

SPONSOR

CÉRÉMONIE DE FIN D'ANNÉE

TECHNICOFLOR

INTRODUCTION



Cette année, les élèves de la promotion 2021 du Grasse Institute of Perfumery ont fait face aux enjeux sociaux et environnementaux de la filière parfum au travers du projet de fin d'année remis par TECHNICOFLOR.

Créer un parfum responsable qui surfe sur la tendance de l'upcycling a été le défi que qu'ont dû relever les futurs parfumeurs.

Sujet à la fois très actuel et formateur, il a été l'occasion pour les étudiants de développer leur connaissances et mettre à profit les compétences acquises au cours de cette année intensive.

Les différentes créations ont eu le privilège d'être présentées lors de la cérémonie de fin d'année qui s'est déroulée en visioconférence, devant un jury interne de chez TECHNICOFLOR.



SOMMAIRE

01

**Grasse Institute of Perfumery : un savoir-faire
qui rayonne à l'international**
- page 4 -

02

La promotion 2021 - page 8 -

03

TechnicoFlor : Sponsor 2021 - page 11 -

04

**Projet de fin d'année : un parfum responsable
surfant sur la tendance de l'upcycling** - page 15 -

05

Une cérémonie digitale - page 18 -



OI

**GRASSE INSTITUTE OF
PERFUMERY : UN SAVOIR-FAIRE
QUI RAYONNE À
L'INTERNATIONAL**

Connecter, renforcer et former le futur de l'industrie mondiale des fragrances était le souhait commun de PRODAROM et ASFO GRASSE à la création du Grasse Institute of Perfumery en 2002. Aujourd'hui l'école est mondialement reconnue pour son enseignement permettant aux apprentis parfumeurs et évaluateurs d'exprimer leur plein potentiel.

UN CORPS FORMATEUR DE QUALITÉ

La force du Grasse Institute of Perfumery est cette capacité à délivrer un enseignement théorique et pratique de qualité en corrélation avec la réalité d'un métier, d'une industrie en évolution constante.

Le corps formateur de l'institut est composé de professionnels ayant travaillé ou travaillant encore dans l'industrie. Cela permet d'offrir un enseignement de qualité en accord avec la réalité et les exigences de l'industrie. Au Grasse Institute of Perfumery, le choix des formateurs joue un grand rôle dans ce qui fait la renommée mondiale de l'école aujourd'hui.



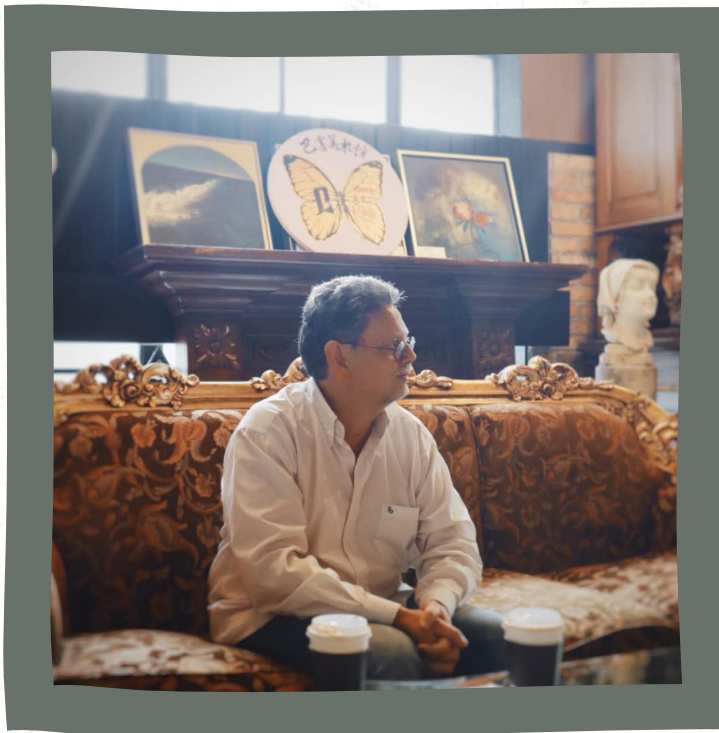
UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Dans son programme, l'école offre une formation intensive d'une durée d'un an dans la création et l'évaluation en parfumerie, destinée principalement à un public international.

Pendant 1 an, les étudiants du GIP vont découvrir des centaines de matières premières naturelles ou synthétiques, ils apprendront à créer des accords, à développer des fragrances ou encore à évaluer différents parfums alcooliques et applications parfumées du marché (shampoings, savon, etc).

