

PROGRAMME

9h00 : Introduction par les personnalités institutionnelles (Cosmet'in Lyon, Université Claude Bernard Lyon 1, CCI Lyon Métropole, Région)

Intervention de Fi group : **Le crédit impôt recherche, l'éligibilité de la formulation et les retours d'expérience en contrôle fiscal dans le secteur de la cosmétologie**

Maguelone BEDRINES et Pauline BESNARD – Fi-group

9h30 : Intervention de Carlin : **Evolution des attentes des consommateurs et impact sur l'offre beauté à horizon 2021**

Virginie CORBASSON – Carlin Creative Trend

Carlin Creative Trend Bureau anticipe les comportements de consommation à travers le monde pour élaborer les stratégies et créer les produits qui assureront le succès de ses clients.

Dans un premier temps, L'Agence présentera l'évolution historique des attentes des consommateurs afin de mieux discerner les enjeux marketing et créatifs de demain.

Puis, Carlin décryptera 4 tendances à horizon 2021, en apportant un éclairage spécifique sur l'univers de la beauté, pour vous aider à orienter votre processus de recherche et développement et assurer le succès de vos lancements.

10h30 : **Atelier A Biotechnologies / Chimie verte / Clean Beauty**

Challenge 1: **Développement d'un polymère super absorbant biosourcé et biodégradable**

Marion DUMAINE – Seppic

Le consommateur d'aujourd'hui est un consommateur averti. Il attend de la transparence sur la composition des produits qu'il achète quotidiennement. Il souhaite consommer des produits respectueux de sa santé et de l'environnement.

Dans ce contexte, les produits cosmétiques biosourcés et biodégradables ont le vent en poupe. A l'inverse, les ingrédients synthétiques sont de plus en plus controversés dans les médias. C'est par exemple le cas de certains polymères modificateurs de rhéologie, incorrectement assimilés dans l'imaginaire des consommateurs aux particules microplastiques, notamment les polyquaterniums et les dérivés d'acrylates.

Les polymères épaississants synthétiques utilisés en cosmétique sont majoritairement issus de la famille des acrylates. Ces composés sont capables de fortement épaissir des phases aqueuses. Ils donnent également au produit final une texture et une sensorialité innovantes et étonnantes. Ils se présentent sous la forme d'une poudre blanche ou d'un liquide.

Des polymères naturels sont d'ores et déjà fréquemment utilisés par les formulateurs. Néanmoins, leur pouvoir épaississant est nettement inférieur à celui des structures

synthétiques et le sensoriel induit dans les formules peut être désagréable pour le consommateur : filant, collant...

Il existe donc une réelle demande pour un polymère biosourcé et biodégradable ayant des propriétés sensorielles et applicatives équivalentes à celles des polymères synthétiques du marché.

Le challenge proposé ici serait de modifier une cellulose avec un synthon 100% biosourcé qui pourrait ensuite être réticulée, là encore avec un composé 100% biosourcé (ou faisant intervenir une autre technologie).

Les procédés mis en oeuvre pour arriver au produit final doivent être tous facilement industrialisables, économes en énergie et ne doivent pas utiliser des substances classées CMR. Ils ne doivent pas générer de déchets ou utiliser des solvants non recyclables. En règle générale, ils devront respecter les 12 principes de la chimie verte. Le produit obtenu devra être facilement ou intrinsèquement biodégradable selon les normes OCDE 301/302. Le gel aqueux devra quant à lui présenter une capacité d'épaississement et de texturation de l'eau et avoir un toucher non filant et non collant.

Il aura un pouvoir épaississant équivalent aux polymères sur base acrylate actuellement commercialisés. Le produit sera facile à prélever et à disperser, formulable à froid et aura une couleur blanche à légèrement jaune.

