



actualité

La Cosmetic Valley transforme Cosmetic 360 en salon virtuel



Le secteur événementiel poursuit sa mutation, imposée par la pandémie au Covid-19. Parant aux probables limitations de rassemblement ces prochains mois en raison du virus, le pôle de compétitivité Cosmetic Valley, organisateur du Cosmetic 360, a préféré passer son salon au format digital en lançant le e-Cosmetic 360, les 12 et 13 octobre 2020 (changement de date). Entretien avec Frankie Béchereau, directrice du salon.



Frankie Béchereau

Pourquoi avoir pris cette décision ?

Nous avons préféré ne pas prendre de risques sur d'éventuelles restrictions de rassemblement qui auraient pu mettre compromettre notre prochaine édition qui devait se tenir les 13 et 14 octobre au Carrousel du Louvre à Paris et mettre en difficulté nos exposants et partenaires. En proposant de basculer sur un format virtuel, e-Cosmetic 360 sera une édition inédite, à part entière, non subie mais réellement choisie et construite de façon intelligente pour offrir une vraie plateforme d'innovation et de business à la filière cosmétique.

Les entreprises, marques, centres d'innovation ont besoin de relance, de partage et d'émulation collective. Le digital est adapté à des parcours hyper dynamiques et agiles, essentiels pour cette édition 2020.

Comment se déroulera cette nouvelle formule du e-Cosmetic 360 ?

Loin des anciennes versions de salons virtuels « catalogues », cette nouvelle génération de rendez-vous digital proposera une expérience numérique inédite et immersive. Les exposants pourront y présenter leurs innovations au travers de vitrines virtuelles. Webinars, chats, vidéos, e-totems, sur la base d'une plateforme digitale riche et intuitive, auront pour but de stimuler et d'augmenter les interactions entre les acteurs situés partout dans le monde. Grâce à la force de l'intelligence artificielle, nous pourrions proposer un service de match making : suggérer des innovations adaptées au profil visiteur ou encore des mises en relation avec d'autres participants présents. C'est là toute la force de la data et la plus-value du digital.

Quelles seront les animations proposées autour de l'innovation ?

Les start-ups et porteurs de projets innovants pourront gagner en notoriété et e-rencontrer des partenaires essentiels à leur développement. Les grandes entreprises et marques connecteront leurs innovations, grâce au service d'open innovation offrant la prise de contact avec les porteurs de projet innovants internationaux. Les animations, qui ont fait la force et la marque du salon, seront maintenues : espace open innovation, Awards avec un nouveau Prix du Digital, rencontres entre les clusters



ou encore le Tech Corner seront à l'honneur. Pour ce dernier, nous réfléchissons avec le CNRS à présenter une technologie adaptée au virtuel, que l'on n'aurait pas pu présenter sur un salon classique. Seul le format des conférences ne sera pas repris en tant que tel mais sera remplacé par quatre webinaires, autour d'un format plus dynamique, avec des speakers de renom, autour de l'innovation.

Quelles sont vos attentes en termes de participation ?

Nous espérons avoir le nombre habituel d'exposants des précédentes éditions. Début mars, nous étions déjà à 80% de remplissage. Chaque exposant pourra préparer une vidéo autour de ses nouveautés pour faire du teasing sur les réseaux sociaux en amont du salon. Grâce à ce nouveau format, nous visons également un visitorat plus large à l'international et voulons séduire les professionnels d'autres secteurs connexes tels que les technologies, les sciences, l'environnement, l'agriculture, la santé ou encore la logistique, qui faute de temps ou de budget, n'avaient pas encore participé au salon. Dans un contexte particulier, où les restrictions de déplacement sont encore à l'ordre du jour et les budgets déplacements plus limités, la solution du salon digital fait sens. L'objectif est de générer en amont de l'émulation pour maximiser l'affluence et les connexions durant les deux jours d'exposition. Nous espérons rassembler la filière autour d'un temps fort générateur et créer de nouveaux modèles de networking. ■

