



**LE RÉSEAU DE CRÉATION
ET D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUES**

**Ce document a été mis en ligne par le Canopé de l'académie de Montpellier
pour la Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL
ESTHETIQUE/COSMETIQUE-PARFUMERIE

SESSION 2014

E1 EPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

**Sous épreuve A1 : Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-
parfumerie**

U 11

Dossier technique

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 1/11

Le soin visage homme

LA PRISE DE CONTACT

Votre client a pris rendez-vous pour un soin visage. Il arrive, vous l'accueillez, vous lui serrez la main et vous l'accompagnez dans la cabine.

Indiquez-lui où poser ses vêtements sur des cintres. Expliquez-lui comment s'installer : sur le dos, la tête ici, les pieds là, sous la couverture, les mains posées dessus. Surtout, mettez votre client bien à l'aise dès le début, laissez-le seul trois minutes.

Autre conseil : pas de charlotte, pas de lumière tamisée pour la prise de contact.

Donc, une fois que vous intégrez bien ce protocole d'accueil, que ça devient automatique, vous allez avoir un client qui va se fidéliser car il va vous voir en tant que professionnelle. Ça va être déterminant pour la suite de votre relation client. L'accueil est primordial.

Engagez le dialogue

Asseyez-vous face à lui, près de sa tête, avec votre fiche et posez-lui quelques questions : «Monsieur, nous avons donc rendez-vous aujourd'hui pour un soin du visage.» «Avez-vous déjà fait un soin du visage ?» «Connaissez-vous le déroulement d'un soin du visage ?» «Après votre rasage, appliquez-vous un soin après-rasage ?» «En baume ou en lotion ?» «Y a-t-il de l'alcool dedans ?». C'est important de le savoir car votre soin ne sera pas le même : il sera soit calmant, soit hydratant... À ce moment, il va peut-être vous dire qu'il sent que sa peau est rouge, qu'elle pique, qu'elle a des boutons. Donc, il va vous apporter des réponses. Continuez : «Pourquoi faites-vous ce soin aujourd'hui ?». À votre cliente, vous auriez demandé : «Quelles sont les attentes de votre peau aujourd'hui ?». Donc, la question «Pourquoi faites-vous ce soin ? est mieux que «Qu'est-ce que vous attendez de ce soin ?».

Enfin, lors de cette prise de contact, assurez-vous que votre client n'a pas de questions à vous poser sur le déroulement de son soin.

LE DÉROULEMENT DU SOIN

Vous avez laissé votre client seul trois minutes dans la cabine. Avant d'entrer, frapper pour prévenir, n'attendez pas que votre client vous réponde et entrez. Vous êtes sur votre lieu de travail, c'est vous qui gérez la situation. Votre client est installé, tamisez l'ambiance, mettez la musique. Votre cabine est à 20-21° maximum (un homme à souvent plus chaud qu'une femme). À partir de ce moment, ne quittez plus votre client et ne dites plus rien. Laissez-le se relaxer.

Au moment de commencer votre soin, mettez-lui une charlotte pour protéger ses cheveux, mais attention, il ne faut pas qu'il la voit, et surtout il ne faut pas qu'il se voit avec la charlotte.

Le nettoyage

Tout d'abord, nettoyez le visage de votre client avec un gel nettoyant et une lotion (pas de lait car le lait est un produit pour femme). N'utilisez pas non plus de coton (ça peluche), utilisez plutôt des disques jetables ou des gants jetables pour appliquer votre lotion.

Allez dans le sens d'implantation des poils. N'hésitez pas, quand vous passez votre lotion, à lui montrer le disque jetable souillé. Un homme a besoin de voir : ce n'est pas beau mais c'est terre à terre.

Le gommage

Gomez l'ensemble de son visage pour enlever les peaux mortes (évités le mot couche cornée pour une première fois, car votre client va se demander ce que c'est, tandis que peaux mortes, il voit !).

La vaporisation

Faites une vaporisation. Expliquez à votre client que la vaporisation va aider à éliminer les points noirs grâce à la chaleur.

Le modelage

Exécutez ensuite un modelage du visage en insistant sur les trapèzes(...)

Le masque

Pendant la pose du masque, certaines esthéticiennes font un modelage des mains(...)

Le fluide

Appliquez un fluide de jour. Faites attention que la peau de votre client ne soit pas grasse, il faut que votre fluide soit bien dosé pour qu'il n'ait pas cette sensation de gras, encore plus si vous utilisez des huiles essentielles. Densifiez bien votre produit, pour qu'il ne sente rien sur sa peau.

