

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE - PARFUMERIE

ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL - E2

SESSION 2022

**Durée de l'épreuve : 3h00
Coefficient : 3**

Matériel autorisé :

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

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

Le sujet comporte 19 pages, numérotées de 1/19 à 19/19.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 1/19

JOLI'ESSENCE

Enraciné en Provence à la Roque d'Anthéron depuis plus de 20 ans, le Laboratoire Propos'Nature, fondé et dirigé par Pascal Leroy, est spécialisé dans la santé et la cosmétique naturelle.

Son savoir-faire est axé autour de deux domaines d'expertise :

- les compléments alimentaires à base de Propolis bio ;
- la cosmétique bio, l'« aromathérapie » et la « phytothérapie ».

Spécialiste de l'« aromathérapie » et de la « phytothérapie », l'équipe du Laboratoire Propos'Nature souhaite faire bénéficier de son expérience à un large public, en mettant les bienfaits de la nature au service de la beauté.

Sensibilisé par les articles dénonçant la présence de produits toxiques dans les cosmétiques conventionnels, Pascal Leroy propose une alternative naturelle aux consommateurs : un projet fondé sur les cosmétiques maison. La marque Joli'Essence voit donc le jour en septembre 2013.

Son ambition est d'offrir des ingrédients cosmétiques bio purs et plus de 200 recettes validées et testées en laboratoire par des professionnels ainsi que le matériel pour réaliser soi-même des cosmétiques.

La philosophie de Joli'Essence est de démocratiser la cosmétique maison en la rendant ludique et facile d'accès mais en lui offrant également un cadre sérieux et sécurisé.

Les produits cosmétiques sont développés dans leur propre laboratoire à partir de matières premières sélectionnées avec soin en privilégiant les petits producteurs, les artisans et le commerce local ou équitable. Les produits ainsi que les procédés de fabrication sont labellisés et certifiés bio.

Les ingrédients, fournitures et recettes sont commercialisés via le site de commerce en ligne entièrement administré par la marque. Une plateforme téléphonique animée par trois téléconseillères vient compléter la gestion du service client.

Afin de poursuivre le développement de l'entreprise, Pascal Leroy a dégagé deux tendances pour l'année à venir qui sont :

- continuer à développer l'offre et la communication en faveur de l'environnement autour du projet « zéro déchet » ;
- développer de nouveaux canaux de communication pour cibler des clients qui ne connaissent pas encore la cosmétique maison, notamment par le biais d'évènements tels que le lancement du calendrier de l'Avent 2022 ;

Titulaire d'un BTS MECP et récemment embauché, vous assistez Pascal Leroy dans la réalisation des activités qui s'inscrivent dans ces deux tendances.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 2/19

Axe 1 – Caractériser et analyser la marque dans son environnement.

Pascal Leroy vous demande d'analyser le marché et de vous imprégner de la stratégie globale de l'entreprise.

- 1.1. Caractériser le marché du « faire soi-même » et justifier les choix stratégiques du Laboratoire Propos'Nature.**
- 1.2. Établir le diagnostic interne de la marque Joli'Essence et dégager les opportunités de développement.**

Axe 2 – Promouvoir et diffuser la marque.

Dans le cadre de son développement, Joli'Essence envisage de participer pour la première fois aux marchés de Noël dans six villes en France (Paris, Montpellier, Strasbourg, Lille, Lyon et Brest). La marque souhaite capter une nouvelle clientèle potentielle, notamment à travers la diffusion et la commercialisation de son calendrier de l'Avent 2022.

Ce produit constituera un tremplin pour attirer des prospects en recherche de nouveauté, et qui ne connaîtraient pas encore le concept du « faire soi-même ».

Vous avez recueilli les visuels associés aux calendriers de l'Avent 2020 et 2021.

- 2.1. Analyser les visuels associés au thème de Noël et aux calendriers de l'Avent Joli'Essence.**

Un chalet sera mis à disposition de la marque dans chacun des six marchés.

- 2.2. Proposer un projet de présentation et de mise en scène du calendrier de l'Avent Joli'Essence sur le comptoir du chalet. Justifier vos choix.**

Une bannière web sera également mise en ligne sur le site marchand Joli'Essence durant les mois de novembre et décembre. Son visuel a déjà été retenu.

- 2.3. Proposer la phrase d'accroche et le bouton de bannière* qui seront associés à ce visuel.**

** bouton de bannière : CTA dit « Call to Action »*

Axe 3 – Communiquer au service de la stratégie de la marque.

Afin d'attirer une nouvelle clientèle avide de « produits à faire soi-même », vous vous questionnez sur la mise en place d'un espace « atelier » à l'intérieur de chacun des chalets. Cet espace vous permettrait d'accueillir 2 personnes maximum. Il serait dédié à des ateliers intitulés « Je fabrique mon cosmétique » d'une durée de 30 minutes chacun où vous proposeriez au choix quatre recettes, une par atelier.

Tous les ingrédients de ces 4 recettes se trouvent dans les 24 cases de l'édition 2022 du calendrier de l'Avent Joli'Essence.