Challenge 2 : Besoin d'innovation en matières premières dérivées du naturel

Sandrine MILESI - Clarins

Dans l'objectif d'apporter des produits cosmétiques de soin et de maquillage plus verts, à la fois respectueux des ressources (utilisation de ressources renouvelables) et de l'environnement (non écotoxique et/ou biodégradable), le besoin d'innovation en matières premières dérivées du naturel ne cesse d'augmenter. Certaines Matières premières pétrochimiques n'ont pas encore trouvé leur remplaçant ou alternative d'origine naturelle, et les efforts de la recherche publique et privée doivent se poursuivre, en intégrant les nouvelles connaissances combinées de la chimie verte et des biotechnologies.

Les Matières d'intérêt (excipients et actifs) particulièrement recherchées :

- *Remplacement / alternatives aux silicones et huiles minérales*
- *Glycols agrosourcés et Autres solvants agrosourcés, notamment solvants apolaires*
- *Tensioactifs chimie verte / avec impact mini sur environnement (plutôt mauvais à ce jour/ alternatives aux éthoxylés et aux sulfatés)*
- *Nouveaux gélifiants : gélifiants aqueux, mais également gélifiants d'huiles*
- *Nouveaux conservateurs ou aide à la conservation*
- *Sucres, polymères de sucres et dérivés (gélifiants, épaississants, actifs à effet biologique, ...)*
- *Substances/polymères agrosourcés à effet immédiat de surface (lisseur, tenseur)*
- *Enzymes : enzymes à effet kératolytique ; enzymes à effet éclaircissant/blanchissant....*

Laboratoires publics et privés : Alganelle – IMP – BioFactory de CPE Lyon - GEMBAS

Animateur : Axelera

11h30 : Ateliers B Zéro Impact environnemental Formules et Zéro Impact environnemental Packs

Challenge Formules: Formulation cosmétique pour un impact environnemental nul ou positif

Clémence DE LONGVILLIERS et Sylvie MARULL-TUFEU – Yves Rocher

Les consommateurs sont aujourd'hui très sensibles à l'impact des produits cosmétiques sur la santé mais également à leur impact environnemental.

Aujourd'hui, l'approche environnementale s'étend à toutes les phases du cycle de vie du produit, depuis l'approvisionnement en matières premières et jusqu'au conditionnement du produit fini.

Notre proposition de sujet est de réfléchir sur des orientations de formulation et/ou de technologies et/ou de procédés et/ou de choix de matières premières qui jouent sur le cycle de vie global de la formule pour avoir le moins d'impact (hors packaging).

Aller plus loin que les produits actuels du marché, être innovants, tout en gardant la sensorialité, l'efficacité, la sécurité et l'accessibilité.

Sans oublier le contrat de base qui est une formule naturelle, très végétale.

Challenge Packs : Développement d'un packaging réutilisable sans négliger la dimension de désirabilité intimement liée au luxe

Laurent NOGUEIRA - Groupe LVMH

Le développement durable est au cœur des préoccupations de notre industrie.

Parmi les trois leviers de la réduction de l'empreinte environnementale, les fameux '3R' - Reduce, Reuse, Recycle - le second, est sous-exploité, et peut-être sous-estimé.

Et ce n'est pas en réduisant le poids des packs au strict minimum techniquement possible, et en utilisant des matériaux « verts » parfois moins valorisant que les matériaux « nobles » préférés par les marques de luxe que l'on fera rêver les utilisateurs et que l'on justifiera le premium prix.

L'enjeu pour le luxe est de créer des packagings tellement beaux et fonctionnels que personne n'imaginera les jeter.

Les marques pourront alors intégrer une très haute valeur dans les packs puisque leur coût pourra être amorti sur un nombre d'utilisations plus important.

Si des solutions rechargeables existent depuis longtemps pour les pots de crème de soin, certaines initiatives pionnières ouvrent des voies intéressantes pour d'autres produits.

Et bien sûr, ces packagings durables et réutilisables peuvent, en plus, intégrer une part croissante de matériaux PCR ou verts, et être conçus de telle sorte que - lorsqu'ils soient recyclés proprement pour nourrir une économie en boucle fermée.

