

**BTS MÉTIERS DE  
L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE - PARFUMERIE  
OPTION A – MANAGEMENT**

**U5 – CONSEIL ET EXPERTISE SCIENTIFIQUES ET  
TECHNOLOGIQUES**

**SESSION 2020**

---

**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 collègue » est autorisé.

Tout autre matériel est interdit.

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.  
Le sujet comporte 19 pages numérotées de 1/19 à 19/19**

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 1/19

## « La Grée des Landes »

Titulaire de votre BTS MECP, vous venez d'être embauché(e) en tant qu'adjoint(e) de Madame C. Le Gallic, spa manageuse au sein de « La Grée des Landes » Yves Rocher à La Gacilly, dans le Morbihan.

Cet Eco-Hôtel Spa, inauguré en 2009, est situé au sommet d'une colline et propose 28 chambres aux terrasses privatives au sein d'un domaine de 10 hectares.

Grâce aux 6 cabines (7 en été), les client(es) peuvent bénéficier de rituels pour le visage et le corps (hammam, massage, soin minceur, anti-âge, réflexologie plantaire, ...). Un bassin d'eau chauffée au bois et recyclée pour l'arrosage des toits végétalisés, permet d'offrir des moments de détente complémentaires.

Depuis plusieurs années, l'Eco-Hôtel Spa « La Grée des Landes » s'affirme dans le concept « Slow Life » ou « lâcher prise » auprès de client(es) venant de France ou de l'étranger en créant l'offre « Natural Slow Life Experience »<sup>1</sup>.

L'offre hôtelière s'est d'ailleurs étendue dans ce sens, en avril 2017, avec la création de 3 suites végétales, toutes éco-conçues en matériaux durables, nichées au cœur de la végétation.

En parallèle, la Cabane Perchée située au cœur des jardins de l'hôtel permet à « La Grée des Landes » de se différencier avec une offre d'hébergement atypique d'octobre à mai. Entre juin et septembre, la Cabane devient cabine et permet de proposer des soins, notamment en duo, dans un lieu en pleine nature.



La Cabane Perchée et les Suites Végétales connaissent un véritable succès depuis deux ans et sont devenues une vitrine pour le groupe Yves Rocher, dont le siège est implanté à proximité. La Cabane Perchée affiche un taux de remplissage élevé à certains moments de l'année et le planning estival est souvent complet.

Afin d'affirmer le positionnement de l'Eco-Hôtel Spa dans le « Natural Slow Life Experience », votre spa manageuse, Madame Le Gallic s'interroge sur l'opportunité de développer une deuxième Cabane Perchée. Celle-ci permettrait de répondre à une demande croissante des clients de l'hôtel, notamment en soins duo.

Madame Le Gallic envisage également d'accueillir davantage de prescripteurs (blogueuses, journalistes, influenceurs, etc).

---

<sup>1</sup> « Natural Slow Life Experience » : expérience du lâcher prise au naturel

Madame Le Gallic vous a recruté(e), entre autres, pour votre capacité d'analyse et de synthèse ; elle vous demande d'étudier la pertinence de ce projet.

Avant de se lancer, elle souhaite s'assurer que le positionnement « Slow Life » est porteur. Madame Le Gallic s'intéresse aux influenceurs comme relais d'opinion et vous demande de préparer une note à l'intention du directeur.

**1) Rédiger cette note en justifiant le choix d'orienter l'activité sur le concept « Slow Life » et en mettant en évidence l'importance des prescripteurs sur les relais d'opinion. Suite à l'analyse, conclure sur l'opportunité d'ouvrir une 2<sup>e</sup> cabane.**

Madame Le Gallic envisage une proposition de rituel pertinente, en lien avec le nouveau concept « Slow Life » qui puisse devenir la « signature » répondant aux attentes d'une clientèle française ou internationale. Ce rituel duo doit être en phase avec le positionnement de « la Grée des Landes ».

**2) Élaborer une offre de soins duo comprenant des prestations au sein de la Cabane Perchée. Argumenter les choix.**

Madame Le Gallic vous sollicite afin que vous puissiez réfléchir sur la meilleure façon de convaincre les couples de venir vivre l'expérience de soins duo à la Cabane Perchée dès octobre 2020, sachant qu'elle sera ouverte 7 jours sur 7.

Elle envisage donc de proposer une communication au sein de l'hôtel en fonction des supports suivants :

- vidéos présentant les soins « Cabane Perchée » à diffuser sur les écrans à l'accueil de l'hôtel ;
- kakémonos à l'accueil de l'hôtel et à l'entrée du spa présentant la Cabane Perchée ;
- PLV de présentation du spa Cabane Perchée et des soins duo dans chaque chambre et suite ;
- brochure présentant le spa Cabane Perchée, remise à chaque client dès son arrivée à l'hôtel.