- 3.1. Présenter les avantages et inconvénients liés à la mise en place de ces ateliers lors des marchés de Noël.**

Pascal Leroy adhère au projet de la mise en place des ateliers. Il vous demande d'inviter les clients de votre fichier à découvrir Joli'Essence dans les chalets de Noël de la marque et participer aux ateliers par le biais d'un courriel. Ce courriel contiendra un lien vers le formulaire d'inscription aux ateliers.

3.2. Lister les éléments essentiels du courriel d'invitation.

Axe 4 – Recruter au service des projets de développement de la marque.

Afin de mettre en place et d'animer les différents stands et ateliers sur les marchés de Noël, Joli'Essence doit recruter du personnel pour toute la durée des marchés.

4.1. Indiquer le contrat de travail le plus adapté pour l'embauche de ce personnel. Justifier votre réponse.

Pascal Leroy hésite à embaucher en direct ou à passer par une agence d'intérim spécialisée dans l'événementiel et l'animation.

4.2. Présenter vos arguments pour conseiller Pascal Leroy.

BARÈME / 60 POINTS

Axes		60 points
1	Caractériser et analyser la marque dans son environnement.	25
2	Promouvoir et diffuser la marque.	16
3	Communiquer au service de la stratégie de la marque.	9
4	Recruter au service des projets de développement de la marque.	10

ANNEXES

Annexe 1 – Le Do it Yourself séduit les consommateurs en quête de sens

Jessica Huynh

Source : magazine « Cosmetiquemag » n° 220 – Octobre 2020

Annexe 2 – Le boom des cosmétiques faits maison

Camille G. - 11 janvier 2021 – Source : site internet Les Phytonautes

En ligne <https://www.lesphytonautes.fr>- Page consultée le 13/09/2021

Annexe 3 – La marque Joli'Essence

Source : document interne Joli'Essence

Annexe 4 – Produits Joli'Essence

Source : document interne Joli'Essence

Annexe 5 – Avis de consommateurs

Source : site internet Joli'Essence

<https://www.joliessence.com> - page consultée le 13/09/2021

Annexe 6 – Exposer sur un marché de Noël, les bonnes raisons de participer

Sources : texte : site internet société 2A Organisation

<https://2aorganisation.com> page consultée le 13/09/2021

Infographie : Site internet France Bleu

<https://www.francebleu.fr/> page consultée le 21/09/2021

Annexe 7 – Le calendrier de l'Avent Joli'Essence

Source : site internet Joli'Essence et document interne

<https://www.joliessence.com> - Page consultée le 28/09/2021

Annexe 8 – Communiqué de presse du calendrier de l'Avent 2021

Source : document interne Joli'Essence

Annexe 9 – Visuels associés aux calendriers de l'Avent 2020 et 2021

Source : site internet Joli'Essence et document interne

Annexe 10 – Exemples de chalets dans différents marchés de Noël

Sources : photos tirées des sites internet Marché de Noël Nantes – Cadema Abris de jardin

bon marché – Le Progrès – Horizon

www.marche-de-noel-nantes.com

www.leprogres.fr/PierreDubuis – 30/09/2021

www.horizon-fm.fr – Le marché de Noël de Rouen

Annexe 11 – La bannière web

Sources : d'après <https://bdesign-web.com>

Image calendrier : Site internet Joli'Essence - <https://www.joliessence.com>

Page consultée le 28/09/2021

Annexe 12 – Présentation de l'agence d'intérim GLOBE

Source : site internet GLOBE Group

Extraits. En ligne <https://www.globe-group.com>

Annexe 1 – Le Do it Yourself séduit les consommateurs en quête de sens (1/2)

Perçue comme plus économique, plus écologique et plus transparente, la cosmétique maison attire un public de plus en plus large. Et ce, avec une offre à tous les prix.

Chez Leroy Merlin, le bricoleur du dimanche peut trouver tout un programme d'ateliers en magasin pour relooker un meuble, préparer un mur avant la peinture ou encore apprendre les bases de la menuiserie. [...] La beauté n'est pas en reste. L'un des pionniers de la cosmétique maison peut en retracer l'évolution : « Vers 2004 ou 2005, il y a eu une petite communauté de femmes qui s'est formée sur les forums sur Internet pour partager leurs recettes. Mais c'était une cosmétique compliquée, avec plein de phases, de textures, d'ingrédients... Le concept de cosmétique maison était à l'époque très créatif, mais aussi très complexe », se remémorent Anne-Cécile et Valérie Vausselin, fondatrices de la marque-enseigne Aroma Zone. D'une activité ludique et parfois un peu farfelue, la beauté DIY s'est muée en un mode de consommation qui fait écho chez ceux qui sont en quête de sens et de transparence. « Les envies ont évolué : on est passé d'un geste original à une consommation plus éthique. La clientèle n'achète pas juste pour s'amuser », constate Dieynaba Ndoye qui a fondé la marque Waam Cosmetics distribuée dans 200 Monoprix et 400 pharmacies.