L'ensemble de la pratique prendra une heure.

À la fin du soin, laissez votre client se détendre cinq minutes et proposez-lui un thé, un jus de fruit ou un verre d'eau. Dès qu'il a bu une gorgée ou deux, rallumez la lumière (pas aussi intensément qu'au début) et allez l'attendre sur le point de vente.

QUELQUES CONSEILS DE VENTE

Dites à votre client que vous le laissez se rhabiller et que vous allez lui préparer ses produits. Attendez-le sur votre point de vente.

Gel nettoyant et fluide

Dans un premier temps, proposez-lui simplement deux produits : le gel nettoyant visage et le fluide que vous lui avez appliqués. Ils permettent de continuer l'hydratation et de calmer le feu du rasoir.

L'idéal, c'est le flacon-pompe ; si vous n'en avez pas, passez au tube, mais évitez le pot.

Expliquez-lui qu'il doit les appliquer sur l'ensemble de son visage. Ne lui dites pas d'éviter le contour des yeux, cela va l'agacer et lui prendre trop de temps, donc il ne le fera pas. Dites-lui simplement de prendre un petit pois, une noisette de produit et de l'appliquer après son rasage sur l'ensemble de son visage. Montrez-lui le geste «comme ça».

Produit contour des yeux

L'homme est très friand de produits pour le contour des yeux. En lui présentant deux produits, le gel nettoyant et le fluide pour l'ensemble du visage, insérez le contour des yeux.

Pour le regard, dites-lui d'en mettre une petite quantité, que c'est facile ; expliquez-lui que le produit est fluide et prévu pour une absorption rapide sur le contour des yeux.

Il va vous solliciter, et prendra généralement les trois produits. Autant la femme a besoin d'être impressionnée par la quantité de produits pour déclencher un acte d'achat, autant l'homme est plus cartésien : il ne prendra que ce qu'il lui faut.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - **DOSSIER TECHNIQUE**

U11 : Etude de situations professionnelles
en esthétique /cosmétique- parfumerie

Durée : 4 heures

Coefficient : 4

Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11

Session 2014

Pages : 2/11

Anti-âge, anti-rides

L'anti-âge n'est pas la préoccupation, l'anti-rides n'est pas la priorité des hommes jeunes. Par contre, à partir de 40 ans (une jeune fille est préoccupée par ses rides à partir de 27 ans), vous allez pouvoir parler d'anti-âge et d'anti-rides.

Produits raffermissants

Un homme ne sera pas tenté d'acheter des crèmes raffermissantes puisque avec son rasage, il va provoquer une exfoliation. Il sera moins ridé qu'une femme au niveau des joues et aura moins de perte de tonicité au niveau de l'ovale.

Crème de nuit

Proposez-lui toujours une crème qui convient le jour et la nuit si il a envie d'en mettre la nuit. Souvent un homme va mettre une crème de jour et une crème contour des yeux, plutôt qu'une crème de nuit.

Gel de rasage

Si votre client se rase avec un blaireau, proposez-lui un gel moussant qui apporte une belle mousse. Faites un essai avec votre produit pour lui montrer comme ça mousse, l'épaisseur et la densité de la mousse. Ça peut être une astuce aussi pour placer un produit.

Échantillons

Donnez quelques échantillons à votre client (choisissez des produits complémentaires à ses achats). Notez-les sur votre fiche client. Mettez le tout dans un sachet et ajoutez, s'il a une alliance, un cadeau délicat pour son épouse, par exemple des échantillons d'eau de toilette.

Ajoutez votre carte de visite. Montrez-lui sa note et expliquez-lui : «Il y a notre prestation et le produit, et voilà le total». Dites prestation et non pas soin du visage. Ne précisez pas. Il peut y avoir des oreilles indiscrettes sur votre point de vente.

Proposez-lui un prochain rendez-vous. Quittez votre comptoir et serrez-lui la main.

À DIRE, À NE PAS DIRE

Pêle-mêle, voici les mots que vous devez employer et ceux que vous devez éviter avec un homme.

Apprécier

Si votre client vous dit qu'il apprécie, vous pouvez lui répondre : «Si vous appréciez les modelages corporels, nous avons également un soin du dos». Ainsi, vous rebasculez sur votre pratique.

