

Ne maquillez pas le génie qui est en vous : montrez vos talents au Cosmetic 360

L'évolution du marché de la cosmétique et de la parfumerie se joue là où l'innovation se trouve. Afin de mettre en lumière les nombreuses avancées dans ce secteur, le salon Cosmetic 360 présente chaque année depuis maintenant 4 ans, les acteurs de la cosmétique de demain. L'appel à candidatures pour les startups projetant de rencontrer des grands groupes cosmétiques est lancé, et ce jusqu'en juin prochain.

Temps de lecture : minute

30 avril 2018

L'innovation comme leitmotiv : le marché très compétitif de la cosmétique et de la parfumerie continue de se développer pour le plus grand plaisir des consommateurs. Aussi de nombreuses startups et petites entreprises se sont lancées dans ce secteur, inventant ou réinventant les métiers et produits de la cosmétique et de la parfumerie. Mettre en lumière ces jeunes pousses qui contribuent chaque jour à imaginer et développer la cosmétique de demain, c'est l'un des objectifs du salon Cosmetic 360, le salon international de l'innovation dans ce domaine qui se tiendra au Carrousel du Louvre les 17 et 18 octobre 2018. Cette initiative portée par l'organisateur du salon, la Cosmetic Valley, le pôle de compétitivité de la cosmétique rayonnant à l'international, permet aux early startups de rencontrer et décrocher des rendez-vous avec de grandes enseignes du luxe, de la cosmétique et de la parfumerie.

Un marché qui s'ouvre à l'écosystème startups

Les produits cosmétiques aujourd'hui indispensables dans la vie quotidienne des Français représentaient déjà 58% du budget "soins et biens personnels" en 2015 contre 32% en 1960, selon une étude de l'INSEE. Ce secteur en constante évolution a de ce fait vu apparaître une clientèle beaucoup plus exigeante, puisque davantage renseignée et sensible à différents critères tels que l'environnement, la composition des produits, ou encore les packagings des produits.

Le salon Cosmetic 360, souhaite promouvoir ces innovations et présenter un événement de découverte de ce que sera la beauté de demain. En intégrant les startups à cette initiative, l'objectif est de promouvoir et faciliter les relations entre les grandes entreprises et les nouveaux venus.

Un salon pour rencontrer, échanger et créer des opportunités business

Le salon Cosmetic 360 est pensé comme un véritable lieu d'échange et de partage autour des dernières innovations dans le secteur de la cosmétique. Ce rendez-vous annuel qui réunit tous les acteurs internationaux du secteur, a pour volonté de simplifier les opportunités de rendez-vous. Les possibilités de collaboration ne sont jamais bien loin sur ce type de salon et sont même largement encouragées par l'écosystème. Ainsi, plusieurs opportunités sont proposées aux startups pour s'inscrire dans le mouvement et participer au salon.

Dans le cadre du service Open Innovation proposé lors du salon, un appel à candidatures est ainsi lancé du 9 avril au 30 juin afin de permettre aux jeunes startups ou porteurs de projets de présenter leurs innovations devant des grands groupes. Cette année Groupe Rocher, Johnson &

Jonshon, L'Oréal, LVMH Recherche, Puig et Rodan + Fields seront présents.

Pour Asma Serier-Larochette, External Innovation J&Join Leader chez Johnson & Johnson, participer à un salon tel que Cosmetic 360 c'est l'occasion de rencontrer des porteurs de projets innovants et *“la possibilité de développer ensemble des solutions nouvelles qui amélioreront la santé et le bien-être de millions de personnes”*. À la suite de l'identification des startups qui auront déposées leur candidature lors de cet appel d'offre, les grands groupes auront la possibilité de proposer des rendez-vous afin de rencontrer et échanger avec ces nouveaux entrepreneurs en vue d'une possible collaboration.

La Start Up Zone permet aux startups du secteur d'exposer leur innovation lors du salon et offrir l'opportunité aux visiteurs de découvrir leur concept. Aussi pour la trentaine de startups participantes, ainsi que pour chacune des entreprises qui posséderont un stand lors du salon, un totem rétro éclairé réalisé en collaboration avec un cabinet d'experts en innovation présentera l'innovation de chaque exposant. Ainsi chaque visiteur est invité à découvrir un véritable parcours des innovations.

Le salon Cosmetic 360 a également souhaité intégrer un accélérateur éphémère qui aura pour objectif de permettre aux jeunes startups ou porteurs de projets dans le milieu de la cosmétique et de la parfumerie de venir se renseigner auprès de professionnels du secteur et bénéficier d'un accompagnement éclair sur le développement de leur entreprise.

Promouvoir l'innovation d'où qu'elle vienne

Ce réseau international de partenaires du monde entier est donc largement sollicité durant ces deux jours de salon. Cosmetic 360 entend participer à l'élargissement de ce réseau en ouvrant la porte aux startups. Parmi celles qui ont déjà réservées un stand pour cette 4ème édition,

Seelab, une jeune entreprise qui propose des solutions logicielles permettant de mesurer et analyser les couleurs. Selon Guillaume Turpin, General Manager de Seelab, *“participer au salon Cosmetic 360, c’est être visible pour ses cibles”*. Le salon est donc l’occasion pour ces jeunes acteurs de tirer leur épingle du jeu. C’est également le cas de Phenocell, qui contribue à la recherche dans le secteur de la création, la production et la commercialisation de modèles cellulaires. Pour Brigitte Onteniente, CEO de Phenocell, participer à un salon comme Cosmetic 360 *“c’est une formidable plateforme d’échanges avec les acteurs majeurs du secteur dermo-cosmétique, mais également un lieu de rencontres inattendues avec d’autres startups.”*

Les Cosmetic 360 Awards, prix qui récompensent *“l’excellence de l’innovation”* viendront aussi encourager cette démarche et mettre en lumière les projets les plus prometteurs, startups et entreprises confondues. La proximité de potentiels partenaires ou futurs collaborateurs vient renforcer l’intérêt d’un tel salon pour les startups et porteurs de projet. Valoriser, promouvoir, encourager l’échange, tels sont les objectifs d’un salon comme celui de Cosmetic 360.

Intéressé(e) ?

Pour vous inscrire c’est [ICI](#) !

Maddyness, partenaire média de Cosmetic Valley.