Les jeunes générations à la pointe

D'une communauté d'initiés, la cosmétique maison, et le DIY de manière générale, touche désormais un public plus large. Selon l'Obsoco (Observatoire société et consommation) avec la MAIF, le marché du « faire » représenterait 95 milliards d'euros. La plateforme spécialisée I Make a mené un sondage avec Toluna en juillet auprès de 1 000 femmes qui révèle qu'une Française sur trois a déjà fabriqué elle-même un produit cosmétique. Parmi elles, les jeunes générations sont particulièrement bien représentées puisque 50 % des 18-34 ans sondés ont répondu par l'affirmative. Un constat qui va dans le sens de l'éveil des millennials plus éduqués et plus engagés dans leur consommation. Parmi les raisons citées figurent « pour être certaine de la composition » (60 %), « par conviction écologique » (44 %), « par plaisir de faire soi-même » (42 %) et « pour mon portefeuille » (36 %). « Le DIY permet une consommation en pleine conscience, avec des achats de fond et moins d'impulsion. Le DIY prend une orientation sociétale », résument les sœurs Vausselin. Car le motif pécuniaire lié à la crise économique n'est pas le seul facteur du succès du DIY, il faut aussi noter la quête de sens recherchée par des consommateurs plongés dans un quotidien de plus en plus immatériel : « Aujourd'hui, la plupart des gens exerce des métiers intellectuels, où ils se retrouvent enfermés toute la journée dans des bureaux, sans jamais voir le fruit de leur travail », explique le sociologue Ronan Chastellier cité par Le Monde. « Pour se reconnecter avec le réel, ils sont de plus en plus nombreux à se construire à côté une deuxième vie, plus créative », poursuit-il.

Des ateliers et des conseils

Pour autant, il faut veiller à ce que le consommateur ne se noie pas dans l'océan d'ingrédients bruts disponibles, entre huiles essentielles, huiles végétales ou encore poudres de plantes, qui, s'ils sont mal utilisés, peuvent entraîner des réactions allergiques. En 2015, la Youtubeuse Enjoy-phoenix avait ainsi eu la mauvaise idée de proposer une vidéo pour réaliser un masque à la cannelle en vantant ses propriétés antioxydantes. Or l'épice se révèle dermocaustique lorsqu'elle est appliquée directement sur la peau ou en contact prolongé... Aujourd'hui, l'offre DIY dominée par la marque-enseigne Aroma Zone (C.A. 2019 : 89 M€) est souvent accompagnée d'une prise en charge qui peut prendre plusieurs formes. Depuis 2009, le leader propose dans ses boutiques des ateliers thématiques payants et, depuis 2010, des kits comprenant recettes et ingrédients. « Les ateliers sont une porte d'entrée nous permettant de recruter et de toucher un public plus large », soulignent Anne-Cécile et Valérie Vausselin qui précisent que des webinaires (ateliers virtuels) sont en projet. En point de vente, Waam Cosmetics assortit son offre de blocs de fiches détachables tandis que le site de la marque publie régulièrement des recettes sur son blog. [...]

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 6/19

Annexe 1 – Le Do it Yourself séduit les consommateurs en quête de sens (2/2)

Le fait-maison boosté par le confinement

[...] Selon Google, les requêtes « faire soi-même », « fait-maison » et « do-it-yourself » ont doublé entre janvier et avril. Côté beauté, les investisseurs semblent croire aussi à la pérennité de la tendance : la plateforme I Make qui propose une marketplace combinée à des tutoriels a ainsi levé 1,5 million d'euros en juin. [...]

Par Jessica Huynh

Source : magazine « Cosmetiquemag » n° 220 – Octobre 2020

Annexe 2 - Le boom des cosmétiques faits maison

*Pendant le confinement, la tendance « **Do It Yourself** » (DIY, en français « faites-le vous-même ») a explosé. Selon une étude menée par L'ObSoco en avril 2020, 30 % des Français déclarent avoir dédié plus de temps à la confection et la réparation d'objet. De même, 40 % des Français indiquent faire plus d'activités DIY depuis le début du confinement d'après un sondage Yougov pour l'ADN.*

*Soins pour le visage, le corps, les cheveux ou encore les maquillages... Le **fait maison** s'invite dans les **cosmétiques** ! Il séduit de plus en plus et semble changer le mode de consommation des Français. Mais, ces évolutions seront-elles durables ?*

L'engouement des cosmétiques faits maison pendant le confinement

Confinés, les Français ont d'autant plus besoin de prendre soin d'eux. Ils ont profité de cette période particulière pour se lancer le défi de **fabriquer soi-même ses cosmétiques maison**. Une bonne idée pour s'occuper l'esprit, oublier le stress de cette période inédite et tuer l'ennui !

Activité star du confinement mais adoptée déjà depuis quelques années, de plus en plus de consommateurs se sont tournés vers la **fabrication maison des essentiels beauté du quotidien**.

