

**BTS MÉTIERS DE
L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE**

Option B – FORMATION-MARQUES

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

SESSION 2018

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

Matériel autorisé : l'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, 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 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 1/17

Titulaire du BTS Métiers de l'Esthétique-Cosmétique-Parfumerie, vous êtes embauché(e) en tant qu'assistant(e) de la Directrice formation France chez GUERLAIN (groupe LVMH). Vous travaillez avec le « service marketing », qui supervise le développement de la gamme Orchidée Impériale, priorité stratégique de l'axe soin. La gamme s'élargit avec une nouveauté : **Orchidée Impériale Black (Black Orchid)**.

Les objectifs de la marque sont de :

- valoriser l'esprit novateur et scientifique qui a toujours animé GUERLAIN depuis sa création ;
- montrer comment aujourd'hui la R&D accompagne l'évolution remarquable de la ligne culte Orchidée Impériale ;
- mettre en avant l'engagement de la marque en matière de développement durable, thème fort et très actuel de l'industrie des cosmétiques de luxe ;
- insister enfin sur l'intérêt de la cosmétique instrumentale pour Guerlain.

Dans le cadre du lancement de **Black Orchid**, il vous est demandé d'organiser et de gérer deux actions distinctes :

- une action de formation au siège de la marque pour les équipes des boutiques Guerlain ;
- une action de communication-démonstration sous forme d'une journée « Relations Publiques » (RP), pour la presse féminine et quelques sites d'influence (blogs Beauté).

L'action de formation au siège

Vous devez créer le support de présentation de l'évolution de la gamme, depuis la crème originelle jusqu'au lancement de **Black Orchid**. Un diaporama de huit diapositives au maximum est prévu.

1 - Proposer les éléments rédactionnels et visuels pour chaque diapositive. Justifier vos choix.

2 - Définir la charte graphique de ce diaporama en précisant les choix typographiques, iconographiques, la gamme colorée et le placement des éléments en proposant un croquis commenté.

L'action de communication-démonstration

Vous participez à l'organisation de la journée « Relations Publiques » avec le directeur marketing. Cette journée réunira le matin sept journalistes de la presse féminine et l'après-midi sept « bloggeuses influenceuses ». Elle se déroulera au sein du Palace Hôtel Paris, retenu pour son cadre prestigieux.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 2/17

Chaque demi-journée comportera une démonstration du nouveau soin Beauty Lift Orchidée Impériale. Les invité(e)s profiteront du soin personnalisé, le spa de sept cabines ayant été privatisé pour cet évènement. Le service presse de la maison GUERLAIN prévoit d'offrir un repas aux journalistes.

3 - Établir le budget pour la journée « Relations Publiques » (RP) à l'aide du cahier des charges et des devis prestataires.

4 - Concevoir le planning de cette journée.

La partie démonstration sera faite dans un espace spécialement aménagé. Madame Martin, l'une des animatrices boutiques, vous servira de modèle.

5 - Créer un argumentaire technique et commercial sur le soin Beauty Lift Orchidée Impériale et sur la cosmétique instrumentale associée.

La marque Guerlain est présente au Danemark à travers un partenariat exclusif avec l'enseigne SEPHORA. Dans le cadre du lancement de la nouveauté **Black Orchid** sur ce marché, il est prévu de donner des éléments d'argumentation à la force de vente locale.

6 - Rédiger un document qui mettra en correspondance les spécificités de cette nouveauté avec les attentes de la clientèle locale.

ANNEXES

- ANNEXE 1** - Présentation de la marque Guerlain
- ANNEXE 2** - Évolution de la ligne Orchidée Impériale
- ANNEXE 3** - Évolution de la ligne : l'Orchidée Noire ou la Black Orchid
- ANNEXE 4** - Orchidarium[®] : Guerlain / François Gérard
- ANNEXE 5** - Le Soins Beauty Lift Orchidée Impériale
- ANNEXE 6** - Le Cahier des charges du service formation
- ANNEXE 7** - Devis PALACE HÔTEL DE PARIS
- ANNEXE 8** - L'engagement durable de la maison Guerlain
- ANNEXE 9** - L'éco-conception du packaging Orchidée Impériale Black
- ANNEXE 10** - Le marché nordique de la cosmétique naturelle
- ANNEXE 11** - Le mode de vie au Danemark
- ANNEXE 12** - Danish Beauty Brands to Know

