



COSMETIC VALLEY FAIT DE LA COSMÉTIQUE FRANÇAISE **« LE CŒUR BATTANT DE L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE MONDIALE »**

Avec ses 3200 entreprises et ses 250.000 emplois directs, la cosmétique française se porte bien et reste, plus que jamais, le leader mondial de son secteur. En témoignent évidemment les chiffres annoncés le 7 février dernier. Les performances à l'export de la filière pour 2022 sont exceptionnelles avec, notamment, un record de croissance annuelle à 18,8 %, près de 30% aux Etats-Unis et au Moyen Orient, moins en Chine, mais les fêtes des « célibataires », du « printemps » et du « nouvel an lunaire » ont marqué un retournement engageant. Ce dynamisme permet à notre industrie, en dépassant les 19 milliards d'euros en chiffre d'affaires exportés et en atteignant les presque 16 milliards de solde positif, de grimper sur le podium du commerce extérieur tricolore avec l'aéronautique et les vins et spiritueux.

Il était temps, dans ce contexte favorable, au coordinateur de la filière française, le pôle de compétitivité *Cosmetic Valley*, à la veille de ses trente ans, d'annoncer sa nouvelle stratégie de développement, notamment à l'international, pour l'année 2023. On peut être numéro 1 et vouloir faire mieux.

En choisissant de le faire, avec le soutien de Christian Dior parfums, depuis le Château de Versailles, symbole de l'excellence à la française, dans le rayonnement du Roi Soleil, premier propagandiste du « *soft power* » hexagonal, *Cosmetic Valley* a voulu souligner son ambition et la qualité de la feuille de route qu'elle propose à ses adhérents toujours plus nombreux. Il s'agit, ni plus, ni moins, pour l'ensemble d'une filière, qui intègre la totalité d'une chaîne de valeur sectorielle, ce qui est rare en France, de conserver leur leadership mondial mais aussi renforcer leurs fondamentaux. Le défi est ambitieux alors que les rivaux traditionnels de notre industrie (USA, Japon) ne désarment pas et que de nouveaux concurrents (la Corée par exemple, passée du 20^{ème} rang au 4^{ème} en dix ans) apparaissent.

S'il fallait un écrin à la mesure de l'événement, il lui fallait également un public. La présentation, introduite par Catherine Pégard, la présidente du Château, s'est donc déroulée devant un parterre de députés et de sénateurs, amis de la filière, au premier rang desquels, venus de l'Assemblée Nationale Guillaume Kasbarian, président de la commission des Affaires Économiques et Annie Genevard, co-présidente du Groupe d'études sur le luxe, des représentants de l'État, singulièrement de la DGE avec qui le pôle négocie actuellement la phase 5 de sa labellisation, d'élus locaux représentant les régions du Centre-Val de Loire, de la Guyane, de l'Ile-de-France, de la Normandie, de la Nouvelle-Aquitaine, et de la Martinique, avec le Président de laquelle, *Cosmetic Valley* va signer, la semaine prochaine, une convention, les maires de Chartres, Orléans ou Argenteuil, de représentants d'agences nationales et régionales à l'instar de Business France et Dev Up, des responsables de grands donneurs d'ordre du secteur, comme les Présidents de l'Oréal France et Shiseido France, ainsi que nombreux acteurs industriels et académiques de l'écosystème.



Ce rassemblement a d'abord été l'occasion pour *Cosmetic Valley* de dévoiler sa nouvelle stratégie de communication : une identité visuelle en phase avec ses projets et son internationalisation à travers un remarquable spot, plébiscité et « bissé » par l'assistance qui faisait place à tous les métiers, toutes les générations, tous les produits, toutes les origines, tous les usages liés à la cosmétique, un mot d'ordre - naturellement bilingue - faisant de l'industrie cosmétique française «*le cœur battant de l'industrie cosmétique mondiale* » (beating heart of the world cosmetics industry) et une nouvelle bannière, sous le message de laquelle l'ensemble de la filière se placera désormais sur les marchés et salons internationaux auxquels elle participe avec ses deux opérateurs export, Business France et *Cosmetic Valley* : « *France cares for your skin* », puisque cette campagne est libre de droits et peut être utilisée gratuitement par tous les acteurs de la filière. Un QR code apparu sur l'écran de l'auditorium du château les engageait d'ailleurs à le faire aussitôt.

