

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE - PARFUMERIE
--

ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL - E2

SESSION 2023

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 17 pages, numérotées de 1/17 à 17/17.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 23MEE2EP	Page : 1/17

LA BOUCHE ROUGE

Fondée en 2017 par Nicolas Gerlier, La Bouche Rouge est une marque française de cosmétiques, la première maison de maquillage de luxe éco-responsable. Localisée à Paris, rue de la Paix, l'entreprise La Bouche Rouge est spécialisée dans le secteur de la vente à distance.

La Bouche Rouge appelle à un autre mode de consommation, à un luxe respectueux des individus, de la planète et des générations à venir.

La vision du fondateur est de réinventer les règles de l'industrie de la beauté. Inspiré par le boudoir de sa grand-mère, il développe des objets de beauté aussi élégants que performants pour révéler la beauté naturelle de chacun.

La Bouche Rouge fait appel au savoir-faire de l'artisanat traditionnel français, gage de qualité et de durabilité, afin de créer des écrins recyclables et réutilisables.

Le produit-phare de La Bouche Rouge est le rouge à lèvres. Chacun se compose d'une formule unique au monde, sans cire d'abeille, ni dérivés pétrochimiques, riche en antioxydants et en anti-âge naturels.

Les produits de la marque (rouges à lèvres, mascaras, crayons et poudres pour le visage) sont pensés comme de véritables sérums composés d'un minimum de 60 % d'ingrédients actifs. Ils sont disponibles dans un écrin de cuir ou de carton, sans plastiques pour un impact environnemental réduit.

Nicolas Gerlier, Président de La Bouche Rouge, déclare : « Le luxe est là pour sublimer notre quotidien ».

L'entreprise est présente actuellement dans plus de 40 points de vente en France (Le Bon Marché et les Galeries Lafayette à Paris) et à l'étranger (Royaume-Uni, Italie, Allemagne, Espagne, Belgique, Luxembourg, Autriche, Suisse, États-Unis, Japon).

Titulaire du BTS MECP, vous avez été embauché(e) pour assister Madame Flavie Martin, responsable du Développement, afin de préparer les futures implantations de la marque en région. En effet, la Bouche Rouge compte accroître sa présence sur le territoire national et notamment dans l'ouest où elle ne dispose, pour le moment, que de 3 points de vente situés à Rennes, La Rochelle et Bordeaux.

Axe 1 - Caractériser un marché et analyser la situation de l'entreprise

Madame Flavie Martin vous demande d'analyser le marché et de vous imprégner de la stratégie globale de la marque La Bouche Rouge.

1.1 Analyser les tendances du marché du maquillage.

1.2 Repérer les choix stratégiques opérés par la marque La Bouche Rouge.

Axe 2 - Promouvoir l'image et les valeurs de la marque

Après plusieurs semaines de négociation, un accord entre La Bouche Rouge et les Galeries Lafayette de Nantes vient d'être signé, accord qui prévoit l'ouverture d'un corner shop¹. La conception de l'habillage de ce corner shop sera prise en charge par une agence extérieure.

2.1 Proposer à cette agence des pistes pour l'habillage du corner shop correspondant à l'esprit et aux valeurs de la marque.

Une offre promotionnelle sera proposée pour l'ouverture du corner shop. La responsable du Développement, Mme Martin, décide de mettre en avant le rouge à lèvres en proposant - 10 % sur la gamme. Elle vous confie la rédaction de l'offre ainsi que le projet de l'affiche qui figurera sur le stand. L'objectif est de synthétiser les informations essentielles de l'offre et de proposer des pistes pour le visuel de l'affiche en accord avec les valeurs de la marque.

2.2. Élaborer l'offre commerciale et définir des pistes graphiques pour le visuel de l'affiche. Justifier les choix.

