

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
ESTHÉTIQUE/COSMÉTIQUE-PARFUMERIE**

SESSION 2008

ÉPREUVE E2 TECHNOLOGIE

**SOUS-ÉPREUVE A2 : ORGANISATION ET GESTION
D'ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES**

U2

Dossier Technique

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie DOSSIER TECHNIQUE		
U2 : organisation et gestion d'activités professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 2	3 heures
Repère de l'épreuve : 0806-ECP T	Page 1 sur 7	

METTEZ LE CAP SUR LES NOUVELLES TENDANCES !

ÊTRE À L'ÉCOUTE DES ASPIRATIONS DES CLIENTES... C'EST TENDANCE ET... RENTABLE !

Connaître les attentes de vos clientes pour vous y adapter et donner ainsi satisfaction...
Quel programme !

Et pourtant, vous vous trouvez face à un des principes de base du marketing, un principe devenu incontournable dans notre société de consommation.

Comment, en effet, séduire un consommateur qui dispose d'un large choix pour assouvir son besoin ?

En lui proposant un produit qui correspond à ses attentes ou qui est en harmonie avec ses valeurs actuelles, bien sûr !

Il faut alors chercher une réponse à cette difficile, mais légitime, question : à quoi ressemble le consommateur d'aujourd'hui ?

Etablir un profil type, valable pour tous, serait un peu réducteur.

Il n'empêche ! Sans vouloir généraliser à outrance, il existe des valeurs montantes.

Force est de constater que nos aspirations ont bien changé. La tendance « carrière », « ambition », « réussite matérielle » ne fait plus l'unanimité ! Un nouveau vent souffle sur la France des villes et des campagnes : le retour aux sources. Dans ce contexte, les besoins d'authenticité, d'harmonie entre les hommes et la nature reviennent en force.

Tous les magazines se sont emparés du phénomène, et des concepts comme le bio, le développement durable, l'exotisme sont régulièrement mis sur le devant de la scène. C'est peut-être le bon moment pour vous de prendre la vague...

Gros plan sur trois tendances qui ont le vent en poupe en 2007 chez les consommateurs de produits cosmétiques et de prestations esthétiques.

LE « BIO » ? GO !

« Bio » signifie la vie, le vivant en grec. Avec une telle étymologie, il n'est pas étonnant que la « Bio-attitude » remporte du succès auprès des consommatrices en quête de naturel !

Car, il faut bien se rendre à l'évidence, le « bio » dans les cosmétiques n'est plus l'apanage

La tendance sur les produits cosmétiques « bio »

La cosmétique dite « bio » s'inspire de la phytothérapie et s'appuie sur l'utilisation de substances naturelles comme des huiles végétales, des huiles essentielles, des eaux florales, des cires, des beurres...

Elle prend en considération une démarche qualité stricte en ce qui concerne les ingrédients et a une philosophie de production différente. Pour obtenir la certification « Bio », le produit doit répondre à un cahier des charges précis qui sera contrôlé par un organisme indépendant comme Ecocert avec la charte COSMÉBIO (mention Ecologique ou Biologique), Nature et Progrès, Qualité France ou encore la norme allemande BDIH. Chaque label a ses spécificités, mais dans la plupart des cas, ils garantissent :

- le recours strict à une liste de composants autorisés,
- le recours à une forte teneur en ingrédients naturels,
- le recours aux composants végétaux issus de l'agriculture biologique,
- l'exclusion de paraffines, de silicones et des produits issus de la pétrochimie,
- l'exclusion de parfums ou de colorants de synthèse,
- l'exclusion de conservateurs de synthèse du type des parabens, des solvants ou d'émulsifiants,
- l'exclusion d'OGM,
- le respect de l'environnement : effort sur les matières premières, les procédés de fabrication, les emballages,
- le refus des tests sur les animaux.

de quelques adeptes traditionnelles, sensibilisées par l'écologie depuis leur tendre enfance.

