



Programme 2016

FORMATION



CINQUIÈME SENS

éveille vos émotions



Sommaire

Qui sommes-nous	p 5
Nos formateurs	p 5
La méthode	p 6
Nos outils	p 6
Contacts	p 24
Tarifs	p 25
Financement	p 26
Références	p 27

Formation

Parcours intégration	p 10
Parcours culture Parfum	p 11
Parcours technique	p 18
Calendrier Paris	p 22
Calendrier Grasse	p 23



CINQUIÈME SENS

éveille vos émotions

Depuis 1976, Cinquième Sens met ses compétences au service de la création de parfums et de la formation pour acquérir, parfaire ou structurer ses connaissances olfactives. Cinquième Sens est un centre de formation agréé ouvert aux professionnels de la parfumerie et aux particuliers passionnés de parfums.

Trente années d'enseignement ont permis à Monique Schlienger, fondatrice de la société, de mettre au point une méthode de formation olfactive, de l'initiation à la création s'appuyant sur la pédagogie de Jean Carles. En 2004, Isabelle Ferrand prend la direction de Cinquième Sens après 20 ans d'expériences professionnelles qui lui permettent de repositionner la société sur 4 activités : la formation, la création, l'animation et le conseil.

Cinquième Sens vous propose différentes formations de courte durée vous permettant de concilier votre activité professionnelle ou une autre activité, tout en vous formant.



Isabelle Ferrand

CEO & Owner

Fille d'exploitant agricole, Isabelle Ferrand, passionnée par le monde des odeurs, rejoint la société Cinquième Sens en 1985 juste après son BTS de Biochimie pour assister sa fondatrice, Monique Schlienger, elle découvre alors toutes les facettes du métier de « nez ».

Cinquième Sens permettra à Isabelle de se révéler aussi dans la formation ; elle découvrira ainsi le plaisir de transmettre sa passion.

En 1987, elle crée avec la société Carrafont l'*Olfactorium*®, un nom insolite mais néanmoins évocateur : version miniature de l'orgue du parfumeur.

C'est en Août 2004 qu'Isabelle Ferrand reprend la société après un cursus à « l'Ecole des Managers ». Ses objectifs : pérenniser et enrichir Cinquième Sens par de nouvelles activités toujours liées à l'odorat, mais en respectant les valeurs chères à Cinquième Sens : la passion du parfum, une ouverture d'esprit, un savoir faire traditionnel et une sensibilité artistique.

Sous l'impulsion d'Isabelle, Cinquième Sens, initialement voué à la création et à la formation, est aujourd'hui une agence d'expertise professionnelle incontournable.

Parce que le monde des odeurs est aussi présent dans de nombreux domaines d'application, Isabelle détecte régulièrement de nouveaux horizons pour animer son expertise : spiritueux, vins, champagnes, whisky, chocolat, café...

Plus de 40 ans d'expérience et d'innovation au service des entreprises, 500 dirigeants, cadres, marketing, formateurs, commerciaux, responsables de vente, techniciens de production formés chaque année. De nombreuses marques utilisent nos méthodes et nos outils de travail.

Expert dans le conseil et la formation Parfumerie, Cinquième Sens est un centre de formation indépendant et objectif

Nos forces

Cinquième Sens est un point de rencontre entre les professionnels et les particuliers. Chacun de nos stages est modulable en formule développée et condensée, en anglais ou espagnol, et imputables sur le budget de la formation continue. Nous remettons sur demande un certificat de formation et donnons accès à notre bibliothèque en dehors des cours. Nos salles de formation, situées au cœur de Paris, accueillent jusqu'à 20 personnes.

Nos formateurs : des parfumeurs créateurs

Notre équipe de formateurs est composée exclusivement de parfumeurs créateurs pour mettre à votre service leur savoir-faire, leur expérience et leur passion du parfum.



**Camille
Leguay**

Formatrice
Évaluatrice

Cursus Isipca
8 ans d'expérience
dans le secteur
de la parfumerie



**Alice
Dattée**

Parfumeur
Formatrice

Cursus Isipca
Plus de 17 ans
d'expérience
en tant
que Parfumeur



**Sarah
Burri**

Responsable
Laboratoire

Cursus
Cinquième Sens
après une licence
de Biochimie



Une méthode pédagogique reconnue, professionnelle et ludique

Une méthode

- olfactive et visuelle en associant mots, couleurs et odeurs
- concrète : par des exercices et travaux pratiques
- ludique et interactive : utilisation personnelle de l'Olfactorium® et participation active des stagiaires

La Pyramide olfactive

Méthode visuelle représentant la construction d'un parfum, créée par Monique Schlienger.

La Rose des Vents ©

Représentation graphique des familles de parfums : la Rose des Vents vous permet de visualiser en un clin d'œil les tendances olfactives d'une année

Un niveau adapté à chacun

- Intégration ■
- Culture parfum ■
- Technique ■



Des outils pédagogiques adaptés à la théorie et à la pratique olfactive

L'Olfactorium®

Traduction miniature de l'orgue du parfumeur, il permet d'illustrer olfactivement les matières premières et les parfums spécifiques à chaque stage (24 ou 48 flacons). Différents modèles vous sont proposés : initiation, matières premières, lancements, perfectionnement, personnalisés à votre marque.



Un support de cours

Un classeur de cours, des fiches techniques et cahier de travaux pratiques spécifiques à chaque stage.

Un moteur de recherche en ligne :

www.olfatheque.com



Pourquoi nous choisir ?

Nous définissons ensemble l'approche la plus adaptée à vos besoins et vous bénéficiez d'un interlocuteur unique au sein de Cinquième Sens.

Nos formations sont modulables, en intra-entreprise, inter-entreprise ou en cours individuel sur mesure, et s'adaptent à votre emploi du temps.

Nos domaines de compétences

Nos compétences techniques

- Créer un parfum
- Evaluer la composition d'un parfum
- Transmettre les techniques de formulation et d'évaluation
- Former à l'expertise du langage olfactif
- Identifier les tendances du marché
- Savoir faire une vente émotionnelle

Nos compétences pédagogiques

- Une équipe pédagogique passionnée par leur métier et la transmission de leur savoir
- Un accompagnement personnalisé
- Les modules et les exercices d'évaluations sont réalisés en fonction de vos besoins
- Nos méthodes pédagogiques sont centrées sur les stagiaires
- Nous nous inscrivons complètement dans la logique « évaluer pour évoluer »



Grasse, Capitale du Parfum

La région située autour de Grasse est à l'origine de la Parfumerie moderne.

Cette petite ville de la French Riviera a su très vite occuper un positionnement stratégique au coeur de l'industrie de la parfumerie. C'est comme fournisseur de matières premières pour la composition qu'elle s'imposa, en s'appuyant sur les atouts de sa région : la qualité de son terroir et son climat. Trois activités s'y développèrent : le négoce de matières premières, leur transformation par différents procédés d'extraction et la culture des plantes à parfum, dont la célèbre Rose Centifolia.