Axe 3 - Promouvoir et communiquer l'offre commerciale

À l'occasion de l'ouverture du corner shop La Bouche Rouge aux Galeries Lafayette de Nantes, vous êtes chargé(e) de construire un outil d'aide à la vente pour l'offre « Lèvres », à destination du personnel présent sur le stand, en vous aidant de la typologie SONCASE².

3.1 Construire un argumentaire qui permettra aux conseillères beauté de séduire les prospects.

3.2 Proposer par anticipation le traitement de deux objections qui pourraient être émises par ces prospects.

¹ Corner shop : espace réservé à une marque ou une enseigne au sein d'un espace de vente d'une autre enseigne.

² Version actualisée de SONCAS intégrant les enjeux environnementaux.

Axe 4 - Agir au service des projets de développement de la marque

Face au succès grandissant du corner shop et à la hausse du chiffre d'affaires, la direction souhaite élargir l'équipe de vente. Elle sollicite votre avis sur les possibilités offertes par le code du travail.

4.1 Choisir le contrat de travail adapté à la situation de l'entreprise. Justifier les choix.

La responsable du secteur beauté des Galeries Lafayette souhaite pouvoir suivre l'évolution des ventes des principales références de la gamme « Lèvres » proposées par La Bouche Rouge (rouges à lèvres 39 €, baume et soin à lèvres 39 €, étui rechargeable 65 €, crayon à lèvres 28 €, pinceau à lèvres 28 €) durant les trois premiers mois de lancement de la marque. Les prix donnés sont en TTC.

4.2 Proposer un outil de suivi des ventes La Bouche Rouge.

BARÈME / 20 POINTS

	Axes	20 points
1	Caractériser un marché et analyser la situation de l'entreprise	7 points
2	Promouvoir l'image et les valeurs de la marque	4 points
3	Promouvoir et communiquer l'offre commerciale	5 points
4	Agir au service des projets de développement de la marque	4 points

ANNEXES

Annexe 1 – Plastique dans les océans : quelles solutions ?

<https://cosmeticobs.com/fr/articles/congres-48/plastique-dans-les-océans-queelles-solutions/>

Consulté le 23/11/2022

Annexe 2 - Impacts de la crise sanitaire sur la consommation de cosmétiques.

Source : Rapport COSMED-SVP - 3e trimestre 2020

<https://www.cosmed.fr/app/uploads/2021/02/rapport-cosmed-svp-juin-sept-2020.pdf>

Consulté le 23/11/2022

Annexe 3 - Clean Beauty ou Beauté Propre

Source : Rapport COSMED-SVP - 4e trimestre 2020

<https://www.cosmed.fr/app/uploads/2021/02/rapport-cosmed-svp-juin-sept-2020.pdf>

Consulté le 23/11/2022

Annexe 4 - Retour du rouge à lèvres

Source : Rapport COSMED SVP – 2^e trimestre 2022

<https://www.cosmed.fr/app/uploads/2022/07/rapport-cosmed-et-indicateurs-cles-2-trimestre-2022.pdf>

Consulté le 23/11/2022

Annexe 5 - Les engagements de la Bouche Rouge

Sources : d'après le Site Internet La Bouche Rouge + Documentation la Bouche Rouge

<https://www.laboucherougeparis.com/fr/impact/>

Consultés le 23/09/2022

Annexe 6 - L'offre « Lèvres » de La Bouche Rouge

Sources : d'après le Site Internet La Bouche Rouge + Documentation la Bouche Rouge

<https://www.laboucherougeparis.com/fr/shop/maquillage/levres/>

Consultés le 28/09/2022

Annexe 7 - Le concept de corner shop

<https://synergiee.com/franchise-corner-ou-shop-in-shop-definition>

Consulté le 19/09/2022

Annexe 8 - Images et visuels de la marque

<https://www.laboucherougeparis.com/fr>

Consulté le 19/09/2022

Annexe 9 - Extraits du Code du Travail

<https://www.legifrance.gouv.fr/>

Annexe 1 - Plastique dans les océans : quelles solutions ?

