



AUTORKA

Marta Kuberska-Maciejewska

THETA Consulting Sp. z o.o.

PRODUKCJA KONTRAKTOWA W BRANŻY KOSMETYCZNEJ – MODELE WSPÓŁPRACY I ODPOWIEDZIALNOŚĆ STRON

Coraz więcej marek kosmetycznych chce wprowadzać na rynek własne produkty. Jednak nie każda firma dysponuje odpowiednim zapleczem technologicznym, personelem czy funduszami, aby samodzielnie rozpocząć produkcję. Uruchomienie laboratorium, zakup maszyn oraz wdrożenie standardów GMP (*Good Manufacturing Practice*) wiąże się z bardzo wysokimi kosztami i długotrwałym procesem organizacyjnym. Z tego powodu, szczególnie na początku działalności, wiele marek decyduje się na produkcję kosmetyków na zlecenie.

Produkcja kosmetyków na zlecenie polega na tym, że niezależny producent kontraktowy wytwarza produkt zgodnie z ustaleniami i wytycznymi klienta: od receptury po gotowy kosmetyk lub odpowiada jedynie za pewne elementy tego procesu. Dość często marka zlecająca koncentruje się na strate-

gii sprzedaży i marketingu, a wszelkie kwestie technologiczne, prawne i produkcyjne pozostają po stronie wyspecjalizowanego podwykonawcy. Bywają i takie sytuacje, gdy na zewnątrz zlecana jest jedynie np. produkcja masy kosmetycznej, a inne etapy wytwarzania produktu gotowego (takie, jak konfekcja i etykietowanie) pozostają po stronie zlecającego.

Modele współpracy

W ramach produkcji na zlecenie można wyróżnić dwa modele współpracy: Private Label i White Label. Z Private Label mamy do czynienia, gdy produkt tworzony jest od podstaw dla jednej marki, według indywidualnych wymagań klienta. Firma zlecająca decyduje o recepturze, właściwościach, zapachu i opakowaniu.

To rozwiązanie droższe i bardziej czasochłonne, ale daje unikalność i pełną kontrolę nad finalnym produktem. White Label to z kolei strategia, w jakiej gotowy produkt oferowany jest przez kontraktowego wytwórcę, a firma wprowadzająca produkt do obrotu może go sprzedawać pod własną marką. Klient najczęściej wybiera jedynie opakowanie i etykietę lub nawet te działania powierza firmie zewnętrznej. To szybsze i tańsze rozwiązanie, jednak bez gwarancji wyłączności, bowiem identyczne kosmetyki mogą pojawić się w ofercie innych marek. White Label sprawdzi się, jeśli przedsiębiorca chce szybko wejść na rynek, nie ponosząc bardzo dużych kosztów lub przetestować pomysł. Private Label to opcja dla marek, które chcą budować długofalową strategię i wyróżnić się unikalnymi produktami.

Coraz częściej spotyka się firmy kosmetyczne, które decydują się na strategię hybrydową. Pozwala ona ograniczyć ryzyko finansowe i czasowe, a jednocześnie budować własną, unikalną linię produktów. Nowe firmy zwykle zaczynają działalność, opierając się na gotowych formułacjach, co znacząco obniża koszty wprowadzenia pierwszych produktów na rynek. Dzięki temu marka szybko pojawia się w sprzedaży, zyskuje pierwszych klientów i pierwsze opinie. Wejście na rynek w tym modelu wiąże się z relatywnie niskimi kosztami, a jednocześnie pozwala obserwować, które produkty cieszą się największym zainteresowaniem. Zbierane opinie dotyczące zapachu, konsystencji czy efektów działania ułatwiają określenie oczekiwań konsumentów. W efekcie firma może świadomie zdecydować, w które obszary warto inwestować w dłuższej perspektywie. Najlepiej sprzedające się produkty White Label zamieniają się stopniowo na produkty Private Label. Prosty szampon czy odżywka do włosów ewoluuje w produkty premium, zawierające unikalne składniki lub przeznaczone dla bardzo wymagających klientów (np. produkty dla wegan, hipoalergiczne, naturalne).

Dobre praktyki produkcji

Każda firma biorąca udział w procesie wytwarzania produktów kosme-

tycznych, niezależnie od tego, czy oferuje swoim klientom model Private Label czy White Label, jest zobowiązana do wdrożenia zasad GMP. Zgodnie z wymaganiami prawnymi, wszystkie produkty kosmetyczne wprowadzane na rynek UE muszą być wytwarzane zgodnie z zasadami dobrej praktyki produkcji. Branża kosmetycznej przeznaczona jest norma ISO 22716, która stanowi przewodnik dobrych praktyk wytwarzania. Jak każda norma, nawet zharmonizowana nie jest stosowana obowiązkowo. Każda firma ma możliwość opracowania i wdrożenia własnego systemu dobrych praktyk produkcji, pod warunkiem, że zapewnia on taki sam poziom jakości i bezpieczeństwa produktów, jak system opisany w normie. W praktyce oznacza to jednak, że większość firm zaangażowanych w proces wytwarzania produktów kosmetycznych opiera się właśnie na wspomnianej normie ISO, jako doskonałej bazie do wdrożenia i dalszego udoskonalania systemu wytwarzania, mającego zapewnić bezpieczeństwo produktów wprowadzanych na rynek.

