

Les Cosmetic Victories, un nouveau souffle pour l'industrie cosmétique ?

Pour la troisième saison consécutive, la Cosmetic Valley relance The Cosmetic Victories, un concours dédié aux entrepreneurs, étudiants et chercheurs du secteur de la cosmétique. Son objectif : offrir à une poignée d'acteurs du secteur la possibilité de profiter d'un accompagnement tant technique que financier, mais également d'une reconnaissance non négligeable à l'international.

Temps de lecture : minute

8 décembre 2017

Parfums, crèmes, produits de maquillage... Avec 1 500 entreprises, 150 000 emplois, et plus de 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel, la filière cosmétique française continue de briller à l'international, au point même de se placer à la seconde place des industries françaises les plus performantes à l'export, derrière l'aéronautique. Pour porter le secteur, des marques à renommée internationale : L'Oréal, bien évidemment, mais aussi LVMH, Chanel ou encore Guerlain. Mais pas que. Un nombre toujours grandissant de jeunes pousses et de PME travaillent aujourd'hui à faire de la France le marché le plus prestigieux de l'industrie cosmétique mondiale, à défaut d'être le plus grand. Et l'enjeu est on ne peut plus important : d'ici 2030, le secteur devrait concentrer 6,3 milliards de consommateurs dans le monde. Soit 40% de plus qu'à ce jour.

Accompagner l'innovation

Ça, la Cosmetic Valley l'a bien compris. L'écosystème, fondé en 1994 mais labellisé pôle de compétitivité en 2005, a pour principale mission de développer l'attractivité et la visibilité internationale de l'Hexagone, en accompagnant notamment les innovations du secteur, qu'elles soient portées par des startups ou des grands groupes, mais aussi en facilitant les synergies entre les acteurs. Présidé par Marc-Antoine Jamet, également Secrétaire Général du groupe LVMH, le pôle de compétitivité met ainsi en place de nombreuses actions à destination des géants du secteur, des PME innovantes, et des jeunes pousses en recherche d'accompagnement. Parmi celles-ci, l'organisation de salons, débats, rencontres entre entrepreneurs, mais aussi le lancement d'un concours international dédié tant aux étudiants, aux chercheurs, qu'aux entrepreneurs à l'initiative d'un projet innovant en lien avec la filière cosmétique.

Baptisé The Cosmetic Victories, ce dernier a été lancé en 2015 avec le soutien du fonds de dotation Cosmetic Valley-ESSEC et vise à valoriser la recherche et le savoir-faire à travers deux récompenses : le Prix Académique, qui valorise des projets de recherche en parfumerie-cosmétique développés dans l'année, et le Prix Industriel, qui distingue les startups et PME innovantes du secteur.

Les dossiers seront évalués par le comité de sélection sur les critères suivant : caractère innovant du projet, valeur ajoutée de l'innovation pour la filière parfum-cosmétique, capacité du porteur à mener à bien le projet, et adéquation globale du projet avec le marché visé.

Jean-Luc Ansel, Directeur Général et Fondateur de la Cosmetic Valley

Candidatures ouvertes jusqu'au 30 mars

À la clé pour chaque lauréat : une dotation de 10 000 euros, mais également la possibilité de profiter d'un accompagnement auprès d'experts membres de Cosmetic Valley au travers du programme Cosmet'Up. Le pôle de compétitivité assurera également aux gagnants une visibilité certaine auprès des acteurs du secteur, tant en France qu'à l'international, via des articles dans la presse et la possibilité d'exposer leurs projets sur le salon Cosmetic 360.

Ouvertes depuis le 27 novembre dernier, les candidatures courent jusqu'au 30 mars prochain. Le jury composé de chercheurs internationaux et de personnalités de LVMH, Clarins, Shiseido, Sisley notamment, annoncera les finalistes en avril 2018, avant de dévoiler les lauréats finaux en juin 2018.

L'an dernier, le projet Zéo, porté par des étudiants de l'Ecole de Biologie Industrielle de Cergy, s'est vu remettre le Prix Industriel pour sa poudre absorbante, diffusée par spray, et capable de sécher les cheveux de manière 100% naturelle et ultra-rapide. Pour le Prix Académique, c'est Plasmajets et son appareil plasma utilisant des rayons froids pour traiter le vieillissement cutané qui ont été récompensés.

Maddyness, partenaire média de la Cosmetic Valley.

