

Priorité à l'innovation, à la jeunesse et... aux consommateurs



Le projet JUNE : Just Use of Natural Essentialoils Gagnant du HACKATHON MAKER 2018 du salon COSMETIC 360



L'équipe gagnante entourée du jury –

De gauche à droite :

Marie-Claire Kanaan, Ingénieure, Laure de Lacaze, Chimiste et Camille Pereira, Pharmacienne.

Un chèque de 5 000 euros a été remis aux gagnantes.

© Cécile Muzard

L'innovation est le principe actif du salon Cosmetic 360, ainsi que l'origine de son incroyable succès, puisqu'elle est le premier critère pour en sélectionner les exposants, le moteur de la start-up zone, le filtre pour accéder à l'espace d'Open Innovation et le fil rouge des conférences savantes qui ponctuent le salon. Elle est évidemment - aussi - la raison d'être du *Hackathon Maker* que, depuis deux éditions, le pôle de compétitivité Cosmetic Valley organise avec le soutien des marques du groupe LVMH et de ses Maisons. Avec le lancement, l'année dernière, d'une première de son *Hackathon*, le pôle de compétitivité COSMETIC VALLEY, organisateur du salon COSMETIC 360, marquait sa volonté de donner la priorité à la dimension cosméto-digitale. Pour évoluer, la seconde édition a été placée sous le signe du développement durable et de l'impression 3D, technologie de plus en plus plébiscitée dans le monde du Luxe.

L'expérience était ambitieuse : concevoir un parfum, un maquillage ou un soin doté d'un packaging durable inspiré par la nature... et aller au-delà du simple concept numérique en lui donnant véritablement corps puisque le processus créatif devenait une réalisation concrète grâce à l'impression 3D. Pour relever ce défi, COSMETIC 360 s'est entouré de prestigieux partenaires : le groupe LVMH a de nouveau apporté son soutien actif avec le concours de quatre de ses Maisons - Parfums Christian Dior, Guerlain, Kenzo Parfums et Sephora - dont les équipes ont assuré le coaching des équipes. Dassault Systèmes a mis à disposition sa plateforme de collaboration 3DEXPERIENCE et la suite CATIA sur le Cloud. Les projets ont été maquetés grâce à une imprimante haute résolution fournie par la société ID3P.

Près de 50 étudiants et professionnels juniors, élèves d'école de commerce ou d'ingénieurs, spécialistes du design, de la programmation ou du marketing, à parité filles et garçons, majoritairement français cette année, se sont donc prêtés à ce jeu qui associe audace, imagination et inventivité. Ensemble, ils ont vécu quatre jours d'effervescence entrepreneuriale entre le Jardin d'Acclimatation où ils ont pitché, se sont formés en équipe, ont appris à se connaître, et le Carrousel du Louvre, où ils ont réfléchi, travaillé, inventé, pour finalement, le 18 octobre, entre 15h00 et 18H00, concourir afin que la meilleure team se voit remettre le prix du Jury. Dans cette compétition, active mais pacifique, c'est le projet *JUNE* (Just Use of Natural Essentialoils) qui l'a assez largement emporté. Présenté par un trio féminin - ingénieure, pharmacienne, chimiste - issu d'HEC Entrepreneur, ce projet d'aromathérapie personnalisée se propose de sécuriser l'utilisation des huiles essentielles à partir d'un diagnostic sur-mesure réalisé sur une interface digitale et de les distribuer dans un flacon intelligent. Inspiré de la fleur de Magic Dogwood utilisée par les indiens cherokees pour se protéger, ce flacon intègre dans sa base une puce permettant d'informer l'utilisateur sur la bonne utilisation des huiles essentielles.

Le jury a par ailleurs attribué un prix Coup de cœur Environnement au projet *LEGACY* : une palette de maquillage en cuir végétal de raisin.

Marc-Antoine JAMET, Président du pôle de compétitivité, a déclaré : « Depuis sa création il y a 4 ans, le salon COSMETIC 360 ne cesse de monter en puissance. Son hackathon est un condensé brillant de l'esprit qu'il veut promouvoir : créer du lien et susciter des coopérations entre tous les acteurs de la cosmétique, grandes et petites entreprises, industriels et chercheurs, sphères publique et privée, établis en France ou ailleurs, tous mobilisés dans un seul objectif : faire avancer l'innovation. Le hackathon c'est un vent de jeunesse, d'inventivité et d'énergie qui souffle sur le salon et emporte notre pôle de compétitivité. C'est démontrer que nous continuons de faire la course en tête, que nous confortons notre place de leader pour l'avenir en suscitant des idées neuves, des projets inattendus. C'est témoigner que les plus jeunes ont leur place dans notre écosystème, leur dire que nous sommes présents dans la course à la modernisation digitale et susciter leurs vocations. J'ai l'espoir que notre filière, par cet exercice, mi théorique, mi concret, a su les convaincre. Nous avons besoin de l'intelligence des meilleurs pour chercher, produire, vendre. Je veux croire que nous avons su les séduire et que nous les reverrons bientôt présentant leur société, leurs produits et leurs projets sur un stand du salon. Ce hackathon est un produit d'appel pour la filière et un vivier pour ses entreprises ».

*Jury du Hackathon Maker 2018

Bruno Bavouzet (vice-président de la recherche, LVMH), Sylvie Bénard (directrice environnement, LVMH), Olivier Echaudemaison (directeur de la création, Guerlain), Samantha Etienne (senior vice-présidente marketing, Sephora), Nicolas Faure (directeur du développement cosmétique, Guerlain), François Gautier (directeur studio création packaging, Parfums Christian Dior), Marc-Antoine Jamet (président, Cosmetic Valley), Philippe Loeb (vice-président Industrie, Dassault Systemes), Bertier Luyt (CEO, Le FabShop), Xavier Melkonian (directeur Catia, Dassault Systemes), Christophe Masson (directeur général, Cosmetic Valley), Ian Rogers (directeur du digital, LVMH), Patricia Tranvouez (directrice générale, Kenzo Parfums).

SALON INTERNATIONAL COSMETIC 360 en bref – www.cosmetic-360.com

Lancé en 2015 par le pôle de compétitivité COSMETIC VALLEY, le salon COSMETIC 360, seul salon à initiative, gouvernance et capitaux français, fait désormais partie des grands rendez-vous mondiaux de la filière parfumerie-cosmétique. Formidable lieu de rencontres pour les professionnels, COSMETIC 360 a pour ambition de valoriser les acteurs de l'innovation, moteur de croissance essentiel pour une filière où la moitié des produits qui seront sur le marché d'ici 5 ans ne sont pas encore connus ! Cœur battant des innovations, il entend faire avancer et réussir les projets des entreprises innovantes grâce à la présence simultanée sur le salon de tous les acteurs engagés dans la filière : grandes marques, PME, TPE, start-up, laboratoires de recherche publics et privés, experts de l'accompagnement de l'innovation. Organisé au Carrousel du Louvre dans un lieu emblématique au cœur de Paris, COSMETIC 360 affirme la place de la France, leader sur le marché mondial de la parfumerie-cosmétique et contribue à son rayonnement dans le domaine de la Beauté