

Cosmetic 360 revient avec une édition en ligne pour booster l'Open Innovation du secteur

Le grand rendez-vous de la filière cosmétique, le salon e-Cosmetic 360 organisé par Cosmetic Valley, aura lieu les 12 et 13 octobre prochains. Pour la première fois, il se déroulera en ligne. De quoi nouer des contacts privilégiés avec des acteurs bien au-delà de nos frontières.

Temps de lecture : minute

9 juillet 2020

C'est un rendez-vous attendu par toute une filière qui revient cet automne. Le salon, organisé par Cosmetic Valley, le pôle de compétitivité de la cosmétique et de la parfumerie, se déroulera pour la première fois entièrement en ligne, conditions sanitaires obligent. *"Il nous paraissait indispensable de pouvoir maintenir le rendez-vous de l'innovation cosmétique. De plus, cet événement, qui a une portée internationale, permet d'échanger et de créer des opportunités business à travers le monde, malgré les restrictions. Comme chaque année, ce salon sera un moment d'échange entre tous les acteurs de la filière, notamment entre les porteurs de projets et les grands groupes à travers le service e-open innovation"* , explique Aline Landier, chargée de mission Startup au Beauty Hub de Cosmetic Valley.



À lire aussi

Comment Chartres Métropole et la Cosmetic Valley aident les startups à inventer la cosmétique de demain

L'édition 2020, qui se tiendra les 12 et 13 octobre prochains, s'affranchira des contraintes logistiques et bénéficiera donc d'un public d'autant plus varié, comme le souligne Clémentine Martin-Lepicard, chargée d'affaires réglementaires et commerciales de la startup SurfactGreen : *"Cette édition en ligne est une chance de nouer des contacts avec des gens qui n'ont pas forcément l'habitude de se déplacer sur le salon, à la fois dans les équipes techniques mais aussi des professionnels étrangers. C'est l'occasion pour nous de toucher davantage de prospects"*.

La biotech spécialiste en chimie verte fabrique des tensio-actifs cationiques biosourcés, notamment utilisés en cosmétique pour leurs propriétés à la fois nettoyantes et démêlantes. La startup a déjà eu l'occasion de participer au salon l'an dernier, notamment via le

programme Open Innovation qui lui a permis d'échanger de manière privilégiée avec un grand nom du secteur lors d'un rendez-vous dédié. *" Nous avons besoin de tester l'appétence du marché pour les produits axés sur le développement durable, non-toxiques et made in France. Nous avons discuté avec un grand compte et constaté qu'il y avait une réelle demande pour ces produits. Nous sommes désormais en train de faire valider les matières premières et nous échangeons autour de la formulation. "*

Des collaborations concrètes

Mais le salon ne permet pas seulement de nouer des contacts, il est aussi le point de départ de collaborations concrètes entre startups et grands comptes. Depuis sa première édition en 2015, Cosmetic 360 a toujours cherché à doper les synergies entre les acteurs de la filière et tout particulièrement entre les startups et les grands noms du secteur. Le salon a d'ailleurs mis l'open innovation à l'honneur du salon en mettant en place depuis plusieurs années un dispositif dédié. *"Le rendez-vous de l'e-open innovation permet aux startups de pouvoir rencontrer des acteurs majeurs de la filière cosmétique, souligne Aline Landier. Cette rencontre peut permettre d'échanger sur les projets innovants présentés en vue d'une collaboration mais aussi de confronter les porteurs de projets aux attentes de cette filière. Ainsi ils pourront prendre du recul et réorienter leurs objectifs ou leurs développements."*

Ces interactions ont par exemple permis à TFChem, une startup canadienne fondée par une Française qui produit des molécules de synthèse mimant les sucres, de signer un contrat. La startup a participé l'année dernière au dispositif d'open innovation de Cosmetic 360, lui permettant de concrétiser des discussions débutées quelques mois auparavant avec le groupe Rodan + Fields. *"Le salon et le dispositif open innovation nous ont permis de rencontrer des prospects mais aussi tous les acteurs de l'innovation, tous les maillons qui permettent de*

développer nos propres programmes. Il y a un aspect à la fois commercial et R&D qu'on ne trouve que dans très peu de salons" , liste Géraldine Deliencourt, fondatrice de TFChem.

Le salon est donc une occasion pour les startups du secteur à la recherche de contacts avec les grands groupes, non seulement français mais aussi internationaux, de nouer des relations privilégiées. Et SurfactGreen compte d'ailleurs sur l'édition de cette année pour élargir ses horizons. *" Nous avons déjà bien exploré le marché français et nous souhaitons maintenant nous développer en Europe, avec des contacts à l'international " ,* ajoute Clémentine Martin-Lepicard.

Tirer le meilleur parti de ces rendez-vous

Cette année encore, de jeunes pousses auront ainsi l'occasion de rencontrer des grands comptes, partenaires ou clients potentiels. LVMH et L'Oréal ont déjà confirmé leur présence. Et, bonne nouvelle, tout le monde a sa chance ! *"Cette opportunité est ouverte à tous les porteurs de projets, quelque soit le stade de développement de l'entreprise, confirme Aline Landier. Une autre richesse est l'ouverture de cette plateforme de dépôt de candidatures à des porteurs de projets de tous horizons."* En effet, *"les enjeux de la cosmétique sont nombreux : naturalité, traçabilité, transparence envers les consommateurs... Par conséquent plusieurs domaines - médical, alimentaire, chimie - peuvent être à la croisée des enjeux et des chemins technologiques du monde cosmétique"* et e-Cosmetic 360 permet justement de discuter avec l'ensemble de ces acteurs.

Les startups intéressées ont jusqu'au 10 août pour déposer leur candidature au dispositif open innovation du salon. Pour garantir des contacts qualifiés, les corporates présents prennent ensuite connaissance de ces candidatures et proposent des rendez-vous aux startups qui les intéressent, le porteur de projet ayant alors cinq jours pour valider le

rendez-vous sur la plateforme. Ces derniers pourront ensuite enregistrer une vidéo pour présenter leur entreprise et leur projet, afin que leurs interlocuteurs préparent au mieux le rendez-vous. Les rencontres confirmées auront lieu dans des salles virtuelles privées, lors du salon, les 12 et 13 octobre prochains. Grands comptes et startups disposeront alors de 30 minutes pour échanger... et nouer des partenariats si affinités ?

Maddyness, partenaire média de Cosmetic Valley

[Postulez au programme d'innovation Cosmetic Valley 2020](#)

Article écrit par Maddyness, avec Cosmetic Valley