Il est devenu, au contraire, très tendance de retrouver un univers esthétique qui prend des allures d'autofols. Comme pour nos ancêtres, c'est la nature qui arrive à la rescousse et qui nous apporte ses bienfaits. Sa sécurité aussi...

La « révolution bio » semble donc bien en marche et en voici quelques exemples significatifs :

- **Huit femmes sur dix ont une image positive du « bio » en cosmétique.**

Une telle opinion favorable ressemble à un plébiscite ! Voilà un résultat de sondage qui pourrait faire bien des envieux !

- **Une sur deux en a déjà acheté.**

C'est bien une preuve que les consommatrices modifient peu à peu leurs habitudes de consommation.

- **Certaines marques « bio » affichent un taux de croissance de 30 %.**

C'est indéniablement une très belle évolution du chiffre d'affaires !

- **L'offre de produits « bio » s'est considérablement étendue.**

Tous les segments ont été déclinés en cette version et l'on trouve désormais des gammes

complètes de produits visage, corps, voire de maquillage.

- **Les grands laboratoires de produits cosmétiques « traditionnels » investissent sur ce créneau.**

Clarins, L'Oréal, Yves Saint Laurent, pour ne citer que ces quelques exemples, se sont laissés séduire par ce marché prometteur.

- **La certification se développe.**

L'argument « bio » doit pouvoir se justifier ! C'est pourquoi de nombreuses entreprises font le choix de cette démarche qui apparaît comme une véritable garantie du concept bio (voir encadré).

- **La distribution se diversifie.**

Les magasins « bio » manquent parfois un peu de « glamour ». Certaines parapharmacies et des instituts en ont bien pris conscience !

- **Internet se passionne pour ce thème.**

Blogs, sites de vente spécialisés, questions des consommateurs, dossiers spéciaux dans des rubriques « beauté »... Il vous faudra beaucoup de patience pour lire les quelques milliers de pages consacrées à ce thème !

Et vous ? Où êtes-vous dans cette « tornade verte » ?

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie DOSSIER TECHNIQUE

U2 : organisation et gestion d'activités professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie

Coefficient 2

3 heures

Repère de l'épreuve : 0806-ECP T

Page 2 sur 7

Soins

LA COSM'ÉTHIQUE ? UN DÉVELOPPEMENT... DURABLE !

1,20 € par an et par habitant.

Nérez pas ! C'est bien la somme que nous avons dépensée en produit estampillé « commerce équitable ».

Inutile de faire des plans sur la comète... allez-vous me dire ? Et pourtant...

- Il y a six ans, chaque Français y consacrait à peine 10 centimes,
- entretemps, le taux de notoriété de cette forme de commerce est passé de 9 à 75 %,
- un Français sur cinq déclare acheter régulièrement des produits du commerce équitable,
- un Français sur deux se déclare prêt à payer plus cher des produits éthiques,
- quinze du commerce équitable,
- salon professionnel et grand public sont d'ores et déjà programmés en 2007,
- le chiffre d'affaires d'Alter Eco, poids lourd du commerce équitable, est passé de 5 millions d'euros en 2004 à 10 millions d'euros en 2005. Même si sa spécialité reste l'ali-

mentaire, elle vient de lancer une gamme de 14 produits cosmétiques,

- les cosmétiques équitables sont entrés dans les corners du Bon Marché et des Galeries Lafayette,

- grande première : une société de cosmétiques a été labellisée.

Alors, faut-il considérer la cosm'éthique comme une mode passagère ? Une niche marketing ? Ce n'est finalement plus sûr ! Les produits éthiques n'intéressent pas seulement des militants alter-mondafistes et des utopistes.

Aujourd'hui, le consommateur veut s'engager à travers ses achats et le commerce équitable lui permet de donner un sens à son geste : il agit par solidarité en aidant les petits producteurs du Sud à vivre décemment.

