



La Maison de la Cosmétique : un projet fédérateur pour la filière parfumerie-cosmétique

La campagne de mécénat est lancée !

Un nouveau lieu emblématique de la filière parfumerie-cosmétique française verra le jour à Chartres d'ici fin 2028 : la Maison de la Cosmétique. Incarnant l'excellence et le rayonnement d'une industrie qui conjugue science, innovation et savoir-faire, le projet et sa campagne de mécénat nous sont présentés par Cosmetic Valley...

Un projet totem, symbole d'un écosystème d'exception

Portée par Cosmetic Valley et soutenue par Chartres Métropole, la Maison de la Cosmétique entend fédérer l'ensemble des acteurs de la parfumerie-cosmétique française. Ce lieu unique, face à la cathédrale de Chartres, s'étendra sur une superficie de 2 650 m² entièrement rénovés. Innovation, patrimoine et transmission s'illustreront ainsi au sein de plusieurs pôles complémentaires : un parcours immersif de 1 000 m², un Jardin Cosmétopée de 400 m² et des zones de travail et d'événementiel, aux côtés d'un espace dédié à l'expérimentation et d'un laboratoire de créativité.

Le bâtiment, pensé comme un lieu de convergence célébrant la rencontre entre la science, la culture et la société, sera ouvert à tous : acteurs de la recherche et de l'industrie, étudiants et grand public. Son ambition est claire : valoriser la beauté comme champ d'innovation, de durabilité et d'émotion partagée.

Une ambition d'intérêt général et d'impact pour la filière

La Maison de la Cosmétique dépasse le cadre d'un simple projet architectural. Elle s'affirme comme un manifeste vivant de la filière, rendant visible l'unité d'un écosystème qui rassemble aujourd'hui en France plus de 6 300 établissements de toutes tailles (85% de TPE/PME/ETI, et l'ensemble des leaders mondiaux), représentant 226 000 emplois pour un chiffre d'affaires annuel de 71 milliards d'euros.

Célébrant la beauté universelle, accessible à chacun, elle mettra en lumière les valeurs fondatrices de la filière parfumerie - cosmétique française : excellence scientifique, innovation, transmission, inclusion, durabilité et responsabilité envers le vivant. Elle proposera également un cadre d'échanges autour des enjeux contemporains du secteur : formulation durable, traçabilité des ingrédients, éthique scientifique, et

rôle du vivant dans les innovations futures. Catalyseur de savoirs et d'émotions, elle favorisera ainsi la synergie entre science, art et société, tout en s'engageant résolument pour une cosmétique durable et éthique.

Pour Marc Antoine JAMET, président de Cosmetic Valley, la Maison de la Cosmétique est « le symbole vivant de l'unité et de la diversité de notre filière. Elle sera le lieu où la beauté devient émotion, le savoir un engagement et l'expérience une promesse. Un espace où la cosmétique se dévoile comme une aventure humaine et scientifique, portée par la recherche, l'audace créative et l'excellence industrielle française. »

La dynamique du mécénat

Pour donner corps à cette ambition, Cosmetic Valley a lancé une campagne de mécénat à travers son fonds de dotation, avec un objectif de 7,5 à 10 millions d'euros à réunir d'ici 2028. Les mécènes fondateurs bénéficieront de plusieurs niveaux d'engagement – fondateur, ambassadeur, bâtisseur, bienfaiteur ou pionnier – incluant une visibilité sur le projet, une participation à sa gouvernance ou encore un accès privilégié aux événements.

Dès le lancement de l'opération en octobre dernier, neuf entreprises avaient d'ores et déjà répondu présent. Parmi elles, de grands noms et des PME de l'industrie cosmétique française - CHANEL Parfums Beauté, L'Oréal Groupe, LVMH Beauty, Groupe POCHET, SILAB, VERESCENCE et PUIG - ainsi que le Crédit Agricole et le Groupe IDEC. Ces acteurs, issus à la fois de la recherche, de la formulation, du conditionnement et du packaging, comme de la finance et de la construction, partagent une conviction commune : investir dans la Maison de la Cosmétique, c'est investir dans l'avenir d'une filière d'excellence.

