

Les domaines d'activités A1, A2, A3 et A4 constituent les fondements du métier de *Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*, communs aux trois secteurs concernés. Ils se traduisent en 4 blocs de compétences composant le tronc commun de la certification. Afin de couvrir l'ensemble des compétences visées par les différents emplois repères visés par la certification, 3 blocs optionnels correspondant à une spécialisation dans chacun des secteurs concernés sont proposés.

L'obtention de la certification est conditionnée par :

- La validation des 4 blocs de compétences constituant le tronc commun
  - Réaliser une veille sur les évolutions règlementaires, les innovations technologiques et les tendances de consommation dans le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique – **compétences C.1.1.1 à C.1.4.2**
  - Concevoir un projet de création ou d'évolution d'un produit parfum-cosmétique-arôme – **compétences C.2.1.1 à C.2.3.1**
  - Piloter le développement et la validation de produits parfum-cosmétique-arôme sur les plans technique, réglementaire, qualité et sensoriel – **compétences C.3.1.1 à C.3.4.3**
  - Manager les équipes impliquées dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme – **compétences C.4.1.1 à C.4.4.1**
- La validation d'un bloc de compétences optionnel parmi les 3 constituant une spécialisation
  - Créer la formule d'un parfum – **compétences C.5-I.1.1 à C.5-I.4.2**
  - Créer la formule d'un produit cosmétique – **compétences C.5-II.1.1 à C.5-II.4.2**
  - Créer la formule d'un arôme – **compétences C.5-III.1.1 à C.5-III.4.2**

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A.1 Réalisation d'une veille sur les évolutions règlementaires, les innovations technologiques et les tendances de consommation dans le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique</b></p> <p>A.1.1 La structuration et l'organisation d'une démarche de veille et d'investigation concernant les dimensions technologiques, socio-économiques et règlementaires du secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique</p>	<p>C.1.1.1 Structurer une méthode de veille et d'investigation dans les multiples champs ayant un impact sur le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique, en définissant le périmètre des recherches et en organisant les modalités de recueil et de traitement des informations au moyen des technologies digitales ou autres, afin de repérer les évolutions en lien avec son activité.</p> <p>C.1.1.2 Sélectionner les sources et ressources d'information à exploiter dans le cadre d'une veille technologique, socio-économique et réglementaire dans le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique, en vérifiant leur pertinence, leur fiabilité et</p>	<p>Toutes les compétences du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p><b>Deux rapports de recherche, l'un orienté « consommateur » et l'autre « technique » sur l'identification d'innovations et d'évolutions dans le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de</b></p>	<p>- Le périmètre d'étude et de recherche est précisément délimité autour d'une problématique clairement définie.</p> <p>- La problématique définie cible des enjeux réels pour l'entreprise parfum-cosmétique-arôme sur le plan socio-économique, technologique et réglementaire.</p> <p>- Les investigations sont conduites selon une méthodologie établie, dont le choix est justifié et argumenté au regard de la problématique posée.</p> <p>- La sélection des sources et ressources d'information permet la</p>

**École supérieure de la production de la mode et du luxe**

*Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*

	leur actualité, afin de disposer de données garantissant la qualité des analyses à produire.	<b>l'aromatique</b> , présentant des préconisations et s'appuyant sur :	disposition de données fiables, significatives, recoupées et actuelles.
A.1.2 La consultation d'études de marché dans le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique, et l'identification des tendances en émergence en matière d'attentes, d'usages et de consommation	<p>C.1.2.1 Analyser les résultats des études internes ou externes produites dans le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique (enquêtes consommateurs, études de marché, analyse concurrentielle...), en interprétant les données restituées selon une méthode scientifique et rigoureuse, afin de comprendre les attentes, motivations et usages des consommateurs en fonction de leurs caractéristiques socio-culturelles et de leur localisation géographique.</p> <p>C.1.2.2 Identifier les tendances en émergence dans la consommation de produits parfum-cosmétique-arôme sur les marchés au niveau mondial, en qualifiant l'évolution des usages et attentes en matière de préférence, de distinction et de prise en compte des enjeux sociétaux et environnementaux, afin d'en tenir compte dans l'élaboration et l'évolution des produits.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- l'analyse et l'interprétation d'une ou plusieurs études de marché,</li> <li>- les résultats d'études scientifiques liées à un produit, un ingrédient ou à une technique,</li> <li>- l'analyse des dispositions réglementaires propres à une zone géographique.</li> </ul> <p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Étude de cas fondé sur une problématique réelle ou fictive Travail individuel Production écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'analyse des données socio-économique est menée selon une méthode éprouvée permettant de garantir la fiabilité des interprétations.</li> <li>- Les principales tendances et évolutions de consommation propres au segment de marché étudié sont identifiées.</li> <li>- Les attentes de segments de consommateurs en matière de préférences, de valeur, de prise en compte du développement durable... sont définies et qualifiées.</li> <li>- Les réponses des entreprises concurrentes et les innovations mises sur le marché en réponse au renouvellement des tendances sont analysées et leurs forces et faiblesses respectives sont qualifiées.</li> </ul>
A.1.3 La consultation des expérimentations et publications scientifiques dans le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique, et l'identification des innovations technologiques	<p>C.1.3.1 Exploiter des publications scientifiques dans le champ des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique, en analysant les résultats des études et expérimentations produites par d'autres services de recherche, afin d'identifier les innovations du secteur en matière d'ingrédients, de composition, de méthodes de conception et de développement.</p> <p>C.1.3.2 Evaluer le potentiel des innovations technologiques repérées dans le champ des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique, en analysant leurs bénéfices possibles au regard du positionnement, de la gamme de produits et des méthodes de son entreprise, afin de déterminer leur</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les sources documentaires scientifiques mobilisées sont analysées avec une rigueur et un niveau de compréhension complexe garantissant la fiabilité des interprétations.</li> <li>- Les innovations en matière d'ingrédients, de composition, de méthodes sont mises en exergue.</li> <li>- Les innovations repérées sont évaluées et leur potentiel du point créatif, technique et économique sont qualifiés.</li> <li>- Les potentialités des innovations repérées sont présentées de façon convaincante et argumentée.</li> </ul>