33%

Des Françaises ont déjà fait un produit cosmétique elles-mêmes

1/10

Une Française sur dix fait régulièrement un produit cosmétique

78%

des Françaises se sentent prêtes à fabriquer ses propres cosmétiques.

Sondage Toluna réalisé les 6 et 7 juillet auprès de 1 000 femmes

De plus, 60 % des Françaises déclarent avoir fait le choix de fabriquer leurs produits cosmétiques afin d'être certaines de leur composition. En effet, les consommateurs sont de plus en plus méfiants à l'égard des produits de beauté industriels et attentifs à leurs composants : allergènes, cancérigènes, irritants, perturbateurs endocriniens.

Sensibles à une consommation plus éthique et responsable, on prend plaisir à choisir et mélanger des **ingrédients naturels et biologiques** adaptés à nos besoins et protégeant notre santé et la planète. Cet intérêt pour les ingrédients cosmétiques naturels a été accéléré par la pandémie de Covid-19. À la question « *Ce confinement vous a-t-il incité à revoir votre consommation des cosmétiques ?* », 53 % des femmes qui se maquillent régulièrement déclarent favoriser désormais des **produits naturels**. Aussi, 34 % affirment privilégier des **cosmétiques faits maison** ou des **produits locaux**. [...]

Par Camille G. - 11 janvier 2021

Source : site internet Les Phytonautes

En ligne sur <https://www.lesphytonautes.fr>

Page consultée le 13/09/2021

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 7/19

Annexe 3 – La marque Joli'Essence (1/2)

LA CRÉATION

À l'origine de cette aventure il y a la passion d'un homme pour l'écologie et les produits bio.

Pascal Leroy, spécialiste en apithérapie et en oligothérapie, est l'un des pionniers de l'univers bio en France. Fondateur de la marque Propos'Nature en 1998,

il n'a de cesse depuis 20 ans de défendre ses convictions en développant des produits de santé certifiés bio (compléments alimentaires, huiles essentielles, cosmétiques...). Il répond ainsi aux exigences d'une clientèle de plus en plus soucieuse de la composition des produits. Joli'Essence voit le jour en 2013 sous impulsion de Pascal Leroy, qui devine déjà l'intérêt grandissant des consommateurs pour la cosmétique maison.



Joli'Essence connaît aujourd'hui un essor considérable et attire une clientèle de plus en plus large, conquise par une consommation responsable, biologique et écologique.

Un double objectif :

1. proposer des produits bio et naturels de qualité à prix abordables ;
2. mettre à disposition notre savoir-faire pour initier le plus grand nombre à la formulation de recette cosmétiques simples et naturelles.

LES CHIFFRES CLÉS

CHIFFRES CLÉS 2016	CHIFFRES CLÉS 2020
 Acteur N°2 sur le marché	 + 54% de croissance en 2020
 Nombre de commandes envoyées par mois : +1000	 + de 33 000 commandes envoyées par an
 Membres de l'équipe : 14 personnes	 25 membres de la Joli'Team
 Chiffre d'affaires : + 450 % en 4 ans	

Annexe 3 – La marque Joli'Essence (2/2)

LES VALEURS

Des ingrédients 100 % naturels et bio

Les recettes sont exclusivement réalisées à partir d'ingrédients 100 % naturels et certifiés biologiques. Nous sélectionnons rigoureusement nos matières premières pour qu'elles soient les plus pures possible.

Des recettes faciles, accessibles aux débutants

Grâce aux fiches recettes détaillées étape par étape, aux vidéos tutos et aux coffrets cosmétiques « clé-en-main », même les débutants peuvent réaliser eux-mêmes leurs produits de beauté.

Des packagings écologiques

Nos packagings sont réutilisables et recyclables. Nous privilégions le plastique PET et même le plastique biodégradable pour nos sticks à lèvres.

Des prix abordables

Pour éviter tout intermédiaire et leurs marges supplémentaires, nos matières premières sont directement achetées chez les producteurs et les artisans. Cette ligne de conduite volontaire permet de proposer des ingrédients de qualité exceptionnelle à des tarifs très compétitifs.

Du plaisir illimité

Joli'Essence propose de découvrir une activité originale et créative à partager avec ses proches, pour se faire plaisir ou faire plaisir aux autres, pour passer de bons moments ou tout simplement avoir la satisfaction de réaliser soi-même ses produits cosmétiques 100 % naturels.

