

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE - PARFUMERIE

Option B – FORMATION-MARQUES

CONSEIL ET EXPERTISE SCIENTIFIQUES ET TECHNOLOGIQUES – U5

SESSION 2023

**Durée de l'épreuve : 4H00
Coefficient : 4**

Matériel autorisé

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collège » est autorisé.
Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 21 pages, numérotées de 1/21 à 21/21.

Le collage, le découpage et l'usage du crayon de papier ne sont pas autorisés.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 23ME5BEXP	Page : 1/21

OMNISENS

Depuis sa création en 2004, OMNISENS est une marque référente de cosmétiques naturels. Sa créatrice a choisi un positionnement de cosmétiques spa haut de gamme et privilégie le développement de la distribution en hôtel spa de prestige ; la signature OMNISENS est ainsi présente dans une soixantaine d'hôtels de luxe en France et en Europe.

L'Opale Spa & Resort Hotel est un luxueux complexe situé dans une station balnéaire réputée de la Côte d'Opale (Région Hauts de France).

La Spa Manager, qui travaillait déjà avec plusieurs marques partenaires, souhaitait intégrer une nouvelle marque pour élargir sa carte de soins et répondre aux attentes de sa clientèle.

En 2022, la marque OMNISENS est introduite à l'Opale Spa.

A l'issue d'une période de tests plus que concluante menée sur les soins du corps, la Spa Manager, en accord avec la direction de l'hôtel, a décidé de renforcer le partenariat instauré avec OMNISENS. Elle décide d'ajouter à la carte de soins, des prestations visage et un soin signature conçu sur mesure, et de dédier deux cabines aux soins de la marque.

Titulaire du BTS Métiers de l'esthétique, cosmétique, parfumerie, vous êtes formateur(trice) missionné(e) par la marque OMNISENS auprès de ses dépositaires.

Vos missions sont de :

- concevoir des modules de formation adaptés à chaque situation client ;
- animer des sessions de formation ;
- accompagner les responsables de spa dans le développement de la marque.

Dans le cadre du partenariat entre OMNISENS et l'Opale Spa & Resort Hotel, vous êtes chargé(e) de mettre en œuvre une action de formation de 4 jours pour une partie de l'équipe.

Pour préparer votre action de formation, vous élaborez le planning et envoyez un courriel à la Spa Manager afin de l'informer des modalités pratiques et inviter les participantes. Le planning mentionnera les thèmes abordés par demi-journée et sera joint au courriel.

1. Concevoir le planning détaillé de la formation.

2. Rédiger le courriel d'invitation.

Pour conclure l'action de formation, vous créez une planche d'ambiance destinée à accompagner la Spa Manager et son équipe dans la mise en valeur de la marque au sein du spa.

Deux cabines de soin seront dédiées à la marque OMNISENS, l'une pour le visage, l'autre pour le corps. Vous proposez une ambiance déclinée en fonction de la nature des soins.

Vous présentez cette planche d'ambiance explicative de la décoration intérieure des cabines dans le respect du concept de la marque et de son identité visuelle.

3. Proposer la planche d'ambiance. Justifier les choix.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 23ME5BEXP	Page : 2/21

De par sa situation géographique, l'Opale Spa & Resort Hotel attire une clientèle majoritairement touristique avec une proportion importante de clients anglais.

4. Proposer une fiche de synthèse démontrant l'adéquation de la marque OMNISENS avec les attentes de la clientèle anglaise.

A l'issue de la formation, un compte-rendu d'activité est adressé à la marque OMNISENS. L'objectif est de démontrer que le coût réel de la formation respecte le budget de chaque partenaire.

5. Calculer le coût de la formation pour OMNISENS.

Afin d'évaluer la qualité de l'intervention, la marque OMNISENS souhaite vérifier la satisfaction des participantes. L'enquête sera administrée via le site extranet de la marque dédié aux dépositaires. Un projet de questionnaire est proposé à la marque.

6. Élaborer le questionnaire de satisfaction.

BARÈME SUR 20 POINTS

Question 1 : 5 points.

Question 2 : 3 points.

Question 3 : 3 points.

Question 4 : 3 points.

Question 5 : 3 points.

Question 6 : 3 points.

ANNEXES

Annexe 1 – La marque OMNISENS

OMNISENS. Extrait de documentation professionnelle

Annexe 2 – L'identité visuelle OMNISENS

Disponible sur : <https://omnisens.fr> (consulté le 04 janvier 2023)

OMNISENS. Extrait de documentation professionnelle

Annexe 3 – Présentation du client - L'Opale Spa & Resort Hotel

Document 1 – Fiche client (extrait)

Document 2 – Les produits OMNISENS référencés

Disponible sur : <https://omnisens.fr> (consulté le 04 janvier 2023)

OMNISENS. Extrait de documentation professionnelle

Annexe 4 – La formation initiale OMNISENS

Annexe 5 – Les nouveaux soins OMNISENS à la carte de l'Opale Spa.

OMNISENS. Extrait de documentation professionnelle.

