

Événement

Cosmetic 360 : l'innovation comme étendard

« L'innovation est l'étendard de Cosmetic Valley. Les actions que le pôle de compétitivité 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 entrepreneuriale et plus visible. Elles n'auraient pas de sens 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, c'est le seul moyen de faire la course en tête », déclare Marc-Antoine Jamet, président de Cosmetic Valley.

Lancé en 2015 par Cosmetic Valley, le salon Cosmetic 360 fait désormais partie des grands rendez-vous mondiaux d'une filière en plein bouillonnement dont le marché international était estimé à 419 Mds € en 2017 (source Euromonitor) avec un nombre

de consommateurs qui devrait augmenter de 40 % pour atteindre le chiffre de 6,5 milliards d'ici 2030.

À l'heure où le digital, la beauté connectée, l'intelligence artificielle ou encore les biotech ouvrent de nouveaux horizons, le parti pris est clairement affiché : accueillir à Paris les meilleurs acteurs de l'innovation mondiale et conforter le leadership d'une industrie qui figure parmi les fleurons de l'économie française.

Formidable lieu de rencontres et de networking pour tous les professionnels du secteur, Cosmetic 360 entend plus que jamais faire avancer et réussir les projets des entreprises innovantes en ouvrant un large champ des possibles aux industriels grâce à la présence simultanée sur le salon de tous les acteurs engagés dans la filière : grandes marques, PME, TPE, start-ups, laboratoires de

recherche publics et privés, experts de l'accompagnement de l'innovation.

Un partenariat avec le CNRS pour accueillir à Paris le meilleur de l'innovation mondiale

Pour sa 4^e édition les 17 et 18 octobre 2018 au Carrousel du Louvre, le salon Cosmetic 360 s'offre un relooking : plus grand, plus beau, plus design et plus dense sur le plan scientifique, grâce une collaboration renforcée avec le CNRS qui a été associée étroitement à l'organisation du salon.

Le CNRS a inscrit la cosmétique parmi ses domaines scientifiques de valorisation prioritaires. Leader académique français en termes de dépôts de brevets, il a constitué, accompagné de sa filiale nationale de valorisation, CNRS Innovation, un portefeuille de 180 familles de brevets sur des technologies dédiées telles que la vectorisation, la formulation et les dispositifs dermo-cosmétiques.

Cette stratégie nommée « focus transfert » a par ailleurs été renforcée en 2015 par la création d'un groupement de recherche Cosm'actifs (GDR371) qui fédère aujourd'hui plus de 50 laboratoires et est structuré autour de quatre axes : sourcing (bioactifs/ingrédients), formulation et vectorisation, cibles et modèles biologiques, innocuité et conservation.

Recherche en cosmétologie : le Tech Corner : "Green Factory of the Future"

Depuis 2017, Cosmetic 360 met à l'honneur la recherche en cosmétologie en présentant un projet scientifique de pointe dans un espace dédié : le Tech Corner. Après le projet *PlasmaJet*, un focus est fait cette année sur la *Green Factory of the Future* qui met en lumière une technologie portée par le CNRS et, notamment, les laboratoires LTeN (Nantes) et Gepea (Saint-Nazaire) spécialisés dans les procédés et la microfluidique pour différentes applications. Cette innovation concerne la fabrication des émulsions. La *Green Factory of the Future* permet de produire des émulsions en continu, très fines, donc stables, avec un minimum de molécules stabilisantes utilisées. La technologie *Green Factory of*



the Future présente ainsi plusieurs axes d'innovation : elle peut produire en continu alors qu'actuellement l'industrie produit par lots avec nécessité de nettoyer les cuves après chaque fabrication. Elle permet de diminuer l'utilisation d'additifs pour stabiliser les formules. Elle a un impact environnemental réduit.