Source : document interne Joli'Essence

Annexe 4 – Produits Joli'Essence

INGRÉDIENTS D'AROMATHÉRAPIE & PHYTOTHÉRAPIE	INGRÉDIENTS COSMÉTIQUES NATURELS	MATÉRIEL DE FABRICATION & CONTENANTS	IDÉES CADEAUX À OFFRIR OU SE FAIRE OFFRIR
 Joli'Essence propose un large choix d'ingrédients d'aromathérapie dont les propriétés naturelles sont très recherchées en cosmétique : - Des huiles essentielles Bio, - Des hydrolats Bio (aussi appelés eaux florales), - Des huiles végétales Bio, 100% vierges, - Des beurres végétaux et cires végétales Bio.	 Les experts de Joli'Essence ont sélectionné des ingrédients cosmétiques de qualité exceptionnelles, les plus purs possible, naturels et certifiés Bio : - Des actifs cosmétiques, - Des conservateurs et anti-oxydants, - Des colorants naturels, - Des fragrances naturelles, - Des émulsifiants, gélifiants et tensioactifs.	 Equipez-vous avec du matériel professionnel. Joli'Essence met à disposition : - Du matériel de fabrication (bols en inox, mini-fouets, Maryses, thermomètres...), - Du matériel pour doser (cuillères et seringues doseuses, béciers...), - Des contenants vides (pots, flacons, rolls-on...), - Des bouchons (sprays, pompes, compte-gouttes...).	 Faites plaisir grâce aux nombreuses idées de cadeaux que vous trouverez sur Joli'Essence : - Des joli' coffrets, - Des abonnements mensuels, - Des cartes cadeaux, - Des cosmétiques prêts à l'emploi, - Des livres.

LA COMMUNAUTÉ

 **38 000** inscrits à la newsletter

 **11 000** fans sur Facebook

 **13 000** abonnés sur Instagram

 **1 400** abonnés sur Youtube

 **3 000** abonnés sur Pinterest

Source : document interne Joli'Essence

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE	Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP Page : 10/19

Annexe 5 - Avis de consommateurs

Par Marie France C., le 04 Mars 2021 :

Produit évalué : coffret Masque & Gommage - Cosmétique Maison - Note : 1/5

« Je viens de recevoir mon colis.

Un seul coffret a été livré sur les deux, il me manque le coffret cosmétique maison duo de crème et celui qui m'a été livré ne correspond pas à ma commande.

J'avais choisi Joli'Coffret Cosmétique Maison - Masque & Gommage pour le visage et j'ai reçu le Coffret cosmétique maison - Body butter exfoliant Grenade & Argan pour le corps.

J'avais prévu de réaliser ces préparations avec ma petite fille pour l'anniversaire de sa maman.

Et bien sûr, personne ne répond au téléphone.

Il va me falloir prévoir un autre cadeau.

Je suis dégoutée !!!!! »

Par Nathalie C., le 15 Avr. 2020 :

Produit évalué : solution hydroalcoolique - 100 ml - Note : 1/5

« Déçue, le produit est trop liquide.

Beaucoup trop de produits utilisés rapidement lors des utilisations au quotidien, contrairement à la version gel.

Texture à améliorer. »

Par Odile G., le 19 Déc. 2020 :

Produit évalué : matériel du débutant M - Intermédiaire – Note : 2/5

« Fort surprise de la taille des ustensiles.

De plus dans JOLI'COFFRET, j'attendais une présentation en coffret, or il s'agit d'un simple sac papier. Déçue par la présentation, par la taille des objets, je ne pensais pas avoir commandé un kit pour enfant ! »

Par Marine D., le 28 Fév. 2020 :

Produit évalué : shampoing solide zéro déchet – Note : 1/5

« Très déçue du shampoing. Cheveux gras et collants après application, en ayant pourtant procédé à un minutieux rinçage. Dommage ! Pour ma part, je ne l'utiliserai plus. »

Source : site internet Joli'Essence
En ligne <https://www.joliessence.com>
Page consultée le 13/09/2021

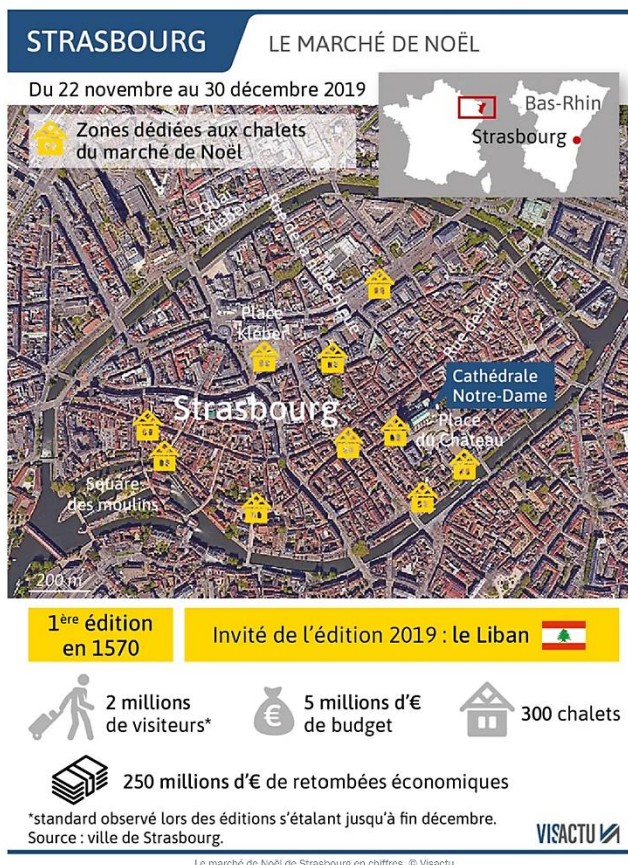
Annexe 6 - Exposer sur un marché de Noël, les bonnes raisons de participer