BARÈME / 40 POINTS

Question 1 – 10 points

Question 4 – 5 points

Question 2 – 6 points

Question 5 – 6 points

Question 3 – 7 points

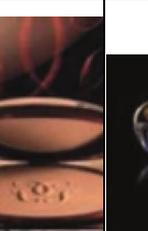
Question 6 – 6 points

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

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 3/17

ANNEXE 1 - Présentation de la marque Guerlain

LES CRÉATIONS

1828	1863	1889	1925	1966	1984	2006	2009	2010	2012	2014
Pierre François Pascal Guerlain	1889, Jicky Le tout premier parfum moderne	Jacques Guerlain	1965, Habit Rouge Le premier oriental masculin	1984, Terracotta La révolution d'une poudre de soleil	2006, Orchidée Impériale Soin complet d'exception & Orchidorium	Olivier Echaudemaison	2010, Abeille Royale L'anti-âge expert inspiré de l'apithérapie	Thierry Wasser	2014, L'Homme Idéal L'Homme Idéal est un mythe, son parfum une réalité	
										
										
1853, l'eau de Cologne Impériale une création sur mesure dédiée à l'impératrice Eugénie	Aimé Guerlain	1925, Shalimar Le premier oriental féminin	Jean-Paul Guerlain	1987, Météorites Un big bang multicolore		2009, Rouge G Le rouge à lèvres bijou			2012, La Petite Robe Noire La quintessence du chic parisien	

Nos lignes de soins

Anti-âge : Abeille Royale.

Hydratation anti-âge : Super Aqua-Sérum.

Hydratant et booster d'éclat : Météorites.

Nettoyants et démaquillants : les démaquillants de Beauté.

Rituels du corps.

Soins éclaircissants : Blanc de Perle.

Soins complémentaires et secrets : My Super Tips.

Soins complets d'exception : Orchidée Impériale.

Les icônes Guerlain soin

Orchidée Impériale.

Abeille Royale.

Super Aqua-Sérum.

ANNEXE 2 - Évolution de la ligne Orchidée Impériale

La 1^{ère} génération

Depuis sa création en 2006, Orchidée Impériale évolue au fil des découvertes de l'Orchidarium pour offrir une efficacité anti-âge globale sans cesse renouvelée.

2006 : la crème originelle ORCHIDEE IMPÉRIALE, soin complet d'exception.



Une technologie de pointe exceptionnelle : il a fallu 7 années d'investigation et de recherche pour capturer le secret de longévité de l'orchidée, sélectionner 4 orchidées parmi les 30 000 et créer l'extrait moléculaire orchidée Impériale (EMOI), obtenu à partir des racines. Toute la quintessence de l'orchidée se retrouve dans ce soin.

Résultats et mécanismes d'action

Des bénéfices exceptionnels sur tous les signes et besoins de la peau	6 mécanismes d'action pour préserver la longévité cellulaire :
<ul style="list-style-type: none"> *Éclat /Uniformité *Fermeté *Antirides *Densité *Force /Protection *Hydratation 	<ul style="list-style-type: none"> *Préserver le fonctionnement optimal des cellules *Booster la régénération cellulaire *Protéger l'ADN *Freiner la spirale de la sénescence *Stimuler le gène de longévité *Maîtriser la surproduction de mélanine

La première génération d'un soin complet d'exception qui marquera l'histoire de la cosmétologie de luxe : au cours du premier mois, la crème s'arrache en Asie à raison d'une vente toutes les cinq minutes, onze pour la France.

2007 - Soin complet d'exception, crème yeux et lèvres.

Soin anti-âge global, frais et fondant... Ce soin éclaire la zone du contour de l'œil grâce à ses pigments réflecteurs de lumière. Il lifte la paupière et lisse le contour des yeux.

Texture spécialement adaptée à cette zone, sans parfum.



2008 - La crème originelle se décline en 3 textures : crème, fluide et crème riche.

La crème originelle, le soin phare de la gamme orchidée impériale par sa texture fondante, transversale propose 2 textures alternatives, une texture fluide et une texture crème riche.



Soin Complet d'Exception
Fluide

Peaux mixtes à grasses :
le Plus :

- Texture fluide légère et fraîche
- Véritable voile pour la peau
- Idéale pour climat chaud



Soin Complet d'Exception
Crème

Peaux normales :
le Plus :

- Texture crème légère et délicate
- Pénètre instantanément dans la peau
- Véritable seconde peau



Soin Complet d'Exception –
Crème Riche

Peaux sèches/matures/sensibilisées :
le Plus :

- Texture riche, ultra onctueuse & non grasse
- Offre un confort absolu (enrichie en beurre d'orchidée)
- Idéale pour climat rude



2008 - Orchidée Impériale soin complet d'exception, le sérum de longévité.

Le concentré d'efficacité anti-âge pour un effet jeunesse immédiat :

1. action intensifiée sur tous les signes de l'âge ;
2. résultats anti-âge optimisés immédiats ;
3. résultats anti-âge synergiques (action sérum + crème).