Cela lui fait plaisir... alors, vive la consommation ! Eh oui, la générosité, c'est tendance en 2007 !

Solidaire, direct, juste, transparent, qualité : nul doute que ces cinq engagements prioritaires du commerce équitable ne laisseront pas vos clientes de marbre !

SOINS EXOTIQUES : OUI À L'INVITATION AU VOYAGE !

- Alors, quelle sera votre prochaine destination ? Le Maroc. Bali ou l'Afrique du Sud ?... Non, cette conversation n'a pas lieu dans une agence de voyage, mais bien dans un institut qui a misé sur les soins « venus d'ailleurs ».

« Ailleurs » est assurément un mot qui fait beaucoup rêver, et ce, même si nous sommes satisfaits de notre quotidien.

En effet, l'intérêt pour les cultures du monde et le besoin d'évasion ressortent parmi les aspirations des Français. Invitez-les donc à faire un merveilleux voyage, un tour du monde de la beauté... dans votre cabine ! Attention néanmoins, cette idée de soins « venus d'ailleurs » est déjà moins inédite : certains soins sont devenus des grands classiques et l'environnement multiculturel du spa nous a préparés à cette évolution.

Ainsi, pour dépayser vos clientes aujourd'hui, vous devez les emmener hors des sentiers battus.

Ce qu'elles attendent, c'est du « traditionnel », de « ethnique », du « bal », « du rituel

Les destinations (exotiques)

• **Le Maghreb** : les premiers fards et le khôl y ont fait leur apparition, il y a plus de 5000 ans. Le charme de l'Orient, berceau de la cosmétique, envôite. Le succès de l'épilation au miel, du gommage au savon noir, de l'enveloppement au rassoul, du hammam continue sur sa lancée...

• **L'Asie** : shiatsu japonais, reflexologie chinoise, ayurveda indien sont devenus des références... Et de nouvelles destinations arrivent : la Thaïlande bien sûr, mais aussi, le Tibet, la Corée, Bali...

• **Les Etats-Unis** : modelage californien et massage aux pierres chaudes des Indiens navajos sont deux succès qui ne se démodent pas.

Et ailleurs

Le commerce équitable à l'avant de la beauté

• **Les îles de l'Océan Indien** : Maurice, Seychelles, Madagascar n'évoqueront plus seulement la beauté de leurs paysages... Leurs soins sont de plus en plus appréciés !

• **Le Brésil** : les Brésiliennes font de la beauté leur priorité. Les secrets de la forêt amazonienne arrivent chez nous.

• **L'Afrique noire** : Burkina Faso, Mali, Afrique du Sud... Impossible de rester insensible à ce continent.

• **Hawaï** : vous connaissez certainement le mot « Aloha » (« Bienvenue » en langue locale) ? Retenez aussi « Ilima » («

ancestral de beauté », de la « philosophie ». Plus le soin sera « vrai » et en harmonie avec la nature, et plus il sera apprécié.

ET MAINTENANT ?

Vous êtes prête à entrer dans la tornade verte ? L'esprit du commerce équitable vous tente ? Vous voulez faire voyager vos clientes ?

En un mot, vous êtes prête à prendre le large ! C'est probablement une excellente idée, mais avant de vous jeter à l'eau, faites néanmoins

Le Commerce Équitable
certifié en France
soin labellisé
Max Havelaar

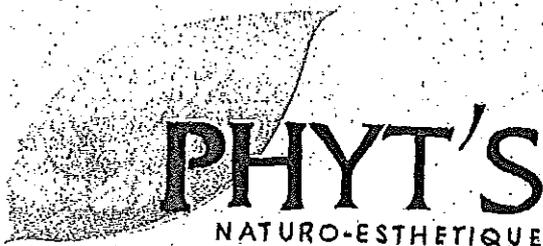
Cette association est une organisation indépendante qui délivre un label garantissant que le produit respecte les règles internationales du commerce équitable.