Après-rasage

Parlez-lui d'après-rasage, hydratant, rafraîchissant, calmant, cicatrisant. À cause du rasage, quoi qu'il arrive, l'homme a besoin d'entendre ces termes. Rafraîchissant, calmant, cicatrisant : ce sont les mots clés de votre vente.

Bien

Après l'épilation, vous vous retrouvez parfois avec une peau qui a rougi, effectivement votre client a vraiment eu mal. Ne lui dites pas «Je vais vous appliquer un lait avec un petit massage pour vous faire du bien». Qui ne l'a pas dit ? À bannir également, la question tout en massant votre client : «Ça fait du bien ?». Ne posez pas ce genre de questions. Ça ne posera pas de problème à votre cliente, elle ne pensera pas à la détourner mais l'homme oui, inconsciemment, si ce n'est pas sur le moment, ce sera après. C'est le mot de trop grâce auquel vous voulez apporter plus de confort mais qui casse tout ce que vous avez fait avant. Car lui, ce qu'il va retenir, quand il en parlera autour de lui, c'est que l'esthéticienne lui a demandé tout en le massant, si ça faisait du bien ? Voyez, c'est tendancieux.

Crème

Avec un homme, ne parlez pas de crème, mais de fluide.

Flacons pompes

Conseillez-les systématiquement.

Gommage

Expliquez à votre client que la prochaine fois qu'il a rendez-vous dans votre institut, au lieu d'utiliser un shampoing corps et cheveux, il devra utiliser un gommage gel douche. Grâce au gommage, il n'aura plus cette couche cornée épaisse.

**Bien
accueilli,
un homme
se fidélise
tout
de suite.**

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 3/11

Langage direct

Il y a des marques qui mettent en avant des mots destinés aux hommes, notamment la tranche d'âge jeune adulte : «Bonne Mine», «Coup de Gueule», chez Nickel par exemple. L'homme demande un langage plus direct. N'y allez pas par quatre chemins.

Mariage

À éviter absolument, la question : «Etes-vous marié ?». La jeune esthéticienne peut, innocemment, par manque d'expérience, poser cette question et provoquer une situation qui va être embêtante car il va poser la même question : «Oui et vous ?» Attention, vous entrez dans la sphère privée.

Massage, modelage

Lors de l'argumentation de votre soin visage ou corps, ne dites pas à votre client que vous allez lui faire un «petit» massage ou un «petit» modelage. «Petit» n'est pas vendeur. Encore plus chez l'homme. Une cliente ne va pas se poser de questions tandis que l'homme va se demander ce que c'est que le grand massage... S'il y a un petit, il y a un grand !

Métier

Ne demandez pas à votre client : «Que faites-vous comme métier ?». Soit vous êtes avec un homme qui adore son métier et va être intarissable. Soit, vous êtes avec un homme qui ne s'épanouit pas du tout, qui subit son travail. Attention, il peut se retrouver à être frustré, et cette question peut révéler son mal-être. D'ailleurs, de manière générale, dès que vous connaissez trop un client, il prend ses aises et risque de vous vampiriser dans votre institut.

Parfumage

Au lieu de parler du parfumage d'un produit, parlez-lui plutôt de l'odeur.

Peau sèche

Si votre client trouve que la peau de son corps est trop sèche, dites que vous avez la solution.

C'est clair, net, précis. Vous savez ce qu'il lui faut, vous connaissez votre marque, vous connaissez vos produits.

Penser

Ne demandez pas non plus «Qu'est-ce que vous en pensez ?». Votre client n'a pas besoin de penser quoi que ce soit de votre produit, vous gérez votre produit, vous gérez la matière, vous gérez le résultat. Le client sera satisfait à la fin du soin, et c'est là que vous pourrez lui donner des mots-clés de résultat en disant «Regardez, votre peau est éclaircie» avec des termes de résultat. Mais ne lui demandez pas ce qu'il en pense car ça peut l'inviter à reprendre le contrôle. Les hommes ont l'habitude de diriger. Ils ont l'habitude que la femme leur demande toujours ce qu'ils en pensent, donc montrez-lui le résultat mais ne dites pas «Qu'est-ce que vous en pensez».

Prendre

Évitez de dire : «Je peux vous prendre tout de suite». Il est mieux de dire : «Je peux vous apporter votre prestation tout de suite», vous êtes une professionnelle, c'est l'institut qui reçoit, pas vous !