Tout au long de l'année, les étudiants vont travailler sur différents projets soumis par l'école, afin de mettre en pratique chacune des connaissances et compétences acquises.

Au terme de la formation, les étudiants auront la possibilité d'effectuer un stage d'une durée de 6 mois afin de parfaire leur apprentissage dans les conditions réelles du métier.



LE MOT DU DIRECTEUR ...

Que représente pour vous le parrainage de la promotion ? Qu'apporte-t-il ?

Le parrainage est une phase importante pour l'apprentissage des élèves. Elle représente un lien direct avec l'industrie et les métiers qui y sont associés. La société marraine encadre les élèves depuis leur démarrage jusqu'à la fin de leur cursus. Outre des apports matériels notamment en terme de matières premières et de bases qui sont une aide précieuse pour l'école, l'entreprise apporte surtout son savoir-faire au travers de divers actions :

- Conférences et échanges avec des professionnels de l'entreprise sur les différents métiers : parfumeur, évaluateur, marketing, R&D, législation, sourcing
- Visites des sites de production, des laboratoires de création et de R&D
- Aide au choix et à la préparation du «voyage d'études» consacré aux matières premières hors territoire PACA (Par exemple visite chez un producteur d'huiles essentielles d'agrumes en Calabre cette année).

- Création d'un sujet d'études spécifique (un « brief ») qui va permettre de challenger les étudiants sur un projet de création / évaluation / marketing en situation, projet encadré par les équipes techniques du sponsor.

En quoi la situation sanitaire a-t-elle pu impacter le déroulé de cette année ?

Autant le COVID a fortement impacté l'année 2020 avec une interruption complète des cours pendant 3 mois, qu'elle n'a eu que peu d'impact pour la promotion 2021, hormis une entrée retardée à mars au lieu de fin janvier habituellement. Les cours se sont déroulés normalement, avec le respect des gestes sanitaires et seules quelques visites ont dû être annulées quand les entreprises d'accueil ne souhaitaient pas recevoir de public extérieur.

Quel est votre avis sur le brief donné aux étudiants de cette promotion 2021 ?

La notion « d'upcycling » qui est la clé du brief de cette année est tout à fait dans la tendance nouvelle de « sustainability » chère à toutes les entreprises de la branche. Etant nous-même fortement engagés dans les projets RSE (notamment au travers de la création d'un jardin / conservatoire de plantes à parfums, aromatiques et médicinales), nous avons été ravis du choix de cette thématique par le parrain et nos élèves s'en réjouissent tout autant.

Pour développer sur le thème de l'éco-responsabilité et la notion d'upcycling, à votre échelle comment essayez-vous de rendre votre établissement plus « durable » ?

Nous essayons de participer à plusieurs actions RSE (via la création d'un futur jardin de plantes à parfum notamment) nous mettons également en avant dans la formation, l'importance des notions de développement durable, du tri des déchets, les économies d'énergie, etc.

Quel est votre ressenti sur cette promotion et leur futur professionnel ?

Il est toujours difficile de donner «un pronostic » concernant l'avenir de nos futurs diplômés. Quoi qu'il en soit, on peut dire que nous avons affaire à un groupe de 12 personnes passionnées, motivées, engagées dont nous ne doutons qu'elles traceront leur chemin dans le monde de la parfumerie.

“ Étant nous-même fortement engagés dans les projets RSE {...} nous avons été ravis du choix de cette thématique par le parrain et nos élèves s'en réjouissent tout autant.





02 LA PROMOTION 2021



Élodie DURBEC
France



Ali SAIF
Danemark



Antonio SCHIAPPA
Portugal



Gabriela SANTANA
Brésil



David VALENZUELA
France



Cristina BALAN
Roumanie

Alessandro VILLORESI
Italie



Eléonore BEURNIER
France



Anthony WILCOCK
Royaume-Uni



Johannes MARINGER
Autriche



Hyacinte CASSAM-CHENAI
France



Michael NORDSTRAND
États-Unis





03 **TECHNICOFLOR : SPONSOR 2021**

Créée en 1981 à Marseille par François-Patrick Sabater, TechnicoFlor est une entreprise familiale qui conçoit, fabrique et distribue depuis 40 ans des compositions parfumées, matières premières aromatiques, extraits végétaux et arômes alimentaires.

UNE ENTREPRISE RECONNUE MONDIALEMENT

Chez TechnicoFlor, les parfumeurs créent des compositions sur des milliers de produits différents dans le monde tels que : parfums et eaux de toilettes, produits d'hygiène, soins et cosmétiques, parfums d'ambiance, produits d'entretien.

