

# Cosmetic 360 facilite l'open innovation dans les cosmétiques et la parfumerie

*Cosmetic 360, le salon international annuel de l'innovation pour l'industrie des cosmétiques et de la parfumerie, revient les 16 et 17 octobre 2019. Son organisateur, Cosmetic Valley, lance un appel à projet à destination des startups qui souhaitent rencontrer des grands groupes du secteur. Les jeunes pousses sélectionnées pourront bénéficier d'un entretien de trente minutes avec eux, afin d'envisager de futures collaborations.*

Temps de lecture : minute

---

21 juin 2019

L'événement Cosmetic 360 accueillera cette année un espace Open Innovation dédié aux rencontres entre jeunes pousses et géants du secteur. Chanel, Groupe Nuxe, IFF, L'Oréal, LVMH Recherche ou encore Rodan+Fields, seront notamment présents. Les startups retenues pourront ainsi s'entretenir pendant trente minutes avec eux, afin de présenter leur projet/innovation. Cet échange s'effectuera avec des directeurs et responsables R&D, et pourra éventuellement donner suite à des collaborations.

Pour que le potentiel d'open innovation soit fort, ce sont les grands groupes qui choisiront les entreprises avec qui ils souhaitent s'entretenir. Au cours de l'été, ils auront en effet accès à toutes les candidatures, et pourront sélectionner les projets qui les intéressent le plus. Les candidats en seront alors informés, et pourront sélectionner un créneau sur les deux jours de salon. Un même projet pourra bien sûr être reçu par plusieurs grands groupes. En termes de collaborations/accompagnement,

différentes opportunités pourront se présenter, en fonction des solutions internes proposées par les grands groupes (accélération, co-développement produit...).

Pour être éligible, le porteur de projet doit agir dans le domaine de l'innovation en parfumerie-cosmétique au sens large (matières premières, formulation packaging, service, distribution, marques...). Le niveau d'avancement n'est pas un critère de sélection : si l'entreprise n'est pas encore créée, qu'elle est encore au stade de l'idée, ce ne doit pas être un frein pour candidater. *"C'est vraiment l'innovation qui est importante, pas l'avancement"* soutient Kévin da Fonte, Innovation Project Manager chez Cosmetic Valley, pôle de compétitivité de la cosmétique.

*"Les grands groupes y voient des moyens externes d'innover, de gagner du temps en allant plus vite qu'en interne. Ils accompagnent par la même occasion des startups vers la réussite." Kévin da Fonte*

Si toutefois les startups souhaitent profiter d'une visibilité plus large lors de ce salon, elles peuvent obtenir des stands pour présenter leur innovation. Une zone leur est réservée pour exposer à un tarif privilégié. La startup Syha y sera notamment cette année, pour présenter sa gamme de cosmétiques anti-pollution et anti-lumière bleue issue de l'intelligence artificielle et de la phytothérapie. Son président, Daniel Valtuena, explique qu'il a fait le choix de prendre un stand pour *"développer des relations stratégiques, notamment avec des distributeurs. Pour nous qui sommes basés sur l'export, c'est une très belle vitrine pour attirer des distributeurs étrangers, notamment chinois"*.

Candidater

*Maddyness, partenaire média de Cosmetic Valley*

---

Article écrit par Maddyness, avec Cosmetic Valley