

Au rayon cosmétiques, l'accélération des mises sur le marché passe par l'accélération des processus de conformité

Par David Égée, Directeur de la Stratégie - Cosmétiques, Veeva Europe

Comment résoudre l'existentielle dualité des objectifs de l'entreprise moderne ? Comment concilier les objectifs d'accélération de la mise sur le marché de nouveaux produits et de maintien de la conformité ? Tel est le principal défi auquel sont confrontées les marques cosmétiques, parmi tant d'autres. Évoluant dans un marché rapide, accéléré par le concept des modes, les entreprises de ce secteur manquent cruellement d'agilité face aux pressions réglementaires. Une mise à niveau est plus que jamais nécessaire, à l'heure où les sanctions infligées par les institutions en place risquent ni plus ni moins que de... les condamner, dans un contexte sanitaire qui a remis la question réglementaire au centre des débats.

Il est notoirement difficile pour les fabricants de proposer de manière constante au grand public des produits dont la qualité et la nouveauté seraient systématiquement garanties. Pourtant, ces contraintes pèsent sur les entreprises de l'industrie cosmétique : le secteur est en effet hautement régulé par les législateurs, de l'Europe à la Chine en passant par les USA, mais il est également concerné par une nécessité d'agilité au niveau de sa production. Les leaders en présence n'ont donc pas le choix : ils sont contraints d'accélérer la mise sur le marché de nouveaux produits, sans pour autant négliger les impératifs de conformité. Une tâche déjà ardue à la naissance de l'année 2020, et que la crise du Covid a encore compliquée.

Du manque d'harmonisation des réglementations : l'exemple du marché chinois

Ce n'est un secret pour personne : l'industrie cosmétique est hautement régulée et ce, partout dans le monde. Des exigences de la réglementation Européenne aux statuts réglementaires différents aux Etats-Unis, l'environnement varie drastiquement selon les marchés. En fonction des catégories de produits et des allégations faites par les marques, chaque pays possède son propre système de normes avec, pour compliquer la mise sur le marché, des disparités au niveau étatique. L'incertitude et la mise en conformité représentent ainsi des coûts de plus en plus importants pour les entreprises disposant de processus de contrôle qualité dépassés.

La tendance est claire, — et elle n'est pas à l'assouplissement réglementaire ! En mars 2018, la Chine avait pour ambition d'alléger les processus de vérification de conformité pour les produits d'importation, en centralisant ces opérations grâce à la création d'une Administration Centrale de Régulation du Marché (SAMR). Deux ans plus tard, malgré cette volonté d'harmonisation et l'instauration d'exigences réglementaires nationales, le format des dépôts d'enregistrement auprès des autorités chinoises varie toujours en fonction des provinces, et crée de l'incertitude pour les fabricants. Cet environnement incertain, complexifié par la pandémie mondiale, impose une préparation proactive de tous les acteurs concernés, et une capacité de collaboration interne extraordinaire, avec les bons outils.

Les produits cosmétiques, un impératif de rapidité et d'agilité

L'industrie cosmétique est basée sur les modes. La rapidité des cycles de tendance, accélérés constamment par la circulation toujours plus efficace de l'information parmi les consommateurs, impose aux grandes enseignes de se réinventer tous les jours pour satisfaire les exigences de ces derniers. Mais face aux évolutions constantes de la réglementation, face aux pressions du marché, et avec des outils parfois dépassés, ceci n'est pas une mince affaire...

Pour rester dans la danse, les marques cosmétiques ne peuvent pas se permettre de suivre le marché : elles doivent le guider ! Toutefois, en tenant compte des délais de vérification réglementaire et de conformité, est-ce vraiment possible ? Le recours à des outils performants de coopération interne serait évidemment une grande étape vers cet objectif, qui leur permettrait de briguer une position de leader, sans pour autant s'exposer à des risques de non-conformité réglementaire.

L'adaptation commence avec la collaboration dans l'entreprise

Les enseignes cosmétiques font face à un environnement compétitif qui évolue rapidement : bienvenue dans l'ère post-Covid ! L'offre se diversifie de plus en plus, les acteurs sur ce marché ultra-compétitif sont dans une course effrénée à la mise sur le marché. Poussés à innover par les consommateurs, vers plus de produits naturels ainsi que vers une diversification des classes d'âge visées, mais aussi surveillés de près dans un contexte sanitaire inédit, les fabricants subissent des pressions de toutes parts.

Dans ce contexte, le *statu-quo* dans la gestion des processus conformité des entreprises historiques n'est pas permis. Le traitement des processus en silos est l'assurance de la lenteur, et la cause d'une multitude de problèmes par la suite : mauvaise gestion des promesses marketing, collaborateurs démoralisés par l'inefficacité de leurs efforts, etc. Le risque d'être dépassé dans la course à l'innovation est trop important pour être pris à la légère.

Alors que toutes les étapes de la mise sur le marché d'un produit impliquent la collaboration entre plusieurs départements de l'entreprise, nombre d'entre elles ont contre toute logique conservé des méthodes de collaboration interne et des processus de contrôle de conformité appartenant au passé, et pour la plupart, tout simplement obsolètes. Face à la vague de modernisation dans le secteur cosmétique, face au nouveau contexte concurrentiel à l'échelle globale instauré par la pandémie, la mise à jour de ces méthodes est incontournable en vue de garantir une mise en production rapide ET une conformité à toute épreuve, — malgré la galaxie de réglementations internationales.