



économie

LA COSMÉTIQUE MISE SUR L'INNOVATION

Tatouage qui disparaît à volonté, poudre naturelle pour sécher les cheveux... Sous la houlette du pôle de compétitivité Cosmetic Valley, les professionnels de la cosmétique misent sur une innovation made in France. Un prix et un salon, qui se tiendra en octobre, mettent à l'honneur les start-up les plus prometteuses.

C'est dans le décor prestigieux de l'hôtel Bristol que les vainqueurs du concours international, «The Cosmetic Victories», ont été distingués, le 19 juin dernier. Depuis trois ans, deux prix récompensent les porteurs d'un projet innovant en lien avec la filière parfumerie-cosmétique. L'événement est organisé par l'ESSEC, école de commerce, et le pôle de compétitivité Cosmetic Valley, qui rassemble 1.500 entreprises du secteur.

Cette année, Vincent Gauthier, doctorant au laboratoire SATIE de l'Université de Cergy-Pontoise, a obtenu le prix Académique 2018, pour son projet «La peau intelligente» : un biocapteur permet de suivre l'impact de l'environnement sur la peau, un outil potentiel pour affiner les analyses destinées à garantir l'innocuité des cosmétiques. Quant à David Maleville, entrepreneur et chimiste, il a reçu le prix industriel pour son projet «Eclipse». Ce dernier pourrait bien bouleverser les usages en matière de maquillage permanent et de tatouage : ses encres sans métaux peuvent être rendues invisibles grâce à l'application d'une crème de dépigmentation, puis réapparaître, sous l'effet d'une autre crème, re-colorante...

Au total, cette année, 72 projets provenant de 14 pays ont participé au concours, proposant des nouveautés dans différents domaines, des ingrédients à la formulation, en passant par les tests, les process, le packaging, les usages... Car le secteur est à la recherche d'innovations tous azimuts, et provenant de différents univers. Par exemple, l'an dernier, c'est le projet «Zéo», une poudre absorbante, séchant naturellement et rapidement les cheveux, qui a été distingué par le prix Industrie. Il était porté par Chloé Guérin, étudiante à l'École de biologie industrielle, et cinq de ses camarades. Autre exemple, toujours en 2017, «Plasmajets» a reçu le prix académique. Le projet porté par Eric Robert, directeur de recherche au CNRS, en association avec les laboratoires de l'Université d'Orléans, consiste en un appareillage à base de plasma permettant, par rayon froid, des traitements de la peau contre le vieillissement.

Une stratégie à l'international

De l'hôtel Bristol, Vincent Gauthier et David Maleville sont repartis avec un chèque de 10.000 euros chacun et la perspective d'un accompagnement par la plateforme Cosmet'up. Celle-ci, dédiée à l'accélération des projets novateurs de la filière parfumerie-cosmétique constitue l'un des outils de la stratégie de la Cosmetic Valley, en matière d'innovation.

Autre outil, le salon international Cosmetic 360, dont la quatrième édition se tiendra les 17 et 18 octobre prochains, au Carrousel du Louvre, à Paris. «Nous essayons de faire de la France le pays de la recherche dans le domaine cosmétique. Il faut que cela soit visible au niveau international. C'est pour cela que nous avons lancé Cosmetic 360», précisait Jean-Luc Ansel, fondateur et directeur général de la Cosmetic Valley, lors de la présentation à la presse du salon, le 19 juin dernier, à Paris. De fait, l'événement fait la part belle aux porteurs d'innovation et aux rencontres qui doivent permettre de développer des applications concrètes, détaille Franckie Béchereau, directrice du salon. Un village de start-up va en héberger une trentaine. Les jeunes pousses vont pouvoir «peacher» devant des acteurs clés du secteur, l'idée étant également de favoriser les interactions entre grands groupes et petites entreprises.

Par ailleurs, des acteurs comme l'INPI, Institut national de la propriété industrielle, ou Bpifrance, la banque publique d'investissement, seront également sur place, afin de répondre aux éventuelles questions de porteurs de projets... Et enfin, un hackathon, au cours duquel des équipes du monde entier auront 48 heures pour concrétiser une idée et créer une innovation, sera organisé. Le format sera plus important que l'année précédente et ce sera «un moment paradisiaque» promet Marc-Antoine Jamet, président de la Cosmetic Valley. D'après la FEBEA, Fédération des entreprises de la beauté, le marché de la cosmétique emploie 55.000 salariés en France, pour un chiffre d'affaires de 11,3 milliards d'euros (2016). C'est aussi l'un des rares secteurs à bien se porter à l'export.

Anne DAUBRÉE