

Communiqué de presse

DATE : Janvier 2009

Congrès Cosmetic and Sensory
From neurosciences to marketing
Tours, France, du 24 au 26 Juin 2009

Caroline Crabbe
Tel. 02 37 21 41 85
Mobile 06 10 19 36 31
carolinecrabbe@wanadoo.fr
www.cosmeticandsensory.fr

Quand l'innovation passe par le sensoriel

Le congrès international « Cosmetic&Sensory » réunira scientifiques et professionnels pour explorer les nouvelles voies ouvertes aux industriels de la parfumerie-cosmétique par les recherches les plus novatrices menées sur le sensoriel.

Il est organisé à l'initiative de la Cosmetic Valley, cluster français devenu le premier centre de ressources mondial de la parfumerie-cosmétique.

Le programme scientifique a été élaboré en lien avec : Aromagri, club de réflexion de chercheurs issus de grands laboratoires français (INRA, CNRS, Universités) travaillant sur l'olfaction et la gustation.

et RCP, agence de design et de communication, pionnier en France dans le domaine de l'ingénierie sensorielle appliquée à la conception des produits.

La découverte de l'existence de récepteurs olfactifs dans le nez par Richard Axel et Linda Buck remonte à 1991. Elle leur a valu un Prix Nobel en 2004. Cette formidable avancée dans le domaine des neurosciences a alors relancé les recherches sur le sens de l'odorat, et donné un élan mondial aux sciences du sensoriel.

Messe Frankfurt France S.A.S.
1 avenue de Flandre
75019 Paris

Cosmetic and Sensory
From neurosciences to marketing
Tours, France, 24-26 June 2009

DATE :Janvier 2009

L'explosion des connaissances scientifiques au cours des quinze dernières années dans le domaine de la neurophysiologie de l'odorat et du goût, mais aussi du toucher, de la vue et de l'ouïe, permet aujourd'hui d'avoir un nouveau regard sur la perception sensorielle des parfums et produits cosmétiques

Ouvrant la voie à de nouvelles innovations, le sensoriel devient ainsi un véritable enjeu pour l'industrie de la beauté. Analyse sensorielle, cartographie sensorielle, design sensoriel ... Les outils et technologies liées à une meilleure connaissance et appréhension du sensoriel ne cessent de se développer.

L'heure est donc venue de faire le point sur les recherches en cours, de confronter les connaissances, de présenter les méthodologies permettant de travailler sur le confort et le bien-être et d'envisager les applications industrielles pour la création de cosmétiques polysensoriels novateurs.

Ce congrès sera l'un des rendez-vous phares des Rencontres de la Cosmetic Valley 2009. Il se déroulera sur cinq demi-journées les 24, 25 et 26 juin 2009. Une quinzaine d'experts de renommée internationale - scientifiques, sociologues, professionnels du marketing - y aborderont huit thèmes principaux : approches socio-historiques ; bases moléculaires, cellulaires et neurobiologiques de l'olfaction ; langage et classification des odeurs et des sensations ; psychobiologie des émotions ; intégrations multisensorielles, mémoire et culture ; méthodes pour l'évaluation sensorielle humaine ; marketing sensoriel ; recherche et tendances industrielles. Des animations seront proposées pour expérimenter et stimuler les sens. Regards croisés et témoignages permettront aux 600 congressistes attendus d'avoir une vision globale de ce que les sciences du sensoriel peuvent aujourd'hui apporter à la filière de la parfumerie-cosmétique.

Cosmetic and Sensory
From neurosciences to marketing
Tours, France, 24-26 June 2009

DATE :Janvier 2009

Le congrès est organisé à Tours au cœur d'une des plus belles régions de France qui a choisi d'investir dans l'économie de la connaissance et d'apporter son soutien à la recherche et à l'innovation. Les acteurs du territoire ont ainsi décidé de valoriser la dynamique qui est en train de se développer en Touraine autour du sensoriel grâce aux compétences locales : centres de recherche et formations spécialisées de l'Université François Rabelais de Tours, tissu économique d'entreprises disposant d'un savoir-faire reconnu dans le domaine, en particulier RCP, Spincontrol et CQFDégustation. Après les Journées du Sensoriel de 2007 et le congrès Cosmétotextile de 2008, Cosmetic&Sensory illustre cette stratégie qui se concrétisera bientôt par la création de la plate-forme d'innovation CERTESENS ayant pour vocation de devenir un centre de compétences international sur les technologies du sensoriel.