Stéphane RINDERKNECH, président de LVMH Beauty, évoque une « beauté inclusive, respectueuse et enracinée dans la diversité des cultures », tandis que pour Simona CATTANEO, présidente de CHANEL Parfums Beauté, ce projet « incarne l'excellence, la transmission et l'audace », et contribue à promouvoir la créativité et la science à la française. Céline BRUCKER, directrice générale de L'Oréal France, souligne quant à elle une « initiative fédératrice essentielle pour valoriser les métiers, l'héritage et le dynamisme de la filière beauté française ».

Brigitte CLOSS-GONTHIER, présidente du Directoire SILAB – entreprise familiale, française et indépendante – estime elle-aussi que « la Maison de la Cosmétique est une



Les neuf mécènes du projet Maison de la Cosmétique - © Sylvain Bachelot

tribune privilégiée pour la visibilité de tous les métiers de la filière, y compris celui de fournisseur d'actifs naturels, qui peut être considéré comme un métier « niche » »

Cosmetic Valley invite ainsi l'ensemble des entreprises de la filière à apporter leur pierre à l'édifice et à soutenir un projet d'intérêt général, porteur de sens, rayonnant bien au-delà de ses murs. Un projet qui incarne la force d'un collectif uni autour de la beauté, de l'innovation et du progrès. « Un espace d'exception pour partager l'excellence française de tout un écosystème, du flacon au produit final », ajoute Thomas RIOU, président de VERESCENCE.

Cosmetic Valley, catalyseur d'un écosystème mondial, historiquement ancré à Chartres

L'implantation à Chartres ne doit rien au hasard. La ville est le berceau historique de la Cosmetic Valley, qui y a établi son siège et son centre d'expertise. Ce choix symbolique associe la dimension patrimoniale et le dynamisme de la cité à la modernité d'une filière tournée vers l'innovation. La Maison de la Cosmétique ambitionne d'accueillir 100 000 visiteurs par an, professionnels et grand public, et devenir ainsi un centre majeur d'attractivité et de rayonnement international pour la filière.

Fondée il y a près de 30 ans, Cosmetic Valley est aujourd'hui le premier réseau mondial de la parfumerie-cosmétique et le pôle de compétitivité de référence pour la filière française. L'association fédère l'ensemble des savoir-faire, depuis la culture des plantes jusqu'à la production des produits finis. Sa mission ? Favoriser l'innovation, l'export, la recherche, l'emploi et la formation, tout en consolidant la visibilité internationale de la marque France. En 2024, le secteur représentait 22,5 milliards d'euros d'exportations, faisant de la France le premier exportateur mondial de parfums et cosmétiques.

Sous son slogan « France cares for your skin », Cosmetic Valley défend une cosmétique

à la fois scientifique, humaine et durable. Avec plus d'un millier de brevets déposés chaque année par les acteurs français de la filière, l'association soutient activement la recherche publique et privée, en particulier via son Fonds de dotation.

Le fonds de dotation Cosmetic Valley : valoriser science, patrimoine et culture

Créé en 2014, le Fonds de dotation Cosmetic Valley soutient et développe les initiatives d'intérêt général en France et à l'international, à travers notamment le mécénat. Tout particulièrement actif dans la valorisation de la recherche, des arts et de la culture, il accompagne des projets structurants tels que le concours international « The Cosmetic Victories », qui récompense les innovations émergentes dans les sciences de la beauté, le Fonds Cosmétopée Bassin du Congo, consacré à la valorisation durable des plantes à potentiel cosmétique, et désormais la Maison de la Cosmétique. Ce fonds s'inscrit dans une démarche de partage des savoirs et de promotion du dialogue entre science, industrie et société, au service d'une cosmétique durable et responsable.

Conçue comme un lieu de rencontre et de transmission, profondément ancré dans le territoire, la Maison de la Cosmétique ambitionne ainsi d'incarner la dimension scientifique et humaine d'un secteur qui innove et rayonne dans le monde entier. « La Maison de la Cosmétique à Chartres, c'est la cathédrale d'une filière qui soigne, qui unit, qui innove. Un projet fédérateur, à la hauteur des talents et des ambitions de ses acteurs », conclut Marc Antoine JAMET.

Pour en savoir plus :

www.maisondelacosmetique.com
www.cosmetic-valley.com

S. DENIS

© La Gazette du Laboratoire