Le label offre la garantie aux consommateurs que les produits ont été achetés à un prix correct aux producteurs et réalisés dans des conditions de travail satisfaisantes pour tous.

L'association favorise aussi les projets communautaires (centres de santé, écoles...), environnementaux et réduit les intermédiaires entre producteur et consommateur.

La marque de cosmétiques Tiémis a été la première en France à être labellisée « Max Havelaar ». Ses matières premières, issues du commerce équitable, viennent du Paraguay et du Pérou.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie DOSSIER TECHNIQUE		
U2 : organisation et gestion d'activités professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 2	3 heures
Repère de l'épreuve : 0806-ECP T		Page 3 sur 7



S.D. ALYZEE
 Distribution Nord-Loire
 19, rue Nationale - 77580 Crécy la Chapelle
 Tél. 01 64 63 89 17
 Fax : 01 64 63 01 24

BON DE COMMANDE PROFESSIONNEL 01-07-07

Date : _____ Nom : _____ Institut : _____
 Adresse : _____
 Tél. : _____ Règlement : _____
 Promos en cours : _____

LIGNE GENERALE

*(3 unités + 1 offerte)

CODE	DESIGNATION	P	C	P.U. en euros	Quantité	Montant H.T.
	NETTOYER - PURIFIER					
TLH	LAIT HYDRO-NETTOYANT	Tube	200 g	8,10		
TLP	LOTION HYDROLE ORANGER	Flacon	200 ml	7,40		
TLN	LAIT NETTOYANT	Tube	200 g	9,75		
TLB	LOTION HYDROLE EUCALYPTUS	Flacon	200 ml	7,40		
MF	MOUSSE FACIALE	Flacon	100 ml	6,50		
C+40	CONTACT+	Tube	40 g	11,45		
LDY	LOTION DEMAQUILLANTE YEUX	Flacon	50 ml	5,70		
DY50	DEMAQUILLANT YEUX	Flacon	50 ml	8,65		
REV	MASQUE REVELATEUR	Tube	40 g	9,30		
J12	MASQUE J 12	Tube	40 g	9,30		
REVIM	MASQUE REVIDERM	Tube	40 g	10,70		
	PROTEGER - HYDRATER					
C307	CREME C 307	Tube	40 g	11,80		
C308	CREME C 308	Tube	40 g	11,30		
YLG	CREME YLANG	Tube	40 g	15,10		
C309	CREME C 309	Tube	40 g	14,80		
C310	CREME C 310	Tube	40 g	16,20		
	CRÈMES TEINTÉES					
CTPM	CREME TEINTEE Peaux mates	Tube	40 g	12,00		
CTPC	CREME TEINTEE Peaux claires	Tube	40 g	12,00		
CTEL	CREME TEINTEE Eclat-lumière	Tube	40 g	12,00		

VISAGE

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie DOSSIER TECHNIQUE		
U2 : organisation et gestion d'activités professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 2	3 heures
Repère de l'épreuve : 0806-ECP T	Page 4 sur 7	