	<p>opportunité en vue de proposer leur appropriation ou leur adaptation par son entreprise.</p>		
<p>A.1.4 Le repérage des évolutions réglementaires et normatives dans le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique au niveau national et international, et la détermination de leurs modalités de prise en compte pour l'entreprise et ses clients</p>	<p>C.1.4.1 Suivre l'actualité des réglementations et normes concernant le secteur des cosmétiques, de la parfumerie et de l'aromatique au niveau national et international, en s'appuyant, le cas échéant, sur les services juridiques de son entreprise, afin de repérer toute évolution ayant un impact sur la création et l'évolution des produits.</p> <p>C.1.4.2 Evaluer l'impact des évolutions réglementaires et normatives repérées, en identifiant leurs incidences concernant la conception, le développement et la mise sur le marché de produits parfum-cosmétique-arôme, afin de déterminer les conditions de mise en conformité à opérer.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les dispositions réglementaires et législatives applicables sur la zone géographique étudiée sont identifiées de façon exhaustive.</li> <li>- Les dernières évolutions des règlements et lois applicables sur la géographie étudiée sont repérées.</li> <li>- Les contraintes et obligations découlant du contexte réglementaire et normatif sont identifiées grâce à une interprétation correcte des textes en vigueur.</li> <li>- L'incidence pour l'entreprise des contraintes et obligations évolutives identifiées en matière de conception et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme est présentée de façon précise et des mesures pour y répondre sont proposées.</li> </ul>
<p><b>A.2 Conception du projet de création ou d'évolution d'un produit parfum-cosmétique-arôme</b></p> <p>A.2.1 L'analyse de la demande client et l'établissement des documents de référence du projet de création ou d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme</p>	<p>C.2.1.1 Analyser la demande exprimée par un client concernant la création ou l'évolution d'un produit parfum-cosmétique-arôme, en l'aidant à clarifier la formulation de ses attentes, motivations et objectifs, afin de définir de façon concertée la nature de ses besoins et le cadre du projet à conduire.</p> <p>C.2.1.2 Définir le système de contraintes du projet de création ou d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme, en établissant les caractéristiques propres à l'univers de la marque du client et ceux de la cible consommateur, et en identifiant les limites imposées par les moyens financiers du client et ses impératifs de délai, afin de co-construire son cahier des charges.</p> <p>C.2.1.3 Traduire le cahier des charges du client en brief technique, en spécifiant la nature et les attendus du</p>	<p>Toutes les compétences du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p align="center"><b>Un projet de création ou d'évolution d'un produit parfum-cosmétique-arôme,</b> restitué par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le cahier des charges et le brief technique du produit à créer, sur la base de l'analyse d'une demande client et la définition des caractéristiques de son univers,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les informations nécessaires à la compréhension et l'analyse de la demande client sont identifiées, collectées et traitées.</li> <li>- Le contexte de la demande client, ses objectifs et attentes sont définis et exprimés en tant que besoin.</li> <li>- Les contraintes imposées par la demande client, concernant les caractéristiques du produit à développer, la prise en compte de son positionnement, la cible de consommateurs visés et les impératifs financiers et temporels à respecter sont précisément recensées et définies au sein d'un cahier des charges structuré</li> </ul>

**École supérieure de la production de la mode et du luxe**

*Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*

	<p>produit parfum-cosmétique-arôme à créer ou faire évoluer, afin de mettre à la disposition des professionnels à impliquer dans le projet un cadre de référence clair et commun.</p> <p>C.2.1.4 Evaluer les conditions de faisabilité du produit parfum-cosmétique-arôme, en tenant compte de l'ambition et des contraintes du client et en anticipant les problématiques pouvant se poser au niveau de sa conception et de son industrialisation, afin de définir une organisation et une mobilisation de moyens techniques adaptées et correctement dimensionnées.</p>	<p>- l'organisation et la planification du projet de création du produit et de sa faisabilité tenant compte des contraintes de délai et de l'évaluation de la charge de travail collective,</p> <p>- la définition des moyens techniques à mobiliser dans le cadre du projet de création de produit,</p> <p>- les modalités et outils de pilotage du projet de création du produit.</p>	<p>et correspondant aux standards professionnels.</p> <p>- Le cahier des charges est traduit dans un brief technique à destination des professionnels à impliquer sur le projet ; le brief expose les spécifications attendues concernant le produit à créer/développer.</p> <p>- Les conditions de faisabilité du projet en termes d'organisation, de méthodes et de moyens techniques à mobiliser sont définies en tenant compte des contraintes imposées par le client et de son ambition.</p>
<p>A.2.2 L'organisation et la planification des phases et conditions de conception, développement et fabrication du produit parfum-cosmétique-arôme</p>	<p>C.2.2.1 Déterminer les différentes phases et étapes du projet de création ou d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme, en précisant leurs objectifs respectifs et en prévoyant les moyens à y allouer, afin de rationaliser leur mise en œuvre selon une articulation cohérente.</p> <p>C.2.2.2 Planifier la mise en œuvre du projet de création ou d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme, en évaluant la charge de travail nécessaire à chacune de ses étapes et en tenant compte des impératifs de délai imposés par le client, afin de minorer tout risque de retard dans la perspective de sa mise sur le marché.</p>	<p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail collectif Production écrite et orale</p>	<p>- Le projet est décomposé en phases et étapes successives, articulées de façon logique et cohérente, dans le respect des principes et méthodes de travail dans le secteur de la parfumerie, de la cosmétique ou des arômes.</p> <p>- Les objectifs attachés aux différentes phases du projet en matière de progression et de livrable sont clairement spécifiés, réalistes et leur atteinte est vérifiable.</p> <p>- La planification de la mise en œuvre du projet repose sur une estimation juste et réaliste de la charge de travail et des efforts afférents à ses différentes étapes.</p> <p>- Les échéances fixées sont réalisables et permettent d'éviter la survenue de tout retard ou d'en minorer les effets grâce à des études de scénarios.</p>

