

Comment le Val-d'Oise est devenu un territoire d'innovation de la filière cosmétique

De la formation des parfumeurs à la fabrication des senteurs en passant par la recherche et la distribution, le département francilien est au coeur de la filière cosmétique française, avec de grands groupes comme Givaudan et Sisley.



Au sein de l'école de parfumerie du groupe suisse Givaudan, les heureux élus - deux candidats sur 2.000 chaque année - suivent une formation de quatre ans avant d'occuper les postes les plus prestigieux de la parfumerie. (Eric Feferberg/AFP)

Par **Hugo Robert**

Publié le 11 oct. 2022 à 16:16 | Mis à jour le 13 oct. 2022 à 17:14

Givaudan, Sisley, Clarins, Sensient... Depuis des décennies, le Val-d'Oise accueille les fleurons de la filière cosmétique. Et les investissements pour moderniser et renforcer leurs équipements se sont multipliés. C'est à Saint-Ouen-l'Aumône que le [groupe Sisley vient de conforter son site](#) en investissant 40 millions d'euros pour doubler ses capacités logistiques.

C'est dans la même commune que l'américain Sensient, producteur de saveurs et de parfums, a choisi d'installer son centre de recherche. Et non loin de là, à Pontoise, les laboratoires Clarins, l'entreprise familiale française spécialisée dans les produits de soin pour la peau et du maquillage, ont construit leur centre de R&D.

Les plus grands nez du monde sortent du département, où ils suivent, au coeur d'Argenteuil, une formation aussi confidentielle que sélective. Au sein de l'école de parfumerie du groupe suisse Givaudan, les heureux élus - deux candidats sur 2.000 chaque année - suivent une formation de quatre ans, avant d'occuper les postes les plus prestigieux de la parfumerie. Dans un jardin, ils apprennent à reconnaître, classifier et assembler les arômes sur 200 odorants, des fruits aux épices en passant

par des fleurs, « aussi bien pour la parfumerie fine que pour les produits ménagers ».

Intelligence artificielle

La méthode ancestrale, établie par le parfumeur Jean Carles, n'a presque pas bougé. « Nous avons mis au point un outil d'aide à l'apprentissage qui, grâce à l'intelligence artificielle, nous permet de mémoriser les ingrédients dans un esprit ludique et plus efficace », indique Calice Becker, directrice de l'école. A l'issue de cette formation certains élèves travailleront dans le centre de création de la division parfum de Givaudan, lui aussi installé sur le site d'une surface totale de 6 hectares.

C'est de là que sortent le quart des parfums que l'on retrouve dans nos lessives, nos déodorants et nos shampoings. Alors que le parfum n'occupe que 0,5 % à 1 % de la composition d'un produit, l'enjeu commercial est immense. « Le parfum est [un vendeur silencieux](#) du produit et un vecteur de réachat », souligne Hélène Debieesse, directrice du centre, à la tête d'une équipe de 120 personnes.

LIRE AUSSI :

- **Cosmétique : l'Ile-de-France conforte sa place de leader de la filière**
- **Cosmétiques : Pochet compte sur la région Ile-de-France pour rayonner à l'international**

Dans l'écosystème de la cosmétique du Val-d'Oise, l'innovation occupe une place centrale. Depuis 2015, un consortium de recherche s'est monté avec le [concours de CY Cergy Paris Université, à Cergy Pontoise](#). Baptisée « Cosmetomics », cette plateforme francilienne fédère l'ensemble des acteurs chargés de vérifier l'efficacité d'un produit.

« Dans nos laboratoires, on va étudier les effets d'une crème antirides sur la peau pour vérifier les allégations des vendeurs », explique Pascal Griesmar, directeur de la plateforme. A mi-chemin entre la recherche fondamentale et l'application, Cosmetomics accompagne et conseille les développeurs de produits, de la start-up au grand groupe.

LIRE AUSSI :

- **ENQUÊTE - Givaudan, le géant méconnu du parfum et des arômes**
- **ENQUÊTE - Quand le déchet devient parfum**

Hugo Robert