Afin de se lancer dans cette démarche, Madame Le Gallic vous demande d'estimer les ventes de soins à réaliser en chiffre d'affaires et en quantité pour couvrir le coût de cette action commerciale.

**3) Présenter les calculs du coût de la communication et donner un avis sur la rentabilité et la faisabilité de cette action commerciale.**

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 3/19

De manière concrète, elle désire réaliser un dépliant présentant les soins de la Cabane Perchée qui sera distribué dès le début de l'été. Madame Le Gallic veut transmettre un cahier des charges à son agence de communication. Il tiendra compte du rappel du contexte, de l'objectif et du projet.

**4) Rédiger ce cahier des charges à l'intention de l'agence de communication.**

**Justifier les choix. Des croquis légendés et des visuels pourront compléter le cahier des charges.**

Madame Le Gallic vous demande de réfléchir à la stratégie que vous pourriez développer pour faire venir les influenceurs au sein de « La Grée des Landes » et leur faire vivre une « Natural Slow Life Expérience » dont ils /elles pourront se faire le relais.

Madame Le Gallic vous demande de la conseiller sur la démarche à mener pour convaincre les influenceurs de faire la promotion de « La Grée des Landes ».

**5) Rédiger une proposition de plan d'actions de communication en détaillant les étapes et en argumentant les choix.**

## BARÈME

Question 1	10 pts
Question 2	6 pts
Question 3	6 pts
Question 4	8 pts
Question 5	10 pts
Total	40 points

## LISTE DES ANNEXES

Annexe	Titre ou thème	Source
N°1	Fiche entreprise « La Grée des Landes »	Site Internet La Grée des Landes <a href="http://www.lagreedeslandes.com">www.lagreedeslandes.com</a> & créateurs du sujet
N°2	Localisation de « la Grée des Landes » à La Gacilly	Geobreizh.com & mappy, Sept 2019
N°3	« La Grée des Landes », le pari fou d'Yves Rocher	Constance Assor - La Grée des Landes, le pari fou d'Yves Rocher - Le point - Date de publication 25/06/2017, consulté le 16/10/2019 - <a href="http://www.lepoint.fr">www.lepoint.fr</a>
N°4	La Cabane Cerchée	La Grée des Landes Eco-Hôtel Spa Yves Rocher- Site internet La Grée des Landes : <a href="http://www.lagreedeslandes.com">www.lagreedeslandes.com</a> - Date de consultation 15/10/2019
N°5	Vivre chaque instant intensément	Pascale Brousse- Slow Life, Slow Cosmétiques, Slow Spa ?- SPA de Beauté - Date de publication 04/09/2017- En ligne sur <a href="http://www.spa-de-beaute.fr">www.spa-de-beaute.fr</a> , date de consultation 15/10/2019
N°6	La vie est slow selon Yves Rocher	site internet La Grée des Landes : <a href="http://www.lagreedeslandes.com">www.lagreedeslandes.com</a> , Sept. 2019
N°7	Les médias espagnols en mode slow tourisme	Les médias espagnols en mode « slow tourisme », 5 Juin 2018, [En ligne sur] Comité régional du tourisme de Bretagne, Disponible sur <a href="http://www.bretagnetourisme.bzh">www.bretagnetourisme.bzh</a>
N°8	Pourquoi les marques cajolent les blogueuses ?	Dominique Chapuis – Beauté : Pourquoi les marques cajolent les blogueuses ? - Les Echos - Date de publication 11/02/2016 - Date de consultation 15/10/2019 <a href="http://www.lesechos.fr">www.lesechos.fr</a>
N°9	Carte des soins Yves Rocher	site internet La Grée des Landes : <a href="http://www.lagreedeslandes.com">www.lagreedeslandes.com</a> , Sept. 2019
N°10	Coûts de l'action au sein de l'hôtel	Rédacteurs du sujet & Helloprint.fr
N°11	Les influenceurs	Influenceurs et événementiel : 5 marques de beauté qui ont réussi leurs stratégies marketing, 30 Mai 2018, [En ligne], Launchmetrics, En ligne sur <a href="http://www.launchmetrics.com">www.launchmetrics.com</a>
N°12	Soirée blogueuses Yves Rocher	site internet Blog Comme au Boudoir, 14/06/2016
N°13	L'influenceur fatigue ...	L'équipe Dynamique Entrepreneuriale, En ligne sur <a href="http://www.dynamique-mag.com">www.dynamique-mag.com</a> , 22/06/18
N°14	Visuels de communication	site internet La Grée des Landes : <a href="http://www.lagreedeslandes.com">www.lagreedeslandes.com</a> , Sept. 2019 site internet Pinterest