<p>A.2.3 Le choix des modalités et outils de pilotage du projet de création ou d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme</p>	<p>C.2.3.1 Définir les modalités de suivi et de pilotage du projet de création ou d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme, en choisissant les outils et conditions de <i>reporting</i> permettant d'assurer la maîtrise des processus et la conduite des actions à mener.</p>		<p>- Les outils de pilotage choisis et constitués permettent un suivi et une évaluation continus du projet, ainsi que la détection et l'anticipation des risques de toute nature pouvant en affecter le déroulement. - Les outils choisis et constitués sont digitalisés.</p>
<p><b>A.3 Suivi du développement et validation de produits parfum-cosmétique-arôme sur les plans technique, réglementaire, qualité et sensoriel</b></p> <p>A.3.1 L'ordonnancement des étapes de validation et de contrôle qualité du produit parfum-cosmétique-arôme</p>	<p>C.3.1.1 Organiser les différentes étapes de validation du produit parfum-cosmétique-arôme à fabriquer, en ordonnant leur mise en œuvre et en définissant les méthodes d'études scientifiques et les types de contrôle qualité à appliquer en fonction de la réglementation et des usages propres à son entreprise (BPL et BPF, notamment), afin de garantir un résultat conforme aux attentes du client, aux standards de l'entreprise et aux exigences normatives et réglementaires.</p> <p>C.3.1.2 Définir les modalités de recueil et de transmission des données aux différentes étapes du processus de validation du produit parfum-cosmétique-arôme, afin de garantir le partage et la mise à disposition des informations nécessaires au contrôle et à la réussite du développement en direction de tous les acteurs impliqués.</p>	<p>Toutes les compétences du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p><b>La présentation des étapes de développement et de validation d'un produit parfum-cosmétique-arôme, dans le respect des exigences réglementaires et des normes qualité</b>, restituée par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'organisation du suivi,</li> <li>- les outils de suivi,</li> <li>- les résultats d'analyse sensorielle,</li> <li>- les documents exigés réglementairement pour la mise sur le marché du produit,</li> <li>- la liste des caractéristiques, dénominations et, le cas échéant, des allégations du produit,</li> <li>- les préconisations pour la présentation du produit (<i>packaging</i>, argumentaire marketing).</li> </ul>	<p>- Les étapes de validation et de contrôle du produit durant son processus de développement sont établies et organisées dans le respect de la réglementation et des standards de qualité de l'entreprise, notamment concernant les BPF et BPL. - Les outils de suivi associés à la validation et au contrôle du produit durant son processus de développement permettent d'en optimiser la réussite par le partage des informations auprès des différents professionnels impliqués.</p>
<p>A.3.2 Le suivi, l'évaluation et la validation du développement du produit parfum-cosmétique-arôme, dans le respect des exigences normatives et réglementaires en matière de qualité et de développement durable</p>	<p>C.3.2.1 Déterminer les ajustements à apporter à la formule du produit parfum-cosmétique-arôme selon un processus itératif, en identifiant avec les professionnels impliqués les causes des inefficiences constatées et les solutions permettant d'y remédier, afin de parvenir à un produit stable et correspondant aux spécifications du cahier des charges et aux impératifs de développement durable.</p> <p>C.3.2.2 Evaluer la performance de la formulation du produit parfum-cosmétique-arôme et de ses composants, en interprétant les résultats des tests physico-chimiques et chromatographiques et en</p>		<p>- La mise en œuvre des différents contrôles et tests permet de vérifier la validité de la formule après, le cas échéant, constat, identification des causes et correction des inefficiences. - L'interprétation des tests physico-chimique est juste et permet de vérifier et d'attester la performance de l'ensemble des tests de la formule, en matière de qualité, de stabilité et de respect des ingrédients et de leur dosage.</p>