Au XVIII^{ème} siècle, l'intérêt pour le parfum et les objets parfumés grandit. C'est alors qu'apparurent les Maîtres Gantiers-Parfumeurs, forts de leur savoir-faire en matière de fabrication et de parfumage du cuir. Par ailleurs, l'essor du tourisme des riches aristocrates européens permit à Grasse d'enrichir son réseau commercial international, et de poursuivre les cultures des plantes à parfum.

A la fin du XIX^{ème} siècle, la parfumerie grasseoise vit l'essor des usines de production industrielles, orientant leurs recherches sur les nouvelles technologies et l'innovation. C'est ainsi que vit naître la parfumerie moderne. Ces maisons familiales sont toujours aujourd'hui référence de l'activité grasseoise au niveau international. On y traite encore les plantes à parfum du terroir mais aussi celles venues de pays lointains.

C'est pourquoi Grasse est connue comme le berceau de la parfumerie.

Après 40 ans d'existence, Isabelle Ferrand s'associe à Claire Lonvaud pour faire naître *Cinquième Sens - Grasse*



Claire Lonvaud

Cinquième Sens Grasse

La tête dans les étoiles, les pieds sur terre...

Telle pourrait être la devise de Claire, dont la vie est orientée autour de sa passion pour le parfum.

Fille d'œnologues et collectionneuse de miniatures, elle voit dans la parfumerie l'occasion de laisser s'épanouir son inépuisable curiosité des fragrances. Ingénieur chimiste de formation, elle cultive son nez à l'ISIPCA. Faisant ses armes scientifiques chez Quintessence en Angleterre, Robertet et Chanel à Grasse, elle apprend les mystères des matières premières et les secrets de la composition. Souhaitant connaître la facette marché, produit et consommateur, elle intègre l'Essec en marketing et management.

Forte de cette double expérience, elle découvre le métier de chef de produit chez Yves Rocher, puis rejoint Reminiscence pendant 9 ans, où elle deviendra responsable marketing. Son rôle d'accompagnement à la création la positionne dans cette chaîne ininterrompue qui mène de la création olfactive à la mise sur le marché du produit fini.

Aujourd'hui, après 15 ans d'expérience professionnelle, elle choisit de proposer ses services à des créateurs passionnés souhaitant développer leurs produits parfumés, depuis la conception jusqu'à la production. La transmission de son savoir-faire et les rencontres sont une grande partie du fil conducteur de sa carrière construite avec patience et exigence.

En février 2015, à l'occasion d'une formation chez Cinquième Sens, Isabelle lui fait part de son rêve d'implanter son activité à Grasse, berceau de la parfumerie.

Une opportunité de collaboration naît autour d'une même ambition : la transmission du savoir autour de la beauté de la Parfumerie, authentique et toujours créatrice d'émotion.

Initiation à la technique de la parfumerie et au langage des odeurs

Voyage dans l'univers de la parfumerie, de l'origine des matières premières à la classification des parfums

Profils

- Passionnés de parfums souhaitant s'orienter vers le monde de la parfumerie
- Etudiants souhaitant commencer un cursus marketing ou commercial en parfumerie
- Professionnels intégrant le secteur de la parfumerie ou souhaitant avoir un regard objectif sur le monde du parfum

Objectifs

- Acquérir, parfaire, ou structurer ses connaissances théoriques et olfactives
- Développer une « Culture Parfum »
- Maîtriser le vocabulaire pour décrire un parfum
- Savoir identifier les principales notes d'un parfum

Programme

L'odorat :

- Schéma physiologique
- L'olfaction et ses émotions
- Principes et techniques de mémorisation

La composition :

- Les différents types de matières premières
- Procédés d'extraction et leurs rendements
- Notion de notes de tête, cœur, fond
- Du parfum à l'eau de toilette : différences de formulation et de concentration

Le langage de description d'un parfum :

- Etude olfactive des 18 mots : Hespéridée, Fleurie, Fruité etc...
- Illustration par des parfums leaders

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 1 Olfactorium

2 jours

PARIS

10 et 11 février
17 et 18 mai
25 et 26 octobre

GRASSE

18 et 19 janvier
26 et 27 avril
19 et 20 juillet

Perfectionnement olfactif

Étude des principales matières premières de chaque facette et illustration par les parfums les plus représentatifs

Profils

- Toute personne ayant suivi le stage Initiation ou personne initiée au monde du parfum
- Stage particulièrement adapté aux équipes marketing

Objectifs

- Perfectionner son sens de l'odorat
- Être autonome dans la classification d'un parfum
- Connaître les principales matières premières illustrées par des parfums du marché
- Développer sa culture parfum

Programme

Facettes Olfactives étudiées

- J1 : Hespéridée, Aromatique, Nouvelle Fraîcheur, Vert
- J2 : Fleurie, Aldéhydée, Fruitée, Marin
- J3 : Epicé, Boisé, Gourmand, Poudré
- J4 : Musqué, Oriental, Ambré, Chypre, Fougère, Cuir

Les principales matières premières de chaque facette

(Naturelles – Synthétiques – Spécialités)

Etude des parfums Leader et derniers lancements

pour chaque facette (féminins & masculins)

Formulation d'accords historiques

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 4 Olfactorium (3 Olfactorium matières premières et 1 Olfactorium parfums)

4 jours

PARIS

J1: 21 avril - 10 novembre
J2: 12 mai - 24 novembre
J3: 19 mai - 6 décembre
J4: 2 juin - 22 décembre

GRASSE

J1: 4 février - 13 septembre
J2: 25 février - 27 septembre
J3: 10 mars - 11 octobre
J4: 24 mars - 25 octobre

Un siècle de parfums féminins et masculins

Tendances olfactives

Rétrospective du parfum depuis le début du XIX^e siècle

Étude des tendances olfactives des 3 dernières années

Profils

- Toute personne passionnée par l'histoire du Parfum
- Stage particulièrement adapté aux équipes marketing

Objectifs

- Sentir et décrire les parfums marquants du XIX^e au XXI^e siècle
- Découvrir les tendances olfactives par décennie
- Développer sa culture parfum
- Assimiler le vocabulaire de description d'un parfum

Programme

- Evolution des familles dans le temps (leurs matières premières et les facettes des parfums)
- Etude par décennie des facteurs ayant bouleversé la parfumerie
 - phénomènes de société, art et actualité
 - grandes molécules et grands parfums
- Analyse des grands parfums qui ont marqué leur génération (famille, facette)
 - évaluation olfactive
 - anecdotes de création
 - contexte historique
 - évolution des campagnes de communication

Outils

- 1 Dossier pédagogique (par jour)
- 1 *Olfactorium* (par jour)

Profils

- Toute personne souhaitant mettre à jour ses connaissances du marché
- Equipes marketing, commerciales et formations

Objectifs

- Découvrir les nouvelles tendances olfactives et marketing du marché
- Remise à niveau annuelle du langage olfactif

Programme

- Evolution de la pyramide olfactive dans le temps
- Panorama du marché : synthèse des tendances olfactives des 3 dernières années et des matières premières à la mode
- Concepts marketing (positionnement, cible, etc.)
- Grands lancements récents et facteurs clés de succès
- Tendances majeures (collections, couples, éditions limitées, déclinaisons etc ...)