Zanim firma podejmie współpracę z kontraktowym wytwórcą powinna upewnić się, że spełnia on wszystkie wymagane standardy. Warto sprawdzić od ilu lat firma działa na rynku i w jakich kategoriach produktów się specjalizuje (kosmetyki białe, kosmetyki kolorowe), czy posiada w portfolio podobne produkty do tych, które planuje się wprowadzić na rynek. Ważną informacją jest również to, jakie marki zaufały danej firmie. Bardzo często na stronach internetowych pojawiają się referencje, dlatego łatwo jest ocenić, jakie firmy współpracują z potencjalnym wytwórcą i jaki jest ich poziom zadowolenia z realizowanych usług.

Zaplecze technologiczne

Niezwykle istotną kwestią jest również zaplecze technologiczne, które firma posiada. Czy dysponuje własnym laboratorium do tworzenia receptur i wykonywania badań i analiz, czy jednak część z tych usług zlecanych jest kolejnym firmom. Przy planowaniu liczby produktów przeznaczonych do wprowadzenia na rynek warto uwzględnić dostępne technologie i możliwości produkcyjne, np. czy zakład

oferuje wytwarzanie małych serii testowych, czy wyłącznie dużych partii. Zanim podejmiemy współpracę warto określić minimalne i maksymalne wielkości zamówień, terminy realizacji, zasady poufności i ochrony danych oraz ustalić, czy mogą pojawić się koszty dodatkowe, nieoczywiste i nieoczekiwane na początku współpracy. Niezwykle istotne są również ustalenia w kwestii ewentualnych reklamacji. Wybierając producenta kontraktowego, warto upewnić się, że zasady współpracy zostały jasno określone już na początku. Dzięki takim ustaleniom marka ma pewność, że projekt będzie realizowany zgodnie z ustaleniami. Jasne zasady współpracy budują zaufanie i pozwalają uniknąć trudnych i konfliktowych sytuacji w trakcie realizacji zlecenia.

Dokumentacja produktowa

W przypadku produkcji kontraktowej szczególnie istotne jest precyzyjne określenie podziału obowiązków w zakresie dokumentacji produktowej. Należy jasno wskazać, która ze stron odpowiada za przygotowanie i aktualizację dokumentacji technicznej oraz recepturowej, prowadzenie dokumentacji związanej z bezpieczeństwem i zgodnością produktu z obowiązującymi regulacjami, opracowanie i zatwierdzanie etykiet, oznakowania oraz materiałów marketingowych pod kątem wymogów prawnych, przechowywanie dokumentacji oraz zapewnienie jej dostępu organom kontrolnym. Takie rozgraniczenie obowiązków minimalizuje ryzyko nieporozumień, a jednocześnie zapewnia, że produkt wprowadzany na rynek spełnia wszystkie wymogi formalne i prawne. Podział obowiązków powinien być kluczowym elementem każdej umowy zawartej między firmami.

W przypadku produktów kosmetycznych sprzedawanych na rynku UE kwestia dokumentacji

jest jasno uregulowana w Rozporządzeniu (WE) nr 1223/2009. Podstawowym obowiązkiem podmiotów wprowadzających na rynek produkty kosmetyczne jest zapewnienie ich bezpieczeństwa. Zgodnie z art. 3 rozporządzenia, „każdy produkt kosmetyczny udostępniany na rynku powinien być bezpieczny dla zdrowia ludzi w normalnych lub dających się przewidzieć warunkach stosowania”. Aby wykazać zgodność produktu z art. 3, „osoba odpowiedzialna” zapewnia przeprowadzenie oceny bezpieczeństwa kosmetyku. Ocena bezpieczeństwa produktu kosmetycznego to procedura wieloetapowa, wymagająca od specjalisty, Safety Assessora, interdyscyplinarnej wiedzy z zakresu biologii, chemii, toksykologii, kosmetologii i medycyny. Podstawowymi elementami oceny bezpieczeństwa są: ocena zgodności produktu z przepisami prawa, analiza toksykologiczna składników wchodzących w skład produktu gotowego, ocena narażenia, ocena ryzyka i analiza wyników badań. Na podstawie zgromadzonych informacji Safety Assessor opracowuje Raport Bezpieczeństwa Produktu Kosmetycznego (CPSR – *Cosmetic Product Safety Report*), w którym stwierdza, czy produkt jest bezpieczny i może zostać wprowadzony do obrotu.