Annexe 6 – Les nouveaux produits OMNISENS référencés

Document 1 – L'Eau de Source Marine

Document 2 – Catalogue des produits de soins et accessoires visage

Disponibles sur : <https://omnisens.fr> (consulté le 04 janvier 2023)

OMNISENS. Extrait de documentation professionnelle

Annexe 7 – La clientèle anglaise

Document 1 – Royaume-Uni : le marché de la beauté stimulé par le vegan et le naturel

Disponible sur : <https://www.premiumbeautynews.com/fr/royaume-uni-le-marche-de-la-beaute,13180> (consulté le 04 janvier 2023)

Document 2 – Accueillir les clients étrangers dans le spa

Disponible sur : <https://www.srhconsulting.fr/accueillir-les-clients-etrangers-dans-le-spa/> (consulté le 04 janvier 2023)

Annexe 8 – Le coût de la formation OMNISENS

OMNISENS. Extrait de documentation professionnelle

***Certaines informations et données ont été inventées pour les besoins du sujet.
Elles n'engagent ni la marque, ni ses partenaires.***

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 23ME5BEXP	Page : 4/21

Annexe 1 – La marque OMNISENS



Fondée en 2004, OMNISENS est une marque référente de cosmétiques naturels, protocoles de soin et produits d'accueil. Son concept « Green Luxury » a déjà séduit près de 500 partenaires à travers le monde.

Sa mission : réinventer l'expérience sensorielle du Spa et surprendre avec volupté le Corps et l'Esprit, pour offrir un bien-être inégalable, source de beauté.

Au sein d'univers poétiques, inspirés d'une nature féconde et raffinée, la marque invite à découvrir son « Jardin des sens » : des formules à 91 % d'origine naturelle en moyenne, aux fragrances uniques et aux textures sensorielles. Efficacité, ultra-sensorialité et naturalité se conjuguent pour offrir une véritable reconnexion à soi, régénérer autant le corps que l'esprit, et révéler la beauté naturelle de chacun.

« *PRENEZ soin d'être BIEN...* » est l'invitation bien-être OMNISENS. « *Prendre un temps pour soi, s'écouter, écouter son corps, ses sens et ses émotions... c'est se retrouver soi-même, se reconnecter à sa nature profonde* », Joëlle Guillemot, fondatrice d'OMNISENS.

DE LA PSYCHOLOGIE AU BIEN-ÊTRE

Psychologue et coach de dirigeants pendant plus de 15 ans, Joëlle Guillemot remarque l'impact très sensible des émotions sur l'état de bien-être. Elle constate notamment que la capacité à se relaxer permet non seulement un ressourcement immédiat, mais apporte durablement sérénité et confiance en soi. Or la confiance en soi est une condition indissociable du bien-être, mais également de la beauté. De sa passion pour l'accompagnement personnel et la relaxation, naît l'expérience spa originale d'OMNISENS, source de bien-être, révélatrice de beauté et inspirée d'une nature généreuse.

UN CONCEPT SIGNATURE : LE JARDIN DES SENS

Joëlle Guillemot a insufflé à OMNISENS sa vision d'une nature à la fois délicate et ressourçante. De son enfance en Bretagne, proche de la campagne, elle retient une affection particulière pour la nature ainsi qu'un émerveillement pour ses trésors. Une fascination héritée de son grand-père, paysagiste passionné de botanique et à l'âme d'artiste, qui s'exerçait à recréer des jardins hauts en couleur et luxuriants. Cet héritage précieux s'exprime aujourd'hui au travers du concept signature de la marque, « *Le Jardin des Sens* », et ses cinq gammes beauté et bien-être qui exaltent une naturalité sensorielle.

UN ESPRIT SPA CONTEMPORAIN & NOVATEUR

Portée par une vision moderne et originale du bien-être, la marque ne cesse de réinventer son expérience spa pour ravir et surprendre les sens de ses clients. Avec ses formules naturelles aux textures et fragrances choisies, et ses protocoles professionnels inspirés de techniques ancestrales revisitées, OMNISENS offre une expérience de soin unique à l'efficacité éprouvée, et riche d'émotions. Les dernières avancées scientifiques y sont régulièrement intégrées, telles que les neurosciences, afin de répondre toujours mieux aux besoins de ses clients.

UNE MARQUE ENGAGÉE

OMNISENS est une marque porteuse de valeurs fortes humanistes et écologiques, exprimées au travers de son programme OMNICARE. Chaque année, la marque s'investit auprès d'associations pour soutenir les causes qui lui sont chères : la beauté et le bien-être des femmes démunies (Joséphine), la santé et la protection des enfants (Les Pt'its Cracks / SOS Village d'Enfants), la protection de la planète (1% pour la planète / SeaCleaners) et la reforestation (Reforestaction).

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 23ME5BEXP	Page : 5/21

UNE CHARTE QUALITÉ

**NATURALITÉ ET PERFORMANCE,
DES PRODUITS SAINS ET SANS
COMPROMIS SUR L'EFFICACITÉ.**

Omnisens puise ses ressources naturelles dans la biodiversité du règne végétal et sélectionne parmi des plantes de culture des essences précieuses, redoutables d'efficacité : fleurs de coton, pensées sauvages, arbre à soie, fleurs de lin, fruits de la passion, camélia...



CHARTRE QUALITÉ OMNISENS

-  Concentration optimale en ingrédients naturels ou bio
-  Sans Parabène, sans huile minérale, sans silicone
-  Formules testées sous contrôle dermatologique
-  Produits non testés sur les animaux
-  Fabrication 100% française
-  Ultra-sensorialité, texture & parfum

UN CONCEPT : GREEN LUXURY & WELLNESS

L'IDENTITE D'OMNISENS

DE LA PSYCHOLOGIE
AU BIEN-ETRE

« Bien-être et Beauté sont essentiels à l'atteinte de l'équilibre personnel »

LA NATURE
COMME INSPIRATION
POUR EXALTER
LES SENS

En moyenne **91 %**
d'ingrédients naturels



UNE EXPERIENCE ULTRA SENSORIELLE

« Bien-être et Beauté s'expriment par les émotions »

