

Mastère Création & Management pour l'industrie du Parfum

*Titre inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)
sous le n° 37850 de niveau 7 publié au JO le 04/01/2019, date de décision de France Compétences : 19/07/2023,
délivré sous l'autorité de Parfum enseignement et ADE Holding.
Ce titre est accessible par la VAE, et par blocs de compétences.*

Programme de formation

Objectifs de la formation :

Cette formation en 5 ans, permet à de jeunes professionnels de maîtriser les processus de création tout en s'ouvrant aux contraintes de production, de qualité, de marketing ou de commercialisation.

Cette formation permet de monter en compétences sur les savoirs-faires techniques et les différentes méthodes de création et de vente au travers de multiples projets.

Après avoir assimilé de façon progressive les outils scientifiques nécessaires à la compréhension de l'industrie du parfum, tout en développant ses connaissances et sa sensibilité olfactive en étant en contact des matières premières depuis les premiers jours, la formation consiste à apprendre comment concevoir l'idée olfactive de départ pour aboutir au rendu olfactif souhaité, à partir de la constitution d'accords de base et de l'assemblage progressif des différentes matières premières choisies. Cette création dépend bien entendu de la parfaite maîtrise des matières premières, de la compréhension de la destination du parfum (parfumerie de luxe ou fonctionnelle), de la connaissance des courants créatifs à succès, mais aussi en grande partie des capacités individuelles en termes d'imagination et de créativité.

En fin de formation, les enjeux managériaux liés au marketing et à la vente occupent une part prépondérante des enseignements puisque chacun devra être capable d'ancrer sa démarche créative dans la réalité des contraintes économiques, réglementaires et industrielles.

Le choix d'une spécialisation entre :

- Superviser la production, l'évaluation et le contrôle qualité d'un parfum ou d'un produit cosmétique ;
- Définir et mettre en œuvre la stratégie marketing d'un parfum ou d'un produit cosmétique ;

permet d'appréhender la stratégie d'entreprise, le management d'équipe, la création et la gestion d'une entreprise du secteur du parfum et des cosmétiques, ainsi que la négociation commerciale.

Débouchés :

Le titre étant composée de 2 blocs optionnels, les compétences de la certification permettent d'exercer des métiers sur le développement des parfums et produits cosmétiques, et de se spécialiser soit en production, évaluation et contrôle qualité des parfums et cosmétiques, soit en marketing produit et études de consommation pour les parfums et produits cosmétiques. Les appellations métiers, spécifiques à l'industrie du parfum et des cosmétiques, sont principalement les suivantes :

- Création de parfum et cosmétiques : Parfumeur junior / Trainee perfumer / Fragrance development manager / Scent designer / Creative fragrance manager ; Chef de projet en développement de parfum et cosmétiques
- Production, contrôle qualité, réglementation : Évaluateur / Fragrance evaluator / Fragrance analyst / Auditeur parfum ; Responsable de production ; Technicien laboratoire d'application ; Responsable analyse sensorielle ; Responsable qualité / Quality control analyst ; Responsable réglementation / Ingénieur affaires réglementaires / Regulatory affairs assistant
- Production et sourcing de matières premières : Responsable sourcing de matières premières ; Responsable contrôle qualité des matières premières
- Marketing et études du consommateur : Responsable marketing / Marketing manager / Product manager / Account manager / Chef de produit marketing ; Chargé d'études marketing, Responsable enquêtes, Responsable études de consommation

Les codes NSF :

112f : Biochimie des produits alimentaires ; Biochimie appliquée aux procédés industriels.

222m : Transformations chimiques et apparentées

Formacodes : 22885 : Cosmétique 42040 : Parfumerie 34573 : Action commerciale

Programme en 5^e et dernière année : 455 heures de formation

Dont 117 heures en e-learning

Les alternants reçoivent une solide formation scientifique dans le domaine de la chimie, des techniques d'analyse et du marketing.