Avec ces nouveaux outils de communication cinq priorités ont été présentées :

1. La construction de partenariats public-privé « gagnant/gagnant » avec les autorités publiques locales, nationales et européennes

Des relations solides et durables doivent être nouées entre la filière cosmétique et les pouvoirs publics, comme c'est le cas de la plupart des secteurs français d'avenir. L'ambition du pôle est de nouer des partenariats structurés avec les territoires avec le soutien affirmé des pouvoirs publics. Des développements récents sont, de ce point de vue, prometteurs :

- La décision de la Commission européenne de financer (3,6 M€), pendant 5 ans, à travers le programme Horizon Europe ACTT4Cosmetics, la dynamique interrégionale initiée par le pôle et qui fédère, autour de *Cosmetic Valley*, au nom d'une spécialisation intelligente, les régions européennes qui parient sur la cosmétique et la mettent au cœur de leurs stratégies d'attractivité dans les domaines du développement durable, de l'intelligence artificielle, de la transparence et de l'emploi. Le Pôle se félicite d'avoir ouvert, avec l'aide de la Région Centre-Val de Loire une antenne à Bruxelles.

- Le prolongement de la labellisation, dans le cadre de la « phase V » des pôles de compétitivité, du statut de « pôle de compétitivité » octroyé à *Cosmetic Valley*.

- La consolidation de partenariats en cours entre le pôle de compétitivité et les régions, en particulier avec la région Centre Val-de-Loire pour le développement de la recherche et la coordination des dynamiques interrégionales en Europe ; la Nouvelle Aquitaine, pour le développement des circuits courts et des matières premières naturelles ; la Normandie, pour renforcer les projets dédiés à la sécurité des produits et des flux ; l'Ile-de-France qui a fait, pour la première fois, en 2022 de la cosmétique une filière prioritaire de son schéma pluriannuel de développement économique et d'attractivité - avec le développement de l'IA appliquée à la cosmétique ; et les DROM, en particulier la Guyane où *Cosmetic Valley* est implantée depuis 2022 et la Martinique, où seront inaugurés dans quelques jours une convention de partenariat et l'ouverture d'une antenne à Fort-de-France, pour faire de la biodiversité un levier de développement économique durable, mais aussi la Réunion en s'appuyant sur le programme Interreg. Le ministre de l'Outre-mer Jean-François Carenco a décidé d'appuyer fortement cette démarche qu'il veut étendre à tous les territoires ultra marins pour rassembler les entreprises



locales, les adosser au monde de la recherche, créer des marques, et organiser la fourniture en ingrédients des géants cosmétiques français.

2. Le poursuite d'une dynamique de recherche et d'innovation, clé de la compétitivité de nos entreprises et de l'attractivité des territoires

En 2023, les entreprises seront accompagnées par le pôle vers les dispositifs de soutien à la transformation portés par « *France 2030* », avec la décarbonation comme objectif prioritaire. Par ailleurs, les travaux du « *Comité Scientifique Industriel de Filière* », lancé par *Cosmetic Valley* en 2020, vont être poursuivis autour des thèmes de la « transformation numérique », de l'« évaluation des produits », de la « naturalité et biodiversité », de l'« économie circulaire », des « nouvelles technologies et procédés de transferts industriels », et des « technologies de suivi et mesures d'impact ». Il faut que à la tradition culturelle, attachée par l'histoire, l'art et la littérature, à nos produits la France agrège les valeurs de la recherche, de la science et du progrès. C'est en ce sens que *Cosmetic Valley* anime 500 projets de recherches pour un encours de 520 M€ dont 20% ont une dimension digitale et qui unissent le public et le privé, à travers laboratoires et universités, les PME et les géants, les fournisseurs et les donneurs d'ordre abolissant les différences de taille et la concurrence pour faire avancer le collectif industriel que forme notre filière.

Cosmetic Valley a par ailleurs annoncé le lancement d'une plateforme informatique favorisant les mises en relations entre les acteurs de l'innovation, acteurs publics et privés porteurs de projets de recherche et d'innovation : www.IDcosm.com

3. **Booster les emplois dans la filière**, par la valorisation de ses métiers et en palliant le manque de main d'œuvre. Cela se concrétisera par la mise en place d'une plateforme sur l'emploi associant une présentation des métiers, des annonces et candidatures, avec pour objectifs parité et diversité, un annuaire des formations disponibles ainsi que par la poursuite du développement d'une offre de formations et de l'édition de contenus mettant à disposition des jeunes et des professionnels des ouvrages utiles à leurs parcours professionnels.

