

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
ESTHÉTIQUE/COSMÉTIQUE-PARFUMERIE

SESSION 2006

E2-TECHNOLOGIE

**Sous-épreuve A2 : Organisation et gestion d'activités
professionnelles**

U 2

DOSSIER PROFESSIONNEL

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET		
U2: Organisation et gestion d'activités professionnelles	Coefficient 2	Durée 3 heures
Repère de l'épreuve : 0606-ECP T	Page 11 sur 20	

Les nouveaux envahisseurs

Communication présentée
au 35^e Congrès
International
d'Esthétique Appliquée
(avril 2005, Paris),
par Philippe DUMONT,
Président de Nickel.

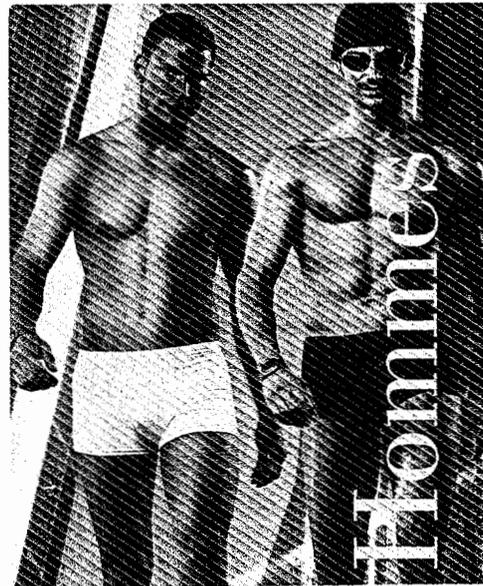


Les envahisseurs arrivent ! Les hommes débarquent en institut ! D'où viennent-ils ? Qui sont-ils ? Quelle langue cosmétique étrange parlent-ils et que comprennent-ils de la vôtre ? Que viennent-ils chercher sur la planète et qu'avez-vous à leur offrir ? Petit tour d'horizon sans concession.

La beauté touche tout le monde

Vous avez toutes entendu parler du mouvement des métrosexuels dont on nous bassine pas mal à la télé. Alors, les métrosexuels grosso modo ce sont des gens qui surinvestissent complètement leur apparence, qui passent leur vie à se demander à quoi ils ressemblent. Ça touche en vérité 5 à 10 % des hommes, c'est un tout petit mouvement. Ce sont des gens qui vont à Paris, New York, Tokyo, pour s'acheter une ceinture Prada et une chemise Gucci. Ce n'est pas très intéressant, ce n'est pas avec ça que vous allez gagner votre vie demain. En revanche, la vérité c'est que maintenant ce mouvement-là touche absolument tout le monde. Maintenant, je vois arriver dans mon institut des chauffeurs de taxi, des

militaires... Ce mouvement de la beauté touche tout le monde parce que tous les hommes aujourd'hui sont concernés, en tous cas tous les hommes relativement jeunes sont concernés et en plus ils ont des demandes spécifiques. Ce n'est pas glamour, mais c'est vrai que quand vous êtes un homme que vous avez du poil qui vous pousse dans les oreilles, que vous avez du poil entre les sourcils, il y a des choses simples à faire, qui améliorent l'apparence énormément. Si je suis là aujourd'hui, c'est simplement pour faire passer un message : **ouvrez vos instituts, soyez cool avec les hommes, parce que c'est un marché d'avenir**, à condition de le traiter exactement comme je viens de le dire.



Les questions

Question : *Je voudrais dire qu'il faut arrêter d'associer esthétique masculine et sexualité. Moi, je ne parle pas de sexualité du tout avec mes clients, ça ne me regarde pas. Je suis esthéticien, je ne suis pas sexologue. C'est tout ce que j'avais à dire.*

Philippe Dumont : Je suis entièrement d'accord avec vous. C'est une question qu'on me pose toutes les deux minutes. C'est simple quand j'ai une interview

avec un journaliste, la deuxième question, c'est : « Quel est le pourcentage d'homosexuels dans votre institut ? ».

La vraie modernité aujourd'hui, c'est que si les gays sont leaders sur un truc, c'est bien sûr l'esthétique, mais ils sont leaders aussi sur de nombreux segments, la mode, etc. Je suis fier d'avoir une clientèle aussi de gays, ce sont les plus experts, ceux qui connaissent le plus, et si ils vien-



ment chez moi, c'est qu'il y a de la qualité pour un bon prix.

Je me moque des statistiques sur les homosexuels, ils viennent pour du bien-être, pour du mieux-être, c'est tout. Et c'est très bien pour nous.

Q. : *Nous avons ouvert un institut pour hommes à Cambrai dans le Nord. Ça va faire un an qu'il existe, il marche bien. Nous allons en ouvrir un second. Mais c'est mal perçu par les banquiers, il faut dire ce qui est, même si on a un apport suffisant.*

Ph. D. : Le problème de ce genre de marché, c'est que vous faites quelque chose de nouveau, toute le monde a peur de tout ce qui est nouveau, et les banquiers s'ils aimaient les choses nouvelles, ça se saurait.