Travaillée à l'échelle du laboratoire, la technologie n'est pas appliquée aujourd'hui à l'industrie cosmétique. Une démonstration en live sur le salon permettra de découvrir cette innovation phare qui devrait fortement impacter les process de production cosmétiques dans les années à venir.

TPE-PME : vitrine du Made in France

Les TPE-PME constituent près de 80 % des 1 500 entreprises de la filière française de la parfumerie-cosmétique. Le salon Cosmetic 360 offre donc une vitrine exceptionnelle à ces TPE et PME, à la fois pour mettre en avant les valeurs de la marque France qu'elles incarnent – performance, sécurité des produits, respect de l'environnement, authenticité des matières et, bien entendu, innovation – mais aussi pour trouver des partenaires internationaux leur permettant de développer leurs activités d'exportation sur des marchés étrangers en forte croissance.

Start-ups, un accélérateur éphémère avec les workshops de la Beauty Tech

La 4^e édition de Cosmetic 360 ouvre à nouveau largement ses portes aux jeunes pousses de la cosmétique avec une zone dédiée installée au cœur du salon et avec le soutien du réseau Beauty Tech. L'objectif du réseau est de favoriser les synergies entre la cosmétique et le numérique et le développement de « start-ups cosmétodigitales » compétitives.

Cette année sur le salon, la Beauty Tech propose aux jeunes pousses, quelles qu'elles soient, les services de son accélérateur éphémère pour accompagner plus particulièrement le lancement des « early-stage start-ups », afin d'accélérer la transformation de leurs idées en projets concrets. La société Coty, partenaire de la zone start-up, sera impliquée dans l'accompagnement des porteurs de projets.



Open Innovation : booster les coopérations innovantes

L'innovation est un enjeu stratégique pour la filière de la parfumerie cosmétique où la moitié des produits qui seront sur le marché d'ici cinq ans ne sont pas encore connus. Cosmetic Valley, qui inclut dans son réseau une vingtaine de grands noms de la filière, a ainsi pu mettre en place sur le salon Cosmetic 360 un service exclusif d'Open Innovation. Le service est ouvert à tous les secteurs d'activité : matières premières, produits finis, packaging, logistique, service... Il représente pour les porteurs de projets une opportunité unique d'obtenir des rendez-vous avec les experts qualifiés et leaders de la filière : Johnson & Johnson, Laboratoires Pierre Fabre, L'Oréal Recherche & Innovation, LVMH Recherche, Puig, Rodan + Fields et Yves Rocher.

Digital : Hackathon 3D Challenge, un nouveau défi 100 % étudiants

En 2017, le salon Cosmetic 360 organisait avec les équipes de LVMH digital et les Maisons du groupe LVMH, le hackathon « Reveal your perception ». Cette année, l'expérience va plus loin avec un nouveau challenge faisant appel à la technologie de l'impression 3D. Petite révolution dans le

secteur de l'industrie, l'impression 3D permet de réaliser des prototypes et de fabriquer des objets personnalisés de façon très souple et à moindre coût.

La stratégie numérique mise en place au cœur de Cosmetic Valley dès 2016 se matérialise sur le salon grâce à ce Hackathon 3D Challenge qui permettra de faire connaître des technologies liées à l'essor de l'intelligence artificielle appelées à faire partie demain des outils créatifs du quotidien pour les industriels.

Le Japon, invité d'honneur du salon

L'année 2018 célèbre deux anniversaires : le 160^e anniversaire des relations diplomatiques franco-japonaises et le 150^e anniversaire de la restauration de l'ère Meiji. Cosmetic 360 a donc voulu s'associer à ces événements en mettant à l'honneur le Japon et le Japan Cosmetic Center/JCC avec qui Cosmetic Valley entretient des relations privilégiées depuis 2015.

Implanté au cœur du salon, le village « Innovation Japon 360° », entièrement dédié au cluster JCC accueillera une dizaine d'entreprises et présentera les projets de recherche franco-japonais en cours ●
📧 www.cosmetic-360.com