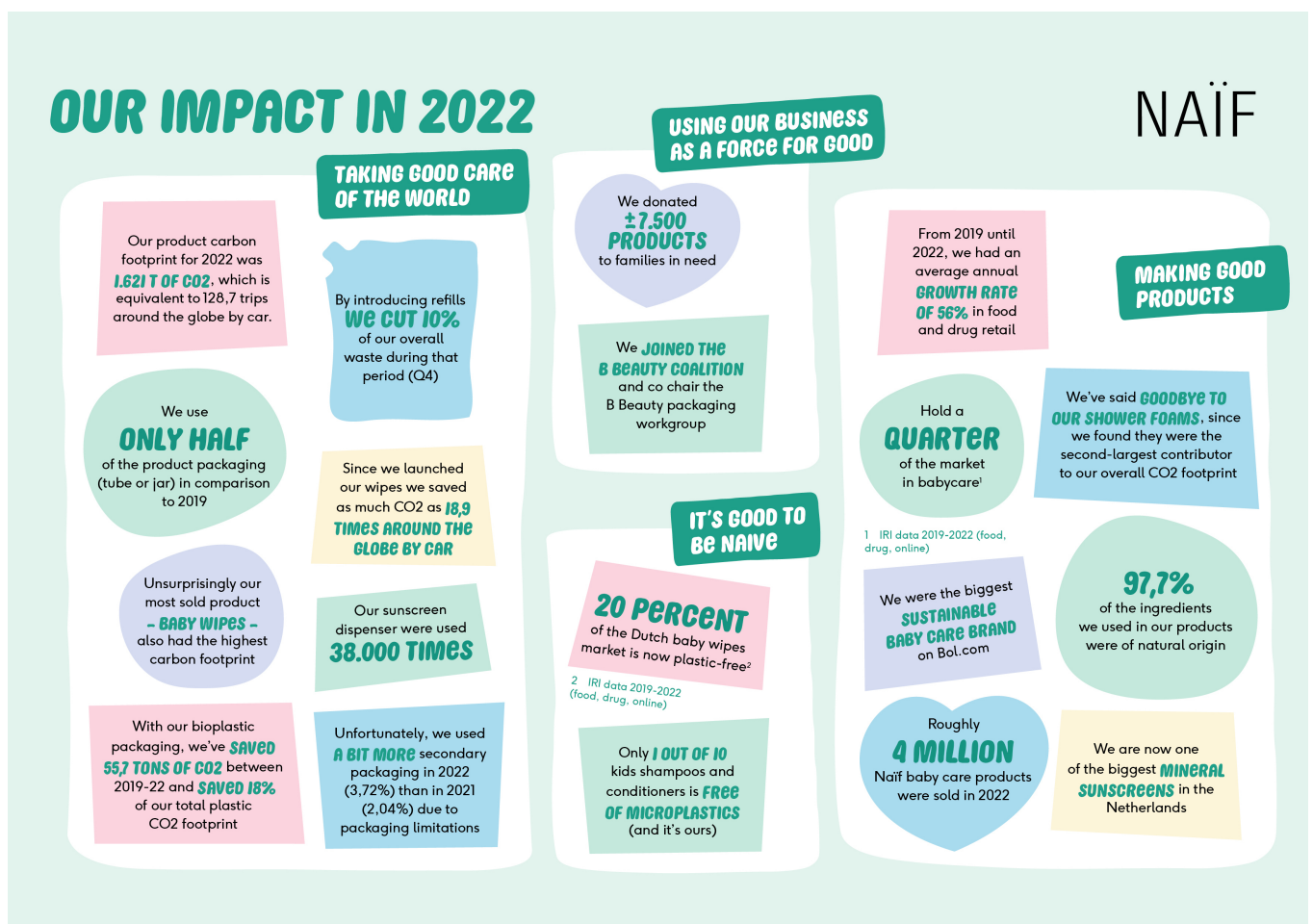
En er is nog meer nieuws! We weten dat verpakkingen een groot probleem vormen voor onze industrie. Samen produceert de persoonlijke verzorgingsindustrie maar liefst 120 miljard verpakkingen per jaar. Echte impact begint dus bij het verminderen van deze verpakkingen. Daarom hebben we in 2022 hervulbare opties voor onze best verkopende producten op de markt gebracht. Met onze 500 ml hervulbare pomp en navulzak hebben we in die periode maar liefst 10% minder afval geproduceerd. Less is more!