L'industrie de la Beauté est l'une des plus visibles (elle concentre le tiers de tous les échanges sur les réseaux sociaux), elle comprend des marques parmi les plus connues et influentes du monde.

Elle dispose ainsi d'un pouvoir d'influence considérable et pourrait contribuer à orienter la consommation vers des modèles plus vertueux et durables, et faire figure d'exemple à suivre.

Laboratoires publics et privés : LAGEPP – ISA - Ecologie microbienne – ICBMS - BioDyMIA
Animateur : Plastipolis et Eco-conception

12h30 : RDV BtoB

13h00 : Déjeuner

14h00 : RDV BtoB

14h30 : Atelier C Bénéfices sensoriels

Challenge : Mesures et Evaluation en cosmétique

Katell VIE – Clarins

Dans le domaine cosmétique, nous sommes amenés à réaliser des mesures de la peau et à évaluer l'effet des produits cosmétiques sur la peau, et ce pour 3 principaux objectifs :

- *Mieux connaître les besoins et désirs de nos consommateurs,*
- *Caractériser et démontrer les effets des produits,*
- *Communiquer sur les résultats pour séduire nos futurs consommateurs.*

Ces mesures font appel à des expertises / métiers très différents et complémentaires :

- *Mesures de paramètres physiques comme par exemple des mesures des propriétés mécaniques, mesures des propriétés de surface, mesure de conductivité, analyse d'image à partir de photographies...*
- *Cotations cliniques à partir échelles visuelles et d'atlas de référence*
- *Test consommateurs et de perception*
- *Récemment les mesures sensorielles se sont développées: analyse sensorielle sur des panels entraînés, mesures des émotions - mesures conscientes (questionnaire, échelle) ou inconscientes (mesures physiologiques ou comportementales).*

Quels sont les enjeux pour l'évaluation en cosmétique :

- *Comment rendre ces approches cohérentes pour être compréhensibles par consommateur et correspondre à ses attentes ?*
- *Comment appréhender des paramètres de façon plus globales et holistiques (jeunesse des traits, éclat et clarté du teint, bien être) ?*
- *Comment faire le lien entre les mesures et les composants biologiques impliqués ?*
- Peut-on avoir une démarche universelle pour des produits mondialisés, comment prendre en compte la diversité des populations (physiques et culturelles) ?*
- *Comment développer une démarche scientifique au plus proche du consommateur et de son style de vie ?*
- *Comment personnaliser les résultats obtenus et les diffuser sur les nouveaux media?*
- *Peut-on développer des méthodes/protocoles prédictifs simples et rapides d'efficacité clinique ?*

Laboratoires publics et privés : Laboratoire Hubert Curien, Université Jean Monnet – Dermatec - LBTI

Animateurs : Lyonbiopôle

15h00 : RDV BtoB

15h30 : Table ronde « De l'Intelligence Artificielle à l'égérie numérique »

Intervenants : Solène GRANJEON-NORIOT (Novadiscovery) – Xavier BASSET (Hoomano) – Stéphane DALBEC (Big Company) – Manuel BRIAND (Taiwa)

Animateur : Minalogic

16h30 : Conclusion et RDV BtoB

INSCRIPTION

Le prix comprend la participation aux présentations plénières, aux ateliers, aux RDV BtoB, aux pauses et au déjeuner.

Adhérent d'un pôle ou cluster partenaire de l'évènement (Cosmet'in Lyon, Axelera, Designers+, Lyonbiopôle, Minalogic, Plastipolis, Pôle éco-conception) **120 € TTC**

Membre d'un laboratoire de Lyon 1 **120 € TTC**

Participant **200 € TTC**

[S'inscrire en ligne](#)

Organisateurs :



Université Claude Bernard Lyon 1



Partenaires :



Partenaire institutionnel :



Partenaire exclusif :



Partenaire communication :

