



SALON

## Cosmetic 360 voit à 360°

**P**lus de 200 stands dont une trentaine supplémentaire par rapport à l'année dernière (en photo) – parmi lesquelles celui de la chaîne de téléachat QVC – sont attendus au prochain Cosmetic 360. « 90% sont des TPE-PME », annonce Franckie Béchereau, directrice du salon (17-18 octobre au Carrousel du Louvre à Paris), initié par la

Cosmetic Valley. « Nous sommes un pays de recherche, cela doit se voir dans le monde entier notamment avec ce salon international Cosmetic 360 », rappelle Jean-Luc Ansel, directeur général de la Cosmetic Valley. Et Marc Antoine Jamet, président de la Cosmetic Valley, d'ajouter : « Nous évoluons dans un marché très compétitif avec deux grands concurrents : les États-Unis et le Japon, sans compter la montée de challengers comme la Corée. L'offre s'est diversifiée avec de nouveaux produits, publics et besoins. L'innovation est impérative. » Vitrine de la filière cosmétique française et lieu d'échanges, cette quatrième édition internationale accueillera le Japon comme invité d'honneur. Le village Innovation Japon 360, avec le cluster Japan Cosmetic Center, abritera une dizaine d'entreprises et présentera les projets de recherche franco-japonais. Plus de 50 pays seront aussi représentés sur le salon. La Beauty Tech dédiée aux start-up aura un nouveau partenaire : le groupe Coty. Parmi les autres participants : Johnson & Johnson, L'Oréal, LVMH, Puig, et pour la première fois : Pierre Fabre, Rodan+Fields et Yves Rocher rencontreront des porteurs de projets (matières premières, produits finis, packaging, logistique, services...) au sein de l'Open Innovation. Dans le Tech Corner, la Green factory of the future mettra en avant une technologie portée par le CNRS, de nouveau partenaire du salon, les laboratoires LTeN (Nantes) et GEPEA (Saint-Nazaire) sur la production d'émulsion en continu (contre une production par lots actuellement) avec un minimum de molécules stabilisantes. Par ailleurs, cette année le hackathon organisé avec LVMH sera placé sur le thème de l'impression 3D. Le salon attend 5 000 visiteurs.



© Arnaud Lombard

MARYLINE LE THEUF