Aujourd'hui, le groupe qui rayonne à l'international, est présent dans plus de 60 pays en Europe, au Moyen-Orient, en Asie et en Afrique. Son ambition est de couvrir également l'Amérique Latine et l'Inde dans les dix prochaines années.



EXPERT EN PARFUMERIE NATURELLE ET RESPONSABLE

Dans le cadre de sa croissance évolutive, l'entreprise choisit de digitaliser ses process. En septembre 2021, elle a inauguré son nouveau site de production (Allauch, France) entièrement automatisé. Un deuxième site est également prévu en 2022 à Beautéville en Chine.

Aujourd'hui, TechnicoFlor qui dispose d'un savoir-faire français, d'une expertise en formulation naturelle depuis plus de 15 ans, d'un engagement environnemental et sociétal en font l'une des sociétés les plus reconnues de la profession !



INTERVIEW TECHNICOFLO

Pourquoi avoir fait le choix d'un sujet basé sur la parfumerie responsable ?

TechnicoFlor est depuis toujours concernée par le bien-être des consommateurs et le respect de l'environnement. Nous avons même renforcé en 2020 notre engagement et notre vigilance dans le choix de nos matières premières naturelles utilisées pour la composition de nos parfums à travers le programme BETTER TOMORROW®. En tant que Parfumeur engagé, lancer ce programme d'achats responsable nous a semblé être la suite logique et nécessaire pour proposer à nos clients des parfums composés à partir d'une sélection de Matières Premières toujours plus respectueuses de la nature, des femmes et des hommes. Notre rôle est d'accompagner nos fournisseurs dans cette démarche et de créer des partenariats de long terme avec eux sur tous les critères, qui portent aujourd'hui principalement sur le respect de la biodiversité, l'utilisation des process de chimie verte, les notions de commerce équitable, et évidemment l'upcycling. Afin d'étoffer notre palette de matières premières upcyclées, nos services achats & réglementaire ont entamé un processus de sourcing actif de matières obtenues à partir d'ingrédients réutilisés et/ou détournés de leur destination initiale (qui étaient destinés à être jetés par une autre industrie, comme exemples : les graines non germées ou les fruits mal calibrés, ou les déchets/sous-produits). Notre mission est de susciter de l'émotion à travers le développement & la création de parfums inédits, en mobilisant au quotidien une chaîne de valeur responsable. Dans le cadre de notre démarche, nous avons également développé BIOD-SCENT®, un outil de calcul de biodégradabilité de parfums, et nous travaillons actuellement sur la mise en place d'un ECO-SCORE qui

reprendra toutes les étapes du cycle de développement de nos parfums.

Nous considérons notre environnement comme source d'innovation, c'est pourquoi nous nous positionnons aujourd'hui comme Parfumeur engagé expert en Parfumerie Naturelle et Responsable.

C'est donc tout naturellement que nous avons décidé de briefer les étudiants sur un parfum responsable surfant sur la tendance « upcycling » !

En tant qu'entreprise, quelles sont vos attentes concernant une école de parfumerie ?

Nous sommes heureux de parrainer la 20ème promotion du Grasse Institute of Perfumery (GIP), afin de pouvoir offrir l'opportunité de transmettre à de jeunes passionnés le savoir-faire de nos parfumeurs et leur donner la possibilité de se former à ce merveilleux métier.

Nous avons été surpris de voir la créativité chez chacun des étudiants de cette promo. Nous avons également été surpris du travail de story telling que chacun défend. Ils sont une réelle source d'inspiration !

Que pensez-vous de la nouvelle génération de parfumeurs ?

Je dirais que les qualités d'un Parfumeur sont la Curiosité, la Patience, l'Ecoute et surtout la passion pour ce métier, sans oublier l'Humilité. La connaissance des Matières Premières est essentielle. On dit qu'il faut environ 10 ans pour qu'un Parfumeur sache parfaitement maîtriser l'art de la formulation !

Selon vous, quelles sont les qualités requises pour le succès d'un parfumeur ?

On observe une forte prise de conscience environnementale, avec le désir de protéger notre planète et de diminuer la consommation des ressources naturelles qui ne sont pas illimitées sur notre planète. Cela s'accompagne d'une plus grande transparence. Les consommateurs sont de plus en plus curieux et informés, ils souhaitent des formules « safe », à la fois inoffensives pour la planète et sans risque pour leur santé.

D'ailleurs, je crois beaucoup aux matières premières issues de la BIOTECHNOLOGIE surtout dans notre domaine. Elles auront l'avantage de ne pas piller la planète, d'être très « safe » sans aucune trace de pesticides et surtout elles permettent la maîtrise d'une production stable et par conséquent une stabilité des prix également.