## Annexe N°1 – Fiche entreprise « La Grée des Landes »

La Grée des Landes	Société en nom collectif Capital social : 20 000 €
Date de création	5/04/2006
Gérants	Pierre ROUSSETTE et Lionel SCUR
Lieu d'implantation	La Gacilly
Image de l'entreprise	Hôtel SPA de luxe 4 étoiles, Labellisé
Nombre de cabines	6 en hiver d'Octobre à Mai / 7 de Juin à Septembre
Types de soins proposés	Soins visages, soins corps, beauté des pieds, pose de faux ongles, amincissement, massages
Nombres d'employées	5 esthéticiennes et une responsable + vous même
Clientèle Hôtel*	Clientèle d'affaires ou touristes en couple
Clientèle Spa*	70 % de femmes et 30 % d'hommes
Panier moyen Spa*	110 €
Divers	Son site internet principal, de « La Grée des Landes », est présenté avec les mots-clés suivants : site officiel ® Yves Rocher - La Grée des Landes - Eco Hôtel Spa Bretagne - Gacilly - Morbihan - Hotel 4 Etoiles - Bien Etre - Slow Life - Restaurant Gastronomique Bio.
La Grée des Landes	Concurrents : Le Roi Arthur, Le Relais de Brocéliande
Mel*	c.legallic@spamanager-lagreedeslandes.fr m.tremazan@adjoinspamanager-lagreedeslandes.fr

Source du document : d'après site internet La Grée des Landes : [www.lagreedeslandes.com](http://www.lagreedeslandes.com) Sept. 2019

\* source auteurs du sujet

## Annexe N°2 – Localisation de « la Grée des Landes » à la Gacilly



La Gacilly est à 4h de Paris, 1h de Rennes ou de Vannes, 1h30 de Nantes

Source : Geobreizh.com & mappy Sept 2019

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 6/19

## **Annexe N°3 –« La Grée des Landes », le pari fou d'Yves Rocher**

Entre collines et vallons, l'entrepreneur breton a fait de sa terre natale une destination idéale pour se ressourcer. Le pari n'était pas gagné d'avance. Car dans son village natal de La Gacilly, il n'y a pas la mer, pas de monument, pas de musée. Juste un bourg de 4 000 âmes, préservé des vagues successives d'urbanisation. Pour attirer les visiteurs dans le patelin dont il fut maire de 1962 à 2008, M. Rocher a l'idée de concevoir une « ferme écologique de beauté ».

Après de longues années de gestation, La Grée des Landes, un hôtel-spa quatre étoiles, aux normes écologiques et aux prix accessibles, voit finalement le jour au printemps 2009, quelques mois avant la mort de l'entrepreneur. Fidèle à l'esprit de la marque, le domaine égraine un art de vivre tourné vers la nature. Perché au sommet d'une colline, ourlé de vastes prairies fleuries se dresse un bâtiment, tout en angles droits. Le toit également couvert d'herbes sauvages adoucit la rigueur contemporaine de l'édifice et permet de réguler naturellement la température. À l'intérieur, les matériaux affichent sans fard leurs couleurs locales. Bois de Brocéliande, granit du Morbihan, schiste breton, le décor épuré joue la carte du rustique chic.

Mais la star incontestée du domaine reste la nature. Salons, couloirs, chambres ... Tous sont percés de larges baies offrant un panorama apaisant sur les mille teintes de verts et les lumières douces de la Bretagne. Au bout du jardin, une cabane suspendue à six mètres du sol invite les plus naturophiles à un tête-à-tête insolite avec les arbres. [...]

Les activités à l'hôtel tournent autour du bien-être. À l'éco-spa, Yves Rocher bien sûr, mais également à la piscine, bordée de murs végétalisés, et dans le parc, où de nombreuses activités sont organisées. Le Yogi walki associe par exemple les bienfaits du yoga aux vertus de la marche. [...] À La Gacilly, l'art et la culture ne sont plus en reste depuis 2004. Chaque année, de juin à septembre, à l'initiative de Jacques Rocher (le fils) se tient le plus grand festival de photo en plein air de France. Cette manifestation qui attire près de 400 000 visiteurs par an prône une photo éthique et humaniste, qui croise les regards de grands photographes internationaux. [...]