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 1 *Olfactorium*

2 jours

PARIS
17 et 18 février
14 et 15 septembre

GRASSE
18 et 19 avril
26 et 27 juillet

1 jour

PARIS
28 mars
29 septembre

GRASSE
26 janvier
17 novembre

Étude du Top 20 France féminin et masculin

Étude du Top 10 Monde féminin et masculin

Étude olfactive des facteurs clés de succès du marché français

Étude des préférences olfactives dans les pays du monde (Étude sur 4 zones géographiques)

Profils

- Toute personne souhaitant mettre à jour ses connaissances du marché
- Equipes marketing, commerciales et formations

Objectifs

- Découvrir les parfums du Top 20
- Veille concurrentielle, connaissance des univers de marque
- Remise à niveau annuelle du langage de description des parfums
- Comprendre les facteurs clés de succès des parfums les plus vendus

Programme

Rappel du vocabulaire olfactif

Panorama chiffré du marché :

Synthèse des tendances olfactives

Etude olfactive à l'aveugle de chaque parfum :

- Les facettes olfactives de ces parfums
- Evaluation des matières premières marquantes

Visualisation du concept :

- Flacon
- Packaging
- Dossier de presse
- Publicité
- Prix

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 1 Olfactorium

Profils

- Toute personne souhaitant mettre à jour ses connaissances du marché
- Equipes marketing, commerciales, formation

Objectifs

Découvrir les tendances olfactives dans 4 zones géographiques du monde : Les pays d'Europe, Amérique du Nord, Amérique du Sud, les Pays d'Asie.

Programme

Le vocabulaire descriptif des parfums

Panorama des marchés :

Les tendances olfactives par pays

Étude olfactive à l'aveugle de chaque parfum :

- exercices olfactifs par tendance
- Les facettes olfactives de ces parfums
- Evaluation des matières premières marquantes

Visualisation du flacon et du packaging

Outils

1 dossier pédagogique avec :

- des fiches par pays (rose des vents des 10 parfums les plus vendus / mapping olfactif)
- 1 Olfactorium

1 jour

PARIS
26 mai
6 octobre

GRASSE
29 mars
8 septembre

1 jour

PARIS
16 juin
27 octobre

GRASSE
12 mai
29 septembre

Parfumerie Confidentielle France

Tour du Monde de la Parfumerie Confidentielle

Étude de l'univers émotionnel et olfactif des principales marques de niche françaises

Étude de l'univers émotionnel et olfactif des principales marques de niche dans le monde

Profils

- Toute personne souhaitant mettre à jour ses connaissances de marché
- Equipes marketing, commerciales, formations
- Passionnés de parfums

Objectifs

- Découvrir la créativité des marques de la parfumerie confidentielle et leur univers olfactif
- Analyser leurs facteurs clés de succès
- Perfectionner sa culture parfum et remise à niveau annuelle du langage olfactif

Programme

- Rappel du vocabulaire olfactif
- Etude détaillée de l'univers de chaque marque (inspirations, créations de parfums, histoire des marques)
- Etude de l'univers des Parfumeurs créateurs, leur signature, leur style
- Étude olfactive à l'aveugle de chacun des parfums sélectionnés
- Evaluation des matières premières marquantes
- Classement des parfums
- Visualisation du concept: Flacon / Packaging
- Focus sur la distribution
- **Marques étudiées:**
 - Annick Goutal - Atelier cologne - By Kilian
 - Comme des garçons - Diptyque - Divine
 - Editions de parfums Frédéric Malle - Etat libre d'orange
 - Frapin - Honoré des Prés - Huitième Art - Juliette Has a gun
 - L'Artisan Parfumeur - Maître Parfumeur et Gantier
 - Maison Francis Kurkdjian - Nez à Nez - Oriza L. Legrand
 - Parfumerie Générale - Parfums d'empire - Parfums d'Orsay
 - Parfums de Rosine - Patricia De Nicolai - Reminiscence
 - Serge Lutens - The Different Company

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 1 Olfactorium

Profils

- Toute personne souhaitant mettre à jour ses connaissances de marché
- Equipes marketing, commerciales, formations
- Passionnés de parfums

Objectifs

- Découvrir la créativité des marques de la parfumerie confidentielle dans le monde et leur univers olfactif
- Analyser leurs facteurs clés de succès
- Perfectionner sa culture parfum et remise à niveau du langage olfactif

Programme

- Rappel du vocabulaire olfactif
- Etude détaillée de l'univers de chaque marque (inspirations, créations de parfums, histoire des marques)
- Etude de l'univers des Parfumeurs créateurs, leur signature, leur style
- Étude olfactive à l'aveugle de chacun des parfums sélectionnés
- Evaluation des matières premières marquantes
- Classement des parfums
- Visualisation du concept: Flacon / Packaging
- **Marques étudiées:**
 - Acqua Di Parma - Aedes De Venustas - Al Qurashi
 - Amouage - Andy Tauer - Arquiste - Byredo
 - Creed - Escentric molecule - Floris - Laboratorio Olfattivo
 - Grossmith - Heeley - Jo Malone - Atkinsons
 - Lorenzo Villoresi - Le Labo - Miller Harris
 - Mona Di Orio - NU.BE - Odin - Ortigia - Penhaligon's
 - Puredistance - Roja Dove - Santa Maria Novella
 - Vero Profumo - YS-Uzac - Nobile 1942 - Clive Christian

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 1 Olfactorium

1 jour

PARIS
4 février
22 septembre

GRASSE
22 mars
24 novembre

1 jour

PARIS
7 avril
13 octobre

GRASSE
3 mars
8 décembre

Collections Haute Parfumerie

Étude de l'univers émotionnel et olfactif des collections privées

Profils

- Toute personne souhaitant mettre à jour ses connaissances de marché
- Équipes marketing, commerciales, formations
- Passionnés de parfums

Objectifs

- Découvrir la créativité de ces collections et leur positionnement olfactif
- Analyser leur distribution
- Perfectionner sa culture parfums

Programme

- **Étude détaillée de l'univers de chaque marque** (inspirations, créations de parfums, histoire des marques, leurs parfumeurs)

- Collections étudiées :

- Les Exclusifs de Chanel
- La Collection privée de Dior
- Les Hermessence Hermès
- Armani Privé
- Collection des Mille et une Nuits Armani
- Les Heures de parfum de Cartier
- Les collections Guerlain (L'Art et la Matière, Les Parisiennes, Les Elixirs Charnels)
- Les collections de Tom Ford (Private Blend, Jardin Noir, Atelier d'Orient...)
- Les Essences exclusives de Prada
- La Collection Orientale d'YSL
- La Collection Extraordinaire Van Cleef & Arpels
- Private Collection Estée Lauder
- Velvet Collection Dolce & Gabbana
- La collection « L'Atelier » de Givenchy

- Focus sur la distribution :

Outils de merchandising spécifiques et supports olfactifs

Outils

- 1 Dossier pédagogique

1 jour

PARIS
17 mars
20 octobre

GRASSE
28 janvier
15 septembre

Lancements de parfums

Étude olfactive et marketing de tous les lancements de l'année

Profils

- Toute personne souhaitant mettre à jour ses connaissances du marché
- Équipes marketing, commerciales, relations presse et formations