Produits

Rebondissez toujours sur vos produits. À la fin de votre prestation, avant qu'il ne se rhabille, ne posez pas à votre client une question telle que : «Avez-vous besoin d'autre chose ?». Dites-lui plutôt : «Je vais vous préparer vos produits». Ne posez pas la question, prenez les choses en main. S'il n'est pas d'accord, il va vous le dire. Tandis qu'une femme peut prendre ça comme une vente forcée. Monsieur va vous dire clairement qu'il n'en a pas besoin.

Protocole

Ne parlez pas de techniques, parlez plutôt de protocole. Si votre client vous demande : «On trouve ça où ?». Et bien dans les bons instituts, dans votre institut où on lui offrira vraiment un protocole attendu. Recherchez ses attentes, pas ses besoins.

Termes professionnels

Utilisez volontairement des termes professionnels pour lui montrer que vous êtes une esthéticienne compétente. Les hommes respectent généralement les professionnelles. Expliquez bien.

En tant qu'esthéticienne compétente, utilisez volontairement des termes professionnels.

Si votre client a envie de bavarder, restez professionnelle dans votre langage, ne dites que le strict minimum, ouvrez-vous sur ses passions, les journaux, les informations du matin, les émissions de télévision, la cuisine, le bricolage, le sport... Mais, surtout, n'entamez pas la conversation la première, laissez-le démarrer. ■

Françoise Prigent.

e-mail : francoiseprigent@hotmail.fr

G.F.E.C.

Tél. 05 49 57 98 92. Fax 05 49 36 86 26.

www.cnaib.fr

Source : Extrait : Les Nouvelles Esthétique – décembre 2011

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 4/11

MEILLEURES VENTES CLARINS MEN

			
<u>Rasage Idéal</u> ClarinsMen 18,10 € 12,07 € / 100 ml	<u>Nettoyant Visage</u> ClarinsMen 24,20 € 19,36 € / 100 ml	<u>Nettoyant Exfoliant</u> ClarinsMen 25,40 € 20,32 € / 100 ml	<u>Shampooing & Douche</u> ClarinsMen 24,90 € 12,45 € / 100 ml
			
<u>Anti-Rides Fermeté</u> ClarinsMen 56,30 € 112,60 € / 100 ml	<u>Baume Anti-Rides Yeux</u> ClarinsMen 42,70 € 213,50 € / 100 ml	<u>Baume Super Hydratant</u> ClarinsMen 37,20 € 74,40 € / 100 ml	<u>Défatigant Visage</u> ClarinsMen 39,40 € 78,80 € / 100 ml
			
<u>Lotion Après-Rasage</u> ClarinsMen 32,30 € 32,30 € / 100 ml	<u>Gel Super Hydratant</u> ClarinsMen 37,20 € 74,40 € / 100 ml		

Source : www.clarins.com

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 5/11

LES HOMMES SONT-ILS PRÊTS À S'OCCUPER DE LEUR PEAU ?

La virilité parfois trop exacerbée de certains et le manque de temps pour d'autres poussent encore les hommes d'aujourd'hui à ne prêter que peu d'attention à leur apparence et plus particulièrement à leur peau.

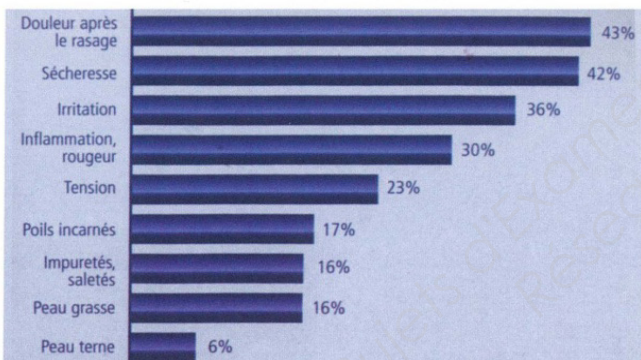
À 94 %, ils déclarent avoir la peau du visage plus ou moins sensible, à des degrés différents (irritations, rougeurs, acné, poils incarnés, tensions, etc.). Qu'ils soient Espagnols (99 %), Français (97 %), Allemands (96 %), Néerlandais (91 %) ou Suédois (87 %), tous disent ressentir une certaine sensation d'inconfort.

Les dermatologues s'accordent à dire qu'une peau sensible aura plus facilement tendance à réagir davantage aux facteurs extérieurs et que son confort s'en trouvera alors altéré. Sans compter que le rasage, s'il n'est pas effectué avec un minimum de préparation et d'attention, peut accentuer les éventuels problèmes de peau.