*Source : Constance Assor- La Grée des Landes, le pari fou d'Yves Rocher - Le point -  
Date de publication 25/06/2017, consulté le 16/10/2019 - www.lepoint.fr*

<b>BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE</b>		<b>Session 2020</b>
<b>U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques</b>	<b>CODE : ME5AEXP</b>	<b>Page : 7/19</b>

## Annexe N°4 – La Cabane Perchée



### SOIN DUO, 50 MIN, CABANE SPA YVES ROCHER

Un paradis entre Ciel & Terre

La Grée des Landes, Eco-Hôtel Spa Yves Rocher, vous accueille pour un soin en duo dans La Cabane Spa Yves Rocher, un lieu atypique offrant un contact privilégié avec la nature, comprenant :

- Un soin/ Rituel Bien-être en duo sur mesure de 50 min
- Un accès au bassin de relaxation et au hammam de Spa Yves Rocher
- Un accès à la piscine de l'Espace Wellness

Profitez de ce soin 365 jours à partir de la date d'achat uniquement sur la période de **juin à septembre** (ouverture de la cabane Spa Yves Rocher)

Quantité



Paiement sécurisé



198€ pour 2 pers.



Offrir ce coffret >

Source : La Grée des Landes Eco-Hôtel Spa Yves Rocher -  
Site internet La Grée des Landes : [www.lagreedeslandes.com](http://www.lagreedeslandes.com) -  
Date de consultation 15/10/2019

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 8/19

## Annexe N°5 – Vivre chaque instant intensément

### Slow life, slow cosmétiques, slow spa ?

[...] « Vivez chaque instant intensément pour profiter au mieux de la vie » (Source : Kay Pollak, réalisateur et auteur suédois). La Slow Life invite à la redécouverte du moment et investit jardins, décoration intérieure, pour un nouvel art de vivre où chacun devient créatif. [...] Pour autant, les offres de « Slow Vacation » sont peu visibles en resort spa et en thalassothérapie. Ce serait un concept porteur à développer. En effet, les témoignages de personnes trouvant leur emploi du temps trop chargé en cure de thalassothérapie sont fréquents. Comme s'il fallait recréer un agenda de bureau, un comble ! C'est encore plus vrai sur les mini-séjours (3 ou 4 jours). A-t-on peur que le client s'ennuie ? Veut-on lui faire découvrir le maximum de soins ? Il serait utile d'accepter de choisir, de renoncer à une consommation effrénée aussi sur ce plan là. Donc de repenser certaines offres pour que chacun puisse se créer de vrais temps de respiration, [...].

*Source : Pascale Brousse - Slow Life, Slow Cosmétiques, Slow Spa ? - SPA de Beauté - Date de publication 04/09/2017 - En ligne sur [www.spa-de-beaute.fr](http://www.spa-de-beaute.fr), date de consultation 15/10/2019*

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 9/19

## Annexe N°6 – La vie est slow selon Yves Rocher

### La vie est slow à la Grée des Landes, Éco-Hôtel-Spa Yves Rocher\*\*\*\*

Pas moins de 94 % des français\* attendent de leurs week-ends et de leurs vacances que ce soient de vrais moments de lâcher-prise, loin du tumulte de la vie active. Des escapades de déconnexion du quotidien, pour se reconnecter à une vie plus naturelle et à son moi profond. Il est à La Gacilly un endroit purement magique, créé justement pour vivre de telles expériences. Depuis le village, il suffit de gravir la colline et vous voilà transporté dans une lande ouverte sur l'horizon avec, lovée sur ses flancs, une arche de bien-être suspendue entre ciel et terre. Un Hôtel créé par Yves Rocher, totalement éco-conçu pour prendre soin de votre bien-être autant que de la multitude d'êtres vivants qui occupent les lieux. Dans le parc ponctué ici et là d'œuvres d'art, trois Suites Végétales accueillent les amoureux d'authenticité en quête de plénitude, tandis que la Cabane d'exception, perchée à cinq mètres dans un cyprès centenaire, se fait Suite romantique d'octobre à mai, et cabine de soin inédite de juin à septembre (Cabane spa Yves Rocher en soin duo). \*Enquête Harris Interactive réalisée en 2017 pour Belambra.