La pollution de l'écosystème marin est une des préoccupations environnementales majeures de ce siècle. Chaque année, des millions de tonnes de plastiques se retrouvent dans les mers. Lors du salon Packaging ADF qui s'est tenu à Paris les 29 et 30 janvier 2020, Gérald Martines, fondateur du cabinet de conseil In Signes, a expliqué comment marques et fabricants de packagings peuvent améliorer le profil de leurs emballages plastiques [...] et par le fait, être moins nuisibles.

« Comment peut-on éviter que les packagings échouent également dans les océans ? » interroge Gérald Martines. « Ce matériau n'est ni mauvais ni bon. Ce n'est un problème que lorsqu'il devient un déchet et c'est bien à cela que les industriels doivent répondre ».

La règle des trois R

Réduire

« En termes de prévention, la première chose à faire, c'est de réduire autant que faire se peut », estime-t-il. « Dans un monde qui a abusé de la surconsommation, il est nécessaire de revenir à des modèles plus raisonnables. Comme le cosmétique solide qui demande peu d'emballage ». Toujours dans cet esprit de minimalisme, Gérald Martines invite les industriels à alléger leurs packs. Méthode aussi prometteuse que problématique pour le conférencier, puisque cette piste de réflexion n'est pas optimale pour tous les secteurs de la beauté. « Le luxe, par exemple, vend certes un soin, mais il propose également un statut, un plaisir, de la qualité, de l'hédonisme. Et le packaging fait partie de cette équation. Un consommateur va difficilement rêver avec un emballage minimaliste. Mais l'allègement des matériaux peut être une solution viable tout de même ».

Réutiliser

Lors de la conception d'un packaging, ce dernier doit assurer la sécurité de ce qu'il contient, mais il doit aussi rester dans le circuit longtemps et devenir un déchet le plus tard possible.

La solution la plus classique qui s'offre aux marques, c'est le rechargeable.

« Je parlais précédemment de la problématique du luxe à concilier développement durable et plaisir d'utilisation. Je prends en exemple La Bouche Rouge, cette marque de rouge à lèvres rechargeable. L'étui coûte cher à l'achat, il est fait en cuir, c'est un bel objet que l'on a envie de garder. Ne reste plus qu'à changer de recharge quand on le souhaite. De plus, ce genre de système améliore considérablement l'empreinte carbone du produit initial ».

Recycler

On commence par réduire, puis on réutilise le plus longtemps possible, mais quand on a un déchet, on doit tout faire pour pouvoir le recycler et éviter qu'il ne devienne polluant.

[...] « Plusieurs options s'offrent aux marques, soit travailler sur des emballages homogènes, soit designer des packagings séparables facilement », détaille Gérald Martines.

Source : <https://cosmeticobs.com/fr/articles/congres-48/plastique-dans-les-océans-queelles-solutions/>

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 23MEE2EP	Page : 6/17

Annexe 2 - Impacts de la crise sanitaire sur la consommation de cosmétiques

Maquillage moins régulier, mais plus qualitatif

- Les résultats de la dernière enquête IFOP, réalisée pour le label Slow Cosmétique, montrent une rupture dans la pratique du maquillage des françaises par rapport aux années précédentes.
- La proportion d'entre elles se maquillant tous les jours a ainsi baissé de moitié en trois ans.