Pour toutes ces raisons, Gillette a donc voulu en savoir plus sur les hommes, leur rapport à la peau et leur comportement afin de leur apporter des solutions et des produits performants.

LES PROBLÈMES DE PEAU DES HOMMES

Sur l'ensemble des hommes interrogés, 89 % d'entre eux estiment souffrir d'un ou de plusieurs problèmes de peau. Parmi les causes principales, on trouve :



LES FRANÇAIS, DES HOMMES QUI ONT ENCORE BESOIN D'UN COACH DANS CE DOMAINE !

Constat

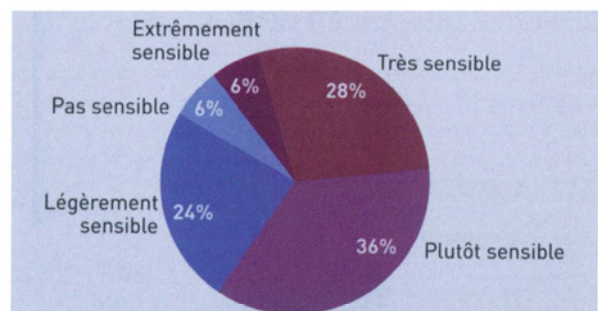
Les Français sont moins conscients de l'importance d'intégrer des produits avant et après-rasage à leur préparation au rasage. 31 % n'utilisent aucun produit de préparation au rasage et 17 % n'ont pas de produit après-rasage dans leur salle de bains.

Depuis très longtemps, les femmes ont compris l'avantage d'allier le geste, pas seulement au résultat, mais aussi au plaisir. Seuls 21 % des Français avouent se faire plaisir en prenant soin d'eux. À côté de cela, ils ne sont que 30 % à utiliser un produit avant-rasage pour prévenir les rougeurs et 20 % pour combattre la sécheresse de la peau.

Conseils

Ce qu'il leur faut comprendre, c'est qu'en nettoyant la peau avant le rasage, les poils seront hydratés, assouplis et libérés de toutes les impuretés qui les recouvrent et la glisse du rasoir en sera facilitée. Plus besoin de repasser plusieurs fois au même endroit, donc moins d'échauffement sur la peau, de rougeurs et de sensation d'inconfort. Les 38 % qui réalisent ce geste dans ce but pourront alors envisager d'y trouver un côté agréable...

Après toute «agression», il est nécessaire de réparer, de reconstruire. 65 % des Français se disent gênés par une sensation d'inconfort après le rasage. Ils sont 37 % à utiliser un après-rasage pour améliorer le confort de leur peau, 36 % pour prévenir des rougeurs et 32 % à lutter contre le dessèchement. Quelques irréductibles ne semblent donc pas avoir encore pris conscience de l'importance d'un baume ou d'un soin hydratant qui reconstruira la barrière naturelle de la peau et la réhydratera après le rasage. Mais qu'attendent-ils donc ?



Degré de sensibilité de la peau des hommes.

Avec un taux de 43 %, les douleurs liées au rasage arrivent en première position du classement.

Quelques différences selon les pays :

55 % des Français et 59 % des Allemands parlent de douleurs, alors que la sécheresse est le problème le plus répandu en Suède (50 %), aux Pays-Bas (43 %) et en Espagne (39 %).

Ces données renforcent donc l'idée que le rasage, geste beauté n° 1 des hommes, est l'occasion pour eux d'accorder davantage d'attention à leur peau. Lorsqu'ils se rasent, les hommes affaiblissent sans s'en rendre compte la barrière naturelle protectrice de la peau. Il leur faut donc des produits spécialement conçus pour en prendre soin. →