Promenez-vous dans le potager du restaurant gastronomique, bio et locavore Les Jardins Sauvages où fleurs, aromates et légumes de saison s'offrent au regard et aux papilles. Regardez autour de vous ... des abeilles vont et viennent entre les fleurs et leurs ruches installées en contrebas, les oiseaux nichent à quelques mètres de vous et, sur la terrasse privative de votre chambre, se cache peut-être un abri à chauve-souris ... Enfin, le moment est venu de glisser dans l'eau du bassin à débordement donnant sur le paysage, ou de faire un soin signé Yves Rocher, créé tout spécialement pour ce lieu hors du temps. À La Grée des Landes, l'ambiance inspirée par les voyages invite au ressourcement comme à la découverte ... une façon authentique de renouer avec ce qui est important : la nature, la vie, le bonheur

**la grée des landes**  
Éco-Hôtel Spa Yves Rocher

**UN TEMPS POUR RETROUVER,  
DANS LA NATURE, L'ESSENCE MÊME DU BIEN-ÊTRE**

Cultiver un art de vivre qui invite à prendre le temps. Ralentir. Se laisser inspirer par l'art et la beauté. Respirer. L'histoire qui s'écrit ici, à La Grée des Landes, va dans ce sens. À contresens du rythme frénétique de nos vies "modernes", si connectées et pourtant déconnectées du lien essentiel qui nous relie à la Nature. La Grée des Landes incarne l'esprit de la Marque Yves Rocher : un lieu intégralement écologique, pensé pour vivre au rythme de la Nature, lâcher prise, se ressourcer.

**Le Natural Slow Life by Yves Rocher : une Slow Attitude... avec un supplément d'âme.**

Ici, en haut de la colline, aux portes du village, nous prenons soin de vous en prenant soin de la Nature. Et la Nature nous le rend bien. Les saisons y sont vraies et belles, la cuisine bio et locavore, l'art dans son élément... Et les rituels de massage puisent leur force du végétal. Vivre à La Grée des Landes est une expérience à la fois simple, apaisée et inspirante. Un luxe qui se vit d'abord de l'intérieur.

Source : La Grée des Landes : [www.lagreedeslandes.com](http://www.lagreedeslandes.com), Sept. 2019

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 10/19

## **Annexe N°7 – Les médias espagnols en mode « slow tourisme »**

### **Les médias espagnols en mode « slow tourisme », à la découverte de la Bretagne intérieure et du canal de Nantes à Brest**

Afin de renforcer la visibilité des atouts de la Bretagne sur le marché espagnol et en complément de l'affichage sur les bus de Barcelone et dans le métro de Madrid du printemps, la Bretagne accueille début juin quatre journalistes espagnols. Ces quatre journalistes, accompagnés de la correspondante du CRT Bretagne en Espagne, vont ainsi découvrir les atouts de la Bretagne à travers un voyage de presse de 4 jours avec pour thématique principale la découverte de la Bretagne en mode slow tourisme. Visite guidée de Rennes, découverte de l'exposition photos de la Gacilly, Josselin et son château, Rochefort en Terre et le Canal de Nantes à Brest, la diversité de la Bretagne sera bien représentée. Grâce à ces 4 médias influents et diversifiés [...] la Bretagne intérieure bénéficiera d'une large visibilité pour dévoiler ses nombreux atouts [...].

*Source : Les médias espagnols en mode « slow tourisme », 5 Juin 2018, [En ligne sur] Comité régional du tourisme de Bretagne, Disponible sur [www.bretagnetourisme.bzh](http://www.bretagnetourisme.bzh)*

<b>BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE</b>		<b>Session 2020</b>
<b>U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques</b>	<b>CODE : ME5AEXP</b>	<b>Page : 11/19</b>

## Annexe N°8 – Pourquoi les marques cajolent les blogueuses ?

### Beauté : pourquoi les marques cajolent les blogueuses

En France, 43 % des femmes suivent régulièrement une blogueuse beauté, selon une étude. Celles-ci sont devenues incontournables pour les grandes marques. Quelque 45 milliards par an : c'est le nombre de vidéos sur la beauté vues sur Youtube dans le monde. Ce qui donne une idée du poids des blogueuses et des réseaux sociaux pour les industriels de la cosmétique. En octobre dernier, L'Oréal a fait de l'une d'elles, la suisse Kristina Bazan, une égérie de sa marque L'Oréal Paris ! [...].

Le phénomène est incontournable pour les marques. Depuis trois à quatre ans, elles se sont rapprochées de ces blogueuses. *«Elles ont une influence majeure et produisent beaucoup des contenus perçus comme très authentiques»*, relève Lubomira Rochet, chief Digital Officer chez L'Oréal. *«Elles sont complémentaires de la presse. Les blogueuses testent le produit in vivo, le mettent en scène, et ne se gênent pas pour dire ce qu'elles en pensent, souligne Véronique Gohmann, directrice Marketing et Communication chez Yves Rocher. Ce sont des haut-parleurs»*. [...]. Mais, cette transparence est à double tranchant. Yves Rocher a lancé en 2015, Low Shampoo, une crème lavante non moussante. Un produit de niche qui a décollé grâce aux blogueuses, avant de rafler des prix. En revanche, un de ses mascaras n'a pas passé leur banc d'essai. *« Nous avons retravaillé avec nos équipes techniques et marketing pour l'améliorer, précise Véronique Gohmann [...]*.