Création d'entreprise	
Diagnostic et stratégie de création d'entreprise	Élaborer un business plan
Environnement juridique de la création d'entreprise	Stratégie d'achat et pilotage de la supply chain
Création d'entreprise, levée de fonds...	Négociation commerciale
Concevoir la stratégie commerciale de l'entreprise	
Management et gestion de projet	
Méthodes et outils de gestion pour les managers	Méthode agile
Animer et encadrer une équipe	
Olfaction et création	
Olfaction	Réglementation
Création de parfum	Fournisseur de MP
Sourcing & géopolitique	
Marketing et communication	
Concevoir et développer une stratégie marketing cross-canal	Packaging
Communication d'influence	Concevoir et piloter un plan marketing online
Mesurer le ROI de ses actions marketing	Community management
Projets - Compétitions	
Parfumerie fine	Parfumerie fonctionnelle
Création de marque	Création d'entreprise - projet collectif

Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction du campus.

Rythme :

L'action de formation en 5^e et dernière année sera d'une durée de 455 heures étalée sur 12 mois.

La formation prévoit une immersion en milieu professionnel et se déroule ainsi sur un rythme alterné (cf. calendrier) :

1 jour de formation/ 4 jours en entreprise par semaine toutes les semaines + 7 semaines intensives en formation, réparties tout au long de l'année.

Date de rentrée : Septembre

Voie d'accès :

Cette formation professionnalisante inclut obligatoirement une période d'immersion en entreprise (2 mois en 1^{ère} et 2^e années, 4 mois en 3^e année, 6 mois en 4^e année et 6 mois minimum en 5^e et dernière année).

Le rythme alterné permet ainsi plusieurs voies d'accès :

- Contrat de professionnalisation,
- Contrat d'apprentissage,
- Formation initiale (avec stage alterné).

Prérequis :

Les prérequis à la validation de la certification sont les suivants :

- Être titulaire d'un bac pour une entrée en 1^{ère} année (avec remise à niveau en sciences pour les non scientifiques)
- Être titulaire d'un bac+1 en chimie pour une entrée en 2^e année (avec remise à niveau en olfaction)
- Être titulaire d'un bac+2 en chimie pour une entrée en 3^e année (avec remise à niveau en olfaction)
- Être titulaire d'un bac+3 ou un titre RNCP de niveau 6 validé dans le domaine de la parfumerie ou de la cosmétique pour une entrée en 4^e année
- Être titulaire d'un bac+4 ou d'un titre RNCP équivalent validé dans le domaine de la parfumerie ou de la cosmétique pour une entrée en 5^e année.

L'accès au dispositif de certification en 4^e année est rendu possible à travers une validation à l'entrée des compétences acquises. Celles-ci doivent correspondre à une partie du référentiel de la certification. Dans le cas des voies d'accès sous statut d'étudiant, en formation continue et en contrat de professionnalisation, les prérequis sont validés lors du processus de sélection des apprenants, en entrée en formation. Le Responsable Pédagogique de chaque campus vérifie que les demandes d'inscription correspondent aux exigences, par le recueil des éléments de preuves correspondants et par un entretien d'admission.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Si vous êtes en situation de handicap, des aménagements peuvent vous être proposés.

Des adaptations de parcours sont envisageables afin de prendre en compte les besoins spécifiques liés à une situation de handicap ou une situation de santé invalidante.

Dans le cas où les moyens internes ne seraient pas suffisants, nous nous mettrons en lien avec des partenaires du champ du handicap afin de répondre au mieux aux besoins spécifiques de chacun.

N'hésitez pas à vous rapprocher de notre référent handicap : handicap@ecole-parfum.com

Nos infrastructures du campus de Paris sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR).

Moyens pédagogiques et d'encadrement

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par la direction de l'École Supérieure du Parfum.

Le travail de groupe et les interventions de professionnels permettent d'acquérir une autonomie conforme aux exigences des entreprises du secteur. Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des enseignements scientifiques et professionnels garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

La 5^e et dernière année de formation est en blended learning, méthode de formation hybride qui combine formation en présentiel et formation en ligne.

L'équipe Relations Entreprises de chaque campus suit de manière étroite le partenariat avec l'entreprise et l'accompagnement de l'apprenant pendant toute la durée du contrat. Elle assure les entretiens de suivi et/ou les visites en entreprise et contrôle l'assiduité de l'alternant.

En outre, le service pédagogique de chaque campus, dédié à l'accompagnement des étudiants et des enseignants fait le lien avec l'entreprise sur les projets pédagogiques mis en œuvre afin de permettre aux apprenants d'appliquer les méthodes innovantes acquises lors de la formation.

