

# S28 – Parfums et arômes (2/2) – Notes, familles et composition parfumante



Pyramide olfactive, familles de parfum, parfumerie alcoolique, parfumage cosmétique

Aujourd’hui, toute la classe travaille sur **un dossier unique**. À la fin de la séance, vous devez maîtriser : **pyramide olfactive, familles olfactives, concentrations, parfumage cosmétique, stabilité/conditionnement**.

## DOSSIER UNIQUE – PARFUMS (2/2)

### 1) La pyramide olfactive : tête / cœur / fond

#### 1.1 Définitions

- **Notes de tête** : premières odeurs perçues, **très volatiles**, durent ~ **15 à 30 min**.
- **Notes de cœur** : identité du parfum, durent ~ **2 à 4 h**.
- **Notes de fond** : très tenaces, durent ~ **6 à 24 h (ou +)**, donnent la “signature” finale.

#### 1.2 Pourquoi ça change dans le temps ?

- Les molécules ne s’évaporent pas toutes à la même vitesse.
- Plus une molécule est **volatile**, plus elle apparaît tôt (tête).
- Les notes lourdes / tenaces apparaissent plus tard (fond).

#### Exemples rapides

- Tête : agrumes, menthe
- Cœur : fleurs (rose, ylang), épices légères
- Fond : vanille, patchouli, bois, muscs

## 2) Familles olfactives (repères simples)

On regroupe en grandes familles (selon les supports, la liste varie ; ici on garde une version exploitable BTS) :

Famille	Descripteurs	Exemples
<b>Hespéridée</b>	agrumes, zesté, frais	citron, bergamote
<b>Florale</b>	bouquet, doux, poudré	rose, jasmin, ylang
<b>Aromatique</b>	herbacé, camphré, frais	lavande, menthe, romarin
<b>Boisée</b>	sec, résineux, "forêt", terreux	cèdre, vétiver, patchouli
<b>Orientale / Ambrée</b>	chaud, sucré, vanillé, balsamique	vanille, résines
<b>Chyprée</b>	boisé + mousse + bergamote (structure)	accord chypre
<b>Fougère</b>	lavande + coumarine + mousse (structure)	accord fougère

## 3) Concentrations en parfumerie alcoolique

Produit	Ordre de grandeur (indicatif)	Idée générale
<b>Extrait</b>	20–30%	très intense, très tenace
<b>Eau de parfum (EDP)</b>	12–20%	bon compromis
<b>Eau de toilette (EDT)</b>	5–12%	plus léger
<b>Eau de Cologne (EDC)</b>	2–5%	très frais, peu tenace

👉 Plus la concentration est forte, plus :

- le prix augmente,
- la tenue augmente,
- le risque d'irritation/allergènes peut augmenter si la formule est riche.

## 4) Parfumage en cosmétique (crèmes, gels douche, shampoings...)

### 4.1 À quoi sert le parfum en cosmétique ?

On peut retenir **3 rôles** :

1. **Masquer** une odeur de base (matières premières, tensioactifs...)
2. **Caractériser** un produit (identité, signature)
3. **Donner envie** (plaisir d'usage / acceptabilité)

### 4.2 Contraintes (très importantes en BTS)

- **Allergènes** : déclaration au-delà des seuils réglementaires (ex : linalool, limonene...)
- **Compatibilité** : le parfum peut interagir avec la formule (stabilité, couleur, odeur)
- **Cible** : enfant / adulte, peau sensible, zone d'application (visage, corps, lèvres...)
- **Tenue attendue** : un gel douche n'a pas la même tenue qu'un parfum.

## 5) Stabilité et conditionnement d'un parfum

### 5.1 Facteurs de dégradation

- **Lumière (UV)**
- **Oxygène**
- **Température**
- **Temps**

### 5.2 Rôle du flacon / emballage

- Flacon opaque / teinté : protège des UV
- Fermeture étanche : limite l'oxydation
- Stockage : éviter chaleur, soleil, variations de température

# ACTIVITÉS

## Activité A — Pyramide olfactive (raisonner)

1. Classe ces matières dans la **note** la plus probable : citron, menthe, rose, vanille, patchouli, cèdre

2. Justifie 2 réponses avec : “volatilité / tenue”.

## Activité B — Familles olfactives (vocabulaire pro)

Associe chaque matière à une famille : citron, bergamote, lavande, rose, ylang-ylang, patchouli, cèdre.

## Activité C — Choix de concentration (argumenter)

On veut un produit “tenue moyenne, usage quotidien, prix raisonnable”.

- ➡ Choisis entre EDP / EDT / EDC et justifie.

## Activité D — Parfumage cosmétique (niveau E2)

Cas : une crème visage “peau sensible” veut une odeur “fraîche et légère”.

- ➡ Propose 2 recommandations **argumentées** (famille, tenue, vigilance allergènes/stabilité).

# TD DIFFERENCIE

## ★ Niveau 1 – Guidé

### Exercice 1 – QCM

1. La note de tête d'un parfum correspond à :

- La première impression, molécules très volatiles
- Le corps du parfum, molécules moyennes
- La signature durable, molécules lourdes

2. Un Eau de Parfum (EDP) contient environ :

- 3-5 % de concentré
- 15-20 % de concentré
- 40-60 % de concentré

3. Le rôle principal du parfum dans un gel douche est :

- Soigner les cheveux
- Masquer l'odeur des tensioactifs et caractériser le produit

Conserver le produit

## Exercice 2 – Vrai / Faux

Affirmation	V / F
Une EDT est de moins bonne qualité qu'une EDP	
La note de fond est la plus volatile	
Le parfum dans un cosmétique peut représenter 5-15 % du coût	
En bio (COSMOS), les parfums synthétiques sont autorisés	
Le verre opaque protège un parfum de la lumière	

## ★ ★ Niveau 2 – Standard

Voici la pyramide olfactive d'un parfum féminin du commerce :

- **Tête** : bergamote, mandarine, poivre rose
- **Coeur** : rose, jasmin, iris
- **Fond** : vanille, musc blanc, santal

a) Identifiez la **famille olfactive** principale de ce parfum. Justifiez.

b) S'agit-il plutôt d'une famille pure ou d'une combinaison ? Laquelle ?

c) Ce parfum est vendu en **EDP** (15-20 %) et en **EDT** (8 %). Quelle différence le consommateur percevra-t-il ? (pas de différence de qualité !)

d) Ce parfum pourrait-il être utilisé pour parfumer un **lait corporel bio** ? Identifiez **2 contraintes** à respecter.

## Niveau 3 – Expert (situation E2)

Le laboratoire LunaVerde lance un nouveau **lait corporel bio** (certifié COSMOS) pour femmes 30-50 ans, peaux normales. Le marketing souhaite un positionnement « nature et sérénité ».

- a) Proposez une **pyramide olfactive** adaptée (3 notes) en utilisant uniquement des HE autorisées en bio. Justifiez chaque choix.

Note	HE choisie	Famille	Justification
Tête			
Coeur			
Fond			

- b) Identifiez **3 contraintes** de parfumage pour ce produit (réglementaires, techniques, commerciales).

- c) En **6-8 lignes**, rédigez une **argumentation professionnelle** justifiant votre choix de parfumage auprès du comité marketing.

**Mots obligatoires** (min 5/8) : *pyramide olfactive, note de tête, cœur, fond, COSMOS, allergène, cible, HE*

