



**Jeudi 19 octobre 2017**

*Communiqué de Marc-Antoine JAMET,  
Président du Pôle de Compétitivité « Cosmetic Valley »*

## **Avec le lancement du premier « Hackathon C360 », la Cosmetic Valley marque sa volonté de donner la priorité à l'innovation cosméto-digitale**

Benjamin GRIVEAUX, le jeune Secrétaire d'Etat auprès du Ministre de l'Economie et des Finances, entamant une conversation endiablée avec Ian Rogers, le *Chief Digital Officer* de LVMH, ancien de *Yahoo, iTunes, Apple, Beats* et quelques autres, l'échange - en anglais bien évidemment - avait donné le ton dès son inauguration, mercredi 18 octobre au Carrousel du Louvre, de ce que serait la **troisième édition du salon Cosmetic 360 : innovante, moderne et connectée**. La *Start-up Zone*, les conférences « *theory in practice* » assurées par des couples manager/ingénieur, les concours « *start in cosmetics* », « *sephora accelerate* » et « *cosmetic victories* » en étaient de premières preuves. Mais **le lancement du premier « Hackathon C360 » en a été l'éclatante confirmation**.

Sur une idée originale de l'organisateur du Salon, la *Cosmetic Valley*, produit avec le soutien de *BeMyApp* et en partenariat avec les Maisons *Séphora, Guerlain, Givenchy, Make Up for Ever* et les équipes de LVMH, lancé la veille à l'*Open Mind Kfé*, un espace de *co-working* du 2eme arrondissement particulièrement prisé de la capitale, ce « *hackathon* » est un condensé de « l'esprit C360 » : **susciter l'innovation en décloisonnant les disciplines, en rapprochant les différents acteurs de l'écosystème de la filière et en facilitant des projets de coopération inédits et prometteurs**.

Marketteurs, designers, programmeurs, créateurs, développeurs, ingénieurs, designers, ce sont **50 geeks, filles et garçons, jeunesse créative venue du monde entier** (des Etats-Unis à la Chine en passant par l'Afrique du Sud ou l'Europe centrale), étudiants de 22 écoles ( *Mines, Chimie Paris Tech, ENSTA Paris Tech, ISIPCA, Telecom ParisTech, Neoma Business School, International Fashion Academy*) qui **se sont rassemblés en équipes d'affinités, autour de projets inédits** (échantillons de parfums dans des voitures uber, applications et plateforme de choix, utilisation du *Big Data*, mesures photographiques du teint, assistant personnel d'aide au choix cosmétiques, didacticiels de routine de beauté).

**L'innovation est l'étendard de la Cosmetic Valley**. Si les actions qu'elle mène depuis 20 ans pour emmener les entreprises à l'international, former leurs cadres et leurs chercheurs, multiplier les projets industriels et de recherche collaborative, mutualiser les ressources, ont rendu la filière plus forte, plus entreprenante et plus visible, elles n'auraient pas de devenir si **le pôle ne cultivait pas, d'abord, l'agilité et la capacité de ses membres, face à la concurrence, à un monde qui change, à la révolution numérique, à rester disruptifs**.

**En bénéficiant de l'accompagnement de LVMH, numéro 1 du luxe mondial et président de la *Cosmetic Valley*, l'événement s'est placé sous les meilleurs auspices.** Durant 48 heures, les équipes ont pu s'appuyer sur le coaching d'experts venus de *Guerlain*, *Sephora*, *Make Up For Ever* pour proposer des solutions de digitalisation du parcours client sensoriel, avec pour mission de rendre possible de sentir et choisir, en ligne, le bon parfum ou la teinte parfaite de son fond de teint. Le vainqueur de la compétition numérique est **U Scent**, projet visant à offrir et accompagner, dans tous les voyages, une expérience olfactive personnalisée, physique et en ligne.

**La *Cosmetic Valley* souhaite, dans le cadre du *salon Cosmetic 360*, faire du « *Hackathon 360* », source d'innovation, de jeunesse et de dynamisme, un rendez-vous annuel et, après ce premier « pilote », en accroître la taille comme les ambitions, pour faire émerger l'excellence des talents promis à inventer la Beauté de demain, renouveler la « *Marque France* » et conserver à la France sa place de leader mondial du secteur.**