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - **DOSSIER TECHNIQUE**

U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 6/11

LA PREMIÈRE FOIS... OU COMMENT PRENDRE CONFIANCE

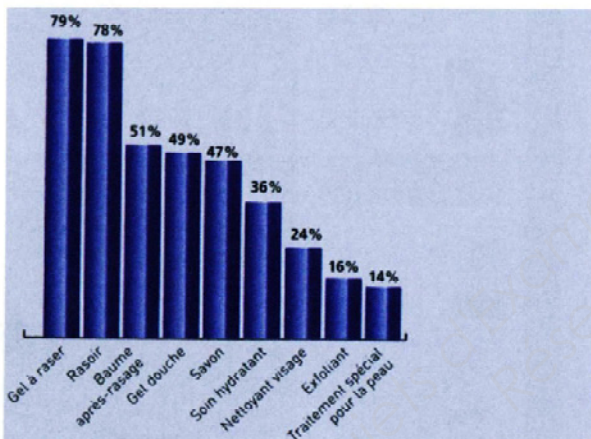
Les Français sont sensibles à ce qu'ils reçoivent gratuitement ou à des produits qu'ils côtoient au quotidien. Ainsi, un homme sur cinq a découvert pour la première fois le domaine des soins de la peau grâce à un échantillon gratuit, 18 % après l'avoir vu dans un magasin, à la télévision ou dans un magazine, et enfin 17 % ont utilisé les soins achetés par leur femme ou petite amie.

Puis vient le moment où il faut franchir le pas... 42 % des Français ont déjà acheté au moins une fois un produit de soin spécialement conçu pour les hommes. Preuve qu'eux aussi lisent les magazines, 13 % d'entre eux ont acheté un produit après avoir lu plusieurs articles dans les médias. Ils commencent à se rendre compte qu'il existe de bons produits qui permettent de prendre soin de leur peau.

Mieux informés sur les bénéfices des produits sur la peau, leur simplicité et rapidité d'utilisation (47 % se rasent sous la douche et 44 % s'y brossent les dents), et les coûts (46 % sont persuadés que ces derniers sont trop élevés), les Français finiraient par faire chaque jour un peu plus attention à eux et à leur peau.

LES PRODUITS UTILISÉS QUOTIDIENNEMENT PAR LES HOMMES

Même s'ils sont plus de 78 % à utiliser un rasoir quotidiennement, les hommes sont beaucoup moins nombreux à utiliser des produits pour prendre soin de leur peau avant ou après le rasage : seuls 16 % utilisent un exfoliant pour nettoyer et préparer la peau et le poil, 36 % utilisent un soin hydratant et, dans le meilleur des cas, 51 % d'entre eux, soit un homme sur deux, pensent au baume après-rasage.



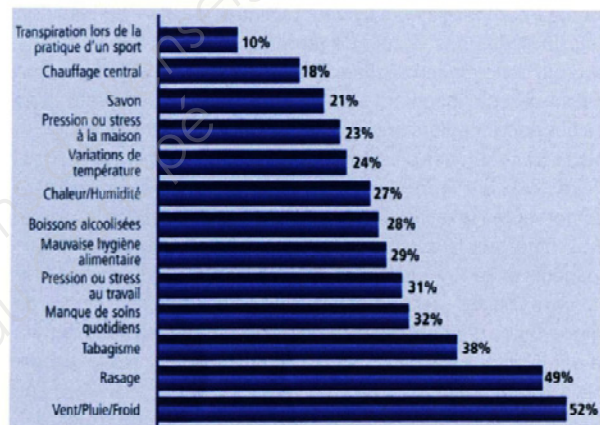
Du fait de sa simplicité d'utilisation, 47 % des hommes utilisent du savon pour nettoyer leur visage. Seuls 21 %, soit un homme sur cinq, pensent que le savon contribue à rendre la peau plus sensible.

En effet, le savon assèche la peau et retire son hydratation naturelle. Il est donc préférable d'utiliser un gel nettoyant ou d'effectuer un gommage régulièrement pour enlever les excès de sébum, les peaux mortes et les impuretés.

LES FACTEURS ALTÉRANT LA SANTÉ DE LA PEAU

Les éléments extérieurs et les modes de vie ont également une incidence sur la peau.

Selon les hommes, les facteurs pouvant avoir une répercussion sur la santé de la peau sont :