J'ai créé Nickel avec 200 000 francs français, aujourd'hui Nickel fait 7 millions d'euros ! Mais toute ma vie j'en ai bavé comme un malade. C'est vrai qu'on n'est pas du tout aidés.

Je vais vous raconter une anecdote : quand j'ai ouvert mon institut à New York, j'ai choisi un emplacement, j'ai fait faire des plans pour les travaux et je suis allé à la Mairie de New York pour l'autorisation, en disant que j'ouvrais un institut pour hommes. Ils m'ont dit que c'était un «adult store», c'est-à-dire une «sexshop». Donc, mon plan a été refusé. J'ai rajouté des toilettes pour femmes sur le plan et c'est passé !

Q. : *C'est ce que j'ai fait pour mon deuxième institut. J'ai marqué «femmes», comme ça j'ai eu moins de soucis.*

Ph. D. : A la fois, c'est une super aventure de s'occuper des hommes parce que c'est un marché qui bouge aujourd'hui, qui progresse de 50 à 60 % par an, il y a plein de gens qui arrivent, etc. Mais, d'un autre côté, on se bat contre des préjugés et ceux qui en ont le plus sont sans doute les banquiers.

**Paraphrase : «Pin Up Males»
l'homme nu est devenu
hyper vendeur.**

Q. : *Bien souvent, ce sont les femmes qui prennent rendez-vous pour leur compagnon. Systématiquement, on leur propose une prestation, par exemple un massage d'une demi-heure gratuit pour les femmes.*

Ph. D. : Les bons pour les soins et les cadeaux représentent environ 30 % de notre business. Il y a quelques anecdotes croustillantes à ce propos. Souvent, la femme qui vient acheter le bon nous demande : «Et l'esthéticienne qui fait les soins, elle n'est pas trop jolie ?». On répond : «Non, ne vous inquiétez pas, elle est très laide». Si l'esthéticienne en question, entend, elle fait la tête pendant 15 jours !

Q. : *J'ai un institut mixte à Genève. Je ne sais pas comment proposer des épilations aux hommes qui en ont besoin.*

Ph. D. : Il faut y aller franchement et oublier vos bonnes manières. Avoir des poils dans les oreilles, dans le dos, c'est une horreur. Il faut arrêter de prendre des pincettes. Un homme comprend les choses directement. Il faut y aller carrément, être super direct. Vous faites un soin «poils dans les oreilles». Et si vous le faites avec un peu d'humour, c'est ce qu'on essaye de faire, ça passe un peu mieux. Il est inutile de tourner autour du pot. Il faut dire «Attendez, vous avez des poils

dans les oreilles, c'est moche, et quand vous ne les aurez plus, ce sera plus beau».

Q. : *Quels produits employez-vous pour vos soins visage ? J'ai un institut mixte et ce n'est pas évident.*

Ph. D. : J'utilise les produits Nickel parce que ce sont ceux que j'ai créés.

Q. : *Etes-vous grossiste ?*

Ph. D. : Non, je suis fabricant. J'ai créé ma marque en même temps que mon institut. Aujourd'hui, on est quand même la troisième marque du marché en parfumerie, derrière Biotherm et Clarins, donc ce n'est pas si mal.

Q. : *Quelle cire utilisez-vous ?*

Ph. D. : On en a bien 4 ou 5 différentes. Je ne vous ai pas encore dit que les hommes étaient méga douilllets et qu'ils avaient tous leurs petites habitudes. A force d'entendre des plaintes sur telle ou telle cire, on en a toute une batterie maintenant. Mais je suis incapable de vous dire celle qui marche le mieux.

Q. : *Est-ce qu'il faut avoir un esthéticien plutôt qu'une esthéticienne pour les hommes ?*

Ph. D. : Aujourd'hui, en France, il y a énormément d'esthéticiennes vraiment qualifiées. C'est beaucoup plus dur de trouver un esthéticien et il y a beaucoup d'hommes qui seraient embarrassés de se faire enlever les points noirs par un esthéticien. Et quelle que soit sa préférence sexuelle, personnellement, je trouve qu'il est plus logique d'avoir une esthéticienne femme pour faire un soin visage. En revanche, pour un massage, c'est différent. Par exemple, à New York, on a des clients qui font 140 kilos de muscles ! Vous avez plutôt intérêt à prendre un masseur homme. Mais pour les soins visage et tout ce qui est un peu personnel, je pense qu'une femme est tout à fait légitime. Vous devez privilégier ce que vous savez faire.

Q. : *Comment gérez une clientèle mixte, féminine et masculine ?*

Ph. D. : La seule chose qu'il faut, c'est au moins une cabine à part. Moi, je ne partage pas mes cabines avec une autre marque et je ne partage pas mes cabines avec du soin féminin.