Objectifs

- Découvrir les nouvelles tendances olfactives du marché
- Veille concurrentielle, connaissance des univers de marque
- Remise à niveau annuelle du langage olfactif

Programme

- Rappel du vocabulaire olfactif
- Panorama chiffré du marché : synthèse des tendances olfactives
- Les principaux lancements de l'année
- Etude olfactive à l'aveugle de chaque parfum
- Les facettes olfactives de ces parfums
- Evaluation des matières premières marquantes
- Mapping de synthèse des événements importants

Jeux à l'aveugle pour retrouver :

- Une matière première, une concentration, une pyramide olfactive, une cible, un circuit de distribution, leader et influences

Visualisation du concept :

- Flacon / Packaging / Dossier de presse / Publicité / Prix

Outils

- 1 Dossier pédagogique (par semestre)
- 1 *Olfactorium* (par semestre)

1 ou 2 jours

PARIS
1^{er} Semestre : 23 juin
2^e Semestre : 17 novembre
Synthèse l'année :
1^{er} décembre

GRASSE
1^{er} Semestre : 14 juin
2^e Semestre : 13 décembre
Synthèse l'année :
15 décembre

Conseil émotionnel

De l'idée au produit

Maîtrise des compétences clés pour un conseil émotionnel dans la vente du parfum

Présentation des étapes clés du développement d'un parfum, de l'idée au flacon

Profils

- Commerciaux
- Conseillères de vente
- Animatrices
- Formatrices

Objectifs

- Comprendre la relation de communication d'une vente
- Acquérir une nouvelle technique de vente par l'émotionnel
- Savoir identifier le style de votre cliente
- Savoir associer le parfum qui lui convient grâce à la méthode PPI (Parfum, Personnalité, Image)
- Utiliser les mots clés du PPI pour transformer son émotion en acte d'achat

Programme

- Rappel des fondamentaux de la vente
- La pyramide des émotions : 3 états émotionnels
- Vendre un parfum, c'est provoquer, comprendre, respecter et partager les émotions
- Les émotions traduisent la qualité d'une relation
- La raison fait réfléchir L'émotion fait agir

Le poids des apparences : Style et Personnalité

- Qu'est ce qu'un style ?
- Découverte des différents styles vestimentaires et de son propre style
- Etude approfondie de chacun des styles
- Concordance entre styles et parfums
- Les mots pour en parler

Étude des styles ponctuée de mise en pratique de la relation émotionnelle entre le vendeur, le client et le produit.

Outils

- 1 Dossier pédagogique

Profils

- Managers et collaborateurs non spécialistes du marketing (équipes commerciales, techniques, communication ...) souhaitant acquérir une vision globale de la démarche marketing
- Créateurs passionnés porteurs de projet

Objectifs

- Comprendre le rôle du marketing pour la compétitivité de l'entreprise sur son marché
- Maîtriser les étapes clés du développement de l'idée au produit fini, et les conditions de réussite.
- Acquérir le langage des partenaires professionnels et savoir les trouver
- Valider la faisabilité d'un projet en terme de positionnement, planning et budget.

Programme

• Théorie

Définition du marketing

Présentation des 5 étapes clés du marketing

étude

stratégie

développement

opérationnel

contrôle

Contenu du planning et du budget

Notions indispensables de réglementation cosmétique

• Pratique

Association concept / packaging / odeur

Travail sur un brief olfactif

Exemple concret d'un lancement parfum

2 jours

PARIS

14 & 15 juin
8 & 9 novembre

GRASSE

15 & 16 mars

1 jour

PARIS

31 mai
27 septembre

GRASSE

8 mars
22 novembre

Territoire olfactif des marques

Étude olfactive et émotionnelle complète des parfums par marque

Profils

- Equipes Marketing
- Évaluateurs
- Commerciaux

Objectifs

- Enrichir ses connaissances olfactives et culturelles des parfums
- Parfaire son langage de description des parfums
- Créer son répertoire olfactif marque par marque
- Positionner une marque sur son marché
- Analyser la cohérence marketing de la marque

Programme

Étude approfondie des marques :

- Azzaro - Bulgari - Calvin Klein - Cartier - Chanel
- Christian Dior - Clinique - Estée Lauder - Giorgio Armani
- Givenchy - Guerlain - Hermès - Hugo Boss - Issey Miyake
- Jean Paul Gaultier - Kenzo - Lancôme
- Maison Martin Margiela - Narciso Rodriguez
- Roger & Gallet - Thierry Mugler - Yves Saint Laurent
- Autres marques sur demande (dont les marques de niche)
- Description de l'histoire de la marque et de son univers
- Analyse des positionnements « marketing » et « olfactif » de la marque sur son marché
- Description et analyse olfactive de chaque parfum

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 1 Olfactorium

Formation sur rendez-vous

Voyage au cœur d'une famille olfactive

Évolution d'une famille olfactive dans le temps : ses matières, ses parfums

Profils

- Equipes Marketing
- Évaluateurs
- Commerciaux
- Formateurs

Objectifs

- Étudier l'évolution des grandes familles olfactives dans le temps
- Connaître les matières premières par famille et les parfums associés

Programme

Familles olfactives étudiées :

- Étude olfactive à l'aveugle des matières premières et des parfums mythiques de la famille étudiée
- Hespéridée
- Aromatique
- Fleurie
- Boisée
- Chyprée
- Fougère
- Orientale

Outils

- 1 Dossier pédagogique par famille
- 1 Olfactorium par famille

Formation sur rendez-vous

Fragrance Développement

Présentation des facteurs clés de succès en amont d'un lancement

Profils

- Équipes marketing, commerciales, évaluation

Objectifs

- Maîtriser les étapes de développement d'un parfum
- Savoir analyser le potentiel olfactif et conceptuel d'une marque
- Acquérir une méthode de travail pour optimiser les échanges entre professionnels et le lancement d'une fragrance

Programme

1. Les équipes marketing

Etape 1: Marques, concepts et fragrances

- Les questions préliminaires
- Définition des territoires olfactifs et des concepts de votre marque

Etape 2: Ecriture d'un brief: la méthode

- Optimiser votre brief en développant une stratégie olfactive fidèle à votre marque (et à votre stratégie commerciale)

2. Les équipes d'évaluation olfactive

Les étapes d'évaluation du parfum:
le processus global

- Les 5 indices (+1 facteur)
- La méthode de classement des indices
- Pratiquer l'évaluation olfactive

Formation sur rendez-vous

Séminaire d'été Immersion dans l'univers de la parfumerie

Formuler, créer et évaluer afin de maîtriser la construction de grands parfums

Profils

- Passionnés, français ou étrangers, souhaitant s'immerger dans l'univers du parfum
- Professionnels et particuliers souhaitant maîtriser les aspects culturels et techniques de la création de parfums

Objectifs

- Acquérir et parfaire ses connaissances du monde de la parfumerie
- Savoir décrire un parfum
- Connaître les principales matières premières
- Développer une « Culture Parfum »
- S'initier à la formulation
- Développer sa créativité

Programme

- Cours dispensés en anglais

- 2 sessions de formations complémentaires de 5 jours chacune.
- Les participants ont le choix entre session A ou session A+B.