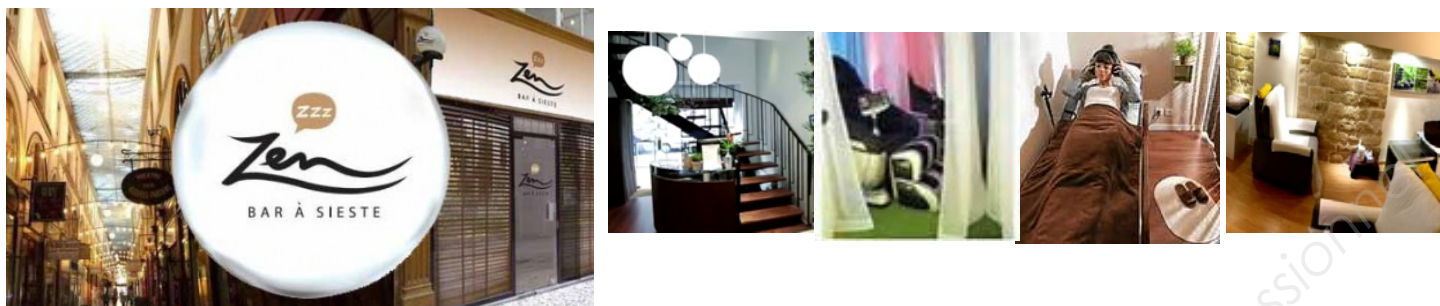


Source : Extrait : Les Nouvelles Esthétique – janvier 2011

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 7/11

Une sieste à Paris c'est désormais possible !

Classé Actu-Médias



Au cœur du passage Choiseul dans le 2ème arrondissement de Paris, vient d'ouvrir le premier *Bar à Sieste* ! Je m'y suis rendu sans attendre...

Décoré avec goût sur 4 niveaux, l'espace propose de plonger dans une sieste de 15 à 45 minutes selon ses besoins de récupération et contraintes de temps. Equipés de *fauteuils apesanteur* et de *lits massants shiatsu*, on peut se laisser emporter vers le sommeil; la lumière et le mouvement du siège nous réveilleront en douceur. Proposée à un prix très abordable (7€ les 15 minutes de sieste pour les abonnés), je suis convaincu que de nombreux cadres stressés travaillant à proximité du quartier d'Opéra y trouveront leur bonheur ! Mais comme me l'a précisé Christophe, fondateur du ZZZ... Zen, Le Bar à sieste vise tous types de public : « cette première semaine a attiré une clientèle très large et variée ».

Malgré une affluence logiquement plus importante à l'heure du déjeuner et des sorties de bureau, le Bar à sieste vous accueille pour le moment sans réservation. ZZZ... Zen propose aussi des prestations de manucure ou de pédicure.

Allez-y nombreux... et espérons voir naître prochainement d'autres lieux comme celui-là à Paris ou ailleurs !

Exemples de tarifs

PRESTATIONS

SIESTES MASSANTES

SUR "FAUTEUIL APESANTEUR " ou "LIT MASSANT SHIATSU "

FORMAT

	Prix	CLUB ZEN (-40%)
MICRO SIESTE (15 min)	12 €	7 €
MICRO SIESTE + (25 min)	17 €	10 €

Source : www.mode-sieste.com

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 8/11

Fauteuil massant professionnel Toledo



Le fauteuil massant professionnel Toledo est un fauteuil haut de gamme avec des finitions de grande qualité. Ses accoudoirs sont fabriqués en bois massif de couleur noyer clair. Il possède les systèmes de massage les plus modernes et sophistiqués du marché, y compris le système Kneading au niveau des jambes.

Le fauteuil massant chauffant TOLEDO, soulage et élimine les différents maux habituels de notre dos et du reste du corps. Imaginez que lorsque vous arrivez chez vous, vous asseoir vous fournira un confort inégalable et vous permettra d'obtenir de multiples bienfaits. Inclinez le dossier grâce au levier latéral et trouvez la position la plus agréable pendant que le repose-pieds surélève vos jambes et laissez vous envoûter par les effets du massage.

Fauteuil massant relaxant conçu en cuir synthétique de grande qualité.

Mousse en polyuréthane de haute densité (24 kg/m³).

Structure interne en acier renforcé.

Facile à nettoyer et traité antiallergique

8 moteurs vibrants.

Télécommande de contrôle.

Contrôle lumineux correspondant à la zone en cours de traitement.

Fonction chaleur lombaire.

Inclinaison manuelle.

10 fonctions massages.

Dimensions du fauteuil : 100 cm de hauteur x 80 cm de largeur x 90 cm de profondeur.

Dimensions de l'assise : 45 cm de hauteur x 40 cm de largeur x 60 cm de profondeur. Dimensions

Dimensions du fauteuil une fois incliné : 165 cm.

Dimensions de l'emballage : 80 x 78 x 84.

Poids max . de l'utilisateur : environ 120/130 kg.

Prix : 1 491 € TTC livraison incluse

Source : www.hogart.fr

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 9/11

Fauteuil de massage BH Shiatsu M200 IMAGE.

Derrière ce discret et élégant fauteuil traditionnel au design actuel alliant cuir et métal, se cache la technologie la plus innovatrice et moderne en matière de massage.