Q. : *Comment gérer la clientèle féminine et masculine ? Les femmes acceptent mal qu'il y ait un homme dans leur institut.*

Ph. D. : Il y a des idées. Par exemple, à New York, il y a un institut, l'institut Blice, qui est assez connu. Il organise des «machos nights». Le mardi et le jeudi, c'est macho. Ces jours sont aux hommes et ça marche super bien.

Q. : *C'est un peu comme dans les hammams ?*

Ph. D. : Oui, vous avez un jour des femmes et un jour des hommes. C'est une solution relativement bonne si vous ne voulez pas vous spécialiser uniquement sur l'homme, ce que je comprends. Et c'est vrai que la promiscuité entre les deux marche mal : la femme n'est pas à l'aise et l'homme non plus, donc au final vous avez perdu les deux. C'est pour cela que j'ai fait un institut où il n'y a que des hommes, parce qu'on est quand même beaucoup plus à l'aise.

Paraphrase : «Me, Myself and I», c'est une génération extrêmement narcissique et égoïste.

Q. : *Je voudrais savoir si les hommes sont acheteurs de produits dans vos instituts.*

Ph. D. : Dans l'institut de Paris, je peux vous dire très clairement qu'on fait deux fois plus de chiffre d'affaires avec les produits qu'avec les services ! Ce qui veut dire grosso modo qu'un homme achète deux ou trois produits, lorsqu'il sort de cabine. Il faut savoir qu'il n'y a pas beaucoup d'espaces où ils peuvent choisir leurs produits et se les faire conseiller.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET		
U2: Organisation et gestion d'activités professionnelles	Coefficient 2	Durée 3 heures
Repère de l'épreuve : 0606-ECP T		Page 13 sur 20

Les instituts n'étaient pas prêts à accueillir les hommes

Je vais vous parler d'un drôle de bestiau, l'homme, et aussi de vos instituts. Pour cela, il faudrait peut-être que je vous raconte un peu mon histoire à moi. J'ai créé Nickel en 96. A l'époque, ce que je voulais c'était créer un institut pour homme. Et comme je n'y connaissais pas grand-chose, j'ai fait le tour des instituts de Paris. Je vais vous raconter. La première fois que j'ai voulu un soin du visage, il a quand même fallu que j'aille dans trois instituts : les deux premiers m'ont refoulé sauvagement, le troisième m'a accepté mais il était vraiment très féminin ; il y avait un joli peignoir avec un petit liseré rose... Finalement, j'ai eu mon soin visage. J'ai été très emballé par la technique. La seule chose que je n'ai pas aimée, c'est que ce n'était pas du tout masculin

et que l'accueil n'était pas bon. J'ai continué mes recherches. Une autre fois, j'ai voulu me faire épiler. Je suis donc allé dans un institut et l'esthéticienne m'a regardé d'un air soupçonneux en me disant «Pourquoi ?», je lui réponds «Pourquoi pas ?». Elle ajoute «C'est pour des raisons professionnelles ?». Je traduis «Est-ce que vous êtes travesti chez Michou ?». Je réponds «Non, je veux juste me faire épiler». En 96, les instituts n'étaient pas du tout du tout prêts à accueillir des hommes ! C'est la conclusion que j'en ai tirée. Il n'y avait rien d'intéressant dans ces instituts, on y était mal, on n'arrivait pas à prendre de rendez-vous, on était gênés d'être là, le matériel n'était pas fait pour nous, tout était à refaire.

10 ans plus tard

Heureusement, pour nous, 10 ans plus tard, tout a changé.

La première chose qui a changé, c'est le vocabulaire

Les hommes sont des abrutis cosmétiques, il n'y connaissent strictement rien, donc il faut leur parler comme à des débutants, il ne faut pas parler de soin matifiant, de soin gommant, d'exfoliant, de soins de peau... tout ça, ils n'y comprennent strictement rien. Il faut arriver à leur parler comme un homme. Donc moi, j'ai fait des soins qui s'appellent «Bonne Gueule», «Lendemain de Fête»... Je ne leur parle pas de technique, je ne leur dis pas des mots qu'ils ne peuvent pas comprendre. Je parle comme un homme. Et si j'ai un conseil à vous

donner, si vous voulez attirer les hommes, c'est d'essayer de parler comme un homme. Ce n'est d'ailleurs pas toujours facile.

Ne lui promettez pas la lune

Le deuxième conseil que j'ai à vous donner, c'est que, étant donné que l'homme est extrêmement sceptique sur la cosmétique en général et sur les soins en institut en particulier, ne lui promettez pas la lune. Quand vous dites à un homme : «Ceci est un soin rajeunissant, etc.», ça le fait rire. Il faut lui expliquer ce qu'est un soin visage, à quoi sert un soin visage ? Un soin visage sert à enlever les points noirs. Il faut résumer parce que ça il peut comprendre. Vous devez être extrêmement

factuelle. Vous savez faire beaucoup de choses formidables, gardez-les pour vous, ne lui expliquez pas, faites vos soins, mais soyez extrêmement factuelle. Quand l'homme entre en cabine, pas de machine ! En tout cas, dans mes instituts, j'ai accepté le Vapozone, la haute fréquence, une lampe loupe. Je ne veux voir aucune autre machine magique. L'homme n'y connaît rien, il est sceptique, il faut que vous le convainchiez. Pour cela, il faut que vous alliez à la manoeuvre, artisanalement parlant, avec vos mains. C'est avec ça que vous arriverez à le convaincre.