## École supérieure de la production de la mode et du luxe

*Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*

	<p>vérifiant la qualité de ses matières premières et sa stabilité, afin de le valider ou d'identifier les corrections à y apporter.</p> <p>C.3.2.3 Contrôler ou valider la compatibilité de la formule avec les composants de l'emballage (packaging) du produit parfum-cosmétique-arôme, en s'assurant de sa conservation et de la sauvegarde de ses propriétés, afin de vérifier l'industrialisation de la formule dans le respect des attentes du client.</p> <p>C.3.2.4 Contrôler la conformité de la composition du produit parfum-cosmétique-arôme, en vérifiant la légalité de ses ingrédients, de leur dosage et de leurs interactions au regard des réglementations et/ou certifications en vigueur selon les pays destinataires, afin de permettre sa mise sur le marché et de garantir la sécurité du consommateur final.</p>	<p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Étude de cas d'entreprise réel ou fictif Travail collectif Production écrite et orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La réaction de la formule avec son contenant (emballage) est analysée et sa compatibilité est mesurée en vue de son industrialisation et de sa mise sur le marché.</li> <li>- La mise en œuvre des différents contrôles et tests permet de garantir la conformité de la composition de la formule, le respect des exigences réglementaires (concernant les ingrédients et leur dosage) et celles en lien avec les exigences de développement durable.</li> </ul>
<p>A.3.3 L'élaboration et le pilotage de la mise en œuvre de l'analyse sensorielle du produit parfum-cosmétique-arôme</p>	<p>C.3.3.1 Définir le protocole d'analyse sensorielle du produit parfum-cosmétique-arôme à mettre en œuvre, en choisissant les méthode(s) et approche(s) appropriées au regard de ses spécificités et des moyens à disposition, afin de permettre l'évaluation de ses qualités organoleptiques et de vérifier l'adéquation de ses caractéristiques avec les objectifs du cahier des charges.</p> <p>C.3.3.2 Superviser la réalisation des différents tests d'analyse sensorielle du produit parfum-cosmétique-arôme mis en œuvre, en s'assurant du respect du cadre méthodologique prescrit et en veillant à leur bon déroulement, afin de disposer de mesures suffisantes pour apprécier ses caractéristiques, issues d'approches qualitatives/quantitatives et objectives/subjectives.</p> <p>C.3.3.3 Analyser les résultats des tests d'analyse sensorielle du produit parfum-cosmétique-arôme, en interprétant les données collectées et en mesurant</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le protocole et la méthode d'analyse sensorielle choisis sont justifiés en fonction des objectifs ciblés et des moyens à disposition.</li> <li>- Les profils des panélistes à mobiliser sont clairement définis et ceux-ci sont cohérents au regard de la méthode et des objectifs d'analyse sensorielle retenus.</li> <li>- La mise en œuvre des séances d'analyse sensorielle est opérée dans le respect du protocole et du cadre méthodologique prescrits, afin de garantir la fiabilité des résultats.</li> <li>- Les résultats de l'analyse sensorielle sont examinés et interprétés avec rigueur et les écarts avec les objectifs attendus (concernant les propriétés organoleptiques du produit) sont identifiés, mesurés et qualifiés.</li> </ul>

**École supérieure de la production de la mode et du luxe**

*Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*

	l'atteinte ou les écarts avec les objectifs attendus sur le plan organoleptique, afin de déterminer, les adaptations à y apporter et/ou de le valider pour industrialisation.		
A.3.4 La participation à l'élaboration et la formalisation des documents techniques et supports de communication et de présentation du produit parfum-cosmétique-arôme	<p>C.3.4.1 Superviser la collecte, l'organisation et la formalisation synthétisée des informations relatives au produit parfum-cosmétique-arôme développé, en veillant à leur fiabilité, à leur exactitude et à leur suffisance au regard des exigences imposées par la réglementation, afin de constituer la documentation nécessaire à sa mise sur le marché et à l'accomplissement d'éventuels contrôles par les autorités sanitaires.</p> <p>C.3.4.2 Etablir les allégations pouvant être portées à la connaissance des consommateurs sur l'étiquetage du produit parfum-cosmétique-arôme, en veillant à leur conformité avec la réglementation en vigueur, afin de leur garantir une information utile, compréhensible et fiable, permettant un choix et une prise de décision d'achat éclairée.</p> <p>C.3.4.3 Participer aux choix de mise en présentation du produit parfum-cosmétique-arôme auprès du consommateur final, en opérant des préconisations intégrant les principes de développement durable concernant son packaging et en traduisant ses propriétés organoleptiques dans un vocabulaire accessible à tous, afin de le valoriser et d'assurer la cohérence et l'unité entre le contenant et le contenu.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le dossier technique de présentation du produit est complet, conforme aux exigences règlementaires, et les informations qu'il stipule sont exactes et suffisantes.</li> <li>- La liste des allégations concernant le produit et à destination du consommateur est établie dans le respect de la réglementation et du devoir de transparence et d'information vis-à-vis du public.</li> <li>- Les propositions de présentation du produit concernant les messages à transmettre au public permettent de valoriser ses caractéristiques et sa singularité, en conciliant la clarté du propos et la véracité scientifique des assertions.</li> <li>- Les propositions de packaging concilient valorisation (adéquation du contenant et du contenu, dans le respect du positionnement de la marque), économie (conditionnement, transport...) et impératif de développement durable (matériaux de l'emballage, caractère recyclable, réutilisable...).</li> </ul>
<p><b>A.4 Management des équipes impliquées dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme</b></p> <p>A.4.1 L'évaluation et la mobilisation des moyens humains nécessaires à la réalisation du projet de création ou</p>	<p>C.4.1.1 Identifier les compétences internes/externes à mobiliser dans le cadre du projet de création ou d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme, en tenant compte des besoins générés par ses étapes de conception et de développement au regard de la spécificité et la complexité du produit concerné, afin de déterminer les profils de professionnels à impliquer.</p>	Toutes les compétences du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les compétences nécessaires à la mise en œuvre du projet sont identifiées et définies, dans le respect des contraintes et exigences imposées par la demande client et tenant compte des spécificités du produit à créer/développer.</li> </ul>