Session A

- Techniques de la parfumerie
- Langage des odeurs
- Études des Matières Premières
- Initiation à la formulation
- Visite

Session B

- De l'origine du parfum à nos jours
- Etudes des Matières Premières (suite)
- Formulation avancée
- Formulation créative
- Visite

Outils

- Dossiers pédagogiques
- *Olfactorium* (en option)

5 ou 10 jours

PARIS Session A

du 22 au 26 août

Session B

du 29 août au 2 septembre

GRASSE Session A

du 27 juin au 1^{er} juillet

Session B

du 4 au 8 juillet

Expertise de la technique de la parfumerie et du langage des odeurs

Immersion complète dans l'univers de la parfumerie, de l'origine des matières premières à la classification des parfums

Profils

- Passionnés de parfums souhaitant s'orienter vers le monde de la parfumerie
- Etudiants souhaitant commencer un cursus technique en parfumerie
- Professionnels souhaitant maîtriser tous les aspects techniques du monde du parfum

Objectifs

- Acquérir, parfaire, ou structurer ses connaissances théoriques et olfactives
- Développer une « Culture Parfum », des différents intervenants au produit fini
- Maîtriser le vocabulaire pour décrire un parfum
- Savoir identifier les principales notes d'un parfum

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 2 *Olfactorium*

Programme

L'odorat

- Schéma physiologique
- L'olfaction et ses émotions
- Principes et techniques de mémorisation

Les acteurs du monde de la parfumerie

- Les sociétés de matières premières et le Parfumeur
- Les marques (du marketing au conditionnement)
- Fournisseurs et Législation

La composition

- Les différents types de matières premières (naturelles, synthétiques, les « spécialités »)
- Classification détaillée des matières premières
- Procédés d'extraction et leurs rendements
- Notion de notes de tête, cœur, fond
- Etude de l'intensité et de la ténacité des matières premières
- Du parfum à l'eau de toilette : différences de formulation et de concentration

Le langage de description d'un parfum (Hespéridée, Fleurie, Fruitée...)

- Etude olfactive des 18 mots de classification des parfums
- Etude olfactive des matières premières leader de chaque facette et illustrations de parfums
- Travaux pratiques : formulation d'un accord
- La classification des Parfums
- Le Cœur des grands parfums

4 jours

PARIS

2, 3, 4 et 5 mars
6, 7, 8 et 9 septembre
13, 14, 15, et 16 décembre

GRASSE

12, 13, 14 et 15 janvier

Initiation à la chimie des parfums

Quelques notions de chimie appliquées à la parfumerie

Profils

- Particuliers ou professionnels souhaitant suivre les stages Matières premières

Objectifs

- Intégrer les notions fondamentales de la chimie appliquée aux matières premières de la parfumerie

Programme

Développé en collaboration avec deux experts en chimie : Dr Pierre Etevenon et Reyhan Seukan

- Grandes découvertes de la chimie des parfums
- Bases de la chimie organique
- Chimie organique des molécules odorantes
- Perception olfactive
- Relation structure /odeur et structure/activité chiralité
- Chromatographie en phase gazeuse

Outils

- 1 Dossier pédagogique

1 jour

PARIS
12 janvier
13 septembre

GRASSE
2 février

Matières premières

Étude complète des matières premières par thème

Profils

- Equipes techniques
- Etudiants ou particuliers souhaitant s'orienter vers la création de parfums ayant suivi le stage Expertise 4 jours

Objectifs

- Enrichir ses connaissances olfactives et techniques des matières premières
- Parfaire son sens de l'odorat
- Créer son répertoire d'évocations olfactives
- Reconnaître à l'aveugle les principales matières premières

Programme

Étude approfondie de chacun de ces thèmes :

- Hespéridée
- Fruitée
- Aromatique
- Fleurie
- Boisée
- Épicée
- Notes de Fond
(gourmande, poudrée, musquée, vanillée, foin & coumarinée)
- Accessoires
(verte, aldéhydée, marine, tabac-cuir, animale)
- Tendances
(spécialités, nouveautés, etc ...)

Évocations olfactives de chaque matière première

Étude technique :

provenances, constituants, caractéristiques

Illustrations de l'emploi de ces matières premières dans les parfums

Outils

- 1 Dossier pédagogique
- 1 *Olfactorium*

9 jours

	PARIS	GRASSE
Hespéridée:	19 janvier - 20 septembre	1 ^{er} mars
Aromatique:	26 janvier - 4 octobre	5 avril
Fruitée:	2 février - 11 octobre	10 mai
Fleurie:	9 février - 18 octobre	7 juin
Boisée:	16 février - 2 novembre	12 juillet
Épicée:	23 février - 15 novembre	6 septembre
Fond:	1 ^{er} mars - 29 novembre	4 octobre
Accessoires:	8 mars - 6 décembre	8 novembre
Tendances:	15 mars - 20 décembre	6 décembre

Initiation laboratoire & Contrôle qualité

**Appréhender les notions de
laboratoire et de contrôle qualité**

Profils

- Particuliers souhaitant suivre le stage de formulation
- Professionnels non initiés aux techniques de la parfumerie

Objectifs

- Initiation aux fondamentaux du laboratoire parfumerie
- Comprendre l'impact de la maturation et de la macération
- Savoir détecter les problèmes de qualité d'une matière première ou d'un parfum

Programme

Initiation laboratoire

- Notions des règles d'hygiène et de sécurité
- Manipulation des matières premières pures
- Pesée d'une solution alcoolique
- Comprendre l'écriture d'une formule
- Pesée d'une formule en solution alcoolique et en pur

Contrôle qualité

- Notions d'application, de réactivité, de stabilité et de conservation des matières premières et des parfums
- Etude de la maturation et de la macération de certaines familles olfactives
- Test de pollution
- Altération des matières premières et des parfums

Outils

- 1 Dossier pédagogique

1 jour

PARIS
22 mars

Atelier de formulation

**Formuler, créer et évaluer
afin de maîtriser la construction
de grands parfums**

Profils

- Toute personne ayant suivi les stages Matières Premières et Initiation Laboratoire
- Professionnels techniques

Objectifs

Maîtriser la formulation des familles suivantes

- Soliflores
- Fruitée
- Fleurie : bouquets floraux
- Chyprée
- Orientale / Ambrée
- Fougère & Hespéridée
- Boisée
- Créative 1
- Créative 2

Savoir reproduire un parfum à l'aide d'un témoin

Étude des trois critères d'évaluation permettant un bon dosage du parfum : reconnaissance, intensité et ténacité

Programme

- Présentation générale des familles étudiées
- Révisions olfactives des matières premières indispensables à la formulation de ces parfums : famille, évocation, description, ténacité et intensité olfactives
- Etude olfactive des parfums : Familles / Facettes / Nuances
- Evaluation des matières premières marquantes dans ces parfums
- Formulation théorique et pratique des parfums leader de chaque famille
- Formulation libre ou guidée (suivant un brief)

Outils

- 1 Dossier pédagogique (par session)

18 jours (9 sessions de 2 jours)

PARIS

Soliflores: 29 et 30 mars

Fruitée: 12 et 13 avril

Fleurie: 26 et 27 avril

Hespéridé - Fougère: 10 et 11 mai

Boisée: 24 et 25 mai

Orientale: 7 et 8 juin

Chyprée: 21 et 22 juin

Créatives 1: 5 et 6 juillet

Créatives 2: 18 et 19 juillet

A woman is seated at a desk in a professional setting, possibly a laboratory or office. She is looking at a laptop screen which displays a website with various images of greenery and buildings. On the desk, there is an open book with a colorful diagram, a small bottle of essential oil, and a container holding many white sticks, likely for olfactory training. A red circular graphic is overlaid on the image, containing the text 'OLFA LEARNING NOUVEAUTÉ 2016'.