- Télécommande très complète et facile à utiliser.
- Réglage électrique de l'angle des jambes.
- Réglage électrique de la position du dossier.
- Programme automatique qui contrôle aussi bien le massage du cou que la vibration au niveau du siège et des jambes
- Sur le mode manuel, il permet un massage localisé sur une zone ou un point du dos au choix.
- La vibration du siège et des jambes offre une agréable sensation de détente tout en stimulant la circulation sanguine.
- Massage relaxant du dos qui aide à réduire le stress et les douleurs musculaires.

Caractéristiques :

JAMBES LÉGÈRES ET REPOSÉES : Le modèle M200 effectue un massage par vibration sur fesses et jambes et offrant une agréable sensation de détente tout en stimulant la circulation sanguine.

RÉGLAGE ÉLECTRIQUE DU DOS ET DES JAMBES : Sélectionnez la position la plus confortable. Allongez-vous ou restez assis et profitez de ce massage bien mérité.

CONFORTABLE FAUTEUIL DE DESIGN : une fois la séance de massage terminée, vous pourrez placer votre fauteuil M200 Image sur n'importe quelle position (verticale, allongée ou à semi-allongée) pour lire, regarder la télévision, etc.

MASSAGE PERSONNALISÉ : Sélectionnez la partie de votre dos à traiter (tout le dos, une partie ou un point concret) et complétez le massage si vous le souhaitez en activant la vibration sur cuisses et/ou jambes.

MASSAGE PRÉDÉFINIS : Le modèle M200 Image dispose de 2 programmes prédéfinis de 15 minutes de durée (Relax et Therapy) qui vous aideront à détendre le dos, les fesses et les jambes.

TÉLÉCOMMANDE TRÈS INTUITIVE : La télécommande est très facile à utiliser. Allongez-vous et sélectionnez la zone à traiter : laissez-vous aller.

Types de massage

- **KNEADING:** Massage circulaire qui détend de manière très efficace tout le dos, renforce les muscles et élimine les tensions.

Dimensions et poids :

- Dimensions en position verticale : 122 cm (hauteur) x 70 cm (largeur) x 110 cm (longueur)
- Dimensions en position allongée : 80 cm (hauteur) x 70 cm (largeur) x 170 cm (longueur)
- Poids: 50 kg.

Prix : 1 925 € TTC

Source : www.fitnessdigital.fr

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 10/11

Lit massant Shiatsu Aux pierres de jade

*Les rouleaux de pierres de jade massent votre corps....
Les vertèbres se repositionnent, le corps monte en température, les muscles s'assouplissent, le sang s'oxygène rétablissant ainsi le bon fonctionnement de la colonne vertébrale et du système nerveux dorsal. Il en résulte une sensation de bien-être total tant au niveau physique (chaleur + pression rouleaux) que psychologique (stress, détente).*



Les bienfaits du lit massant aux pierres de jade repose sur l'échauffement du corps grâce des réflecteurs en fibre de carbone alimentés par une source infrarouge sans contact direct avec la peau afin de détendre les muscles.

Pour renforcer cette sensation de détente et de relâchement musculaire, les six rouleaux de pierres de jade parcourent votre corps en longeant votre colonne vertébrale. **Les vertèbres se repositionnent, les muscles s'assouplissent, le sang s'oxygène rétablissant ainsi le bon fonctionnement du système nerveux dorsal.** Il en résulte une sensation de bien-être total tant au niveau physique (chaleur + massage) que psychologique (stress, détente, apaisement de l'esprit).

- Garantie 1 an pièces et main d'œuvre
- Bois exotique et cuir synthétique
- Inclinaison du dossier électriquement de 0° à 45°
- Pierres de jade 10 rouleaux
- Poids max supporté 130 kg
- Projecteurs 13 boules + 5 boules
- Puissance 400 Watts
- Télécommande numérique
- Transportable oui
- Voltage 220 Volts
- Programmes 4
- Chauffant par infrarouge
- Contre indications voir CGV (Conditions Générales de Vente)
- Hauteur 54 cm
- Largeur 70 cm
- Poids 120 kg
- Profondeur 200 cm

Prix : 3 350 € TTC livraison incluse

Source : www.jadeson.com

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique- parfumerie - DOSSIER TECHNIQUE		
U11 : Etude de situations professionnelles en esthétique /cosmétique- parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 1406 ECP ST 11	Session 2014	Pages : 11/11