**École supérieure de la production de la mode et du luxe**

*Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*

<p>d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme</p>	<p>C. 4.1.2 Constituer l'équipe de professionnels à impliquer dans le projet de création ou d'évolution du produit parfum-cosmétique-arôme, en sélectionnant les profils et, le cas échéant, les prestataires correspondant à ses besoins, afin de disposer des ressources suffisantes et correctement dimensionnées.</p>	<p><b>Les modalités de coordination et de management d'une équipe projet</b>, présentant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'équipe de travail constituée,</li> <li>- l'organisation du travail et l'attribution des responsabilités, tâches et activités aux membres du collectif,</li> <li>- l'animation de l'équipe de travail par le biais de mises en situation simulées (conduite de réunion et entretien d'évaluation),</li> <li>- l'évaluation bilan du travail produit individuellement et collectivement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les compétences définies sont traduites en profils professionnels à mobiliser.</li> <li>- Les professionnels à mobiliser, internes ou externes à l'entreprise, sont spécifiés de façon exhaustive.</li> <li>- L'équipe constituée est correctement dimensionnée par rapport aux besoins du projet.</li> </ul>
<p>A.4.2 L'organisation et la définition du cadre de travail des équipes impliquées dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme</p>	<p>C.4.2.1 Structurer le travail des équipes impliquées dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme, en définissant le fonctionnement et l'organisation du collectif et en établissant les règles, procédures et modes d'interrelations et d'interactions de ses membres, afin d'ordonner et d'optimiser les productions individuelles et collectives.</p> <p>C.4.2.2 Organiser le travail assigné aux différents membres des équipes projets, en définissant leur champ d'action, attribution et niveau de responsabilité respectifs et en leur communiquant les objectifs assignés individuellement et collectivement.</p> <p>C.4.2.3 Déterminer les dispositions particulières et aménagements de poste de travail de collaborateurs en situation de handicap, en concertation avec le service RH de l'entreprise, en tenant compte de leurs besoins spécifiques et en y apportant des réponses suffisantes, afin de permettre leur implication et leur contribution au collectif de travail en autonomie.</p>	<p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Étude de cas et mises en situation professionnelles reconstituées Travail individuel Production écrite et orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les rôles, missions, périmètres et niveaux de responsabilité de chaque collaborateur sont définis.</li> <li>- Les règles de fonctionnement de l'équipe sont établies avec clarté.</li> <li>- Les objectifs individuels et collectifs sont précisés et mesurables qualitativement et quantitativement.</li> <li>- Le mode de fonctionnement de l'équipe est inclusif et des dispositifs sont prévues pour permettre le maintien en emploi des collaborateurs en situation de handicap.</li> </ul>
<p>A.4.3 L'encadrement et l'animation des collectifs de travail impliqués dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme</p>	<p>C.4.3.1 Définir un mode d'encadrement adapté à la pluralité des professionnels impliqués dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme, en choisissant des techniques et modalités de management favorisant la participation et l'intelligence collective, afin d'établir un climat propice à</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La posture managériale tient compte de la culture et des valeurs de l'entreprise, ainsi que des usages y prévalant sur le plan interpersonnel et hiérarchique.</li> <li>- Le mode de management mis en œuvre est fédérateur, adapté aux</li> </ul>

**École supérieure de la production de la mode et du luxe**

*Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*

	<p>la collaboration, à la motivation et l'implication des individus.</p> <p>C.4.3.2 Animer des réunions de travail avec les membres des équipes impliquées dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme, en définissant au préalable leur objet, format et mode de conduite, et en mettant en place les conditions permettant à chacun de s'exprimer et de participer aux réflexions collectives, afin d'assurer le suivi et la coordination des projets engagés.</p> <p>C.4.3.3 Encadrer le travail accompli individuellement et collectivement par les membres des équipes impliquées dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme, en s'assurant du respect des consignes et des exigences de qualité, coût et délai et en exerçant une fonction de conseil dans la résolution des problèmes d'ordre technique ou interpersonnel rencontrés, afin de garantir l'atteinte des objectifs définis et la cohésion du collectif.</p>		<p>caractéristiques et spécificités des collaborateurs.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les techniques de management mises en œuvre permettent de favoriser l'engagement et l'implication des membres de l'équipe et de conduire les actions en capitalisant sur l'intelligence collective du groupe.</li> <li>- Une posture de conseil est mise en œuvre pour accompagner ses collaborateurs dans la résolution de leurs difficultés techniques et/ou relationnelles.</li> </ul>
<p>A.4.4 L'évaluation des membres de son équipe et la contribution à leur professionnalisation et montée en compétences au regard des évolutions du secteur des cosmétiques, de la parfumerie et des arômes</p>	<p>C.4.4.1 Accompagner les membres de son équipe impliqués dans les projets de création et de développement de produits parfum-cosmétique-arôme dans leur évolution professionnelle, en produisant de façon concertée l'évaluation de leur travail et l'identification de leurs atouts et marges de progrès, afin de définir les mesures à mettre en œuvre pour favoriser leur montée en compétences et optimiser leur adaptation à leur poste de travail.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'évaluation du collaborateur est objective et fondée sur des indicateurs factuels.</li> <li>- Les aspirations du collaborateur sont prises en compte dans l'identification de ses possibilités ou nécessités d'évolution.</li> <li>- Les marges de progrès du collaborateur sont qualifiées et mises en relation avec l'évolution des compétences rendue nécessaire par les innovations concernant les produits et leurs modes de création et de développement.</li> </ul>