**OLFA LEARNING
NOUVEAUTÉ
2016**

La formation Cinquième Sens désormais accessible à distance

Chaque module de formation existant sera proposer dans un pack de formation comprenant l'outil pédagogique spécifique *Olfactorium*® associé à plusieurs séquences pour plus de souplesse dans votre apprentissage

Cinquième Sens souhaite apporter avec cette nouvelle approche une réponse aux exigences actuelles de la vie professionnelle.

Une solution pour permettre la montée en compétence rapide des collaborateurs tout en garantissant une expérience d'apprentissage souple.

Le plan de développement des modules se fera au fur et à mesure, tout au long de l'année 2016.

OlfaLearning à suivre sur www.cinquiemesens.com

Se former : quand on veut - où on veut - à son rythme

PARIS - Calendrier des stages inter-entreprises 2016

Janvier			Février			Mars			Avril			Mai			Juin		
1	V	Férié	1	L		1	M	MP Fond	1	V		1	D	Férié	1	M	
2	S		2	M	MP Fruitées	2	M	Expertise 4 jours	2	S		2	L		2	J	Perfectionnement
3	D		3	M		3	J		3	D		3	M		3	V	
4	L		4	J	Parf. conf. France	4	V		4	L		4	M		4	S	
5	M		5	V		5	S		5	M		5	J	Ascension	5	D	
6	M		6	S		6	D		6	M		6	V		6	L	
7	J		7	D		7	L		7	J	Parf. Conf. Monde	7	S		7	M	Formulation Orientale
8	V		8	L		8	M	MP Accessoires	8	V		8	D	Férié	8	M	
9	S		9	M	MP Fleuries	9	M		9	S		9	L		9	J	
10	D		10	M	Initiation 2 jours	10	J		10	D		10	M	Formulation Hespéridée - Fougère	10	V	
11	L		11	J		11	V		11	L		11	M		11	S	
12	M	Initiation chimie	12	V		12	S		12	M	Formulation Fruitée	12	J	Perfectionnement	12	D	
13	M		13	S		13	D		13	M		13	V		13	L	
14	J		14	D		14	L		14	J		14	S		14	M	Conseil Emotionnel
15	V		15	L		15	M	MP Tendances	15	V		15	D	Pentecôte	15	M	
16	S		16	M	MP Boisées	16	M		16	S		16	L		16	J	Top 10 monde
17	D		17	M		17	J	Collection HP	17	D		17	M	Initiation 2 jours	17	V	
18	L		18	J		18	V		18	L		18	M		18	S	
19	M	MP Hespéridées	19	V		19	S		19	M		19	J	Perfectionnement	19	D	
20	M		20	S		20	D		20	M		20	V		20	L	
21	J		21	D		21	L		21	J	Perfectionnement	21	S		21	M	Formulation Chyprée
22	V		22	L		22	M	Initiation labo	22	V		22	D		22	M	
23	S		23	M	MP Epicées	23	M		23	S		23	L		23	J	Lancements 1 ^{er} sem.
24	D		24	M	Un siècle de parfums	24	J	Tendances	24	D		24	M	Formulation Boisée	24	V	
25	L		25	J		25	V		25	L		25	M		25	S	
26	M	MP Aromatiques	26	V		26	S		26	M	Formulation Fleurie	26	J	Top 20	26	D	
27	M		27	S		27	D	Pâques	27	M		27	V		27	L	
28	J		28	D		28	L		28	J		28	S		28	M	
29	V		29	L		29	M	Formulation Soliflore	29	V		29	D		29	M	
30	S					30	M		30	S		30	L		30	J	
31	D					31	J					31	M	De l'idée au produit			

Juillet			Septembre			Octobre			Novembre			Décembre		
1	V		1	J		1	S		1	M		1	J	Lanc. synthèse année
2	S		2	V		2	D		2	M	MP Boisées	2	V	
3	D		3	S		3	L		3	J		3	S	
4	L		4	D		4	M	MP Aromatiques	4	V		4	D	
5	M	Formulation Créative 1	5	L		5	M		5	S		5	L	
6	M		6	M	Expertise 4 jours	6	J	Top 20	6	D		6	M	MP Accessoires
7	J		7	M		7	V		7	L		7	M	
8	V		8	J		8	S		8	M	Conseil Emotionnel	8	J	Perfectionnement
9	S		9	V		9	D		9	M		9	V	
10	D		10	S		10	L		10	J	Perfectionnement	10	S	
11	L		11	D		11	M	MP Fruitées	11	V	Férié	11	D	
12	M		12	L		12	M		12	S		12	L	
13	M		13	M	Initiation chimie	13	J	Parf. confid. monde	13	D		13	M	Expertise 4 jours
14	J	Férié	14	M	Un Siècle parfums	14	V		14	L		14	M	
15	V		15	J		15	S		15	M	MP Epicées	15	J	
16	S		16	V		16	D		16	M		16	V	
17	D		17	S		17	L		17	J	Lanc. 2 nd sem.	17	S	
18	L		18	D		18	M	MP Fleuries	18	V		18	D	
19	M	Formulation Créative 2	19	L		19	M		19	S		19	L	
20	M		20	M	MP Hespéridées	20	J	Collection HP	20	D		20	M	MP Tendances
21	J		21	M		21	V		21	L		21	M	
22	V		22	J	Parf. conf France	22	S		22	M		22	J	Perfectionnement
23	S		23	V		23	D		23	M		23	V	
24	D		24	S		24	L		24	J	Perfectionnement	24	S	
25	L		25	D		25	M	Initiation 2 jours	25	V		25	D	Férié
26	M		26	L		26	M		26	S		26	L	
27	M		27	M	De l'idée au produit	27	J	Top 10 monde	27	D		27	M	
28	J		28	M		28	V		28	L		28	M	
29	V		29	J	Tendances	29	S		29	M	MP Fond	29	J	
30	S		30	V		30	D		30	M		30	V	
31	D					31	L					31	S	