Tendance : 70% du shopping d'un homme est devenu un acte d'entretien.

Faites de l'esthétique, uniquement !

1. Les soins visage

Dans mes instituts aujourd'hui, 70% du business est représenté par les soins visage. La plus grosse demande que j'ai partout, à Paris, à New York, à San Francisco, c'est le soin visage. Aujourd'hui, on est capable de parler de beauté de l'homme, ce n'est pas la peine de vous arrêter simplement à l'idée de la relaxation, parce que ce n'est pas très intéressant, il y a d'autres gens pour cela. Donc, le soin visage, la manucurie, la pédicurie représentent une tendance qui nous vient des Etats-Unis.

2. La manucurie pédicurie

Un homme à New York peut se faire manucurer, pédicurer, tous les 100 mètres. Il y a des manucures et des pédicures à 10 dollars, tout le monde en profite. Si vous allez dans une réunion à New York et que vous n'êtes

Qu'est-ce que l'homme attend ?

Troisième point : Qu'est-ce que l'homme vient chercher aujourd'hui en institut ? Partout, quand on parle du marché de l'homme et de l'institut, on tient le même discours : «L'homme va venir se relaxer en institut, il y restera et on va tout taxer sur le massage et sur la relaxation».

J'ai quatre instituts, j'en aurais bientôt six, le massage et la relaxation représentent 5% de mon chiffre d'affaires, c'est à dire rien du tout. Si l'homme a vraiment envie de se relaxer, il n'a qu'à aller se défouler en faisant du sport. Ce qu'il vient chercher chez vous, c'est ce que vous pouvez faire de mieux. Et pour moi, ce que vous pouvez faire de mieux, c'est vraiment de l'esthétique.

pas manucuré, c'est très mal vu. Donc, c'est la deuxième tendance qui arrive très fortement en France, la manucurie-pédicurie.

3. Les épilations

La troisième tendance, c'est les épilations. Je ne connais pas un homme qui aime avoir des poils sur les épaules ou dans le dos, et je ne connais pas une femme qui aime ça. Franchement, avoir des poils dans le dos n'est plus acceptable. S'il y avait des endroits pour pouvoir les faire enlever tranquillement, je pense que beaucoup d'hommes viendraient. En tout cas nous, c'est une grosse partie de notre activité, aujourd'hui.

Donc, ce sont les trois activités majeures, le massage c'est très bien mais il y a en France plein d'endroits où vous pouvez vous faire masser : les clubs de sports, les thalassos... L'univers du sport est sans doute beaucoup plus légitime, pour un homme en tout cas, que l'institut.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET

U2: Organisation et gestion d'activités professionnelles	Coefficient 2	Durée 3 heures
Repère de l'épreuve : 0606-ECP T		Page 14 sur 20

SOIN HOMMES
FOR MEN TREATMENT

Document 2

POUR HOMMES
FOR MEN

Durée du soin = 45 mn
Prix recommandé du soin = 49 €
Cible : Tout âge,

Purifiant, bien-être, détente

PHASE N°1 : NETTOYAGE - PURIFICATION

Utiliser la **Mousse Dermo-Pure**. D'une extrême douceur, cette mousse nettoyante purifie l'épiderme sans l'agresser. Appliquer sur le visage et le cou. Faire mousser et masser en mouvements circulaires. Rincer.

Puis sur visage humide, appliquer la **Lotion Désincrustante** et faire mousser. Tonifier à l'aide de cotons (dans le sens du poil de la barbe) avec le **Tonic Phyco-Pure**.

PHASE N°2 : EXFOLIATION

Procéder à l'exfoliation avec le **Gommage Pureté**. Ce gommage exfoliant combine à la fois une action enzymatique et mécanique. Appliquer le gommage au pinceau en couche fine sur peau sèche. Laisser agir 5 mn (action enzymatique), puis avec les doigts humides procéder à des mouvements circulaires (action mécanique). Rincer et tonifier avec le **Tonic Phyco-Pure**.

PHASE N°3 : MODELAGE

Appliquer le **Modelage Douceur** généreusement sur le visage et le cou, puis procéder à des manœuvres de modelage.

PHASE N°4 : REPARATION - TRAITEMENT

Appliquer le masque le plus approprié au type de peau de votre client (**Masque Éclat d'Eau**).

PHASE N°5 : FIN DU SOIN

Appliquer le fluide « **Hydra-Men** » sur l'ensemble du visage et du cou.



Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET		
U2: Organisation et gestion d'activités professionnelles	Coefficient 2	Durée 3 heures
Repère de l'épreuve : 0606-ECP T		Page 15 sur 20

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

1. Clause générale

Les ventes de G.M. COLLIN sont soumises aux présentes conditions générales qui prévalent sur toute condition d'achat, sauf dérogation expresse et écrite de la part de G.M. COLLIN.