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A.5-I Création de la formule d'un parfum</b></p> <p>A.5-I.1 L'examen du brief technique cadrant la création et le contexte de réalisation d'un parfum</p> <p><i>L'opération est généralement réalisée en relation avec les services marketing ou commerciaux, transmetteurs de la demande client.</i></p> <p><i>Le parfum peut être une fine fragrance ou destiné à entrer dans la composition d'un produit cosmétique, d'un produit ménager ou d'un produit d'ambiance.</i></p>	<p>C.5-I.1.1 Analyser le brief technique restituant une demande client pour la création d'un parfum, en évaluant les contraintes internes (coût et délai de réalisation) et externes (règlementations et certifications en vigueur dans les pays de destination) à prendre en compte, afin de choisir la méthode et de cadrer le processus de création à mettre en œuvre.</p> <p>C.5-I.1.2 Interpréter le brief technique restituant une demande client pour la création d'un parfum, en tenant compte des caractéristiques de son univers et en traduisant les attentes, spécifications et objectifs exprimés en sensations olfactives dans des termes précis et selon un vocabulaire professionnel, afin de dégager les premières orientations à prendre dans le travail de création.</p>	<p>Toutes les compétences du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p><b>Plusieurs propositions pour la création ou l'évolution d'un parfum, réalisées à partir de :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'analyse du brief technique restituant la demande exprimée par un client,</li> <li>- une phase de recherche, d'exploration et d'élaboration.</li> </ul> <p><b>Les propositions sont présentées oralement dans le cadre d'une mise en situation professionnelle fictive reconstituant une réunion de validation avec un client.</b></p> <p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée  Travail individuel  Production écrite (argumentaire de formulation), concrète</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les contraintes internes et externes devant être prises en compte pour la formulation du parfum et son processus de création sont identifiées et qualifiées.</li> <li>- Les attentes du client et spécifications liées au parfum à créer sont traduites fidèlement et dans un langage spécialisé en matière d'émotions et de sensations olfactives.</li> </ul>
<p>A.5-I.2 L'organisation et la conduite d'explorations de matières premières et de combinaisons pouvant correspondre aux sensations olfactives et à l'émotion décrites dans le brief technique du parfum à créer</p>	<p>C.5-I.2.1 Identifier les types ou familles d'ingrédients (matières aromatiques, huiles essentielles et solvants) pouvant entrer dans la composition du parfum et correspondant aux sensations et émotions attendues, en s'appuyant sur sa connaissance des matières premières, de leurs caractéristiques, de leurs propriétés et de leurs interactions, afin de définir les pistes de recherche à explorer.</p> <p>C.5-I.2.2 Conduire des recherches ciblées au sein de différentes bases de données (interne, client, publique) recensant ingrédients et formules de parfums, en analysant leurs spécificités et en évaluant leur intérêt au regard de la demande client, afin d'y trouver motifs d'inspiration pour l'enrichissement de ses perspectives créatives et/ou d'identifier des bases à réutiliser.</p>	<p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée  Travail individuel  Production écrite (argumentaire de formulation), concrète</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les recherches sont opérées en cohérence avec le choix de la méthode de création retenue.</li> <li>- Des recherches sont opérées au sein de bases existantes et permettent l'enrichissement des pistes à explorer pour répondre aux attentes du client.</li> <li>- Les premières orientations dans le choix des ingrédients du parfum tiennent compte des exigences imposées par les émotions recherchées et le cadre réglementaire.</li> </ul>

### École supérieure de la production de la mode et du luxe

Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes

<p>A.5-I.3 L'élaboration de la formule d'un parfum intégrant des principes d'écoconception et satisfaisant les exigences de développement durable</p>	<p>C.5-I.3.1 Expérimenter de façon conceptuelle, empirique et itérative différentes matières premières et combinaisons associant notes de tête, de cœur et de fond, en faisant preuve de créativité dans la limite des attentes exprimées par la demande et les contraintes de réalisation et en utilisant le cas échéant les outils digitaux à disposition (IA, logiciel de formulation...), afin d'orienter et de définir les choix à opérer pour la formulation de l'accord parfumé.</p> <p>C.5-I.3.2 Etablir la formule du parfum, en définissant les choix et dosages de matières premières entrant dans sa composition dans le respect des contraintes imposées par les attentes du client, par le contexte normatif et réglementaire et par les engagements RSE de son entreprise, afin de proposer, sous la forme d'un prototype, une solution satisfaisante sur le plan olfactif et de l'émotion recherchée conformément au brief technique.</p>	<p>(parfum réalisé) et orale (présentation au client)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La formule créée répond aux attentes du client et apporte une solution originale à sa demande.</li> <li>- La formule créée respecte les engagements RSE de l'entreprise en matière de développement durable (naturalité et biodégradabilité des ingrédients, réduction du nombre d'ingrédients et concentration de la formule...).</li> <li>- La formule créée respecte les normes et obligations propres au marché et à la zone géographique visés concernant les ingrédients utilisés.</li> <li>- La formule créée respecte les contraintes de coût imposées par les moyens du client.</li> </ul>
<p>A.5-I.4 La proposition au client de la formule du parfum créé sous la forme de soumissions argumentées</p>	<p>C.5-I.4.1 Elaborer un argumentaire de présentation des soumissions du parfum, en expliquant les choix de formulation opérés et en décrivant ses caractéristiques, afin d'en faire une proposition valorisante au client émetteur de la demande.</p> <p>C.5-I.4.2 Présenter les soumissions du parfum au client, en développant son argumentation de façon adaptée au regard du profil de son interlocuteur et de son contexte culturel, et en répondant à ses demandes de précision et objections, afin de valider sa proposition ou de convenir des ajustements à y apporter.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'argumentaire de présentation du parfum traduit dans un langage accessible aux non spécialistes les spécificités de la formule et justifie les choix opérés pour répondre aux exigences établies tout en conciliant les différentes contraintes à résoudre.</li> <li>- La présentation du produit est convaincante et l'attitude mise en œuvre est adaptée au contexte potentiellement multiculturel et à la situation.</li> </ul>