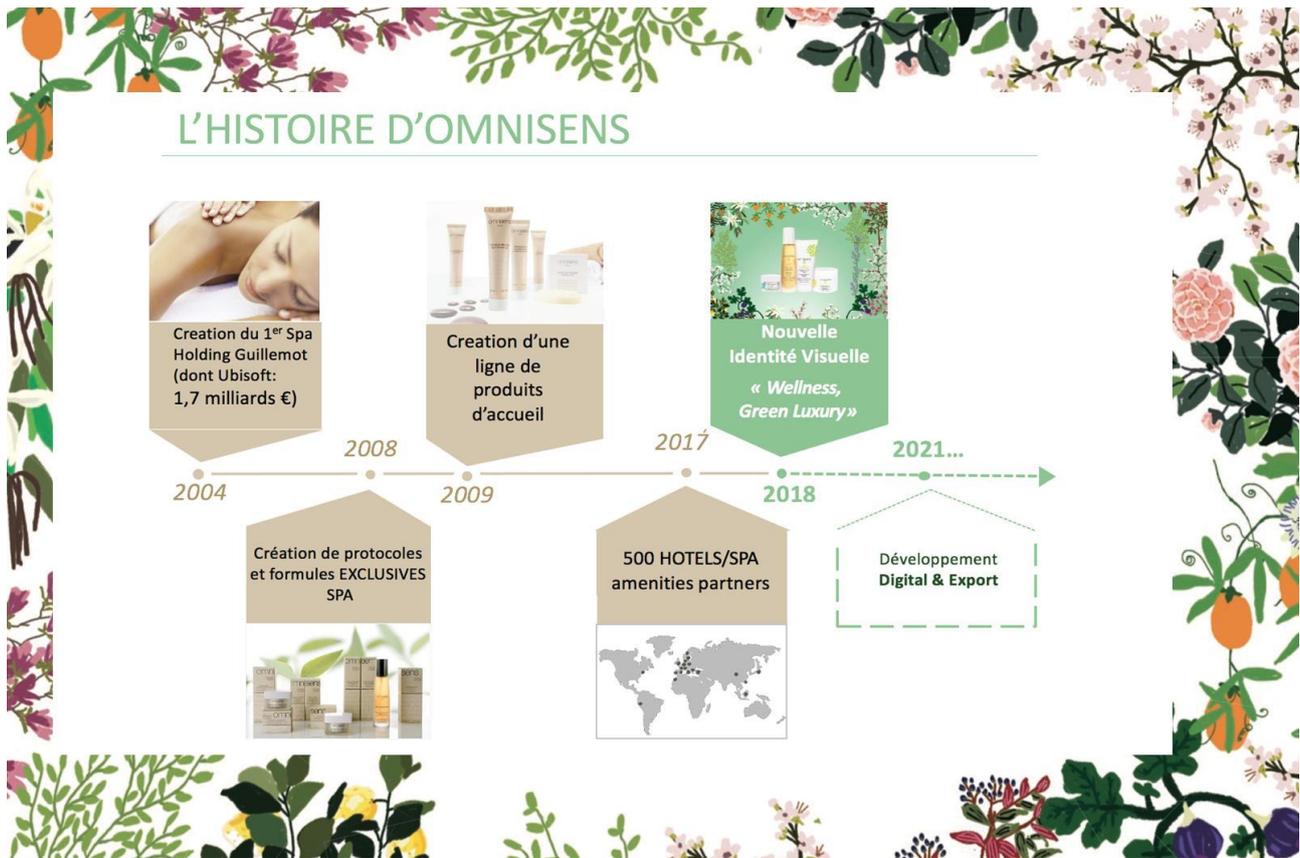
EXPERTISE & SENSORIALITE
DU SPA CHEZ SOI

« Vivre l'expérience Spa au quotidien, savourer une palette de sensations »

« Le vrai luxe, c'est prendre le temps de vivre, découvrir les richesses de la nature, écouter ses envies et vivre sainement. »

Joëlle Guillemot, Fondatrice d'Omnisens

UNE HISTOIRE DEPUIS 2004



DES PROTOCOLES DE SOINS



Modèle d'excellence en protocole depuis sa création, Omnisens s'inspire de la naturopathie et s'associe aux meilleurs professionnels du soin et du bien-être, pour offrir des rituels exclusifs de haute technicité et répondre aux besoins les plus essentiels.