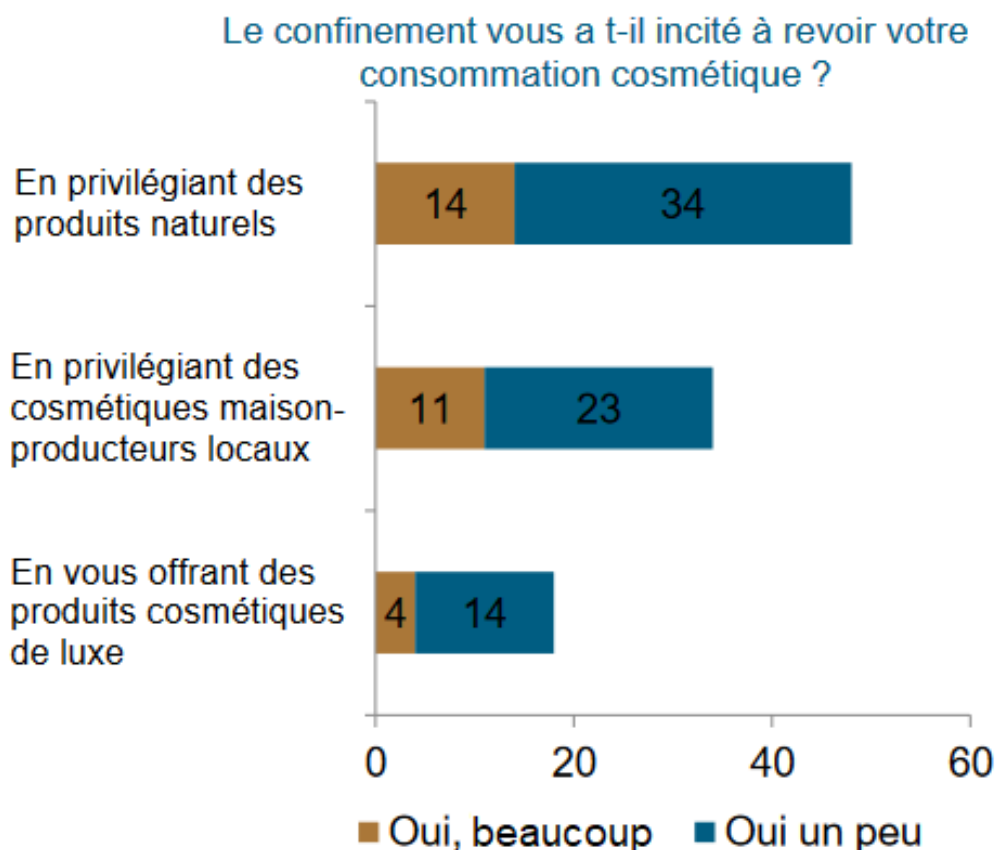
Proportion des femmes déclarant se maquiller tous les jours

- 42 % en 2017
- 21 % en juin 2020

- Le confinement a en effet accéléré la tendance (préexistante) d'un maquillage moins régulier, mais avec des produits plus naturels.
- C'est particulièrement le cas chez les moins de 30 ans qui sont très sensibles à cette problématique.

53 % des jeunes de moins de 30 ans déclarent moins se maquiller qu'avant la crise.

- Le confinement a engendré une évolution dans le comportement des consommateurs en privilégiant des produits naturels ou issus de producteurs locaux.



Consommation consciente et écologique

En dépit de l'incertitude engendrée par l'évolution de la pandémie de Covid-19, la tendance du retour à des produits naturels semble réellement s'imposer dans le monde de la beauté.



- Le confinement a engendré une évolution dans le mode de consommation de cosmétiques avec la volonté des consommateurs d'améliorer la qualité de leur peau et de revenir à une routine dépourvue de produits chimiques.
- La prise en compte des problématiques environnementales et animales apparaît comme le quatrième motif le plus déterminant dans le choix des produits (29 %).
- C'est particulièrement le cas chez les jeunes qui se préoccupent des questions écologiques de manière très marquée. Cette prise de conscience n'a pas été altérée par la crise sanitaire et pourrait bien au contraire renforcer cette tendance.

Source : Rapport COSMED-SVP - 3e trimestre 2020

Annexe 3 - Clean Beauty ou Beauté Propre

La crise sanitaire redéfinit les modes de consommation sur le marché de la beauté. Les consommateurs sont beaucoup plus attentifs à la composition de leurs produits cosmétiques et de leur empreinte écologique. Cette tendance de fond s'inscrit dans le mouvement de Clean Beauty.