W przypadku produkcji kosmetyków na zlecenie pojawia się pytanie: kto jest odpowiedzialny za opracowanie dokumentacji produktu kosmetycznego? W przypadku dokumentacji produkcyjnej, odnoszącej się do kwestii GMP, sprawa jest oczywista. Wszelkie procedury i instrukcje, dokumentację produkcyjną i kontrolną, rejestry i ewidencje, dokumentację audytową oraz tą dotyczącą higieny i środowiska produkcyjnego opracowuje wytwórca, bo to on prowadzi cały proces wytwarzania i kontroluje zgodność z wymaganiami prawnymi i normami

jakości. Marka zlecająca wspiera proces, dostarczając niezbędne dane i zatwierdzając poszczególne etapy, może również wymagać wglądu w wybrane raporty, ale nie jest odpowiedzialna za prawidłowość i kontrole dokumentacji. W Polsce organem odpowiedzialnym za kontrolę spełniania wymagań GMP są organy Państwowej Inspekcji Sanitarnej. Dzięki obowiązkowi zgłaszania wytwórców do Rejestru Zakładów wytwarzających produkty kosmetyczne, Inspekcja zyskuje możliwość systematycznego monitorowania działalności przedsiębiorstw oraz prowadzenia kontroli zgodności z zasadami GMP i podejmowania działań w przypadku stwierdzenia nieprawidłowości.

Niejasna dla wielu przedsiębiorców pozostaje kwestia opracowania dokumentacji bezpieczeństwa, której głównym elementem jest wspomniany już Raport Bezpieczeństwa Produktu Kosmetycznego. Przygotowanie dokumentacji może być realizowane przez wytwórcę lub zleceniodawcę, przy czym ten drugi zwykle pełni rolę osoby odpowiedzialnej i to on odpowiada za udostępnienie dossier produktu odpowiednim organom nadzoru i zapewnienie, że wszystkie wymagane dokumenty są kompletne i zgodne z przepisami. Producent kontraktowy zna dokładnie skład i specyfikację używanych surowców, proces produkcji oraz metody kontroli jakości. Logicznym wnioskiem jest zatem to, że to właśnie on powinien realizować to zadanie. Raport bezpieczeństwa może zostać opracowany przez producenta kontraktowego jedynie wtedy, gdy posiada on wykwalifikowanego Safety Assessora lub współpracuje z zaufanym specjalistą zewnętrznym, a jego przygotowanie zostało powierzone przez osobę odpowiedzialną. Jeśli umowa między firmami zakłada, iż to po stronie producenta marki leży obowiązek opracowania dokumentacji, musi on pozyskać od wytwórcy wszystkie niezbędne dane do jej sporządzenia: dokładną recepturę produktu (w przypadku white label), karty charakterystyki i specyfikacje surowców, wyniki badań stabilności, wyniki badań mikrobiologicznych itd). Osoba odpowiedzialna musi zatrudniać specjalistę lub zlecić opracowanie rapor-

tu bezpieczeństwa wykwalifikowanemu Safety Assessorowi, który ma odpowiednie wykształcenie i doświadczenie. Samodzielne przygotowanie dokumentacji bez odpowiednich kwalifikacji jest niezgodne z prawem i dość ryzykowne. Miejsce przechowywania dokumentacji nie jest określone przepisami. Art. 19 rozp. (WE) 1223/2009 odnosi się jedynie do miejsca udostępniania dokumentacji. Dokumentacja produktu kosmetycznego powinna być przedkładana na żądanie właściwych organów nadzoru w siedzibie osoby odpowiedzialnej, pod adresem wskazanym na etykiecie produktu. Może być udostępniona w dowolnym formacie, zarówno elektronicznym, jak i papierowym. Jeśli dokumentacja jest opracowywana i przechowywana przez kontraktowego wytwórcę to należy doprecyzować w umowie sposób dostarczenia jej w odpowiednim czasie na miejsce kontroli.

Podsumowanie

Produkcja kosmetyków na zlecenie, zarówno w modelu Private Label, jak i White Label, daje firmom elastyczność i możliwość szybkiego wprowadzenia produktów na rynek bez konieczności inwestowania we własne zakłady produkcyjne. Wybór odpowiedniego modelu zależy od potrzeb marki: Private Label pozwala na pełną personalizację i budowanie unikalnej oferty, natomiast White Label to rozwiązanie szybsze i bardziej ekonomiczne. Niezależnie od wybranego modelu, kluczowe znaczenie ma przejrzysta współpraca między partnerami biznesowymi, w tym jasne określenie zakresu odpowiedzialności, terminów, kosztów i procedur. Rzetelna dokumentacja GMP i raport bezpieczeństwa są fundamentem zgodności z prawem i gwarancją jakości kosmetyków. Dobrze dobrany producent kontraktowy, świadome zarządzanie dokumentacją pozwalają marce wprowadzać na rynek bezpieczne, wysokiej jakości kosmetyki, minimalizując ryzyko prawne i operacyjne. Dla każdej marki, szczególnie rozpoczynającej działalność, współpraca z doświadczonym partnerem kontraktowym jest często najlepszą drogą do sukcesu. ||