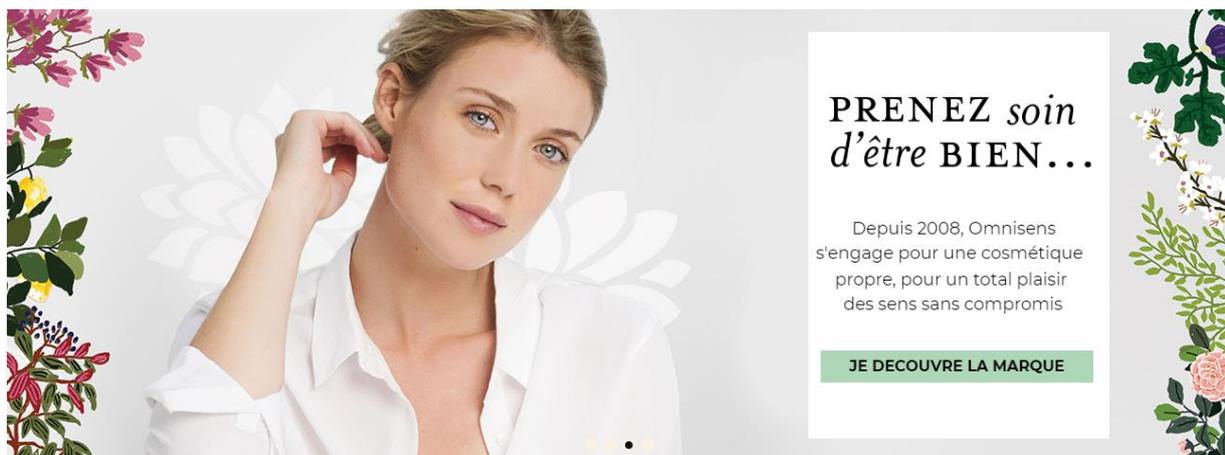
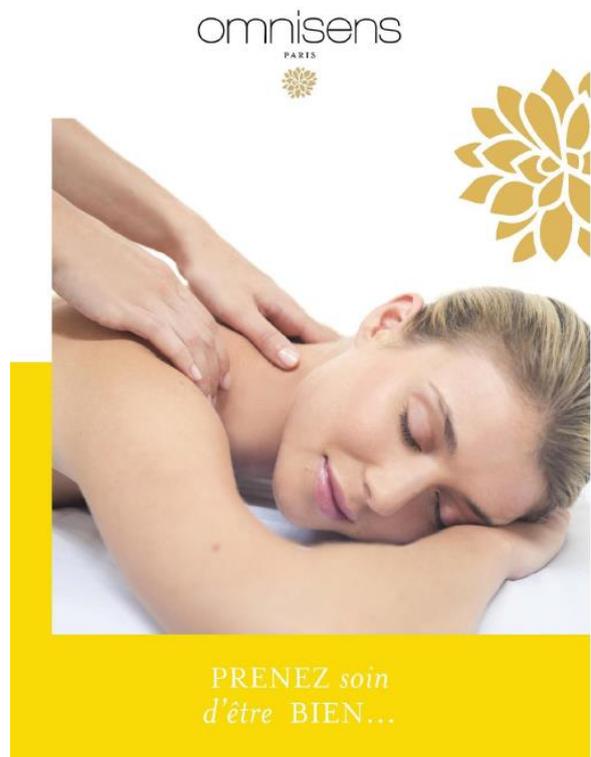
Annexe 2 – L'identité visuelle OMNISENS



LE JARDIN DES SENS

Les 5 univers de Beauté et de Bien-Être – Lignes cosmétiques et protocoles de soins

Soins corps				Soins visage
Fraîcheur Tonique	Instants Précieux	Délices Gourmands	Moments d'Exception	Douceur Marine



Annexe 3 – Présentation du client - L'Opale Spa & Resort Hotel

Document 1 - Fiche client

Le concept	Hôtel **** proposant chambres et suites de prestige Services proposés : 1 spa, 2 restaurants, 1 bar lounge, 9 salles de réunions, séminaires et banquets
Le spa	Spa hôtelier haut de gamme disposant d'un espace de 1 200 m ² Équipements : piscine chauffée de 22 m x 10 m, hammam, sauna 8 cabines de soin dont 2 en duo, 1 salle fitness, 1 tisanderie <u>Carte de soins</u> <ul style="list-style-type: none"> • soins visage, soins corps (Terraké, Carita) • rituels (Terraké) • soins hommes (Bleu de Peau) • soins enfants (Nougatine) • 1 soin signature (Terraké) • gestes beauté : maquillage, manucure, épilation
L'équipe	1 Spa manager, 1 assistante Spa manager, 8 Spa praticiennes
La clientèle	<ul style="list-style-type: none"> • Clientèle hébergée à l'hôtel + clientèle extérieure • Forte proportion de clientèle CSP+, de clientèle de passage (tourisme) • Forte proportion de clientèle étrangère
Historique des relations avec la marque	<p><u>3 octobre 2022</u> : proposition de partenariat, présentation de la marque. La Spa manager intéressée par l'introduction d'une nouvelle marque pour redynamiser le spa et élargir la clientèle en répondant à ses attentes en matière de cosmétiques naturels.</p> <p><u>24 octobre 2022</u> : signature du contrat de partenariat</p> <ul style="list-style-type: none"> • référencement des 4 Univers Corps (Fraîcheur Tonique, Délices Gourmands, Instants Précieux, Moments d'Exception) et de certains produits de la gamme Art de Vivre • planification de la formation et du lancement. <p><u>Du 14 au 18 novembre 2022</u> : 1^{er} module de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • module corps (marque, produits et protocoles, techniques de vente) • formation sur site, pour toute l'équipe, offerte par la marque à l'occasion de l'ouverture de compte. <p><u>21 novembre 2022</u> : lancement de la marque en cabine et revente.</p> <p><u>2 mai 2023</u> : renforcement du partenariat</p> <ul style="list-style-type: none"> • référencement de l'Univers Visage Douceur Marine • décision de dédier 2 cabines de soin à la marque. <p><u>Fin mai 2023</u> : 2^{ème} module de formation sur 4 jours</p> <ul style="list-style-type: none"> • module visage et soin signature • formation sur site; 1 salle de réunion et 1 cabine duo à disposition • public désigné : une des responsables et environ la moitié des praticiennes ; tenir compte des contraintes pédagogiques et matérielles pour déterminer le nombre de praticiennes à inviter • formation offerte par la marque compte tenu de la commande initiale (4 000 € pour les produits de soin retail et cabine et les accessoires).