2. Tarifs

Les ventes sont facturées sur la base des tarifs et barèmes en vigueur ; G.M. COLLIN se réserve le droit de les modifier à tout moment pour les adapter aux conditions économiques.

G.M. COLLIN propose à ses clients divers avantages dans le cadre d'accord de partenariat.

3. Prise de commande

Toute commande comporte un acompte minimal de 30 %.

4. Modification de commande

Toute modification ou résolution de commande demandée par l'acheteur ne peut être prise en considération que si elle est parvenue par écrit avant l'expédition des produits ; Si G.M. COLLIN n'accepte pas la modification ou la résolution, les acomptes versés ne pourront être restitués qu'en produits.

5. Livraison

Les délais de livraison sont indiqués aussi exactement que possible mais sont fonction des possibilités d'approvisionnement, de production et de transport du vendeur ; Les dépassements de délai de livraison ne peuvent donner lieu ni à dommages et intérêts, ni à retenue de paiement ni à annulation des commandes en cours.

Les produits sont livrables franco de port pour un montant minimal de commande de 250 Euros hors taxes ; En deçà, des frais de port de 16 Euros hors taxes sont facturés.

6. Réception

Les produits voyagent aux risques et périls du destinataire auquel il appartient en cas d'avarie ou de manquant de faire toutes constatations nécessaires et de confirmer ses réserves par acte extrajudiciaire ou par lettre recommandée avec avis de réception auprès du transporteur dans les trois jours qui suivent la réception des marchandises. Les frais d'envoi par express ou contre remboursement sont à la charge du client.

7. Facturation et paiement

Les factures sont établies du jour de l'expédition ; Toute réclamation les concernant doit être émise dans un délai de 5 jours suivant leur réception. Le délai normal de paiement des factures est de 30 jours fin de mois de facturation, net et sans escompte, par le moyen précisé à la commande : chèque, traite acceptée ou LCR, ces conditions n'étant valides qu'en l'absence de retard ou d'incident de paiement antérieurs.

Si le paiement intervient par chèque encaissé dans les quinze jours de l'émission de la facture, le client pourra déduire un escompte de 2 % de son paiement. Pour des commandes spéciales, des modalités de paiement particulières pourront être demandées par le client, et acceptées par G.M. COLLIN.

En cas de paiement différé ou à terme, constitue un paiement, non pas la simple remise d'un effet de commerce ou d'un chèque impliquant une obligation de payer, mais leur règlement à l'échéance convenue.

En cas de retard de paiement G.M. COLLIN pourra suspendre toutes les commandes en cours, sans préjudice de toute autre voie d'action ; Des intérêts de retard pourront être décomptés au taux de l'intérêt légal majoré. Tout impayé bancaire à l'échéance prévue initialement entraîne l'application d'une pénalité forfaitaire de 32 Euros hors taxe.

Ces pénalités seront exigibles sur simple demande de G.M. COLLIN. Le défaut de paiement de l'une quelconque des échéances pourra entraîner l'exigibilité de la totalité des échéances restant dues et la revendication des biens.

8. Retour

Tout retour de produits doit faire l'objet d'un accord formel et préalable de la part de G.M. COLLIN ; Tout produit retourné sans cet accord serait tenu à la disposition de l'acheteur et ne donnerait pas lieu à avoir ; Les frais et les risques de retour sont toujours à la charge de l'acheteur.

En cas de retour, il est appliqué un abattement minimum de 30 % sur le prix de vente pour frais de contrôle et conditionnement.

9. Réserve de propriété

G.M. COLLIN conserve la propriété des biens vendus jusqu'au paiement effectif de l'intégralité du prix en principal et accessoires (loi n° 80.335 du 12/05/80) ; Ne constitue pas paiement au sens de cette clause la remise d'un titre créant une obligation de payer.

Les dispositions ci-dessus ne font pas obstacle, dès la livraison, au transfert à l'acheteur des risques de pertes ou de détériorations des biens ainsi que des dommages qu'ils pourraient occasionner. L'acheteur est autorisé, dans le cadre de l'exploitation normale de son établissement à revendre les marchandises livrées, mais il ne peut ni les donner en gage ni en transférer la propriété à titre de garantie ; En cas de vente l'acheteur s'engage à régler immédiatement à G.M. COLLIN la partie du prix restant due.

Si l'acheteur est déclaré en redressement judiciaire, les commandes en cours seront automatiquement annulées ; Si des marchandises ont été livrées et demeurent impayées, G.M. COLLIN se réserve expressément le droit de les revendiquer conformément à la loi.

10. Réseau de distribution

Nos produits sont destinés à des professionnels agréés et ils ne peuvent sans l'accord préalable et écrit de G.M. COLLIN :

- être vendus au public pour les produits cabine,
- être transmis aux fins de revente, à qui que ce soit, de quelque manière que ce soit,
- être vendus sous une présentation autre que celle d'origine.