Par ailleurs, avec le numérique nous sommes entrés dans une nouvelle ère. L'expérience client digitale est elle aussi de plus en plus valorisée, avec un nombre croissant de cosmétiques dits « expérientiels » qui sont vendus avec un outil numérique. Il y a fort à parier que ce type de technologies fera partie intégrante du shopping parfum de demain !

“

Nous sommes heureux de parrainer la 20ème promotion du GIP {...}transmettre à de jeunes passionnés le savoir-faire de nos parfumeurs, {...}former à ce merveilleux métier.

Nous avons été surpris de voir la créativité chez chacun des étudiants de cette promo.





04

**PROJET DE FIN D'ANNÉE : UN
PARFUM RESPONSABLE SURFANT
SUR LA TENDANCE DE L'UPCYCLING**

" TAKE YOUR RESPONSIBILITY" !

Pour ce projet, les étudiants au nombre de douze, se sont initiés à la parfumerie engagée. Pour cela, ils ont été amenés à effectuer des recherches sur le terme d'éco-responsabilité (qui consiste à prendre en compte les questions de développement durable, dans tous les domaines de la vie quotidienne) et le terme d'upcycling (processus de transformation de déchets, de produits inutiles ou non désirés en de nouveaux matériaux ou produits perçus comme étant de meilleure qualité, souvent réutilisés de manière créative). Ils ont ainsi fait appel à leur créativité, leur curiosité ainsi que leur expérience.

La composition est jugée par un jury de représentants de TechnicoFlor :

- **Caroline CATHERINE**, *Directrice Marketing et Évaluation.*
- **Marie-Caroline SYMARD**, *Parfumeur.*

INITIATION À LA PARFUMERIE ENGAGÉE

Chaque étudiant a dû réaliser une présentation marketing afin d'exprimer le concept de sa création, celui-ci devait contenir un mood-board, l'idée générale, l'ambiance, le nom de la fragrance, mais aussi la pyramide olfactive, le packaging et le design utilisé, etc, tout ce qui aidera finalement le client à comprendre la création et à tomber amoureux du parfum.

Tout au long de leur recherche, les étudiants ont présenté leur analyse au sponsor pour que ce dernier juge de la pertinence de celle-ci. Avec les recommandations

obtenues, les futurs parfumeurs ont pu continuer de faire évoluer leur travail jusqu'à la date finale.

TechnicoFlor attendait des étudiants qu'ils soient créatifs et originaux mais surtout qu'ils expriment leur personnalité en tant qu'artiste, tout cela en respectant le coût de la matière première utilisée qui ne devra pas dépasser 80€/kg. Il a également fallu intégrer dans la création le son de blé comme caractère olfactif principal et agrémenter au minimum une matière première éco-responsable « Better Tomorrow » (issu du programme d'achats éco-responsable TechnicoFlor) : Ylang, Iris, Rose, Sauge et Vetiver.

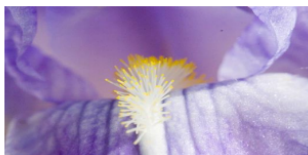
Take YOUR Responsibility !

The 5 Better Tomorrow Ingredients

*Choose 1 or several
Better Tomorrow
ingredients
to facet your
fragrance*



Ylang



Orris



Rose Essential



Sage Officinalis



Vetiver



Better Tomorrow
By TechnicoFlor

Le but était de créer un parfum qui se rapprochait au maximum du concept éco-responsable mais pas seulement. Les futurs parfumeurs devaient voir au-delà de leur création, ils devaient imaginer un produit éco-responsable de l'emballage à l'utilisation.

Au terme de leur création, parmi les 12 proposées, 4 ont été retenue par TechnicoFlor. Ainsi, se sont 4 groupes de trois étudiants qui se sont formés pour retravailler les créations retenues.

Cette année encore, le challenge était au rendez-vous pour nos étudiants du GIP.



05 UNE CÉRÉMONIE DIGITALE



En raison du contexte sanitaire, cette année la cérémonie du Grasse Institute of Perfumery s'est tenue, le jeudi 27 janvier 2022, en visioconférence.

Cette cérémonie a été l'occasion pour les futurs parfumeurs-évaluateurs de mettre en avant une année entière de formation intensive.

Les élèves, ont eu l'opportunité de présenter leur toute première création parfumée et découvrir celle qui a retenue l'attention du jury TechnicoFlor.

Durant la cérémonie, le président de l'école, M. Philippe Massé a annoncé le sponsor de la nouvelle promotion 2022, **SOZIO**, qui marquera le début d'une nouvelle année !



CONTACT

Elodie CONTIN
Chargée de communication
e.contin@prodarom.com
