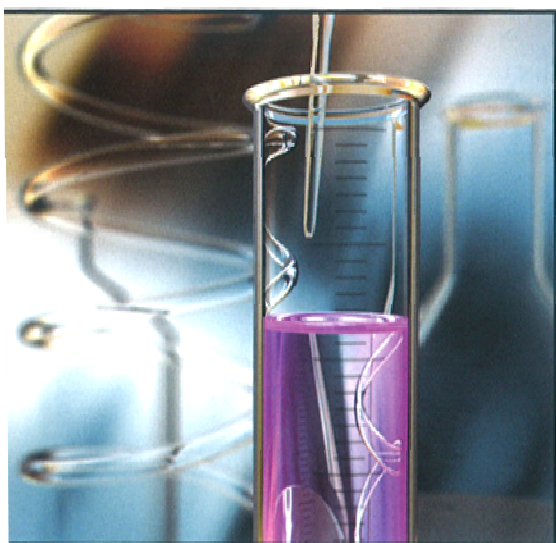


métier

# LE FORMULATEUR SOUS LA PRESSION RÉGLEMENTAIRE

Réglementation de plus en plus contraignante, exigence accrue des consommateurs, tension concurrentielle renforcée... Autant de paramètres qui ont fait évoluer le métier.



En quelques années, la formulation en cosmétique a vu ses frontières s'élargir.

Une blouse blanche, quelques pipettes, la maîtrise des formules chimiques et le goût de l'expérimentation... Voilà sans doute ce qui rapproche encore un jeune formateur en cosmétologie de ses aînés. Aujourd'hui, un formateur ne se contente plus de travailler sur le choix et le mariage des matières premières. Il doit également maîtriser les obligations de la législation européenne en matière de qualité et de sécurité des produits, jongler avec un contrôle toxicologique drastique et se soumettre à une procédure administrative systématisée.

## Des formations adaptées

«Il y a cinq ans, pour valider un actif, quatre ou cinq certificats suffisaient. Actuellement, il en faut une vingtaine», témoigne Géraldine Perez-Nicetta, responsable du laboratoire formulation de Caudalie.

Le réglementaire a investi le champ de la formulation comme un prérequis incontournable. «Nos programmes et nos cursus ont bien changé», explique Françoise Nielloud, maître de conférences à la faculté de médecine de l'université Montpellier I, enseignante au sein de la licence professionnelle Parfums, arômes et cosmétiques et du master Ingénierie santé. Il y a encore quinze ans, la licence consacrait généreusement deux heures à la réglementation. Désormais, dans le cadre du master, on en est non seulement à dix heures mais en plus, la problématique réglementaire est systématiquement présente lors des travaux pratiques et des examens de fin d'études.» Outre les matières premières et les formules chimiques, la nouvelle génération de formateurs est parfaitement familiarisée avec les critères de l'Assaps et connaît son Reach sur le bout des doigts.

«L'essentiel dans nos métiers, c'est de savoir anticiper», indique Virginie Fera, responsable R&D et réglementaire chez Sofibel Santé Beauté. Les études de tolérance et d'efficacité sont devenues tellement lourdes et contraignantes qu'au moindre projet retoqué, le laboratoire va perdre beaucoup de temps et d'argent. Un vrai handicap lorsqu'on doit travailler dans une concurrence et une course aux brevets de plus en plus farouches. Qu'ils soient rattachés aux laboratoires de conception, au réglementaire ou aux contrôles, les formateurs

disposent tous aujourd'hui d'un réseau de correspondants (toxicologues, fournisseurs...) qui les aident à développer des réflexes de proactivité. «Je travaille avec un labo qui a su anticiper et me solliciter un an avant la livraison du projet, en me transmettant toutes les informations à sa disposition, notamment sur les stabilités», raconte Caroline Chy, jeune formatrice chez Bioware. Un climat de partenariat particulièrement précieux, affirme-t-elle.

## En relation avec le marketing

Autre source de veille et donc d'anticipation: la cosmétovigilance. Toutes les remontées consommateurs sont décryptées avec le plus grand soin et les enquêtes immédiatement diligentes pour identifier les matières et les mélanges susceptibles de poser problème.

Si le formateur doit en permanence quitter sa paillasse pour faire de la veille et pêcher des informations sur la Toile, il devient également un bras armé du laboratoire dans sa stratégie marketing et donc un élément central de la viabilité commerciale des entreprises.

«Le département marketing est le premier client interne du formateur», rappelle Virginie Fera. C'est lui qui lance les briefs et reçoit les propositions. Le lien est permanent.»

Un défi de plus pour le formateur, qui devra demain démultiplier les efforts de créativité.

**Il y a cinq ans, pour valider un actif, quatre ou cinq certificats suffisaient. Actuellement, il en faut une vingtaine.»**

Géraldine Perez-Nicetta (laboratoire formulation de Caudalie)

MURIEL JAOUËN