Document 2 – Les produits OMNISENS référencés

Le spa a référencé l'intégralité des produits des quatre **Univers Corps** :

FRAÎCHEUR TONIQUE



Rêve de Sable®	Gommage gel tonique
Instant de Fraîcheur®	Lait de soin
Thé Tonique®	Huile sèche satinée multi-usages
Enveloppement Bulle de Douceur	Masque corps hydratant et adoucissant (*)
Enveloppement Detox	Masque corps hydratant et drainant (*)

DÉLICIES GOURMANDS



Délice Pistachio®	Gommage crème gourmand
Délice Pistachio®	Huile végétale gourmande
Délice Lemon®	Baume gourmand
Délice Passion®	Gommage crème gourmand
Délice Passion®	Huile végétale gourmande

INSTANTS PRÉCIEUX



Reflets de Soie®	Huile sèche satinée multi-usages
Reflets de Soie®	Huile de massage parfumée (*)

MOMENTS D'EXCEPTION



Myrrhe Enchantée	Bougie de massage (*)
Infusion Gourmande	Kit pochons corps (*)

(*) Produits exclusivement cabine. Les autres produits sont proposés en format retail et cabine.

Le spa a également référencé certains produits de la gamme **ART DE VIVRE** :



Reflets de Soie®	Parfum d'intérieur
Reflets de Soie®	Bougie parfumée
Bulle de Pureté	Shampooing fraîcheur
Voile de Pureté	Après shampooing fraîcheur
Zeste de Pureté	Gel bain douche fraîcheur
Délice Pistachio®	Thé noir énergie
Délice Passion®	Thé vert gourmand
Lumière de Jour	Thé vert détox

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 23ME5BEXP	Page : 11/21

Annexe 4 – La formation initiale OMNISENS

S'associant uniquement avec des spas et des hôtels de prestige, OMNISENS, organisme de formation certifié Datadock⁽¹⁾, propose à ses partenaires une formation individualisée et des sessions de coaching (produits, protocoles signature, vente, accueil et parcours client) dispensées par ses formatrices expertes.

Cahier des charges FORMATION OMNISENS				
MODULE CORPS				
Objectifs	<u>Savoir</u> Connaissance des produits et des protocoles signatures OMNISENS	<u>Savoir-être</u> Développer une procédure d'accueil selon le parcours client	<u>Savoir-faire</u> Soins personnalisés prenant en compte les caractéristiques du spa	<u>Motivations</u> Adhérer aux valeurs de la marque et développer les ventes de produits et de prestations
Lieu	Sur site			
Durée	Prévoir 1 journée de formation par massage corps. Durée de la formation en fonction des massages corps choisis par le futur partenaire.			
Organisation horaire	1 ^{er} jour : de 10h à 12h30 et de 13h30 à 17h30. Les autres jours : de 9h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30. Le vendredi : matin uniquement. Prévoir une pause déjeuner d'1 heure, ainsi que des petites pauses par demi-journée.			
Contenu de formation	La Marque OMNISENS : concept, histoire, les univers, OMNISENS le partenaire des spas. Pour chaque univers, une présentation des protocoles associés puis la mise en pratique. Techniques de vente cabine et à la réception.			
Public/participantes	Maximum 12 participantes.			
Intervenant(s)	Formatrice OMNISENS. Prise en charge du transport, des repas et de l'hébergement par OMNISENS. Prise en charge des rafraîchissements et consommables par l'hôtelier.			
Supports	Supports commerciaux ou publicitaires (fiche argumentaire, fiche découverte des besoins, ordonnance beauté, livret de formation, cadeaux participants, testeurs, PLV, ILV, présentoirs, totems, podium, glorifieurs...).			
	Supports pédagogiques (diaporama, planning, attestation de formation...).			
	Supports administratifs (émargements, fiche d'évaluation, bloc-notes, stylo...).			



⁽¹⁾Qu'est-ce que la Datadock ? Les financeurs paritaires, les OPC et Fongecifs, ont décidé d'établir un catalogue des organismes de formation répondant à certains critères qualitatifs de formation. Ils ont donc créé une base de données commune où chaque centre de formation doit prouver sa capacité à donner des formations de qualité.

Annexe 5 – Les nouveaux soins OMNISENS à la carte de l'Opale Spa

L'UNIVERS DES SOINS – MASSAGES DU VISAGE DOUCEUR MARINE

OMNISENS offre une grande diversité de soins-massages du visage à travers son univers Douceur Marine : un soin coup d'éclat, 4 soins-massages à adapter au type de peau, et un soin anti-âge.

Ces soins allient gestuelles beauté (démaquillage, exfoliation, sérum, masque, hydratation) et techniques de relaxation énergétique (inspirées du Dien Cham : réflexologie faciale vietnamienne par stimulation).

Leur efficacité est optimisée par les produits de la gamme OMNISENS dont les ingrédients naturels sont sélectionnés pour répondre aux besoins spécifiques de chacun.

0 h 30	Pause Visage Coup d'Éclat Soin éclat du teint booster	Soin éclat du teint effet « booster ». L'efficacité immédiate de la poudre de diamant associée aux bienfaits de l'acérola particulièrement riche en vitamine C. Pour tous types de peaux.
1 h	Soin – Massage du Visage « Nuage d'eau » Soin oxygénant et revitalisant	Source de vitalité, ce soin oxygène les tissus grâce aux actifs revitalisants de la myrtille et hydratants du tilleul. Peaux normales, sèches et déshydratées.
1 h	Soin – Massage du Visage « Poudre de Douceur » Soin purifiant et matifiant	Perfecteur de peau, ce soin purifie l'épiderme grâce aux bienfaits de l'orange amère astringente pour un résultat matifiant. Peaux mixtes à grasses.
1h	Soin – Massage du Visage « Source de Clarté » Soin revitalisant et purifiant	Sublimateur, ce soin illumine le teint, revitalise et tonifie la peau grâce aux propriétés du ginseng. Peaux ternes.
1 h	Soin – Massage du Visage « Douceur de Soie » Soin nourrissant et apaisant	Cocooning, ce soin confort nourrit et apaise les peaux les plus sensibles grâce aux bienfaits du karité et de la protéine de soie. Peaux sensibles.
1 h 30	Soin – Massage du Visage « Secrets du Temps » Soin Anti-âge complet antioxydant et repulpant	Anti-âge complet, ce soin est un traitement intensif. Grâce au thé blanc, puissant antioxydant, les rides et ridules sont lissées. La peau est repulpée par l'extrait de grenade riche en collagène. Un soin riche en actifs ultra-performants pour un résultat anti-âge spectaculaire.