Source : Dominique Chapuis – *Beauté : Pourquoi les marques cajolent les blogueuses ?* - Les Echos -  
Date de publication 11/02/2016 - Date de consultation 15/10/2019 ? [www.lesechos.fr](http://www.lesechos.fr)

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 12/19

## Annexe N°9 – Carte des soins Yves Rocher

À La Grée des Landes, Eco-Hôtel Spa Yves Rocher, la Nature est à l'état pur. [...] Plus qu'une simple expérience cosmétique, on y vit une parenthèse sensorielle, unique. Quand l'heure du soin arrive, quel plaisir de se rendre au Spa et d'y découvrir le bassin de relaxation, le hammam et les espaces de soins ! Chaque soin est un rituel où l'on s'abandonne à la quintessence des plantes, au soyeux des huiles, au velouté des crèmes, [...] autant de critères qui nous ont permis d'obtenir le Label « Spas de France » [...].

### Soins corps

#### Les massages relaxants 50 min à 85 €

Massage\* des extrémités : des trapèzes à la nuque avec points de pression cuir chevelu et visage, des pieds aux genoux, des avant-bras, bras et mains pour un bien-être immédiat.

Massage\* aux graines chaudes d'entada : graines porte-bonheur chaudes, source d'une profonde relaxation

Massage\* corporel à l'huile, manuel et avec les graines chaudes d'entada utilisées à plat ou sur le côté, en mouvements lents et caressants. Elles lissent et dénouent, réchauffent et délassent.

Massage\* à l'huile de jojoba : une relaxation de la tête aux pieds, massage\* du corps enveloppant, pressions et effleurages sur-mesure pour une profonde relaxation.

#### Les massages relaxants 25 min à 52 €

Massage\* terre à la camomille : massage\* délassant et énergétique de la pointe des pieds aux genoux avec quelques points de pression au niveau de la voûte plantaire.

Massage\* à l'huile de jojoba bio : une parenthèse bien-être dans votre quotidien. Massage\* ciblé sur la zone du dos qui détend, dénoue en douceur tout en favorisant la relaxation profonde.

#### Les soins gommants relaxants 50 min à 85 €

Rituel Absolue détente – <i>Exclusivité Spa Yves Rocher</i>	Inspiré de la réflexologie, ce massage des pieds vous procure détente et bien-être. Bain de pieds aux fleurs de La Gacilly associé à une boisson détox – massage doux des pieds au baume à la Camomille afin de décontracter, relâcher les zones stressées et apporter du bien-être.
--	--

Soin du hammam à l'huile d'argan	Gommage corporel-douche-massage* du corps avec les délicats parfums de l'Orient qui vous enveloppent de bien-être. Votre peau est douce et satinée grâce aux propriétés nutritives de l'huile d'argan.
----------------------------------	--

#### Soin minceur 50 mn à 80 €

Soin minceur à la racine de koléos. Affinez et raffermissez vos zones rebelles, lissez votre peau d'orange.

## Soins visage

<b>Les soins visage essentiels 50 min à 75 €</b>		
Soin apaisant à la feuille de sigesbeckia	Apaisez votre peau sensible : démaquillage - gommage et pose d'un masque visage avec massage* des mains.	
Soin Hydratant à l'edulis	Réhydratée, votre peau est sublimée. démaquillage - gommage, massage à la texture soyeuse.	
Soin éclat aux 5 plantes bio	Réveillez l'éclat en retrouvant une peau ressourcée et hydratée. Démaquillage - gommage - massage* sensoriel grâce à la poudre de riz et aux 5 plantes bio - Pose d'un masque visage avec massage* des mains.	
<b>Les massages visage relaxants 25 mn à 52 €</b>		
Massage* à l'huile de jojoba bio	Goûtez à la relaxation pour une peau naturellement nourrie tout en respectant sa sensibilité. Alternance de doux effleurages et pressions légères pour vous libérer de vos tensions : visage, cou et décolleté.	
Massage* ciel à la camomille	Captez l'énergie du ciel. Massage* du haut du dos à la nuque avec points de pression du cuir chevelu et du visage pour une détente absolue.	
<b>Les soins experts 25 mn à 52 €</b>		
Massage ride à ride à la ficoïde glaciale 25 mn : lissez vos rides. Massage* anti-rides à la gestuelle experte qui cible les rides d'expression, du contour des yeux, de la bouche et du front.		
<b>Les soins experts 70 mn à 95 €</b>		
Soin anti-rides à la ficoïde glaciale	Lissez vos rides et tonifiez votre peau. Démaquillage - gommage visage - massage* anti-rides.	
Soin anti-âge à l'échinacée	Agissez sur les signes majeurs de l'âge. Technique de massage* originale grâce aux noix de Tagua, graines végétales particulièrement lisses.	
<b>Inclus dans les forfaits – 5mn</b>		
	Bain de fleurs bio relaxant	