Moyens techniques

Accès permanent à l'École aux heures d'ouverture

Accès aux laboratoires

Accès à la plateforme Hyperplanning

Accès à la bibliothèque

Séances de formation en salle équipées (ordinateur et vidéoprojecteur)

Abonnement annuel au pack Microsoft Office (offert par l'école)

Accès à la plateforme Luxury.Careers (job board, plateforme alumni..)

Compétences attestées :

Le (la) titulaire sera capable de :

- Classifier les matières premières selon les 7 familles olfactives
- Exercer sa mémoire sensorielle
- Créer des accords parfumés
- Qualifier les attributs sensoriels d'un parfum
- Retranscrire les expériences sensorielles ressenties
- Développer des expériences olfactives, tactiles et gustatives
- Instaurer une démarche permanente de veille sur les évolutions de la filière parfum et cosmétique et sur les tendances sensorielles émergentes
- Analyser les attentes des clients et la concurrence
- Caractériser la demande du client
- Traduire la demande du client en sensation olfactive, tactile ou gustative
- Être force de conseil et de proposition pour son commanditaire
- Choisir les composants du parfum ou du produit cosmétique
- Créer la formulation du produit
- Démontrer au commanditaire la pertinence de sa création
- Mesurer l'impact quantitatif et qualitatif du projet dans son ensemble
- Construire un business model
- Concevoir (ou le cas échéant participer à la conception) la stratégie commerciale de l'entreprise
- Superviser la politique des ventes de produits parfumés ou cosmétiques
- Constituer une équipe pluridisciplinaire
- Exposer les rôles et missions de l'équipe
- Animer et accompagner une équipe
- Évaluer la performance des collaborateurs
- Accompagner la montée en compétence des équipes

Option 1 : Superviser la production, l'évaluation et le contrôle qualité d'un parfum ou d'un produit cosmétique

- Identifier les contraintes techniques et budgétaires de production
- Identifier des prestataires et fournisseurs externes fiables
- Coordonner les prestataires / sous-traitants sélectionnés
- Négocier des contrats commerciaux
- Tester la formulation d'un produit en laboratoire
- Vérifier la conformité des composants et des dosages
- Vérifier la qualité du produit dans la durée
- Développer un protocole d'analyse des produits
- Superviser la réalisation de l'analyse

Option 2 : Définir et mettre en œuvre la stratégie marketing d'un parfum ou d'un produit cosmétique

- Réaliser l'audit de la stratégie marketing existante et du positionnement d'une marque
- Confronter les résultats de cet audit aux éléments tirés de la veille
- Développer les axes de la stratégie marketing du produit parfumé ou cosmétique
- Mettre en œuvre les actions de marketing opérationnel
- Communiquer vers les publics cibles à travers des relais d'influence
- Piloter les prestataires internes/externes en communication (agences de publicité, digitale, communication, médiaplanning, relations presse)

Activités visées (en cours de modification auprès de France Compétences) :

- Développement d'une sensibilité olfactive et création d'accords parfumés
- Retranscription des expériences sensorielles, olfactives, tactiles et gustatives
- Exercice d'une fonction de veille sur les tendances et les innovations en parfumerie et cosmétique
- Interprétation du cahier des charges du commanditaire
- Création d'un parfum ou d'un produit cosmétique
- Définition de la stratégie commerciale de l'entreprise
- Management d'équipe

Option 1 : Superviser la production, l'évaluation et le contrôle qualité d'un parfum ou d'un produit cosmétique

- Organisation de la production d'un produit
- Vérification de la conformité des processus et des normes qualités
- Supervision de l'analyse sensorielle du produit

Option 2 : Définir et mettre en œuvre la stratégie marketing d'un parfum ou d'un produit cosmétique

- Réalisation de l'audit marketing d'une marque ou d'un produit en parfumerie et cosmétique
- Élaboration et mise en œuvre un plan d'action marketing produit
- Définition des actions de communication et d'influence pour le lancement d'un parfum ou d'un produit cosmétique

Suivi et évaluation

Les **modalités d'évaluations formatives** permettent de vérifier la progression pédagogique de l'alternant et vérifient l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du titre. Ces éléments sont appréciés par un contrôle continu et régulier pendant les cours.

A l'issue du parcours de formation sont organisées des **épreuves d'évaluations certificatives** afin d'attester la maîtrise des compétences professionnelles inscrites dans le référentiel* (cf. annexe#1).