Vous êtes tenté par l'aventure des marchés de Noël mais n'osez pas sauter le pas ? De nombreuses villes en organisent aujourd'hui, y participer est une véritable opportunité pour les commerçants et artisans. Ces événements, propices aux achats, attirent en effet de nombreux futurs clients ! Retrouvez ici les avantages à exposer vos produits sur un marché de Noël en centre-ville :

Présenter de nouveaux produits

Un marché de Noël c'est tout d'abord la possibilité d'exposer de nouveaux produits. Les chalets vous offrent une véritable vitrine en plein centre-ville et assurent votre visibilité.

Vous pourrez tester la réponse des consommateurs à de nouveaux produits sur un marché où vous n'êtes pas ou peu présent. Ce qui vous permettra d'obtenir un retour direct de vos clients. Vous connaîtrez ainsi vos points forts et potentiels axes d'amélioration.



Vendre vos produits en direct

Les marchés de Noël vous donnent accès à une boutique physique en centre-ville. La vente directe sera l'occasion pour vous de toucher une nouvelle clientèle, notamment si vous réalisez habituellement vos ventes en ligne. Votre chalet devient une véritable boutique éphémère en cette période de forte activité.

L'ambiance festive incite les passants à prendre leur temps et à s'attarder sur vos produits. L'occasion de les faire tester ou déguster. Votre clientèle en découvrira la qualité, ce qui peut mener au coup de cœur et à l'achat. Vous pourrez ainsi augmenter votre chiffre d'affaires en cette période de fin d'année.

Communiquer sur votre marque

Vous inscrire à un marché de Noël est l'occasion de développer votre notoriété. Vous pourrez présenter votre marque et son histoire tout en montrant votre savoir-faire. En discutant directement avec les clients, vous pourrez aussi créer un attachement. C'est parfois de cette façon que l'on trouve ses clients les plus fidèles.

Ce contact est bénéfique pour votre marque et génère un bouche-à-oreille vous faisant connaître.

Sources :

texte : site internet société 2A Organisation

<https://2aorganisation.com>, page consultée le 13/09/2021

Infographie : Site internet France Bleu

<https://www.francebleu.fr/>, page consultée le 21/09/2021

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 12/19

Annexe 7 - Le calendrier de l'Avent Joli'Essence (1/2)

Fiche produit du coffret 2021 (site internet) :

JOLI'CALENDRIER DE L'AVENT SURPRISE SOLIDE 2021

49,00 €

Ça y est, il est ENFIN de retour !

Notre Joli'calendrier de l'Avent 2021 vous réserve de belles surprises ...

Cette année la Joli'Team a souhaité mettre l'accent sur des **recettes zéro déchets** à réaliser en famille. Grâce aux ingrédients naturels, au matériel et aux fiches recettes cachés dans ce calendrier de l'avent, vous pourrez réaliser **4 recettes cosmétiques solides faciles et rapides**.

Pour un Noël créatif, organisez chaque week-end un atelier DIY et confectionnez des petits cadeaux fait mains. Attendre Noël devient un véritable plaisir !

LES 24 SACHETS KRAFT NUMÉROTÉS DE CE COFFRET CONTIENNENT :

- 13 ingrédients Bio et naturels
- 8 ustensiles pour doser et formuler
- 2 moules pour réaliser vos recettes solides
- 4 fiches recettes
- 1 accessoire surprise

Si vous souhaitez garder la surprise ne lisez pas la suite...



DÉTAILS PRODUIT

CARACTÉRISTIQUES

Vous êtes curieux(se) ? Voici le détail complet du Joli'Calendrier de l'avent 2021 :

ALERTE SPOILER :

si vous souhaitez garder la surprise ne lisez pas plus !...

LES INGRÉDIENTS NATURELS ET BIO :



Acide citrique
origine naturelle
100 grammes



Fragrance naturelle
"Jasmin"
2 ml



Huile essentielle de cannelle de
ceylan
certifié BIO
2 ml



Argile blanche
origine naturelle
10 g



Fragrance naturelle
"Sucre vanillé"
5 ml



Huile essentielle d'orange douce
certifié BIO
2 ml



Base savon Melt&Pour
certifié BIO
100 g



Fragrance naturelle
"Fleurs solaires"
5 ml



Pigment naturel bleu intense
origine naturelle
10 g



Bicarbonate de soude
origine naturelle
200 grammes



Huile végétale de coco
certifié BIO
30 ml



Cire de soja en copeaux
origine naturelle
100 g



Macérât huileux de calendula
certifié BIO
10 ml

Annexe 7 - Le calendrier de l'Avent Joli'Essence (2/2)

LE MATÉRIEL ET PACKAGING COSMÉTIQUE :

- Mini-fouet en inox
- Seringue graduée 2 ml
- Cuillère doseuse 1 ml
- Cuillère doseuse 5 ml
- Stick à lèvres
- Verre à bougie
- Mèche et support bougie
- Bécher en plastique 100 ml
- 2 Moules à savon en silicone
- Ma joli'Trousse



LES 4 RECETTES QUE VOUS POURREZ RÉALISER :

- Parfum solide
- Bougie féérique
- Savon douceur
- Bombe de bain evasion



Description du produit calendrier de l'Avent 2022

Le calendrier de l'Avent 2022 est un grand coffret de 30 x 26 cm et 16 cm de hauteur contenant 24 sachets kraft.