\*Massage de bien-être

Source : site internet La Grée des Landes - [www.lagreedeslandes.com](http://www.lagreedeslandes.com) - Sept. 2019

## Annexe N°10 – Coûts de l'action au sein de l'hôtel

Supports	Quantité	Coût HT
Vidéos	2	450 HT pièce
Kakémonos entrée Hôtel et entrée Spa	4	154,95 € HT pièce
PLV chambres et suites	2 par chambre + 1 par suite + 5 en cas de casse	15 € HT pièce
Dépliants	6 000	120 € HT les 1000

Prix moyen d'un soin duo au sein de la cabane perchée : 165 € HT

Le taux de marque pratiqué est de 54 %.

NB : 28 chambres + 4 suites (1 suite + 3 suites végétales)



**NOUVEAUTÉ**

**Kakémono Double**

- ✓ Socle résistant
- ✓ Impression Recto/Verso
- ✓ Visibilité double

1 pièce à partir de **154.95**

HelloPrint.fr

Source : Rédacteurs du sujet & Helloprint.fr

## Annexe N°11 – Les influenceurs

Les marques utilisent de plus en plus l'événementiel pour collaborer avec les micro et macro influenceurs. Dans notre rapport sur le marketing d'influenceurs 2018, [...] 28,1 % des professionnels interrogés ont déclaré travailler principalement avec des influenceurs au cours d'événements, avec les lancements de produits en première position à 41,6 %. Alors, quelles sont les possibilités en événementiel pour les marques de beauté ? [...]

Le lancement d'un nouveau mascara était un événement important pour Benefit, en sa qualité de marque leader sur le marché pour ce produit. La marque a ainsi décidé de collaborer avec des personnalités influentes sur les réseaux sociaux pour créer de l'attente et faire le buzz autour du lancement du mascara BADgal BANG. En février 2018, 250 personnes, dont des membres de la presse et des influenceurs reconnus, ont été invités à la soirée de lancement sur le thème de l'espace au Cochrane Theater à Londres. Le moment-phare sur les réseaux sociaux ? Lorsqu'un vaisseau spatial créé pour l'occasion a atterri sur la scène. Comme prévu, les invités ont sorti leurs téléphones pour diffuser l'événement simultanément sur les réseaux sociaux, et le hashtag #BADGalBang a été relayé dans le monde entier sur Twitter et Instagram. [...] L'événement a touché plus de 35 millions de clients potentiels. [...]

Ce genre de stratégie, qui parvient à rassembler plusieurs objectifs en un seul événement, est un exemple de réussite marketing. Bien sûr, [...], il faut savoir avec quels influenceurs collaborer, et posséder les outils [...] pour mesurer l'impact de vos efforts marketing. [...]

*Source : Influenceurs et événementiel : 5 marques de beauté qui ont réussi leurs stratégies marketing, 30 Mai 2018, En ligne], Launchmetrics, En ligne sur [www.launchmetrics.com](http://www.launchmetrics.com)*

## Annexe N°12 – Soirée Blogueuses Yves Rocher

### Yves Rocher : soirée influenceurs et blogueurs à Bordeaux

Sur Comme Au Boudoir, je reviens sur un événement auquel j'ai été conviée, la soirée privée d'Yves Rocher. Je dois avouer que cette soirée d'influenceurs/blogueurs m'a surprise en bien des manières et j'ai (re)découvert une marque que je pensais connaître. [...] Pour la soirée #YvesRocherBDX, nous avons eu la possibilité de découvrir la marque en toute intimité et proximité : 40 blogueuses/influenceuses, 26 conseillères d'Yves Rocher [...] Ce type de soirée n'est pas dans les habitudes de la marque. En organisant un tel événement, Yves Rocher souhaitait partager et recueillir l'avis de blogueuses sur les produits, leurs odeurs, leurs qualités, leurs efficacités [...].