Les travaux peuvent être réalisés de manière individuelle ou en groupe, et faire l'objet de présentations orales et/ou de soutenances de fin d'année en présence de professionnels...

Liste des formateurs réguliers*

Outre leur niveau d'études initiales, nos formateurs disposent tous d'une expérience professionnelle significative au sein d'entreprises du secteur. Dynamiques et impliqués, les professionnels et formateurs ont pour objectif de transmettre leurs compétences et savoir-faire.

Des professionnels reconnus parmi lesquels* :

M. Yann Le Bars

Mme Christine Abel

Mme Clothilde Lassau

M. Olivier Aron

Mme Mercédès Baugnies

M. François Viot

Mme Mathilde Chipan

M. Serge Klauber

M. Maurice Alhadève

**Liste des intervenants non contractuelle, susceptible d'évoluer.*

Annexe #1

Modalités d'évaluations

Bloc 1 : Élaborer des accords parfumes et retranscrire des expériences sensorielles

ME 1.1 : Monographie « Histoire et culture de la Filière Parfum »

ME1.2 : Mise en situation professionnelle « Tests olfactifs & reconstitutions d'accords parfumés »

ME1.3 : Projets professionnels « Expériences olfactives »

Bloc 2 : Développer des produits innovants en parfumerie et cosmétique

ME2.1 : Analyse sensorielle

ME2.2 : Soutenance portant sur les « Travaux d'étude terrain »

ME2.3 : Rapport professionnel « Formulation et étapes de réalisation »

Bloc 3 : Piloter la production et le contrôle qualité d'un parfum ou d'un produit cosmétique

ME3.1 : Étude de cas « Opportunité de marché »

ME3.2 : Jeu de rôle "Management d'équipe"

Option 1 - Bloc 4 : Superviser la production, l'évaluation et le contrôle qualité d'un parfum ou d'un produit cosmétique

ME4.1 : Projet de fin d'études « Sourcing et Chaîne de production »

ME4.2 : Jeu de rôle "Négociation commerciale"

ME4.3 : Travaux pratiques « Laboratoire de chimie »

ME4.4 : Rapport professionnel « Protocole et Tests »

Option 2 - Bloc 5 : Définir et mettre en œuvre la stratégie marketing d'un parfum ou d'un produit cosmétique

ME5.1 : Étude de cas « Audit et plan d'actions marketing »

ME5.2 : Étude de cas « Communication d'influence »

Annexe #2

Programme de formation des 3 premières années

Année 1 : 661 heures de formation
Dont 71 heures en e-learning

Année 2 : 678 heures de formation
Dont 51 heures en e-learning

Année 3 : 636 heures de formation
Dont 52 heures en e-learning

Matières générales	
Histoire du Parfum	Initiation à l'industrie du Parfum
Anglais	Culture générale, Communication et édition
Développement durable	Innovation
Sciences	
Biologie et Physiologie	Mathématiques
Chimie du parfum	Chimie et parfumerie fonctionnelle
Chimie couleur	Chimie analytique en partenariat avec UPMC
Olfaction et création	
Olfaction	Création de parfum
Formulation cosmétique	Œnologie des saveurs
Techniques et Bonnes Pratiques de Laboratoire	
Fondamentaux du marketing et de la communication uniquement en 3 ^e année	
Marketing fondamental appliqué au secteur	Méthodes de créativité
Distribution retail	Négociation commerciale
Production et réglementation à partir de la 2 ^e année	
Réglementation	Production et qualité
Professionnalisation	
Gestion de projet	Immersion professionnelle (stage)
Conférences, rencontres professionnelles	

Programme de formation 4^e année (626 heures)

Dont 68 heures en e-learning

Matières générales	
Anglais	Développement durable
Sciences	
Chimie du parfum	Chimie et biologie des parfums
Analyse et évaluation sensorielle	
Olfaction et création	
Olfaction	Création de parfum
Sourcing et achat	Ateliers techniques
Olfacto-thérapie, Application et arômes (Grasse)	
Management, marketing et négociation commerciale	
Marketing stratégique	Marketing opérationnel
Comportement du consommateur	Création de marque
Réglementation	Négociation commerciale
Professionnalisation	
Gestion de projet	Immersion professionnelle (stage long)