➤ Attrait renforcé par la pandémie

- La Clean Beauty ou Beauté Propre s'affirme comme la volonté des marques de concevoir des cosmétiques sains.
- Elle recouvre de nombreuses facettes :
 - absence d'ingrédients controversés,
 - simplification et transparence des formulations,
 - éthique dans l'achat des ingrédients,
 - réduction de l'impact environnemental grâce au bio, à la chimie verte et aux conditionnements éco-responsables.
- Alors que certaines marques avaient eu tendance à communiquer sur le « sans » de la composition de leurs produits, celles-ci ont désormais tendance à valoriser leur démarche éthique.

➤ Comportement des français

- La quête de santé est la première des motivations exprimées par les français interrogés. Les freins principaux, à savoir la disponibilité du produit ainsi que le prix, n'entravent pas l'attrait d'une majorité de français pour ce type de produits.

Proportion de français effectuant des achats ponctuels par types de cosmétiques :

- 82 % cosmétiques bio ;
 - 79 % cosmétiques naturels ;
 - 23 % cosmétiques vegan.
- Les canaux de vente privilégiés par les français pour ce type de produits sont les pharmacies et les parapharmacies.

Emballages durables

➤ Enjeux de l'emballage

- L'emballage constitue un enjeu majeur (...) en raison de son impact environnemental conséquent. Les rouges à lèvres sont enrobés de papier recyclable résistant à l'eau sans aucun pelliculage plastique. Chacun de leurs mécanismes est réalisé en métal recyclable sans aucun plastique. Entièrement recyclables, ils garantissent zéro déchet. Ils sont commercialisés au prix de 39 €.

➤ Mobilisation de l'industrie cosmétique

- La volonté des industriels de développer et de commercialiser des emballages plus respectueux de l'environnement devrait structurer le marché de la cosmétique dans les années à venir.
- Cette nouvelle tendance répond à une attente majeure de la part des consommateurs.

➤ Plusieurs modes d'action

- Afin de réduire l'impact environnemental, la conception d'emballages peut être encadrée par différentes politiques.
- C'est notamment le cas du groupe l'Oréal, qui a défini six grands axes définissant sa politique en la matière : recyclage, réduction, remplacement des matériaux, rechargeable, remplissage et réinvention.

➤ Le secteur du maquillage

- Le maquillage fait face à des difficultés plus importantes pour s'engager dans cette voie. C'est en partie lié à la nature même des produits, qui sont souvent dotés de caractéristiques techniques spécifiques.
- On retrouve dans ce type de produits des assemblages de pièces techniques (pompes, applicateurs) en complément de la matière première.
- Le recyclage mécanique, qui est actuellement la norme, ne permet pas de supprimer l'ensemble des éléments contaminants des emballages.
- Ainsi les industriels sont à la recherche de solutions s'inspirant notamment des filières de recyclage des équipements électroniques ou recyclages chimique et enzymatique.
- Par le biais de la dépolymérisation, le recyclage chimique pourrait permettre un retraitement de l'ensemble des plastiques.
- Si les technologies sont en cours de développement, il faudrait attendre quelques années avant de disposer d'une filière industrielle adaptée.

Source : Rapport COSMED-SVP - 4e trimestre 2020



BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 23MEE2EP	Page : 10/17

Annexe 4 - Retour du rouge à lèvres

Avec la fin de l'obligation du port du masque, décrétée le 14 mars dernier 2022, les marques de rouges à lèvres ont enregistré une augmentation conséquente de leurs ventes.

Source : NPD Groupe, Le Monde, Kantar

➤ Des ventes dépendantes du contexte sanitaire

- Avec les différentes mesures de confinement et l'obligation du port du masque en extérieur, les ventes de rouges à lèvres se sont effondrées en 2020.
- En 2021, les ventes de produits de beauté sont reparties à la hausse sans toutefois atteindre leur niveau d'avant crise.
- 2022 pourrait être ainsi l'année du retour à la normale concernant le maquillage des lèvres.