11. Garanties

Nos produits ont été fabriqués avec le plus grand soin et leur utilisation est précisée par des notices, si néanmoins il existait un doute sur leur qualité ou en cas d'incertitude quant aux techniques et domaines d'applications, il convient de contacter immédiatement G.M. COLLIN.

12. Attribution de juridiction

Les tribunaux de Paris, siège social du vendeur, seront seuls compétents pour connaître des litiges de toute nature concernant ces opérations de vente.

G.M.
COLLIN

PARIS

2005

TARIF FRANCE

au 1^{er} SEPTEMBRE 2005



Document 3

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET

U2: Organisation et gestion d'activités professionnelles

Coefficient 2

Durée 3 heures

Repère de l'épreuve : 0606-ECP T

Page 16 sur 20

UNE BEAUTÉ D'AVANCE

Document 4

PRODUITS VENTE					PRODUITS ACHETER		
Produits	Référence	Présentation en ml	Prix Achat HT €	Prix Public TTC € INDICATIF	Référence	Présentation	Prix Achat HT €
GAMME VISAGE							
5 TOUTES PEAUX							
LES NETTOYANTS							
Eau d'Éclat Démaquillante	VC85201	Fl. 200	11,00	22,00			
Démaquillant Phyco-Marin	VC40302	Fl. 200	8,25	16,50	CC40302	Fl. 1000	18,00
Brume Phyco-Marine	VC40401	Fl. 200	8,25	16,50	CC40401	Fl. 1000	18,00
Lait Démaquillant	VC06202	Fl. 200	8,25	16,50	CC06202	Fl. 1000	18,00
Tonic Floral	VC06302	Fl. 200	8,25	16,50	CC06302	Fl. 1000	18,00
Démaquillant Douceur Yeux	VC35202	Fl. 200	8,50	17,00	CC35202	Fl. 500	11,50
Hydro-Nettoyant	VC40203	T. 150	9,00	18,00			
Gel Doux Moussant	VC06904	T. 150	8,00	16,00			
Soin Gommant	VC40602	T. 50	12,00	24,00	CC40602	T. 150	15,50
Soin Phyco-Eclat	VC40702	T. 50	12,00	24,00	CC40702	T. 150	15,50
Gommage Pureté	VC82401	T.50	12,00	24,00	CC82401	T. 150	15,50
1 PEAU DESHYDRATEE							
Crème Hydracine	VC06402	T. 50	13,75	27,50			
Fluide Phyco-Hydratant	VC41402	T. 50	14,00	28,00	CC41402	T. 150	17,00
Concentré Eclat d'Eau	VC84301	Fl. 30	16,00	32,00	CC84301	T. 100	16,50
Masque Eclat d'Eau	VC84001	T. 50	13,00	26,00	CC84001	T. 150	16,00
2 PEAU SECHE							
Crème Gelée Royale	VC09402	P. 50	17,50	35,00			
Crème Phyco-Hydra-Nutri	VC41701	P. 50	18,00	36,00			
Crème Vison	VC09502	P. 50	19,50	39,00	CC09502	T. 150	19,50
Huile Régénératrice	VC09602	Fl. 15	14,00	28,00	CC09602	Fl. 30	14,75
3 PEAU MIXTE/GRASSE							
Mousse Dermo-Pure	VC82101	Fl. 100	8,50	17,00			
Tonic Phyco-Pure	VC40502	Fl. 200	8,25	16,50	CC40501	Fl. 1000	18,00
Formule Phyco-Pure	VC41502	T. 50	12,50	25,00	CC41502	T. 150	14,75
Concentré Phyco-Clarifiant	VC42203	Fl. 30	14,50	29,00			
Lotion Phyco-Clarifiante	VC43302	Fl. 200	10,00	20,00			
Stilligel	VC16903	T. 10	8,25	16,50			
Lotion Désincrustante	VC16402	Fl. 200	8,25	16,50			
Masque Dermo-Pure	VC82301	T. 50	11,50	23,00	CC82301	T. 150	15,75
4 ANTI-AGE							
▲ Démaquillant Morpho-Skin	VC85401	Fl. 200	11,25	22,50	CC85401	Fl. 500	14,50
▲ Tonic Morpho-Skin	VC85501	Fl. 200	11,25	22,50	CC85501	Fl. 500	14,50
Sérum Morpho-Skin	VC84601	Fl. 30	32,50	65,00			
Crème Morpho-Skin	VC84701	P. 50	29,00	58,00	CC84701	T. 150	27,00
▲ Masque Morpho-Skin	VC85301	T. 50	16,00	32,00	CC85301	T. 150	21,50
Soin Phyco-Hydratant	VC40902	P. 50	21,00	42,00	CC40902	T. 150	19,75
Crème Orchidée	VC02402	P. 50	22,50	45,00	CC02402	T. 150	20,50
Crème Traitement Cellulaire	VC02604	P. 50	25,50	51,00			
Soin Phyco-Structure	VC41202	P. 50	25,50	51,00	CC41202	T. 150	21,50
Crème 2000 C	VC50502	P. 30	21,00	42,00	CC50502	T. 150	22,00
Crème Jeunesse 3D	VC43802	T. 30	19,50	39,00			
Gel Collagène Natif	VC02803	P. 50	20,50	41,00	CC02803	T. 150	21,00
Sérum Bio-Actif	VC02904	Fl. 30	19,50	39,00			
Emulsion Phyco-Structure	VC41802	Fl. 30	18,50	37,00			
Concentré ADN marin	VC42003	Fl. 30	20,50	41,00	CC42003	T. 50	18,00
4 PEAU MATURE							
Hydra-Extrême Crème de Jour	VC43502	T. 50	19,00	38,00			
Nutri-Extrême Crème de Nuit	VC43402	P. 50	24,50	49,00			
Sérum Lift-Extrême	VC43702	Coffret 30 x 0,5	35,00	70,00			
Masque Extrême	VC43602	T. 50	15,00	30,00	CC43602	T. 150	18,50
5 PEAU EXIGEANTE							
Chromo-Science® Fontaines Vie	VC70201	Coffret 7 x 4	67,50	135,00			
Sérum Calmo-Derme	VC84101	Fl. 30	26,00	52,00	CC84101	T. 100	20,00
Crème Calmo-Derme	VC84401	P. 50	23,00	46,00	CC84401	T. 150	21,50
Crème Hydrogénée	VC06503	P. 50	18,50	37,00	CC06503	T. 150	19,00
Concentré Phyco-Oxygénant	VC42103	Fl. 30	18,50	37,00			
Crème Phyco-Tenseur	VC41302	P. 50	23,50	47,00			
Crème Tropo-Elastine	VC12203	P. 50	23,50	47,00			
WhitEvidence Sérum Dépigmentant	VC60402	T. 15	15,50	31,00			
WhitEvidence Crème Blancheur	VC60302	P. 50	20,00	40,00			
Gel Relax Yeux	VC81001	T. 15	13,00	26,00	CC81001	T. 50	12,50
Crème Jeunesse Yeux	VC81101	T. 15	16,00	32,00	CC81101	T. 50	14,75
Baume Lèvres 3D	VC81201	T. 15	11,00	22,00			