LE SOIN SIGNATURE « PROMENADE RELAXANTE SUBLIME »

👤 119 € 👤👤 238 € - 1 h 30

Ce rituel propose un massage relaxant d'une grande profondeur réalisé sur un rythme lent avec des respirations profondes suivi d'un massage hydratant du visage pour un véritable coup d'éclat, un lâcher prise du corps et de l'esprit.

Il permet, dans une grande douceur, d'évacuer le stress et de dénouer les tensions.

Protocole		
Étapes	Commentaires	Produits
Préparation de la cabine		1 bougie parfumée 1 parfum d'intérieur Reflets de Soie
Accueil de la cliente	<p>Installer la cliente en cabine :</p> <ul style="list-style-type: none"> - confortablement allongée sur le dos ; - une petite serviette sera roulée sous sa nuque ainsi que sous ses genoux et ses chevilles si elle le souhaite ; - les 2 serviettes chaudes seront positionnées vers les pieds de manière très accessible pour le praticien ainsi qu'une petite serviette pour sécher les pieds ; - recouverte d'une grande serviette couvrant les pieds et les épaules. <p>Présenter la signature OMNISENS :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'éveil des sens ; - le retour à la nature ; - l'esprit SPA contemporain. 	2 serviettes chaudes pour les pieds 1 parfum d'intérieur Reflets de Soie 1 serviette moyenne pour sécher les pieds
Parenthèse Évasion (5 min)	<p>La Parenthèse Évasion est une étape indispensable à réaliser au début de chaque soin OMNISENS.</p> <p>Cette immersion bien-être, préambule du soin, est une véritable invitation à la détente : respiration, étirements, pressions, serviettes chaudes...</p> <p>Elle permet de ressentir le niveau de relaxation du client, de lui faire prendre conscience de l'importance d'une détente maximale pour une meilleure réceptivité du soin.</p> <p>Il est important de nommer cette étape du soin (indiquer qu'il s'agit de la « Parenthèse Évasion ») et de lui expliquer ses bienfaits.</p> <p>En effet, cette prise de contact permet au receveur de se détendre et de lâcher prise dès le début du soin. Pour le praticien, c'est l'opportunité de découvrir le receveur et ses réactions afin de réaliser un soin plus personnalisé.</p>	<i>Cf. préparation de la cabine</i>

Grand Massage Gourmand (50 min)	<p>Massage bienfaisant de l'ensemble du corps aux fragrances délicieusement gourmandes (pistache, passion, citron meringué...).</p> <p>L'alternance de manœuvres et de rythmes variés délie les tensions et détend les muscles en profondeur.</p> <p>Un soin complet pour un état de pur bien-être.</p>	Baume de massage Délice Lemon
Massage hydratant visage (30 min)	<p><u>Préparation de la peau :</u></p> <p>Réaliser un bandeau à l'aide d'une serviette pour une bonne délimitation du visage.</p> <p><u>Démaquillage :</u></p> <p>Appliquer Douceur de Soie® sur le visage et émulsionner le fluide avec de l'eau tiède.</p> <p>Rincer avec les carrés visage OMNISENS.</p> <p>Appliquer Source de Clarté® à l'aide de 2 cotons sur le visage.</p> <p><u>Massage hydratant du visage :</u></p> <p>Ce massage correspond aux techniques spécifiques manuelles communes aux 4 soins-massages du visage OMNISENS :</p> <p>« Source de Clarté » « Douceur de Soie » « Poudre de Douceur » « Nuage d'Eau »</p>	<p>Douceur de Soie Source de Clarté</p> <p>Huile de Massage Reflets de Soie</p>
Fin de soin	<p>Vaporiser le parfum d'intérieur Reflets de Soie® pour réveiller le client.</p> <p>Laisser le client se rhabiller.</p> <p>Terminer le parcours client.</p> <p>Autour d'un thé, lui demander son ressenti sur le soin, lui expliquer comment utiliser les produits à la maison et lui remettre l'ordonnance beauté.</p> <p>Raccompagner le client.</p> <p>Ranger la cabine et préparer la cabine pour le soin suivant.</p>	<p>Parfum d'intérieur Reflets de Soie</p> <p>Thé Délice Pistachio ou Délice Passion ou Lumière de jour</p>

Annexe 6 – Les nouveaux produits OMNISENS référencés

Document 1 – L'Eau de Source Marine

Un actif clé

L'Eau de Source Marine provient de l'Île Grande, sur la Côte de Granit Rose en Bretagne. Le contexte géologique permet à l'Eau de Source Marine de bénéficier d'un enrichissement naturel en minéraux et oligo-éléments.

En effet, elle traverse un banc de sable siliceux et un réseau de failles granitiques qui lui confère sa composition particulière, notamment en manganèse et silice. Sa composition est plus riche en oligo-éléments que celle de l'eau de mer.

