

# La Recherche & Développement dans une entreprise cosmétique

Avec Eric Gooris  
Directeur de Recherche  
de la société Clarins

- **Quel est le rôle de la R&D dans une entreprise cosmétique ?**

La Recherche et Développement, c'est une question très vaste.

C'est, tout d'abord, développer de nouveaux produits.

Un nouveau produit, cela peut être un nouveau packaging, une nouvelle texture, une revendication. Vous voyez, il y a plusieurs aspects. Et cela peut être tout cela à la fois.

- **Quelles sont vos relations avec les autres services de l'entreprise ?**

Nous sommes proches du service marketing, que nous voyons très régulièrement pour l'avancée du projet, pour vérifier que nous sommes bien en ligne avec leurs souhaits de texture, de packaging, d'efficacité etc.

Ensuite, on a des relations étroites avec le service réglementaire. Le service réglementaire, comme je dis toujours, ce sont nos yeux. Ce sont eux qui doivent nous dire si la formule peut être exploitée dans tous les pays où nous sommes présents.

Ensuite, il y a le service analytique, qui nous permet de vérifier la bonne stabilité de certains principes actifs (cela peut être des filtres solaires, des conservateurs et autres actifs divers).

On a des relations avec le service packaging, parce que, bien souvent, on fait appel à un nouveau packaging ; donc, qui dit nouveau packaging, dit compatibilité de ce nouveau packaging avec la formule en question.

Et ensuite on va avoir des relations très étroites avec le service évaluation.

- **Comment est garantie la sécurité des produits ?**

La sécurité de nos produits est garantie par de multiples tests sur les matières premières, sur le produit fini, par les tests dit cliniques, qui peuvent être réalisés. Enfin tout est rassemblé dans un Dossier qui est rédigé et signé avec un "expert tox", de façon à valider que le produit est parfaitement sans risques.

Un "expert tox", c'est quelqu'un qui a une formation de toxicologie, qui peut nous dire si telle ou telle molécule peut procurer des problèmes sur la peau.

- **Et votre implication dans la communication sur le produit ?**

Le rôle de la Recherche dans la communication est très important, parce qu'on doit prouver toutes les revendications qui vont être faites sur un produit fini.

Ce qui veut dire que le service marketing va nous envoyer les notices, les packagings, les conditionnements, et on doit vérifier tout mot à mot. Tout ce qui est mis en avant doit être prouvé.

Ensuite il y a les tests in vivo, les tests "consommateur", les tests cliniques, qui vont nous montrer que la consommatrice apprécie le produit, qu'elle n'y trouve pas d'inconvénient au niveau du packaging, de la texture, de la tolérance etc.

Donc voilà tout ce que l'on peut faire.