- Parcours intégration
- Parcours culture parfum
- Parcours technique

MP = matières premières

Séminaires d'été

Session A

du 22 au 26 août

Session B

du 29 août au 2 septembre

GRASSE - Calendrier des stages inter-entreprises 2016

Janvier			Février			Mars			Avril			Mai			Juin		
1	V	Férié	1	L		1	M	MP Hespéridées	1	V		1	D	Férié	1	M	
2	S		2	M	Initiation chimie	2	M		2	S		2	L		2	J	
3	D		3	M		3	J	Parf. Conf. Monde	3	D		3	M		3	V	
4	L		4	J	Perfectionnement	4	V		4	L		4	M		4	S	
5	M		5	V		5	S		5	M	MP Aromatiques	5	J	Ascension	5	D	
6	M		6	S		6	D		6	M		6	V		6	L	
7	J		7	D		7	L		7	J		7	S		7	M	MP Fleuries
8	V		8	L		8	M	De l'idée au produit	8	V		8	D	Férié	8	M	
9	S		9	M		9	M		9	S		9	L		9	J	
10	D		10	M		10	J	Perfectionnement	10	D		10	M	MP Fruitées	10	V	
11	L		11	J		11	V		11	L		11	M		11	S	
12	M	Expertise 4 jours	12	V		12	S		12	M		12	J	Top 10 monde	12	D	
13	M		13	S		13	D		13	M		13	V		13	L	
14	J		14	D		14	L		14	J		14	S		14	M	Lancements 1 ^{er} sem.
15	V		15	L		15	M	Conseil Emotionnel	15	V		15	D	Pentecôte	15	M	
16	S		16	M		16	M		16	S		16	L		16	J	
17	D		17	M		17	J		17	D		17	M		17	V	
18	L	Initiation 2 jours	18	J		18	V		18	L		18	M		18	S	
19	M		19	V		19	S		19	M	Un siècle de parfums	19	J		19	D	
20	M		20	S		20	D		20	M		20	V		20	L	
21	J		21	D		21	L		21	J		21	S		21	M	
22	V		22	L		22	M	Parf. conf. France	22	V		22	D		22	M	
23	S		23	M		23	M		23	S		23	L		23	J	
24	D		24	M		24	J	Perfectionnement	24	D		24	M		24	V	
25	L		25	J	Perfectionnement	25	V		25	L		25	M		25	S	
26	M	Tendances	26	V		26	S		26	M	Initiation 2 jours	26	J		26	D	
27	M		27	S		27	D	Pâques	27	M		27	V		27	L	
28	J	Collection HP	28	D		28	L		28	J		28	S		28	M	
29	V		29	L		29	M	Top 20	29	V		29	D		29	M	
30	S					30	M		30	S		30	L		30	J	
31	D					31	J					31	M				

Juillet			Septembre			Octobre			Novembre			Décembre		
1	V		1	J		1	S		1	M		1	J	
2	S		2	V		2	D		2	M		2	V	
3	D		3	S		3	L		3	J		3	S	
4	L		4	D		4	M	MP Fond	4	V		4	D	
5	M		5	L		5	M		5	S		5	L	
6	M		6	M	MP Epicées	6	J		6	D		6	M	MP Tendances
7	J		7	M		7	V		7	L		7	M	
8	V		8	J	Top 20	8	S		8	M	MP Accessoires	8	J	Parf. confid. monde
9	S		9	V		9	D		9	M		9	V	
10	D		10	S		10	L		10	J		10	S	
11	L		11	D		11	M	Perfectionnement	11	V	Férié	11	D	
12	M	MP Boisées	12	L		12	M		12	S		12	L	
13	M		13	M	Perfectionnement	13	J		13	D		13	M	Lanc. 2 nd sem.
14	J	Férié	14	M		14	V		14	L		14	M	
15	V		15	J	Collection HP	15	S		15	M		15	J	Lanc. synthèse année
16	S		16	V		16	D		16	M		16	V	
17	D		17	S		17	L		17	J	Tendances	17	S	
18	L		18	D		18	M		18	V		18	D	
19	M	Initiation 2 jours	19	L		19	M		19	S		19	L	
20	M		20	M		20	J		20	D		20	M	
21	J		21	M		21	V		21	L		21	M	
22	V		22	J		22	S		22	M	De l'idée au produit	22	J	
23	S		23	V		23	D		23	M		23	V	
24	D		24	S		24	L		24	J	Parf. conf France	24	S	
25	L		25	D		25	M	Perfectionnement	25	V		25	D	Férié
26	M	Un Siècle parfums	26	L		26	M		26	S		26	L	
27	M		27	M	Perfectionnement	27	J		27	D		27	M	
28	J		28	M		28	V		28	L		28	M	
29	V		29	J	Top 10 monde	29	S		29	M		29	J	
30	S		30	V		30	D		30	M		30	V	
31	D					31	L					31	S	

- Parcours intégration
- Parcours culture parfum
- Parcours technique

MP = matières premières

Séminaires d'été

Session A
du 27 juin au 1^{er} juillet

Session B
du 4 au 8 juillet

Vous êtes professionnel

Deux choix d'inscription :

Stage au calendrier

Un programme inter-entreprises où chacun peut s'inscrire individuellement aux stages en fonction de son niveau (voir calendrier).

Stage à la carte

Etude d'un thème spécifique à une entreprise dans le cadre de la formation continue. Stages personnalisés selon la durée dont vous disposez et les parfums de votre marque.

Vous êtes particulier

Tout stage peut être suivi par un particulier ou un étudiant :

Stage au calendrier

Dans le cadre d'une réorientation professionnelle ou par simple passion, vous pouvez vous inscrire à toute formation technique ou culturelle. Devis sur demande pour le cursus complet.

Stage à la carte

Stage personnalisé selon vos besoins et votre niveau.

Contacts

Paris

Isabelle Ferrand
CEO & Owner

T. +33 1 47 53 79 16
isabelle@cinquimesens.com

Grasse

Claire Lonvaud
Cinquième Sens - Grasse

M. +33 6 13 53 31 14
claire@cinquimesens.com

New York

Francis Hembert
Cinquième Sens Inc.