*Source : Blog Comme au Boudoir 14 Juin 2016*

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 16/19

## Annexe N°13 - L'influenceur fatigué ...

### « L'influencer<sup>2</sup> fatigué », un phénomène qui redéfinit le marketing d'influence

Les marques raffolent des influenceurs pour leur campagne marketing. Les blogueuses beauté sur Youtube multiplient les partenariats en vue de promouvoir des produits cosmétiques de diverses marques. [...] Les marques s'affichent donc aux côtés des influenceurs à travers Instagram, Youtube ou encore Snapchat. Au début de ce mouvement, les consommateurs assez crédules suivaient la tendance et n'hésitaient pas à faire confiance à leur personnalité préférée. Prêts à consommer au moindre conseil, le taux de conversion des abonnés devenait pertinent pour les marques. [...] Les gros influenceurs au gros nombre d'abonnés réalisent régulièrement des campagnes de marketing en collaboration avec des marques. Fatigués et trop surexposés, les consommateurs deviennent insensibles, ce qui s'appelle « l'influencer fatigué ». [...] Bon nombre d'entre eux s'estiment dupés face à une personnalité profitant de son statut pour faire la promotion d'une marque.

Avec la perte de confiance des consommateurs envers les influenceurs, les marques revoient leur stratégie. [...] Dans une étude de Markely, il est prouvé que le taux d'engagement sur les réseaux sociaux particulièrement sur Instagram diminue quand le nombre d'abonnés augmente. Avec 1000 abonnés le taux d'engagement est de 8 %, alors qu'il diminue à 4 % pour ceux qui possèdent 1000 à 10 000 abonnés. Pour répondre à ce problème, les entreprises se dirigent vers d'autres cibles appelées les nano-influenceurs. Plus besoin de miser sur des personnes aux millions d'abonnés, elles prennent contact avec des inconnus. Ces individus possèdent des comptes Instagram, Snapchat ou Youtube avec grand maximum 10 000 abonnés. Ils deviennent une cible pertinente grâce à la confiance instaurée avec leurs abonnés. La notoriété ne les définit pas, il s'agit seulement de personnes rencontrant un peu de succès sur les réseaux sociaux. Les marques profitent de cette confiance accordée par les consommateurs pour proposer aux nano-influenceurs de porter des vêtements, de mettre en avant des produits reçus gratuitement. [...]

Afin de jouer de la confiance procurée par les nano-influenceurs les marques changent de stratégie et ne demandent pas automatiquement à ces derniers de faire de la promotion. Elles deviennent nombreuses à miser sur le ressenti naturel de ces petits influenceurs. Non rémunérés, ils ne recherchent pas automatiquement la notoriété mais seulement la diffusion de conseils honnêtes à leur petite communauté. L'enjeu, désormais, réside dans l'authenticité de ces personnes aux 10 000 abonnés. [...]

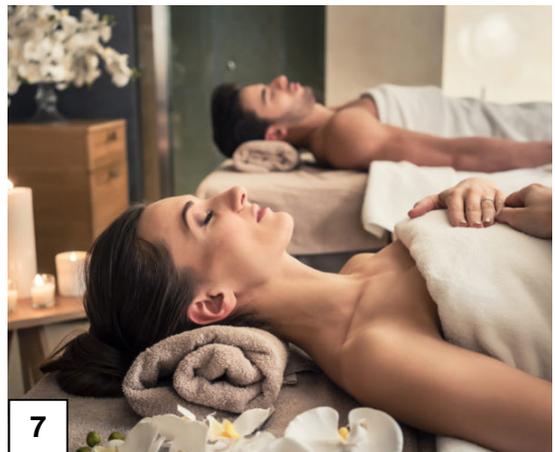
Source : L'équipe Dynamique Entrepreneuriale, En ligne sur [www.dynamique-mag.com](http://www.dynamique-mag.com)? 22/06/18

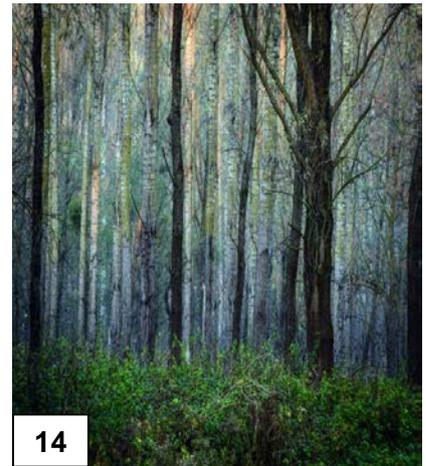
---

<sup>2</sup> Mot anglais pour « influenceur »

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2020
U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	CODE : ME5AEXP	Page : 17/19

## Annexe N°14 – Visuels de communication





Source : site internet La Grée des Landes : [www.lagreedeslandes.com](http://www.lagreedeslandes.com), Sept. 2019  
- site internet Pinterest

<b>BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE</b>	<b>Session 2020</b>
<b>U5 A - Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques</b>	<b>Page : 19/19</b>
<b>CODE : ME5AEXP</b>	