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A.5-II Création de la formule d'un produit cosmétique</b></p> <p>A.5-II.1 L'examen du brief technique cadrant la création et le contexte de réalisation d'un produit cosmétique</p> <p><i>L'opération est généralement réalisée en relation avec les services marketing ou commerciaux, transmetteurs de la demande client.</i></p> <p><i>Le produit cosmétique associe une galénique (gel, mousse, crème, poudre...), des actifs (hydratant, protecteur, lavant...), un excipient (transportant l'actif), des additifs (conservateurs, antioxydants, tensioactifs...) et le cas échéant un parfum. Il peut donc s'agir de produits d'hygiène (shampooing, gel douche...), de soin (lait, crème, huile...) ou de maquillage.</i></p>	<p>C.5-II.1.1 Analyser le brief technique restituant une demande client pour la création d'un produit cosmétique, en évaluant les contraintes internes (coût et délai de réalisation) et externes (règlementations et certifications en vigueur dans les pays de destination) à prendre en compte, afin de produire une estimation du temps de développement nécessaire au regard de sa complexité.</p> <p>C.5-II.1.2 Interpréter le brief technique restituant une demande client pour la création d'un produit cosmétique, en tenant compte des caractéristiques de son univers et en traduisant les attentes, spécifications et objectifs exprimés en matière d'actifs et de sensations tactiles et olfactives dans des termes précis et selon un vocabulaire professionnel, afin de déterminer le type de galénique à développer, de clarifier les revendications du produit attendu et d'identifier les freins éventuels (au niveau toxicologique et microbiologique, principalement).</p>	<p>Toutes les compétences du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p><b>Plusieurs propositions pour la création ou l'évolution d'un produit cosmétique, réalisées à partir de :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'analyse du brief technique restituant la demande exprimée par un client,</li> <li>- une phase de recherche, d'exploration et d'élaboration.</li> </ul> <p><b>Les propositions sont présentées oralement dans le cadre d'une mise en situation professionnelle fictive reconstituant une réunion de validation avec un client.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les contraintes internes et externes devant être prises en compte pour la formulation du produit et son processus de création sont identifiées et qualifiées.</li> <li>- Les caractéristiques du produit attendu sont exprimées fidèlement, notamment concernant sa galénique et ses revendications.</li> </ul>
<p>A.5-II.2 L'organisation et la conduite d'explorations de matières premières et de combinaisons pouvant correspondre à la forme et aux revendications du produit cosmétique attendu, conformément au brief technique</p>	<p>C.5-II.2.1 Identifier les types ou familles d'ingrédients pouvant entrer dans la composition du produit cosmétique et correspondant aux revendications et à la sensorialité attendues, en s'appuyant sur sa connaissance des matières premières, de leurs caractéristiques, de leurs propriétés et de leurs interactions, afin de définir les pistes de recherche à explorer.</p> <p>C.5-II.2.2 Conduire des recherches ciblées au sein de différentes bases de données (interne, client, publique) recensant ingrédients et formules de produits</p>	<p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée  Travail individuel  Production écrite (argumentaire de formulation), concrète</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'identification des ingrédients pouvant entrer dans la composition du produit à créer tient compte des problématiques de conservation, d'allergie, de compatibilité et de licéité.</li> <li>- L'identification des ingrédients pouvant entrer dans la composition du produit à créer est cohérente avec sa galénique et ses revendications.</li> </ul>

**École supérieure de la production de la mode et du luxe**

*Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*

	cosmétiques, en analysant leurs spécificités et en évaluant leur intérêt au regard de la demande client, afin d'identifier d'éventuelles bases à réutiliser.	(produit cosmétique réalisé) et orale (présentation au client)	- Des recherches complémentaires au sein de bases existantes et permettent l'enrichissement des pistes à explorer pour répondre aux attentes du client.
A.5-II.3 L'élaboration de la formule d'un produit cosmétique intégrant des principes d'écoconception et satisfaisant les exigences de développement durable	<p>C.5-II.3.1 Expérimenter différentes possibilités de formulation du produit cosmétique, en conjuguant un travail de conception assisté par un outil digital (IA, logiciel de formulation...) et un travail empirique conduit en laboratoire (agitation, chauffage, filtration, dispersion... des composants), afin d'en constituer la galénique et d'y incorporer actifs, excipients, additifs et, le cas échéant, parfums.</p> <p>C.5-II.3.2 Etablir la formule du produit cosmétique après accomplissement de multiples tests, en décidant de la nature et du dosage des matières premières entrant dans sa composition dans le respect des contraintes imposées par les attentes du client, les impératifs de coût, le contexte réglementaire et les engagements RSE de l'entreprise, afin de proposer, sous la forme d'un prototype, une solution satisfaisante sur le plan sensoriel (texture et couleur) et des revendications, conformément au brief technique.</p>		<p>- La formulation est conçue selon les méthodes d'éco-conception et satisfait les impératifs liés au développement durable dans le respect du positionnement et des pratiques de l'entreprise (naturalité et biodégradabilité des ingrédients, réduction du nombre d'ingrédients et concentration de la formule...).</p> <p>- La formule créée répond aux attentes du client et apporte une solution originale à sa demande en termes de sensorialité (galénique) et de revendications (actif).</p> <p>- La formule créée respecte les normes et obligations propres au marché et à la zone géographique visés concernant les ingrédients utilisés.</p> <p>- La formule créée respecte les contraintes de coût imposées par les moyens du client.</p>
A.5-II.4 La proposition au client de la formule du produit cosmétique créé sous la forme de soumissions argumentées	<p>C.5-II.4.1 Elaborer un argumentaire de présentation des soumissions du produit cosmétique, en expliquant les choix de formulation opérés et en décrivant ses caractéristiques, afin d'en faire une proposition valorisante au client émetteur de la demande.</p> <p>C.5-II.4.2 Présenter les soumissions du produit cosmétique au client, en développant son argumentation de façon adaptée au regard du profil de son interlocuteur et de son contexte culturel, et en répondant à ses demandes de précision et objections, afin de valider sa proposition ou de convenir des ajustements à y apporter.</p>		<p>- L'argumentaire de présentation du produit traduit dans un langage accessible aux non spécialistes les spécificités de la formule et justifie les choix opérés pour répondre aux exigences établies tout en conciliant les différentes contraintes à résoudre.</p> <p>- La présentation du produit est convaincante et l'attitude mise en œuvre est adaptée au contexte potentiellement multiculturel et à la situation.</p>