M. +33 6 87 68 30 17
francis@cinquimesens.com

Nos partenaires

la méthode Cinquième Sens est également distribuée à l'étranger

Italie

Maria Grazia Fornasier
Mouillettes & co

Phone: +39 0331 9713 72
mgfornasier@mouillettes-and-co.com

Shanghai

Sophie Zhang
Scent & Sensibility

Phone: +86 21 6111 6990
sophie@cinquimesens.com

Singapour

Sandy Blandin
Nose who Knows

Phone: +65 9230 7021
sandy@nosewhoknows.com

Brésil

Alessandra Tucci
Perfumeria Paralela

Phone: +55 11 3853 7576
aletucci@perfumerieparalela.com

Australie

Samantha Taylor
The Powder room

Phone: +61 422 351 611
samantha@thepowder-room.com

Colombie

Ana María Páez
Atelier Olfativo

Phone: +57 320 488 39 12
ana.paez@atelierolfativo.com

Tarifs professionnels 2016

/// Si vous êtes un particulier, contactez-nous

Stages	Thèmes	Durée	Outil	Tarif professionnel H.T.
Parcours intégration				
Initiation Parfums 2 jours	Initiation à la technique de la parfumerie et au langage des odeurs	2 jours	Avec 1 olf.	1 290 €
Perfectionnement olfactif	Etude des facettes suivantes : Hespéridée, Aromatique, Nouvelle Fraicheur, Vert Fleurie, Aldéhydée, Fruitée, Marin Epicé, Boisé, Gourmand, Poudré	4 jours	Avec 4 olf.	2 920 €
	Musqué, Oriental, Ambré, Chypre, Fougère, Cuir		Sans olf.	2 360 €
Parcours culture parfum				
Un siècle de parfums	Rétrospective du parfum depuis le début du XIX ^e siècle	2 jours	Avec 2 olf.	1 600 €
Tendances Olfactives	Étude des tendances olfactives des 3 dernières années	1 jour	Avec 1 olf.	800 €
Etude du Top 20	Étude olfactive des facteurs clés de succès du marché français	1 jour	Avec 1 olf.	800 €
Etude du Top 10 monde	Étude des préférences olfactives dans les pays du monde (étude sur 4 zones géographiques)	1 jour	Avec 1 olf.	800 €
Parfumerie confidentielle	Étude de l'univers émotionnel et olfactif des principales marques de niche françaises	1 jour	Avec 1 olf.	870 €
Tour du monde de la parfumerie confidentielle	Étude de l'univers émotionnel et olfactif des principales marques de niche dans le monde	1 jour	Sans olf.	670 €
Collection haute parfumerie	Étude de l'univers émotionnel et olfactif des collections privées	1 jour	Sans olf.	670 €
Lancements parfums	Étude olfactive et marketing de tous les lancements de l'année	1 jour	Avec 1 olf.	800 €
Conseil émotionnel	Maîtrise des compétences clés pour un conseil émotionnel dans la vente du parfum	2 jours	Sans olf.	1 300 €
De l'idée au produit	Présentation des étapes clés du développement d'un parfum, de l'idée au flacon	1 jour	Sans olf.	670 €
Parcours technique				
Expertise Parfums 4 jours	Expertise de la technique de la parfumerie et du langage des odeurs	4 jours	Avec 2 olf.	2 450 €
Initiation à la chimie des parfums	Quelques notions de chimie appliquées à la parfumerie	1 jour	Sans olf.	580 €
Les Matières Premières étude par famille	Hespéridée / Fruitée / Aromatique Fleurie / Epicée / Boisée / Notes de fond Notes accessoires / Tendances	9 jours	Avec 9 olf.	760 € par jour soit 6 840 € au total
Initiation laboratoire & Contrôle Qualité	Appréhender les notions de laboratoire et de contrôle qualité	1 jour	Sans olf.	580 €
Atelier de formulation des familles de parfum	Soliflore / Fleurie / Fruitée / Fougère- Hespéridée / Chyprée / Orientale / Boisée / Créative 1 / Créative 2	9 sessions de 2 jours	Sans olf.	1 260 € par session de 2 jours
Séminaires d'été	Immersion dans l'univers de la parfumerie Session A	5 jours	Avec 2 olf. Sans olf.	1 900 € 1 620 €
	Immersion dans l'univers de la parfumerie Session A + B	10 jours	Avec 2 olf. Sans olf.	3 620 € 3 200 €

Formation professionnelle des salariés

Durant leur vie professionnelle, les salariés ont accès un certain nombre de dispositifs leur permettant de se former à un autre métier, d'accéder à une qualification, de bénéficier de compétences nouvelles. Cinquième Sens ayant un numéro de déclaration d'activité enregistrée auprès du ministère du travail, toutes les formations peuvent être prises en charge dans le cadre du plan de formation de votre société.

Numéro Déclaration d'Existence : 22 60 0022760 depuis 1983.

À compter du 1er janvier 2015, le compte personnel de formation (CPF) remplace le Droit individuel à la formation.

Ce nouveau dispositif représente **un crédit d'heures** qui peut être mobilisé par le titulaire du compte afin de suivre, **à son initiative**, une formation **prioritairement qualifiante**.

C'est un **droit attaché à la personne, et non à son statut**. Une fois que les heures ont été capitalisées, elles restent comptabilisées au titre du CPF jusqu'à ce qu'elles soient réellement utilisées pour faire de la formation.

Le crédit d'heure reste donc **intégralement transférable**, même en cas de changement de situation: changement d'employeur, de contrat de travail, de perte de travail...

Le CIF (congrés individuel à la formation)

Nous vous proposons un programme sur-mesure, en formation discontinuée, à temps partiel. Vous pouvez continuer à travailler et vous former à votre rythme pour compléter vos connaissances, « monter » en compétences dans votre métier.

Le programme couvrira un parcours découverte ; culture et histoire du parfum ainsi qu'un socle important sur l'expertise parfum. Des modules « atelier de création » et « formulation » accompagnés d'évaluations pour mesurer votre évolution, seront construits sur la base de votre rythme personnel d'apprentissage du cursus.

Prise en charge pour les particuliers

Dans le cadre d'un « autofinancement », nous proposons une gamme de prix spécifique pour les particuliers (nous consulter).

Conditions générales de vente

Déjeuners inclus pour les stages inter-entreprises. Modalités d'inscription: un acompte de 50 % vaut inscription pour les particuliers, le bulletin d'inscription fait foi pour les professionnels. Le nombre de participants n'excède pas 12 afin d'assurer une pédagogie de qualité, sauf situations spécifiques. Nous nous réservons le droit de modifier les dates de sessions. Il est demandé aux participants de ne pas se parfumer les jours de formation. Possibilité d'assurer les cours en anglais et en cours particulier (sur demande). Toute inscription annulée moins de 15 jours avant la session sera facturée. Tout stage commencé est dû en entier. Paiement à 30 jours maximum. Les convocations et conventions sont envoyées une semaine avant le début du stage. Horaires de formation : de 9h30 à 17h30. Les conventions peuvent être administrées en pluriannuel. Remise d'un certificat de stage reconnu par la profession sur demande.



Nos références

L'Artisan Parfumeur
Annick Goutal
Arcade
Azzaro
Bourjois
Bulgari
Beauty Success
Beauté Prestige International
By Terry
Carita
Caron
Cartier
Chanel
Christian Dior
Clarins
Coty
Diptyque
Drom
Douglas
Ecole Peyrefitte
Elizabeth Arden
Jardinerie Delbard
Firmenich
Givaudan
Givenchy
Guerlain
Hanae Mori
Hermès
IFF
Interparfums
Kenzo
Jardin de France
Lacoste
La Prairie
Lanvin
L'Oréal
Lascad
Le Bon Marché
Le Printemps
Lolita Lempika
L'Occitane
Mane
Marionnaud
Narciso Rodriguez
Nina Ricci
Jean Patou
Orlandi
Parfums de Rosine
Parfums d'Orsay
Patricia de Nicolaï
Penhaligon's
Puig
Prestige & Collections
Procter & Gamble
Réminiscence
Rochas
Thierry Mugler
Takasago
Roger & Gallet
Sephora
Shiseido
Siadep Lens
Symrise
Synarome
Van Cleef & Arpels
Yves Saint Laurent
Yves Rocher

18, Rue de Montessuy

75007 Paris

Tél : 01 47 53 79 16

messages@cinquimesens.com

www.cinquimesens.com



CINQUIÈME SENS

éveille vos émotions