CORPS

EQUILIBRER - NOURRIR - REVITALISER						
C17	SMC 17	40 Caps.x	0,4 ml	15,10		
REVI	SERUM REVIDERM	40 Caps.x	0,4 ml	26,85		
H23	SERUM ANTI-RIDES	40 Caps.x	0,4 ml	28,00		
MV	SERUM MULTI-VITA	6 Amp.x	5 ml	26,20		
CC17	CREME C 17	Tube	40 g	12,60		
S30	CREME S 30	Tube	40 g	19,40		
ABS	CREME ABSOLUE	Tube	40 g	26,95		
REVIC	CREME REVIDERM	Tube	40 g	21,35		
PHYTO	CREME PHYTONAGRE	Tube	40 g	20,40		
FCY	FLUIDE CONTOUR Yeux/Lèvres	Tube	20 g	20,80		
NUTRITION INTENSE						
PV	PHYT'SSIMA VISAGE	Tube	40 g	20,70		
PC	PHYT'SSIMA CORPS	Tube	200 g	22,75		
PZ	PHYT'SSIMA ZONES REBELLES	Tube	100 g	20,70		
EQUILIBRER - AFFERMIR						
CCAP	CREME CAPYL	Tube	40 g	14,80		
C	CREME C	Tube	40 g	14,00		
F	CREME F	Tube	40 g	14,00		
P	CREME P	Tube	40 g	14,00		
S	CREME S	Tube	40 g	14,00		
AFFINER - GALBER - RAFFERMIR						
FS	SEINS CS 32	Flacon	30 ml	16,35		
BUSTE	CREME BUSTE	Tube	40 g	12,30		
TEF	ESTETIC FORM	Tube	200 g	17,25		
MJ	MINCEUR JOUR	Tube	200 g	19,40		
MN	MINCEUR NUIT	Tube	200 g	19,40		
TJ	TONI-JAMBES	Tube	200 g	22,50		
D111	DERMYL 111	Flacon	100 ml	25,10		
FG100	PHYTO FLUIDE GLACIAL	Flacon	100 ml	11,55		
MASSAGES CORPORELS AROMATIQUES						
HDE	HUILE CORPS DETOXICATION	Flacon	200 ml	15,30		
HEL	HUILE CORPS ELIMINATION	Flacon	200 ml	15,30		
HCI	HUILE CORPS CIRCULATION	Flacon	200 ml	15,30		
HRE	HUILE CORPS RELAXATION	Flacon	200 ml	15,30		
HDR	HUILE CORPS DRAINAGE	Flacon	200 ml	15,30		
EG	EPONGE GOMMANTE			6,20		
CODE	DESIGNATION	P	C	P.U. en euros	Quantité	Montant H.T.
PROTEGER - HYDRATER - ASSOULPIR						
TLC	LAIT DE CORPS	Tube	200 g	10,80		
TCC	CREME CORPS NOURRISSANTE	Tube	200 g	16,20		
GOMMER - NETTOYER - PURIFIER						
GC	GOMMAGE CORPS (gel moussant)	Tube	200 g	12,20		
TMT	MOUSSE TONIC (eucalyptus)	Tube	200 g	10,60		
TMM	MOUSSE STIMULANTE (mandarine)	Tube	200 g	7,55		
TMOA	MOUSSE RELAXANTE (orange amère)	Tube	200 g	7,55		
SOLAIRE - APRES SOLAIRE						
HSOL	HUILE SOLAIRE YLANG	Flacon	100 ml	10,45		
CSOL	CREME SOLAIRE	Tube	100 g	6,80		
CSOL6	CREME SOLAIRE SPF6	Tube	100 g	8,00		
CSOL10	CREME SOLAIRE SPF10	Tube	100 g	12,00		
CSOL15	CREME SOLAIRE SPF15	Tube	100 g	15,00		
CSOL30	CREME SOLAIRE SPF30	Tube	40 g	10,00		
AD	CREME ADOUCISSANTE	Tube	200 g	14,60		
SOIN DU CUIR CHEVELU						
TST	SHAMPOING TRAITANT	Tube	200 g	6,80		
HV5	HUILE VIVIFIANTE	6 Ampx.	5 ml	7,85		
LSTIM5	LOTION STIMULANTE	6 Ampx.	5 ml	5,50		
MC	MASQUE CAPILLAIRE	Tube	200 g	9,50		

CORPS

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie DOSSIER TECHNIQUE

U2 : organisation et gestion d'activités professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie

Coefficient 2

3 heures

Repère de l'épreuve : 0806-ECP T

Page 5 sur 7

PRODUITS CABINE

VISAGE

CODE	DESIGNATION	P.	C.	P.U. en euros	Quantité	Montant H.T.
VLS	LAIT DE SOINS	Amp.	30 x 3 ml	9,20		
VT	TONIQUE	Amp.	30 x 3 ml	9,20		
LB 500	LOTION HYDROLÉ EUCALYPTUS	Flacon	2 x 500 ml	36,00		
LP 500	LOTION HYDROLÉ ORANGER	Flacon	2 x 500 ml	36,00		
C+ 100	CONTACT +	Tube	100 ml	18,55		
NP	NATUR-PEEL	Tube	100 ml	14,15		
G6	CREME G 6	Amp.	10 x 2 ml	6,15		
VYLG	CREME YLANG	Amp.	10 x 2 ml	12,20		
VCYT	CYTYL	Amp.	10 x 2 ml	40,60		
VM12	MASQUE M 12	Amp.	6 x 10 ml	13,20		
VD17	MASQUE D 17	Amp.	6 x 10 ml	13,20		
VDO	MASQUE D'O	Amp.	6 x 10 ml	25,00		
VOV	MASQUE OLIGO-VITAL	Amp.	6 x 10 ml	19,30		
MMV	MASQUE MULTI-VITA	Amp.	6 x 10 ml	19,40		
VSMC17	SMC 17	Amp.	10 x 2 ml	12,60		
VAREVI	SERUM REVIDERM	Amp.	10 x 2 ml	19,35		
VARH	SERUM ANTI-RIDES (ARH 23)	Amp.	10 x 2 ml	23,30		
VMV	SERUM MULTI-VITA	Amp.	6 x 5 ml	21,50		
VCROSE	CAPYL ROSE	Amp.	10 x 3 ml	12,90		
VACOM	ANTI-COMEDONS	Amp.	10 X 3 ml	17,10		
VP108	PRELUDE 108	Amp.	10 x 2 ml	19,80		
VPA	PRES-AGE	Amp.	10 x 2 ml	19,80		
DY50	DEMAQUILLANT YEUX	Flacon	50 ml	8,85		

SOINS SPECIFIQUES

PACMV	SOIN MULTI-VITA (anti-rides - tenseur)		13 SOINS COMPLETS	152,40		
PACO	SOIN D'O (anti-rides - ovale visage)		"	142,80		
PACOV	SOIN OLIGO VITAL (anti-rides)		"	109,80		
PACEV	SOIN ENERGIE VITAL (prévention rides/anti-pollution)		"	93,30		
PACC	SOIN CAPYL (rougeurs diffuses)		"	91,20		
PACAC	SOIN ANTI-COMEDONS		"	76,10		
PACE	SOIN EQUILIBRE (nettoyage de peaux)		"	49,30		

CORPS

PAMA	PACK MINCEUR ACTIVE		13 SOINS COMPLETS	125,00		
BC	BAUME EXFOLIANT CORPS	Pot	300 gr	25,00		
PH1	LOTION AMINCISSANTE	Flacon	500 ou 1000 ml	41,75	77,45	
LCI	LOTION CIRCULATION	Flacon	500 ou 1000 ml	41,75	77,45	
HS	HUILE SUDO	Flacon	500 ou 1000 ml	33,00	60,00	
FG	PHYTO FLUIDE GLACIAL	Flacon	500 ou 1000 ml	38,00	70,00	
LIMON4	LIMON PX2	Seau	4 Kgs	106,40		
NAT200	NATURODERM	Flacon	200 ml	39,60		
RDEP100	R'PHYT'S	Pulvérisateur	100 ml	35,05		
POST	POST-EPIL	Aérosol	250 ml	10,00		

CORPS CHEVEU

SHTT500	SHAMPOING TRAITANT	Flacon pompe	1000 ml	24,00		
VLSTIM5	LOTION STIMULANTE	Amp.	6 x 5 ml	4,70		
VHV5	HUILE VIVIFIANTE	Amp.	6 x 5 ml	6,80		