Les 4 recettes qui pourront être réalisées [...] seront sous forme solide :

- une bougie féérique aux senteurs de Noël ;
- un savon douceur ;
- une bombe de bain ;
- un stick de parfum au jasmin.

Source : site internet Joli'Essence et document interne
<https://www.joliessence.com> - Page consultée le 28/09/2021

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 14/19

Annexe 8 - Communiqué de presse du calendrier de l'Avent 2021



AOÛT 2021 • COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ENVIE D'UN CALENDRIER DE L'AVENT DIY, BIOLOGIQUE, ECOLOGIQUE & LUDIQUE ? DECOUVREZ LE CALENDRIER DE L'AVENT COSMETIQUE MAISON DE JOLI'ESSENCE !

A l'occasion du lancement de sa boutique de Noël en octobre, le site www.jolinessence.com révélera l'édition 2021 de son **calendrier de l'avent cosmétique maison**. Cette année, il permettra de réaliser 4 recettes solides formulées avec des **ingrédients naturels et Bio**. Faites-vous plaisir sans renoncer à vos valeurs.

UN CALENDRIER DIY

Chaque jour, vous ouvrez une case de votre calendrier pour y découvrir un ingrédient, du matériel, un accessoire beauté ou une fiche recette. Après quelques jours vous pouvez ainsi réaliser votre première recette cosmétique maison. Inutile d'être déjà initié, la Joli'Team a sélectionné des recettes très **simples et familiales**, pouvant même être réalisées avec les enfants !

UN CALENDRIER ECOLOGIQUE

Vous êtes sensible à l'écologie et faites attention à vos déchets ? Pas de soucis, vous pourrez **recycler ou composter** les 25 sachets krafts et la boîte en carton du calendrier. Les ingrédients sont également conditionnés dans des **matières recyclables** comme le kraft, le verre ou le plastique PET. Fidèle à ses valeurs **zéro déchet**, la Joli'Team a sélectionné 4 recettes solides ne nécessitant aucun emballage.

UN CALENDRIER BIOLOGIQUE

Car la cosmétique maison est avant tout une solution pour connaître la composition des produits appliqués sur votre peau, la Joli'Team met un point d'honneur à vous proposer des recettes cosmétiques formulées avec des **ingrédients certifiés biologiques ou 100% naturels**. Le Calendrier de l'Avent 2021 vous dévoilera 4 recettes respectueuses de votre peau et de l'environnement.