Le maquillage des lèvres est le premier contributeur à la croissance de l'ensemble des ventes du maquillage pendant cette période, sous l'impulsion des ventes de rouges à lèvres qui progressent de 35 % en une semaine.

Croissance des ventes - Semaine du 14 mars 2022

+ 30 % *Segment lèvres*

+ 8 % *Ensemble maquillage*

Nombreux lancements de produits :

- Chanel : lancement d'une version rechargeable de Rouge Allure ;
- Maybelline New York : Vinyl Ink, rouge à lèvres liquide très brillant ;
- L'Oréal : baume formulé à 98 % d'ingrédients naturels ;
- La Provençale : Lancement d'une marque bio.

Source : Rapport COSMED-SVP – 2^e trimestre 2022

Annexe 5 - Les engagements de La Bouche Rouge

Depuis sa création en 2017, dans une quête de perfection naturelle, La Bouche Rouge crée ses produits en conjuguant qualité et durabilité, sans oublier la notion de plaisir.



Intransigeante, elle obtient ainsi des sérums puissants, aussi clean que performants.

- **Ingrédients naturels** : le maquillage La Bouche Rouge ne contient ni dérivés pétrochimiques, ni silicones, ni microplastiques.

Tous les ingrédients sont produits dans le respect de la planète, de façon traçable et le plus localement possible. Ils sont analysés et associés dans un laboratoire propre, le premier en France à répondre aux exigences de la Blue Beauty³.

- **La Santé des Océans** : Le plastique est banni de l'ensemble des produits, de la formulation à la distribution, en passant par la chaîne d'approvisionnement, la production et le packaging.

- **Circularité** : Tous les produits sont pensés de manière à être 100% rechargeables, réutilisables longtemps et bien-sûr 100% recyclables.

- **Matériaux innovants** : Les matériaux utilisés par La Bouche Rouge sont tous recyclables à l'infini ou compostables. Ils inspirent des objets réutilisables, comme le premier écrin de rouge à lèvres rechargeable, le premier mécanisme de rouge à lèvres entièrement en métal, ou encore le premier mascara au monde constitué d'un tube intégralement en verre, d'un embout en bio-matière végétale et d'une brosse en fibres de ricin.

- **Biodiversité** : Les ingrédients d'origine naturelle sont toujours récoltés au plus proche du site de production : c'est le cas à Saint-Suliac en Bretagne, où La Bouche Rouge ramasse à la main une algue aux propriétés anti-âge.

Les produits ne sont jamais testés sur des animaux. La cire d'abeille est remplacée par une cire d'origine végétale.

- **Climat** : Le laboratoire et le site de production La Bouche Rouge sont situés à Orléans, dans un bâtiment au chauffage géothermique alimenté en énergie solaire, réduisant ainsi par trois la consommation d'énergie. La production des panneaux solaires installés sur le toit du bâtiment permet de couvrir les besoins annuels de quarante foyers français.

- **Redistribution** : Pour chaque rouge à lèvres vendu, La Bouche Rouge "reverse" l'équivalent de 100 litres d'eau potable à l'association Eau vive internationale, en soutien au programme en faveur des enfants dans la région de Kemerida au Togo.

I- Des récompenses internationales



Sources : d'après le site Internet La Bouche Rouge + Documentation de la marque

³ La Blue Beauty prône une beauté éco-responsable à 100%, du processus de transformation des matières premières aux techniques de vente en passant par le packaging, notamment dans l'objectif de préserver les mers et les océans, d'où son nom de Blue Beauty, la beauté bleue.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 23MEE2EP	Page : 12/17

Annexe 6 - L'offre « Lèvres » de La Bouche Rouge

❖ Gamme Rouge à lèvres

La Bouche Rouge propose une trentaine de coloris de rouges à lèvres formulés à base d'ingrédients d'origine naturelle.