Fort pouvoir hydratant & anti-âge

Cette eau permet de maintenir le taux d'hydratation de la peau en limitant les pertes insensibles en eau en deux actions :

- renforcement de la barrière lipidique des couches supérieures de l'épiderme de +45% ;
- optimisation des échanges hydriques entre derme et épiderme de +96%.

Elle est également source de vitalité et de jeunesse car elle prévient l'affaissement de la peau en préservant sa fermeté et son élasticité.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 23ME5BEXP	Page : 16/21

PRODUITS VISAGE RETAIL & CABINE

Cosmétiques Sensoriels • Naturels • Cruelty Free • Made in France



Douceur de Soie®

Crème démaquillante onctueuse
Crème 3 en 1 d'une extrême douceur :
démaquillante, nettoyante et hydratante.
Actifs : Eau de Source Marine, coton,
protéine de soie, beurre de karité, jasmin.
Vente – Tube 150 ml
Professionnel – Tube 200 ml



Source de Clarté®

Eau micellaire démaquillante
Une lotion 3 en 1 : démaquillante, nettoyante
et tonique.
Actifs : Eau de Source Marine, coton,
ginseng, jasmin.
Vente – Flacon 200 ml
Professionnel – Flacon 200 ml



Poudre de Douceur®

Gommage doux
Un gommage doux et détoxifiant pour un teint
éclatant.
Actifs : Eau de Source Marine, coton, poudre
d'amande, fleur de magnolia.
Vente – Tube 50 ml
Professionnel – Tube 100 ml



Nuage d'Eau®

Masque Crème Onctueux
Un masque crème hydratant qui respecte
tous les types de peaux.
Actifs : Eau de Source Marine, coton, beurre
de karité, pensée sauvage.
Vente – Tube 50 ml
Professionnel – Tube 100 ml



Souffle de Fraîcheur®

Crème légère hydratante
Une crème visage légère et rafraîchissante
idéale pour les peaux mixtes à grasses.
Actif : Eau de Source Marine, coton, algue
brune, poudre de riz, fleur de cerisier.
Vente – Pot 50 ml
Professionnel – Tube 100 ml



Secrets du Temps®

Crème riche multi-active jeunesse
Une crème 3 en 1 à la texture onctueuse
idéale pour les peaux sèches et très sèches.
Actifs : Eau de Source Marine, thé blanc,
Sepilift®, extrait de grenade.
Vente – Pot 50 ml
Professionnel – Tube 100 ml

PRODUITS VISAGE EXCLUSIFS CABINE

Sérum Hydratant

Complexe hydratant
Actifs : bleuet, tilleul.
Ampoules 20 x 3 ml

Sérum Anti-Âge

Super concentré vitaminé
Actifs : Acmella oleracea, acide hyaluronique.
Ampoules 20 x 2 ml

Sérum Diamant

Super concentré éclat
Actifs : poudre de diamant, extrait de soja,
huile d'argan bio.
Ampoules 20 x 2 ml

Masque Contour Des Yeux

Masque anti-fatigue
Actifs : poudre de riz, collagène, huile
essentielle de rose
Sachets 20 x 10 g

Masque Vitamine C

Masque anti-âge remodelant
Actifs : vitamine C présente dans l'acérola
Sachets 20 x 30 g

Masque Purifiant

Masque astringent
Actifs : boue marine, zinc, huile essentielle
d'orange amère
Sachets 20 x 30 g

Masque Revitalisant

Masque hydratant revitalisant
Actifs : anthocyanes et vitamine C présentes
dans les myrtilles
Sachets 20 x 30 g

Masque Caviar

Masque nourrissant anti-âge
Actifs : caviar
Sachets 20 x 30g

ACCESSOIRES VISAGE



Quartz Rose Roller

Roller pour le visage en quartz rose
Lisse, booste, draine.

Soin-Massage « Nuage d'Eau »
Soin-Massage « Douceur de Soie »
Soin-Massage « Source de Clarté »
Soin-Massage « Poudre de Douceur »



Roulette anti-âge

Pour la stimulation énergétique.
Exclusif cabine

Soin – Massage « Secrets Du Temps »

Annexe 7 – La clientèle anglaise

Document 1 – Royaume-Uni : le marché de la beauté stimulé par le vegan et le naturel

Les ventes de cosmétiques vegan ont augmenté de 38 % en 12 mois selon la société d'études The NPD Group. Cependant, la distribution des marques végétaliennes reste limitée et ces marques ne représentent que 1 % du marché féminin des soins pour visage. Plus généralement, les marques naturelles et cruelty-free enregistrent les plus forts taux de croissance au Royaume-Uni.

Les ventes de produits de beauté vegan haut de gamme ont enregistré une augmentation de 38 % au cours des 12 mois allant de février 2017 à fin janvier 2018 au Royaume-Uni selon The NPD Group. Le marché total des cosmétiques naturels de prestige (dont font partie les produits vegan) est évalué à 124 millions de livres sterling en 2017 et représente 26 % du marché des produits féminins pour le soin du visage vendus dans le circuit sélectif. [...]

Toujours plus naturel



Le marché de la beauté de prestige a également bénéficié de la demande pour les produits de beauté naturels. Les marques naturelles (bio, d'origine naturelle et véganes) ont progressé de 16 %, loin devant la moyenne du marché qui s'établit à 7 % au cours des 12 mois à fin janvier 2018.