HUILES MASSAGES

PH2	COMPLEXE RAFFERMISSANT	Flacon	500 ou 1000 ml	41,75	77,45	
VHDE	HUILE DETOXICATION	Flacon	500 ou 1000 ml	33,00	60,00	
VHEL	HUILE ELIMINATION	Flacon	500 ou 1000 ml	33,00	60,00	
VHCI	HUILE CIRCULATION	Flacon	500 ou 1000 ml	33,00	60,00	
VHRE	HUILE RELAXATION	Flacon	500 ou 1000 ml	33,00	60,00	
VHDR	HUILE DRAINANTE	Flacon	500 ou 1000 ml	33,00	60,00	

DIVERS

SAC	SACS "PRESTIGE"			0,75		
GA	GAZE		100M/0,65	45,45		
3V	BANDE VELPEAU		4M/0,20	1,85		
RO	FEUILLES PLASTIQUE	100 Feuilles	2,10M/1,60	65,00		
CO	COUVERTURE THERMO SUDATIVE 3 ZONES			500,00		
BLOUSE	BLOUSE PHYT'S			39,00		
LB	LIVRE MAMAN BEBE			6,00		
LC	LIVRE "Conservateurs et cosmétiques"			6,00		
COTON	COTON BIO EQUITABLE		Lot 24 Sachets	45,60		
DH	DRAP HOUSSE 195x65x5			15,00		
3P	SERVIETTES 50x90		Lot de 5	28,00		
DC8	DRAP DE BAIN 100x200		Lot de 2	30,00		
SP10	SERVIETTES "INVITES" 30x30		Lot de 10	22,00		
PAREO	PAREO			12,00		

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie DOSSIER TECHNIQUE

U2 : organisation et gestion d'activités professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie

Coefficient 2

3 heures

Repère de l'épreuve : 0806-ECP T

Page 6 sur 7

DOCUMENT 3 : Compte 512 Banque de l'institut « ESSENTIELLE »

DATE	LIBELLÉS	DÉBIT	CRÉDIT
01.06	Solde débiteur	2 400.50	
03.06	Chèque n° 1245 Nord Cosmétique		124.00
10.06	Remise de chèques	1 320.00	
11.06	Remise CB	1 537.50	
12.06	Chèque n° 1246 Abonnement Nouvelles Esthétiques		48.00
18.06	Versement espèces	120.00	
22.06	Chèque n° 1247 Orphéa		289.90
25.06	Remise de chèques	210.56	
25.06	Remise CB	923.00	
29.06	Virement salaires		2 467.89
	TOTAUX	6 511.56	2 929.79
	Solde débiteur	3 581.77	

DOCUMENT 4 : Relevé de compte

Date	Libellé	Débit	Crédit
01.06	Ancien solde		2 400.50
03.06	Prélèvement EDF	75.00	
06.06	Chèque n° 1245	124.00	
08.06	Frais de tenue de compte	8.80	
12.06	Remise chèques		1 320.00
13.06	Remise CB		1 537.50
14.06	Commissions CB	5.70	
15.06	Prélèvement France Télécom	100.75	
17.06	Chèque n° 1246	48.00	
19.06	Versement espèces		120.00
26.06	Remise de chèques		210.56
26.06	Remise CB		923.00
30.06	Virement	2 467.89	
	TOTAL DES OPERATIONS	2 830.14	6 511.56
	NOUVEAU SOLDE AU 30.06		3 681.42

DOCUMENT 5 : État des ventes et des achats du mois de juin 2007

	Montants en €
Ventes TTC de produits à 19.6 %	2 811.04
Prestations de services TTC à 19.6 %	1 300.02
Achats HT de biens et de services à 19.6 %	756.70
Achats HT d'immobilisations à 19.6 %	950.00
Crédit du mois précédent	100.00

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie DOSSIER TECHNIQUE		
U2 : organisation et gestion d'activités professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 2	3 heures
Repère de l'épreuve : 0806-ECP T	Page 7 sur 7	