Composition des rouges à lèvres

- **L'algue de Saint Suliac**

L'algue de printemps agit sur l'hydratation pour rendre aux lèvres leur couleur naturelle et sur la structure des lèvres en redéfinissant les contours et en les repulpant.

- **Les 3 ors**

- L'huile de jojoba vierge 100 % biologique pour protéger les lèvres.
- Le squalane végétal issu à 100 % de l'olive émollient et hydratant, pour un toucher soyeux.
- Le beurre de karité connu pour ses vertus nourrissantes

- **L'acide hyaluronique**

L'acide hyaluronique combiné à l'huile de ricin végétal a un effet hydratant en profondeur.

- **La vitamine E**

La Vitamine E agit comme un antioxydant qui protège et lisse les lèvres.

- **Une infusion de pigments**

Les pigments rigoureusement sélectionnés sont micronisés et ensuite infusés dans une huile végétale pour obtenir une couleur intense, un glissant ultra confortable et une tenue absolue.

Les produits

- **Le rouge à lèvres en papier**

Tout à fait opérationnel, le rouge à lèvres en papier peut être utilisé seul, indépendamment de l'écrin en cuir.

Ils peuvent aussi être utilisés comme recharge en étant placés aisément dans un écrin en cuir.

- **L'écrin de cuir rechargeable**

L'écrin de cuir est réalisé à la main à partir des derniers mètres des productions de cuir des prestigieuses Tanneries du Puy en France.

L'écrin est rechargeable à l'infini et peut accueillir tous les rouges à lèvres et les baumes de la marque.

Il est disponible aujourd'hui en 11 coloris au prix de 65 €.

Il est personnalisable à l'aide d'une gravure de 3 caractères maximum au prix de 9 €.



BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 23MEE2EP	Page : 13/17

❖ Gamme Baume à lèvres

La formule sérum du baume est composée à 95,2 % d'ingrédients d'origine naturelle, enrichie à l'algue de St Suliac. Elle est végan - sans cire d'abeille et non-testée sur animaux - et ne comporte aucun dérivé pétrochimique, ni silicone.

La recharge en papier, proposée au prix de 39 €, peut être utilisée seule comme baume à lèvres à part entière. Elle peut aussi être placée dans un écrin en cuir.

❖ Gamme Crayon à lèvres

Les crayons à lèvres éco-conçus de La Bouche Rouge, au prix de 28 €, apportent volume et définition.

Leurs pigments purs s'adaptent à toutes les teintes de rouge à lèvres, tandis que leur formule naturelle à 98 % garantit une application aisée, un contour net et une tenue parfaite.



❖ Pinceau à lèvres

Le pinceau à lèvres, au prix de 28 €, est issu d'un savoir-faire français traditionnel transmis de générations en générations depuis 1779.

Il est fait à la main à Saint-Brieuc à partir de bois et d'aluminium et composé de poils végans. Sa forme particulière permet de s'adapter à la forme de toutes les lèvres et de dessiner l'arc de cupidon en posant simplement la tête du pinceau sur les lèvres.