4. **La consolidation des événements portés par le pôle, partout en France, pour partager les connaissances, favoriser la montée en compétences, développer les courants d'affaires**, avec un calendrier événementiel 2023 (en annexe) qui comporte, autour de la nouvelle édition de notre salon de l'innovation *Cosmetic 360* à Paris ou des *Cosmetic Victories* qui récompensent les chercheurs du monde entier, une grand retour et une nouveautés : la 5^{ème} édition du congrès international de la recherche en cosmétique, *Cosm'Innov* et un congrès dédié aux enjeux environnementaux du secteur, *Cosmetic Environnement and Safety*.

5. **La consolidation des opérations de communication à l'international sur les valeurs du « *Fabriqué en France* »**. Le nouveau mot d'ordre de *Cosmetic Valley*, « *France cares for your skin* » se veut le socle d'une politique ambitieuse de communication à l'international, portée par l'ensemble des parties prenantes, notamment par Business France, pour que la France reste leader et prescripteur cosmétique mondial en s'appuyant sur les quatre éléments qui font sa force : l'authenticité des ingrédients, la protection de la planète, la sécurité du consommateur



et la performance de l'innovation. Cela va avec une politique de réseau appuyé sur des VIE, des délégations de PME emmenées sur tous les continents, le retour vers les grands salons étrangers, notamment en mai, après trois ans de distanciel, China Beauty Expo, la présidence du *Global Cosmetics Cluster* qui réunit tous nos amis et... concurrents.

Marc-Antoine JAMET a déclaré : *« Au Château de Versailles, symbole de la France, de son patrimoine et de son histoire, lieu de tradition et d'innovation, né de l'addition des savoir-faire artistiques et artisanaux de notre pays, c'est tout l'écosystème de la cosmétique française que nous avons convié pour un événement fondateur et fédérateur, pour une nouvelle étape trente ans après notre création, pour montrer à travers une ligne de communication moderne que nous sommes encore plus actifs, encore plus internationaux. Nous lançons aujourd'hui une nouvelle dynamique, novatrice et conquérante : deux ans après les « États généraux de la filière cosmétique », organisés en octobre 2020 et les « 30 mesures pour une relance durable et gagnante », qui sont maintenant notre feuille de route, le pôle de compétitivité poursuit sa mission au service de la filière en catalyseur des énergies et des talents, pour relever le défi des transitions certes numérique et écologique, mais aussi énergétique, technologique et géopolitiques. Dans un monde en mutation, pour conserver à la cosmétique française, son avance, nous n'avons pas d'autres choix : associer l'excellence, l'expérience et l'exemplarité. »*

*Bureau presse
ACC/Caroline Crabbe
Caroline Crabbe/0610193631
crabbe-caroline@orange.fr*



Cosmetic Valley - Agenda des évènements 2023

LES SALONS

- **In-Cosmetics Global – Barcelone** / 28-30 mars
- **China Beauty Expo – Shanghai** / 12-14 mai
- **Cosmetic 360 – Paris** / 18-19 octobre
- **Beautyworld Middle East – Dubai** / 30-31 octobre - 1 novembre

LES CONGRÈS

- **Cérémonie de remise de prix The Cosmetic Victories – Paris** / 4 avril
- **Sensory, 5^{ème} édition – Tours** / 23 mars
- **Cosm'Innov, 5^{ème} édition – Orléans** / 24-25 mai
- **Cosmetic Environment & Safety, 3^{ème} édition – Le Vaudreuil** / 4 juillet
- **Parfums & Cosmétiques : Enjeux Règlementaires, 21^{ème} édition – Chartres** / 8-9 novembre

A propos de COSMETIC VALLEY

COSMETIC VALLEY est le pôle de la filière nationale de la parfumerie-cosmétique française chargé par l'État de mettre en place une stratégie tricolore pour coordonner les actions menées au service d'un secteur qui rassemble 3200 entreprises, dont 80% de PME-TPE et une centaine de grandes marques, représentant tous les métiers de la cosmétique : ingrédients, procédés, packagings, tests, produits finis... Avec 45 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 250 000 emplois, COSMETIC VALLEY constitue un écosystème unique au monde incarnant l'excellence d'un des fleurons de l'économie nationale et illustrant les nouvelles valeurs de la « marque France » en matière de parfumerie-cosmétique : innovation, performance, sécurité des produits, respect de l'environnement. Moteur d'une filière française leader sur le marché international, COSMETIC VALLEY, c'est aussi le premier réseau mondial pour la recherche en cosmétologie avec 450 projets représentant un investissement de 500 millions d'euros.

www.cosmetic-valley.com