Cosmetic&Sensory bénéficie du soutien de l'Etat (DRIRE), de Tour(s)plus, du Conseil général d'Indre-et-Loire et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Touraine.



Cosmetic and Sensory
From neurosciences to marketing
Tours, France, 24-26 June 2009

DATE :Janvier 2009

La Cosmetic Valley - www.cosmetic-valley.com

Créée en 1994, labellisée pôle de compétitivité en 2005, la Cosmetic Valley est aujourd'hui le premier centre de ressources mondial de la parfumerie-cosmétique. Situé au Sud-Ouest de Paris, ce cluster s'étend sur six départements : Eure, Eure-et-Loir, Indre-et-Loire (Touraine), Loiret, Loir-et-Cher et Yvelines. Il rassemble près de 400 entreprises de la filière Beauté travaillant au rayonnement du « Made in France » dans le monde. Parmi elles une dizaine de grandes marques : Guerlain et Dior (LVMH), Shiseido, Hermès, Nina Ricci et Paco Rabanne (Groupe Puig), Lolita Lempicka (Pacific Création), Gemey-Maybelline et Yves Saint Laurent Beauté (L'OREAL), Clarins, Caudalie, Chanel, ainsi que des multinationales implantées en France comme Unilever, Procter&Gamble et Reckitt Benckiser.

Les RENCONTRES DE LA COSMETIC VALLEY proposent un cycle de congrès dédiés à l'innovation, premier vecteur de croissance et de compétitivité de l'industrie de la Beauté.

Quelques chiffres : 34 500 emplois et 8 milliards d'euros de chiffre d'affaires, 4 universités, 178 laboratoires de recherche publics, 5 500 chercheurs, 136 établissements de formation

Aromagri - www.inra.fr/aromagri

Ce club de réflexion regroupe une centaine de chercheurs qui effectuent des études moléculaires, cellulaires, neurophysiologiques, comportementales et sensorielles des sens chimiques, appliquées à l'alimentation, aux relations sociales, à la reproduction, à l'agriculture, à l'environnement, à la santé et à la Beauté.

Les objectifs du réseau sont de favoriser la diffusion des informations, de rassembler les équipes et de renforcer leurs interactions, afin de faire émerger des projets fédérateurs sur les problèmes scientifiques et sociétaux. Aromagri est affilié à la Société des Neurosciences en tant que club d'animation scientifique.

Cosmetic and Sensory
From neurosciences to marketing
Tours, France, 24-26 June 2009

DATE :Janvier 2009

RCP - www.rcp.fr

Créée par Régine Charvet-Pello, RCP design global accompagne depuis 22 ans la démarche stratégique des entreprises et des collectivités territoriales en design et en communication. Son équipe pluridisciplinaire dans les domaines du produit, de l'espace et de la communication est enrichie d'un réseau d'experts adapté aux besoins de chaque projet. Elle développe des projets associant diversité, innovation et sensoriel dans les domaines suivants : transports et espaces publics, luxe et cosmétiques, monde de l'enfance, tourisme, patrimoine et culture. Depuis 1990, RCP enrichit son activité par une recherche appliquée sur la conception centrée sur l'homme et sur l'adaptation des méthodes d'évaluation sensorielle à la conception de produits et de services. Avec son département d'ingénierie sensorielle, SENSOLAB, elle accompagne ses clients de tous domaines pour intégrer l'utilisateur et ses perceptions dans la conception. RCP est à l'initiative de CERTESSENS, le centre d'études et de recherches sur les technologies du sensoriel qui accueillera, entre autre, une plateforme d'innovation dédiée à la filière cosmétique pour la Cosmetic Valley.

Messe Frankfurt

Avec 436 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2008 (situation en novembre) et plus de 1 400 employés à travers le monde, Messe Frankfurt est le plus grand organisateur de salons allemand. Le groupe possède un réseau de 29 filiales, cinq succursales et 48 partenaires de distribution internationaux. Messe Frankfurt est ainsi présent au service de ses clients dans plus de 150 pays. Plus de 30 sites dans le monde accueillent des manifestations « made by Messe Frankfurt ». Messe Frankfurt a organisé plus d'une centaine de salons en 2008, dont plus de la moitié à l'étranger.

Le parc des expositions de Messe Frankfurt comporte actuellement neuf halles et un centre de congrès, répartis sur 322 000 mètres carrés de surface d'exposition. L'entreprise est détenue à 60 % par la ville de Francfort et à 40 % par le Land de Hesse.

Pour plus d'information : www.messefrankfurt.com