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET

U2: Organisation et gestion d'activités
professionnelles

Coefficient 2

Durée 3 heures

Repère de l'épreuve : 0606-ECP T

Page 17 sur 20

PRODUITS VENTE
PRODUITS CABINE

Produits	Référence	Présentation	Prix Achat HT €	Prix Public TTC € INDICATIF	Référence	Présentation	Prix Achat HT €	
GAMME VISAGE					GAMME VISAGE			
Traitements Professionnels Visage								
Chromo-Science® Soin de Vie		Réservés à l'usage professionnel			CC70101	Coffret 9 soins	125,00	
Algomask Soin Vivifiant					CC27903	Coffret 12 soins	64,00	
Traitement Dermo-Pure					CC82001	Coffret 15 soins	49,00	
Soin Collagène 2000 C					CC50102	Coffret 3 soins	52,50	
Soin Jeunesse 3D					CC80103	Coffret 6 soins	62,00	
Morpho-Skin Soin Peeling					CC85101	Coffret 1 soin	15,00	
Collagène Marin Phyco-Structure					CC43102	Coffret 6 soins	66,00	
Hydro-Lifting Soin Intégral					CC27109	Coffret 12 soins	106,00	
WhitEvidence Soin Eclaircissant					CC60102	Coffret 3 soins	52,50	
Produits Professionnels Visage								
Modelage Douceur		Réservés à l'usage professionnel			CC80202	T. 150	13,50	
Vitaliseur Phyco-Structure					CC42503	12x3 ml	18,00	
WhitEvidence Masque Immédiat					CC84202	T. 150	16,50	
GAMME CORPS					GAMME CORPS			
Velouté Hydra-Douche	VC23502	T. 200	8,50	17,00				
Gel Moussant Exfoliant	VC21404	T. 200	10,75	21,50				
Voile Beauté Hydratant	VC21503	Fl. 400	14,50	29,00				
▲ Crème Mains Morpho-Skin	VC24101	T. 75	12,50	25,00				
Zoom Minceur	VC23401	Fl. 125	15,00	30,00				
Gel Minceur 3 en 1	VC21203	T. 150	15,50	31,00				
Crème Propil	VC19204	T. 150	13,50	27,00				
Sublim'Bust Cocktail 3D	VC23801	Fl. 125	14,75	29,50				
Traitements Professionnels Corps								
Gommage aux Sels Marins		Réservés à l'usage professionnel			CC22801	P. 500	20,00	
Pâte Sudacream					CC21902	P. 400 g	23,00	
Fondant Minceur					CC22902	P. 500	30,00	
Concentré Chaud					CC23002	Fl. 100	7,75	
Baume Anti-Eau					CC23102	P. 500	16,00	
Concentré Froid					CC23302	Fl. 100	7,75	
Poudre Algo-Marine					CC23201	3 Kg	59,00	
Traitement Propil					CC19104	Coffret 10 soins	30,00	
Sublim'Bust Cocktail 3D					CC23801	T. 150	15,00	
Sphères Maxi-Buste					CC24001	T. 50	13,50	
Sublim'Bust Formule Active					CC23901	T. 150	14,50	
Huile de Modelage					CC21701	Fl. 500	20,50	
GAMME SOLAIRE					GAMME SOLAIRE			
Soin Précurseur de Mélanine	VC25603		T. 150	10,50	21,00			
Soin Extrême IP 20	VC26004	T. 50	11,00	22,00				
▲ Soin Haute Protection SPF 15	VC28401	T. 150	14,50	28,00				
▲ Voile Protecteur SPF 6	VC28301	T. 150	12,50	24,00				
Soin Réparateur	VC25803	T. 150	10,50	21,00				
Spray Auto-Bronzant	VC25504	Fl. 200	13,00	26,00				
GAMME HOMME					GAMME HOMME			
Baume Après-Rasage	VC65202	T. 50	11,00	22,00				
Fluide Hydra-Men	VC65302	T. 50	12,00	24,00				