Les cinq principales catégories du segment des soins cosmétiques naturels sont : l'anti-âge, les produits nettoyants pour la peau, les hydratants, le soin des yeux et les masques. Les produits anti-âge (18 %), les nettoyants (14 %) et les masques (39 %) dominent le segment. Les nettoyants naturels connaissent une belle performance et représentent 18 % des ventes, contre 11 % pour l'ensemble des nettoyants.

Bien-être animal

Selon The NPD Group, au fur et à mesure que les consommateurs s'informent sur les ingrédients utilisés dans les produits de beauté, les questions éthiques gagnent en importance pour chaque marque.

Bien que l'Union Européenne ait interdit les tests sur animaux pour les cosmétiques, un nombre croissant de consommateurs sait qu'une marque qui vend en Chine doit faire tester ses produits sur des animaux. « *Avoir une position claire sur ces questions éthiques peut donner une sérieuse impulsion aux ventes* », affirme The NPD Group.

Les marques certifiées cruelty-free représentent ainsi 20 % du marché féminin des soins pour la peau et ont augmenté de 18 % contre 7 % seulement pour l'ensemble de la catégorie.

Selon The NPD Group, les cinq premières marques cruelty-free au Royaume-Uni sont (par ordre alphabétique) : Charlotte Tilbury, Decléor, Elemis, La Prairie et Liz Earle.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 23ME5BEXP	Page : 19/21

Les pratiques de consommation

Un attrait fort pour les soins signature

- [...] Dans le cadre d'un séjour découverte, les clients étrangers vont plutôt chercher à vivre des expériences en lien avec leur destination, dont le Spa peut faire partie. Ils s'orienteront alors vers des soins signature. [...]
- « D'une manière générale, la clientèle étrangère choisit des soins locaux et achète les soins Vinésime, les plus chers de notre carte des soins, car cette clientèle est en recherche d'une expérience globale.

On joue beaucoup sur cette carte et on les oriente vers ce type de soins/rituels pour une immersion totale au cœur des vignes. » Anaïs Desbrosses - Responsable commerciale Spa Le Richebourg

Un effet marques plus prononcé

- Le choix de la marque est souvent plus impactant pour la clientèle étrangère. Elle recherche soit le côté local ou français, soit une expertise pointue pour des soins techniques. [...]

Accueillir les clients britanniques

TO DO

▪ Être vigilant sur la gestion de la nudité

Cette clientèle peut être parfois un peu prude. Il faut prévenir ces clients que la zone humide est mixte. La pudeur des Britanniques est très marquée : ils consomment beaucoup plus de soins visage et très peu de soins corps.

« Les Anglaises s'occupent beaucoup du visage mais beaucoup moins du corps. Pour la plupart des marques de soins, la partie des soins visage est souvent supérieure à 60 % » Marie-Paule Leblanc - Directrice Spa et export Pure Altitude

▪ Du point de vue du soin visage, les Britanniques sont plus sensibles au protocole et à l'esprit de la marque

La réservation est primordiale pour savoir ce qu'ils attendent et leur offrir une prestation personnalisée.

Le protocole de soins doit être décrit en anglais et une carte de soins en anglais est indispensable. La présentation des produits aura également lieu en anglais. Les thérapeutes doivent être capables de faire le soin et vendre des cosmétiques en anglais. [...]

▪ Mettre en avant les soins esthétiques

Près de 20 % du chiffre d'affaires d'un spa anglais est lié à la vente de soins esthétiques (beauté des mains et des pieds, épilation, maquillage, etc.).

« Les Anglaises commandent beaucoup de prestations esthétiques (manucure / pédicure : elles demandent la pose de vernis semi-permanent) et des soins du visage. » Maud Hélène - Spa Manager Domaine de Verchant

« Avec eux, on ne parle pas de soin visage mais de soin massage du visage, afin de leur montrer qu'on est aussi dans la détente. » Sandy Guillermet - General Spa Manager Cristal Spa

▪ Être attentif à la gestion des plaintes clients

« La gestion de la non-satisfaction peut être parfois plus difficile avec les Britanniques : la notion de rapport qualité-prix est très importante pour eux et ils attendent une remise en cas d'insatisfaction. » William Cardelin - Directeur Spa Trianon Palace [...]

NOT TO DO

▪ Ne pas utiliser le mot thalassothérapie

« Il y a une vraie aversion pour le concept de thalassothérapie sur le marché européen, mais c'est encore plus marqué pour les Britanniques. Pour eux, la thalasso est médicale. On n'utilise pas le mot thalasso, on parle de Spa et de santé. » Isabelle Marigny - Directrice des ventes Sofitel Thalassa France

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 23ME5BEXP	Page : 20/21

Annexe 8 – Le coût de la formation OMNISENS

Pour la marque OMNISENS

 Montant forfaitaire : 105 € la nuitée, petit déjeuner et dîner inclus
Arrivée de la formatrice la veille au soir de la 1^{ère} journée de formation

 Montant forfaitaire : 15 € pour repas du midi

 Documents et supports :

- commerciaux
- pédagogiques
- administratifs

7,5 € par participante

 Cadeau participante :

- 5 produits Douceur Marine en format voyage (13,25 €)
- 1 sachet 45 g de Thé Vert Detox Lumière du Jour (3 €)

 Véhicule 6 CV
Distance aller : 232 km
Cf. barème

 Tarif formatrice
250 € la journée de 7 heures, hors temps de repas

Remboursement des frais kilométriques		
Puissance du véhicule	≤ 500 km	> 500 ≤ 1000 km
6 CV	$d \times 0,574 \text{ €}$	$(d \times 0,323 \text{ €}) + 1,256$
d = distance parcourue		

Enveloppe budgétaire de 2 000 € (budget N-1 pour une formation similaire) majorée de 10 %.