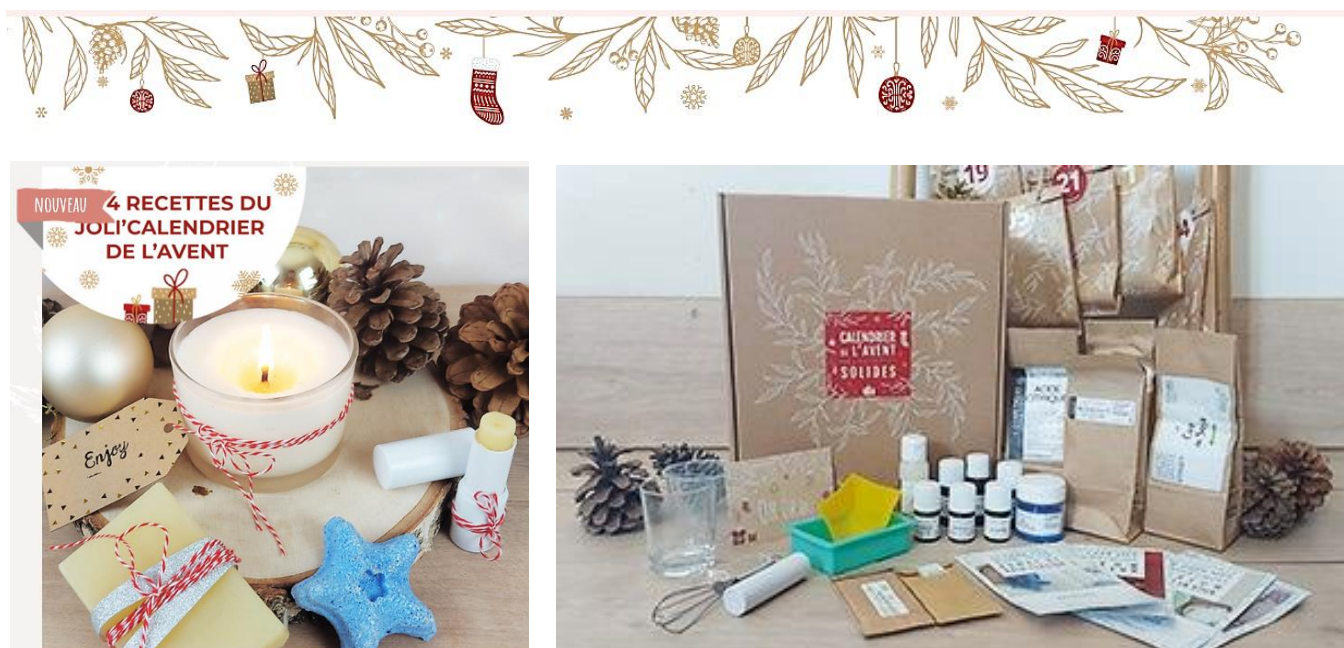
UN CALENDRIER LUDIQUE

Sortez vos tabliers, réunissez vos amis ou votre famille et commencez à tam-bouiller ! La cosmétique maison est une **activité récréative et ludique**. Apprenez en vous amusant les propriétés des ingrédients et l'art de la formulation de cosmétique pour enfin annoncer avec fierté « c'est moi qui l'ai fait ! ».

Envie d'adopter notre Joli'calendrier de l'avent ?
N'attendez pas trop pour vous décider, lors des éditions précédentes il a été victime de son succès !

Source : Document interne Joli'Essence

Annexe 9 - Visuels associés aux calendriers de l'Avent 2020 et 2021 (1/2)



BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 15/19

Annexe 9 - Visuels associés aux calendriers de l'Avent 2020 et 2021 (2/2)



Source : site internet Joli'Essence et document interne

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE	Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP
	Page : 16/19

Annexe 10 - Exemples de chalets dans différents marchés de Noël



Sources : photos tirées des sites internet
Marché de Noël Nantes – Cadema Abris de jardin bon marché – Le Progrès – Horizon
www.marche-de-noel-nantes.com ;
www.leprogres.fr/PierreDubuis – 30/09/2021
www.horizon-fm.fr – Le marché de Noël de Rouen

Annexe 11 - La bannière web

Une bannière web ou publicité Internet est une image insérée dans un site Internet pour promouvoir une marque, un produit ou une offre lors d'une campagne publicitaire en ligne. Son but est de donner envie à l'internaute de cliquer dessus afin d'être redirigé vers une autre page donnant plus de détails sur l'objectif de vente associé.

Une bannière de mise en avant d'un produit comporte en général :

- un ou deux visuels montrant le produit ou un visuel du produit associé à un **visuel d'ambiance** montrant le produit en situation ;
- une **phrase d'accroche** : c'est une phrase servant à attirer l'internaute (ex : « nouveauté », « -20 % sur tout le site jusqu'au... ») ;
- le **bouton de bannière** ou CTA (dit « Call to Action ») est un élément qui donne envie de cliquer et qui comporte le lien de renvoi.

L'ensemble respecte la charte graphique de la marque.

Visuel retenu pour la bannière



Sources : d'après <https://bdesign-web.com>

Image calendrier : Site internet Joli'Essence - <https://www.joliessence.com>

Page consultée le 28/09/2021

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 18/19

Annexe 12 – Présentation de l'agence d'intérim GLOBE

GLOBE Effective Shopper Experience est une filiale de Globe Groupe, premier groupe en Europe entièrement dédié au shopper et à la vente. Son président, Jeremy Dahan, a fait ses armes aux États-Unis dans le secteur du luxe, notamment chez LVMH.

[...]

PEOPLE

Nous gérons Castings, Recrutements, Formations et Fiches de Paie.

Nous pilotons ainsi en direct un vivier de 27 000 animateurs, 15 000 promoteurs, et éditons plus de 60 000 fiches de paie par an. Notre back-office, organisé en hotline, nous permet de rester en contact avec les équipes terrain, pour les informer en amont, interagir pendant les opérations mais aussi remonter les chiffres en fin de campagne.

Pour répondre en direct aux besoins et aux aléas du terrain, nous assurons toute la logistique des opérations 7/7.

LOGISTIQUE

Stockage, kitting*, expédition, logistique du froid, montage des stands, contrôles SAV. Nous entretenons aussi une large flotte de véhicules customisables (triporteurs, Food truck, Caravanes Airstream, smart XXL, Pick Up, Minivans...). Nous disposons de 6 hubs logistiques qui nous permettent de couvrir tout le territoire.

DÉPLOIEMENT TERRAIN

Rédaction des cahiers des charges, repérages, gestion des autorisations, ventousage, relation avec les municipalités, les centres commerciaux, les PC sécurité et les chefs de rayon, plans de prévention, roadbook... Notre présence régionale nous permet une flexibilité et une réactivité en temps réel indispensable à la réalité du terrain.

Source : site internet GLOBE Group
Extraits. En ligne <https://www.globe-group.com>

* *kitting* : assemblage de kits

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2022
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 22MEE2EP	Page : 19/19