<b>RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<p><b>A.5-III Création de la formule d'un arôme</b></p> <p>A.5-III.1 L'examen du brief technique cadrant la création et le contexte de réalisation d'un arôme</p> <p><i>L'opération est généralement réalisée en relation avec les services marketing ou commerciaux, transmetteurs de la demande client.</i></p> <p><i>L'arôme associe des substances aromatisantes d'origine naturelle ou synthétique sur un support (alcool, propylène glycol, maltodextrine, etc.). L'arôme est généralement destiné à des produits alimentaires, mais peut aussi être incorporé dans des produits cosmétiques et avoir de nouvelles applications (cigarettes électroniques) auxquels il confère goût et odeur.</i></p>	<p>C.5-III.1.1 Analyser le brief technique restituant une demande client pour la création d'un arôme, en évaluant les contraintes internes (coût et délai de réalisation) et externes (réglementation européenne sur les arômes, principalement) à prendre en compte, afin de dimensionner correctement le processus de création à mettre en œuvre.</p> <p>C.5-III.1.2 Interpréter le brief technique restituant une demande client pour la création d'un arôme, en traduisant les attentes, spécifications et objectifs exprimés en un profil aromatique et gustatif dans des termes précis et selon un vocabulaire professionnel, afin de dégager les premières orientations à prendre dans le travail de création.</p>	<p>Toutes les compétences du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p><b>Plusieurs propositions pour la création ou l'évolution d'un arôme</b>, réalisées à partir de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'analyse du brief technique restituant la demande exprimée par un client,</li> <li>- une phase de recherche, d'exploration et d'élaboration.</li> </ul> <p><b>Les propositions sont présentées oralement dans le cadre d'une mise en situation professionnelle fictive reconstituant une réunion de validation avec un client.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les contraintes internes et externes devant être prises en compte pour la formulation de l'arôme et son processus de création sont identifiées et qualifiées, notamment au regard de la réglementation, des coûts et délais de fabrication.</li> <li>- Les spécifications liées à l'arôme à créer sont traduites dans un profil aromatique et gustatif fidèle aux attentes exprimées par le client.</li> </ul>
<p>A.5-III.2 L'organisation et la conduite d'explorations de matières premières et de combinaisons pouvant correspondre au profil aromatique et gustatif attendu, conformément au brief technique</p>	<p>C.5-III.2.1 Identifier les matières premières (huiles essentielles, hydrolats, jus...) d'origine naturelle ou synthétique pouvant entrer dans la composition de l'arôme à créer, en s'appuyant sur sa connaissance des substances, de leurs caractéristiques, de leurs propriétés et de leurs interactions, afin de définir les pistes de recherche à explorer.</p> <p>C.5-III.2.2 Conduire des recherches ciblées au sein de différentes bases de données (interne, client, publique) recensant ingrédients et formules d'arômes, en analysant leurs spécificités et en évaluant leur intérêt au</p>	<p><i>Modalités d'évaluation pour les candidats issus de la formation :</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée  Travail individuel  Production écrite (argumentaire de formulation), concrète (arôme</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'identification des ingrédients pouvant entrer dans la composition de l'arôme à créer tient compte des propriétés respectives des différentes matières premières et de leurs interactions.</li> <li>- L'identification des ingrédients pouvant entrer dans la composition de l'arôme à créer intègre les contraintes issues de la réglementation et de la licéité des matières sur le marché concerné.</li> </ul>

### École supérieure de la production de la mode et du luxe

*Manager des process de création et de développement des produits parfum, cosmétique ou arômes*

	<p>regard de la demande client, afin d'y trouver motifs d'inspiration pour l'enrichissement de ses perspectives créatives et/ou d'identifier des bases à réutiliser.</p>	<p>réalisé) et orale (présentation au client)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les recherches créatives sont opérées au sein de bases existantes et permettent l'enrichissement des pistes à explorer pour répondre aux attentes du client.</li> </ul>
<p>A.5-III.3 L'élaboration de la formule d'un arôme intégrant des principes d'écoconception et satisfaisant les exigences de développement durable</p>	<p>C.5-III.3.1 Assembler différentes matières premières d'origine synthétique et/ou naturelle, en trouvant les solvants et supports adaptés aux matières premières employées et à l'application recherchée et en maîtrisant l'intensité recherchée par le dosage des différents ingrédients et la prise en compte de la réglementation sur la licéité des matières et les quantités maximales autorisées, afin d'obtenir le profil gustatif et aromatique correspondant aux attentes du client.</p> <p>C.5-III.3.2 Expérimenter la validité de la formule élaborée pour l'arôme, en l'incorporant dans une denrée alimentaire ou tout autre produit de destination, afin de vérifier l'homogénéité et la stabilité de l'effet obtenu au niveau de l'aspect, du gustatif et, le cas échéant, de l'olfactif, avant de le proposer au client, sous la forme d'un prototype.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La formule créée répond aux attentes du client sur le plan de la sensation gustative, voire olfactive, recherchée.</li> <li>- La formule créée respecte les normes et obligations propres au marché et à la zone géographique visés concernant les ingrédients utilisés.</li> <li>- La formule créée respecte les contraintes de coût imposées par les moyens du client.</li> <li>- Les de formulation appliquent dans la mesure du possible les méthodes d'éco-conception dans le respect des engagements RSE de l'entreprise (naturalité et biodégradabilité des ingrédients, réduction du nombre d'ingrédients et concentration de la formule...).</li> </ul>
<p>A.5-III.4 La proposition au client de la formule de l'arôme créé sous la forme de soumissions argumentées</p>	<p>C.5-III.4.1 Elaborer un argumentaire de présentation des soumissions de l'arôme, en expliquant les choix de formulation opérés et en décrivant ses caractéristiques, afin d'en faire une proposition valorisante au client émetteur de la demande.</p> <p>C.5-III.4.2 Présenter les soumissions de l'arôme au client, en développant son argumentation de façon adaptée au regard du profil de son interlocuteur et de son contexte culturel, et en répondant à ses demandes de précision et objections, afin de valider sa proposition ou de convenir des ajustements à y apporter.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'argumentaire de présentation du produit traduit dans un langage accessible aux non spécialistes les spécificités de la formule et justifie les choix opérés pour répondre aux exigences établies tout en conciliant les différentes contraintes à résoudre.</li> <li>- La présentation du produit est convaincante et l'attitude mise en œuvre est adaptée au contexte potentiellement multiculturel et à la situation.</li> </ul>

