

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

En région Centre-Val-de-Loire, la cosmétique s'est imposée comme le secteur sur lequel parier. Les acteurs du territoire, rivalisent d'ingéniosité pour attirer les entreprises les plus innovantes, à commencer par les startups. De la Cité de l'Innovation, basée à Chartres, en passant par l'outil d'accompagnement Cosmet'up, jusqu'au salon international Cosmetic 360 organisé par la Cosmetic Valley à Paris, tout est fait pour favoriser l'innovation et les synergies.

Depuis plus de 30 ans, l'Eure-et-Loir, et Chartres en particulier, ont attiré des acteurs importants de l'industrie de la parfumerie et de la cosmétique. Chartres métropole concentre ainsi aujourd'hui 50 % des emplois de la filière eurélienne, avec une forte densité d'entreprises de renommée internationale à l'instar de [Reckitt Benckiser](#), [Paco Rabanne](#) (groupe Puig), [Guerlain](#) (groupe

LVMH), Pacific Europe (groupe Pacific Amore) ou Lancaster (groupe Coty). Depuis 1994, Chartres accueille en outre le siège social de la Cosmetic Valley, labellisée pôle de compétitivité « sciences de la beauté et du bien-être » en 2005.

La structuration de ce « cluster » a donné une dimension nouvelle à ce réseau d'entreprises de notoriété internationale - 1 500 entreprises, 50 000 emplois, 30 milliards d'euros de chiffre d'affaires, favorisant l'émergence de projets de recherche collaboratifs entre grandes entreprises, PME et laboratoires de recherche publics et privés. Cosmetic Valley œuvre ainsi à renforcer les collaborations entre les acteurs de la filière, le réseau des laboratoires de recherche et les 8 universités, autour d'un « Campus Cosmétique » regroupant plus de 8 000 chercheurs.

Fédérer pour permettre aux entreprises de collaborer

Pour favoriser le développement économique du territoire dans lequel les filières de la cosmétique, du numérique et de la biologie tiennent une place de choix, Chartres métropole a mis les moyens. À commencer par le réaménagement, en partenariat avec la CCI d'Eure-et-Loir, d'une ancienne base militaire en une « Cité de l'Innovation » qui s'est donné pour mission de soutenir les startups via différents programmes. Véritable totem de l'innovation, de l'entrepreneuriat et du digital, la Cité de l'Innovation est amenée à accélérer et héberger des startups au sein d'un espace de 3 000m² composé d'un incubateur, d'espaces de coworking, de programmes d'accélération et d'un hôtel d'entreprises. *“L'idée phare du projet est de positionner la Cité de l'Innovation de Chartres comme un centre de ressources, un lieu fédérateur qui permettra aux entreprises, aux porteurs de projets et aux jeunes talents de partager des besoins, des compétences et des connaissances, de créer un environnement où il existe cette philosophie de la R&D, de la créativité, l'envie d'expérimenter, de collaborer et de progresser”*, détaille Séverine Bouly, Directrice du développement économique pour Chartres métropole.

C'est bien là la mission que s'est donné Beauty Tech, une initiative menée par la Cité de l'Innovation en hommage à la French Tech : mettre en commun des compétences et des réseaux pour favoriser les synergies et permettre le développement rapide des jeunes entreprises de la filière, tout en facilitant l'accès à des services spécialisés, des programmes pour accélérer le développement des startups, des collaborations entre les entreprises de la filière sur le principe de l'open innovation, et des dispositifs de promotion internationale. *“Créer un écosystème propice à l'innovation et au développement du numérique c'est soutenir la performance des entreprises,*

du tissu économique, mais également être attractif pour de nouvelles entreprises innovantes, startups et jeunes entreprises à potentiel, qui viendront régénérer et diversifier le tissu économique local”, analyse la directrice du développement économique pour Chartres métropole.

Les outils de la Cosmetic Valley pour les startups

Pour atteindre cet objectif, la Cosmetic Valley a développé son offre à destination des startups, à commencer par Cosmet'up, un programme qui permet aux entrepreneurs de bénéficier d'un diagnostic de leur projet, d'être mis en relation avec des experts du réseau à tout niveau de la chaîne de valeur et des mises à disposition de laboratoires. Une fois plus développées, elles pourront participer aux Cosmetic Victories, un concours international qui promet un gain de visibilité au-delà de l'Hexagone et des prix de plusieurs milliers d'euros aux projets académiques comme industriels.

Enfin le salon Cosmetic 360 est l'ultime occasion pour les startups d'être mise en avant. Cet évènement international parisien leur propose de venir rencontrer les leaders de la cosmétique sur le service d'Open Innovation ou de présenter leurs innovations sur la zone startup pour 30 d'entre elles, en marge des 2 programmes d'accompagnement : le « Startup Studio » sponsorisé par COTY pour affiner les discours des startups exposantes afin qu'elles soient encore plus performantes pour vendre leurs innovations et un accélérateur éphémère, « Solutions Startup ». Pendant toute la durée du salon, cet accélérateur permet d'accompagner des porteurs de projets et des startups *early stage* en répondant à leurs premières questions (financement, protection intellectuelle ...). Le programme est constitué de quatre workshops par jour, complété par des cycles de conférence et des entretiens individuels avec des experts.

“L'objectif est de rassembler le temps du salon tous les éléments qui composent un programme d'accélération de startups. Théoriquement, ce genre de programme s'étend sur 2-4 mois. L'objectif ici est d'en montrer une partie en travaillant sur deux jours avec les startups pour qu'elles repartent avec des réponses à leurs questions et une fiche d'actions à appliquer dès la fin du salon pour accélérer leur projet”, explique Séverine Bouly.

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

Une opportunité que n'a pas manqué de saisir la startup LeanCure, qui développe un outil de mesure automatisée de productivité. *“Nous commençons à pénétrer le secteur de la cosmétique que nous ne connaissons pas bien. La*

participation à ce salon est pour nous l'opportunité de rencontrer les industriels de ce secteur d'activité et de commencer à se faire connaître", explique Laurent Malgras, son directeur général. Même son de cloche chez Oxiproteomics, qui propose des services de valorisation d'actifs ou produits finis pour les entreprises cosmétiques, et qui participera pour la quatrième fois à Cosmetic 360 : "Les premières éditions nous ont permis de rencontrer nos clients afin d'échanger sur les études que nous avons mené ensemble mais aussi de discuter de nos nouveaux services et de projets futurs. Mais cela nous a surtout permis de valoriser nos services auprès des grandes entreprises cosmétiques et de rencontrer de nouveaux clients potentiels."

Maddyness, partenaire média de Cosmetic Valley.

Article écrit par MADDYNESS, AVEC LA COSMETIC VALLEY