▲ Nouveautés fin 2005/2006.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET		
U2: Organisation et gestion d'activités professionnelles	Coefficient 2	Durée 3 heures
Repère de l'épreuve : 0606-ECP T	Page 18 sur 20	

Document 5

Relevé et information bancaires hebdomadaire

Du 8 avril 2006-01-17

Compte courant professionnel en euros N° 0002590901

Concernant INSTANT BELLE Sarl à CANNES

Date	Date Valeur	Opération	Débit	Crédit
Solde débiteur au 01/04/2006			318,20	
02/04/2006	01/04/2006	Virement loyer M.Duchien	1 000,00	
02/04/2006	02/04/2006	Abonnements services bancaires sur internet dont TVA 2,95€	14,95	
03/04/2006	05/04/2006	TPE628574371 Remise CB 31		106,20
03/04/2006	05/04/2006	TPE628574371 Remise CB 32		68,40
03/04/2006	05/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 31	1,04	
03/04/2006	05/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 32	0,67	
03/04/2006	06/04/2006	Remise chèques 041664		234,12
03/04/2006	02/04/2006	Prélèvement honoraires comptables	543,58	
04/04/2006	07/04/2006	Remise chèques 041665		1 134,00
05/04/2006	07/04/2006	TPE628574371 Remise CB 33		202,50
05/04/2006	07/04/2006	TPE628574371 Remise CB 34		121,30
05/04/2006	07/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 33	1,98	
05/04/2006	07/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 34	1,19	
06/04/2006	07/04/2006	TPE628574371 Remise CB 35		111,00
06/04/2006	08/04/2006	TPE628574371 Remise CB 36		324,00
06/04/2006	08/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 35	1,09	
06/04/2006	08/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 36	3,18	
07/04/2006	08/04/2006	TPE628574371 Remise CB 37		45,00
07/04/2006	09/04/2006	TPE628574371 Remise CB 38		25,45
07/04/2006	09/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 37	0,44	
07/04/2006	09/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 38	0,25	
07/04/2006	09/04/2006	Remises virements salaires	1 710,60	
07/04/2006	06/04/2006	Remises chèques 041663		435,00
07/04/2006	10/04/2006	Frais virements télétransmission dont TVA à 19,60%=0,12€	0,72	
07/04/2006	07/04/2006	Dépôts espèces		220,00
08/04/2006	07/04/2006	TPE628574371 Remise CB 39		457,50
08/04/2006	10/04/2006	TPE628574371 Remise CB 40		345,20
08/04/2006	10/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 39	4,48	
08/04/2006	10/04/2006	Commission TPE628574371 remise CB 40	3,38	
Total des mouvements			3 605,75	3 829,67
Solde au 08/04/2006			223,92	

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET		
U2: Organisation et gestion d'activités professionnelles	Coefficient 2	Durée 3 heures
Repère de l'épreuve : 0606-ECP T	Page 19 sur 20	

Document 6

Nature des charges	Montant des charges en % du chiffre d'affaires		Répartition des charges			
			Charges fixes		Charges variables	
Consommation de M.P et autres approvisionnement	50%	200 000			100%	200 000
Services extérieurs	10%	40 000	40%	16 000	60%	24 000
Impôts et taxes	5%	20 000	60%	12 000	40%	8 000
Salaires et traitements	15%	60 000	10%	6 000	90%	54 000
Charges sociales	8%	24 000	10%	2 400	90%	21 600
Dotations aux amortissements	10%	40 000	100%	40 000		
Charges financières	2%	8 000	100%	8 000		
TOTAUX		392 000		84 400		307 600

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie-SUJET		
U2: Organisation et gestion d'activités professionnelles	Coefficient 2	Durée 3 heures
Repère de l'épreuve : 0606-ECP T	Page 20 sur 20	