### **Bye bye shower foams!**

Door de CO<sub>2</sub> uitstoot van onze producten in kaarten te brengen, zagen we ook dingen die beter konden. Het bleek dat onze shower foams na onze billendoekjes het grootste aandeel hadden in onze uitstoot. Opmerkelijk, aangezien shower foams pas op de vijftiende plaats stonden in onze lijst van best verkochte producten, terwijl billendoekjes ons meest populaire product zijn en daarom ook de grootste CO<sub>2</sub>-uitstoot hebben. Daarom hebben we besloten om halverwege 2022 te stoppen met de productie van onze shower foams, ook al waren we ervan overtuigd dat we een beter alternatief boden dan onze concurrenten. Dit komt omdat onze shower foams bijvoorbeeld geen microplastics bevatten.

### **Groeispurt**

We willen niet alleen verslag doen van de problemen binnen de sector van persoonlijke verzorgingsproducten - we willen deel uitmaken van de oplossing. We willen de industrie laten zien dat het mogelijk is om producten te maken die veilig en effectief zijn, maar ook minder schadelijk voor het milieu en ethisch gemaakt. Door te bewijzen dat onze keuzes commercieel succesvol zijn, willen we anderen inspireren om ook te handelen. Onze groei is belangrijk omdat het ons helpt meer impact te maken. We zijn dan ook erg blij dat Naïf in de afgelopen drie jaar het snelst groeiende babymerk was bij Etos. Tussen 2019 en 2022 groeide ons merk gemiddeld met 56% per jaar in Nederlandse drogisterijen en supermarkten (IRI-gegevens 2019-2022 voor food, drugs en online) terwijl de markt slechts met 3% groeide. Ons marktaandeel is gegroeid tot ± 25%, terwijl andere merken zelfs een deel van hun marktaandeel verloren. Dit betekent dat steeds meer mensen veilige en schone babyproducten willen, en dat is goed nieuws!



## Toekomstige generaties

En dit is pas het begin! We weten dat er nog genoeg te doen is om onze impact te verminderen. We geloven in een wereld waar alle persoonlijke verzorging goede verzorging is. Door samen te werken en onze krachten te bundelen, kunnen we een betere en schonere toekomst creëren voor de volgende generaties. Doe je mee?

Lees [hier](#) het hele impact rapport



Good-Care-Report-2022.pdf

---

#### OVER NAÏF CARE

Naïf wordt in 2013 geboren als Jochem Hes en Sjoerd Trompetter allebei vader worden en letterlijk met hun handen in de babyproducten zitten. Als ze zien wat voor troep er in veel producten zit, besluiten ze dat dit anders moet. Hun missie? Goede verzorging voor de hele familie, zonder schadelijke stoffen voor de planeet. Zo veranderen we de wereld van de persoonlijke verzorging.

Wij maken producten die goed zijn voor de volgende generatie. We geloven dat duurzaamheid de enige toekomst is en dat wat we nu doen, het verschil kan maken. Daarom zijn al onze producten vrij van microplastics en schadelijke ingrediënten, en bomvol ingrediënten van natuurlijke oorsprong (voor minstens 90 procent). We kiezen altijd de beste optie, voor jou, je kind én de planeet. En we beloven je een ding: we zullen je nooit producten verkopen die we niet voor onze eigen kinderen zouden gebruiken. Wij maken ons zorgen over de ingrediënten, zodat jij dat niet meer hoeft te doen. En dus weer naïef de winkel binnen kan stappen! Leuk toch?

---

 pr.co

NAÏF | Good  
Care

Naïf Care