Sources : d'après le site Internet La Bouche Rouge + Documentation de la marque

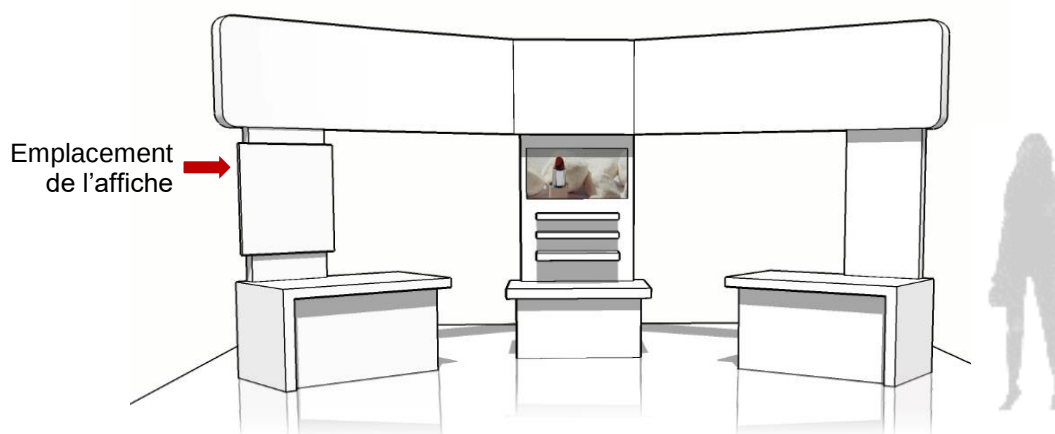
Annexe 7 - Le concept de corner shop

Le corner shop ou franchise corner, appelé également shop in shop, est un concept en franchise destiné à être implanté au sein d'un autre commerce. Cet autre commerce peut être un grand magasin, une grande surface, un lieu public (aéroport, gare...).

Il peut prendre la forme d'un stand, d'un rayon, d'une vitrine, d'un comptoir ou encore d'un présentoir.

<https://synergiee.com/franchise-corner-ou-shop-in-shop-definition-et-avantages>

Modèle de corner shop retenu :



Source : document de l'auteur



Magasin - La Bouche Rouge, Paris.



Magasin éphémère végétalisé La Bouche Rouge au Bon Marché 2020, Paris.

<https://www.laboucherougeparis.com/fr>

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 23MEE2EP	Page : 15/17

Annexe 8 - Images et visuels de la marque

1.



2.



3.



la bouche rouge
BEAUTIFULLY SUSTAINABLE

4.

la bouche rouge
PARIS

5.



6.



7.



8.



Boutique éphémère,
place du Palais
Royal, Paris
Novembre 2021

Source :
<https://www.laboucherotheparis.com/fr>

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 23MEE2EP	Page : 16/17

Annexe 9 - Extraits du Code du Travail

▪ Article L1242-2

Modifié par LOI n°2018-727 du 10 août 2018 - art. 18

Sous réserve des dispositions de l'article L. 1242-3, un contrat de travail à durée déterminée ne peut être conclu que pour l'exécution d'une tâche précise et temporaire, et seulement dans les cas suivants :

1° Remplacement d'un salarié en cas :

a) D'absence ;

b) De passage provisoire à temps partiel, conclu par avenant à son contrat de travail ou par échange écrit entre ce salarié et son employeur ;

c) De suspension de son contrat de travail ;

d) De départ définitif précédant la suppression de son poste de travail après consultation du comité social et économique, s'il existe ;

e) D'attente de l'entrée en service effective du salarié recruté par contrat à durée indéterminée appelé à le remplacer ;

2° Accroissement temporaire de l'activité de l'entreprise ;

3° Emplois à caractère saisonnier, dont les tâches sont appelées à se répéter chaque année selon une périodicité à peu près fixe, en fonction du rythme des saisons ou des modes de vie collectifs ou emplois pour lesquels, dans certains secteurs d'activité définis par décret ou par convention ou accord collectif de travail étendu, il est d'usage constant de ne pas recourir au contrat de travail à durée indéterminée en raison de la nature de l'activité exercée et du caractère par nature temporaire de ces emplois. Lorsque la durée du contrat de travail est inférieure à un mois, un seul bulletin de paie est émis par l'employeur ;

▪ Article L1221-2

Modifié par LOI n°2008-596 du 25 juin 2008 - art. 1

Le contrat de travail à durée indéterminée est la forme normale et générale de la relation de travail.

Toutefois, le contrat de travail peut comporter un terme fixé avec précision dès sa conclusion ou résultant de la réalisation de l'objet pour lequel il est conclu dans les cas et dans les conditions mentionnées au titre IV relatif au contrat de travail à durée déterminée.

Source : <https://www.legifrance.gouv.fr/>

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
E2 – ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL	Code : 23MEE2EP	Page : 17/17