Une efficacité maximisée grâce à l'EMOI associé à un biofilm :

- EMOI en concentration plus forte ;
- le biofilm, nouveau procédé de fabrication ultra-sophistiqué. Tenseur et lissant il a aussi le pouvoir de véhiculer l'EMOI ;
- résultats : la peau est sublimée, plus éclatante, rides et ridules lissées. Le grain de peau est magnifié.

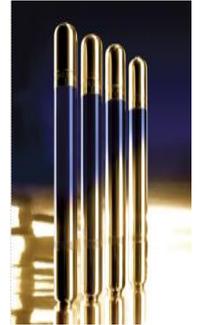
Guerlain réalise une trilogie qui assure une complémentarité exceptionnelle dans le soin.

2009 - Orchidée Impériale soin complet d'exception, la cure.

Un soin encore plus rare, plus intense, l'ultime performance pour les femmes les plus exigeantes. Un coaching intensif et progressif des cellules :

- d'une durée de 4 semaines phasée sur le cycle de renouvellement de la peau ;
- offrant une montée progressive en EMOI ;
- pour une peau neuve, à la longévité démultipliée : + jeune de 9 ans, + belle de 7 ans.

Réduquée à rester plus jeune, plus longtemps, la peau se gorge d'une concentration maximale d'EMOI.



2009 - Orchidée Impériale masque.



Un bain intensément énergisant et revitalisant.

Allie la performance immédiate et la sensorialité.

Composition : EMOI qui agit sur les 6 mécanismes de la longévité cellulaire.

Les riboses, boostent la respiration cellulaire et la production d'énergie.

Beurre d'Orchidée, une texture riche qui nourrit la peau en profondeur.

2009 - Orchidée Impériale crème cou et décolleté.

Une peau remodelée et éclatante visiblement plus jeune.

Composée de :

- EMOI : action complète sur tous les signes de l'âge ;
- extraits de géranium et de protéines de soja pour une action anti-relâchement renforcée ;
- extrait de réglisse et d'algues pour freiner l'apparition précoce des taches pigmentaires ;
- une texture nourrissante et fondante pour une application tout en douceur ;
- une gestuelle d'application issue de l'institut GUERLAIN pour optimiser l'efficacité de la crème : répéter chacun des gestes 5 fois.



Évolution de la ligne Orchidée Impériale : crème Orchidée Impériale nouvelle génération.

2010 - La nouvelle Orchidée : VANDA COERULAE.

Depuis 2006, Orchidée Impériale est le nec plus ultra du soin, une technique plébiscitée par la communauté scientifique. En 2010, Guerlain crée l'extrait moléculaire nouvelle génération, le fruit de 10 ans de recherche. Ce concentré résulte de la combinaison des molécules extraites des racines mais aussi dans la profondeur de ses tissus de croissance, les tiges et les feuilles de trois nouvelles orchidées, dont la Vanda Coerulea. En effet les tissus de croissance sont très riches en cellules jeunes qui savent particulièrement bien s'adapter à un environnement extrême.

Extrait GUERLAIN : extrait moléculaire nouvelle génération.

Le plus de cette orchidée exceptionnelle : le pouvoir de retarder le vieillissement de la peau en remontant le temps cellulaire.

Extrait article de presse : pourquoi Vanda Coerulea a cette longévité inégalée et cette résistance exceptionnelle ?

Au cœur des forêts du Yunnan (Sud-Ouest de la Chine), aux confins de la Birmanie, Guerlain a découvert cette orchidée sauvage : cette créature rarissime, délicate, d'un joli bleu violet s'épanouit à la cime des arbres. La belle ne peut fleurir que dans une nature intacte et a un pouvoir unique : elle porte en elle rien de moins que le secret de la jeunesse éternelle. On a déjà découvert des sujets âgés de plus de 100 ans. Les actifs extraits de ses tiges sont de l'or pour préserver la jeunesse de la peau. En français, « Vanda » signifie « mille générations ».

Epiphyte (elle pousse sur d'autres plantes, et non dans le sol), elle s'accroche à un arbre pour se développer. Ses racines aériennes absorbent l'humidité de l'air (rosée ou eau de pluie). Elles sont protégées par un voile blanchâtre (velumen) qui les préserve lors de périodes de grandes sécheresses. Des pseudobulbes se trouvent à la base des tiges : ce sont des organes de réserve qui stockent l'eau et les nutriments afin que la plante puisse supporter tous les changements climatiques même les plus extrêmes.

350 € le pot de 50 ml : pourquoi la crème est si chère ?

Une croissance longue et une récolte extrêmement minutieuse explique le coût du produit.

François Gérard, tête chercheuse de nouvelles plantes à fort potentiel explique qu'il faut 1 kg de matières sèches pour produire 5 g de molécules actives et il faut compter environ sept ans pour récolter les plantes. De plus il s'agit de prélever seulement une petite partie de la tige. Pour que la Vanda ne s'abîme pas, il faut ensuite panser avec du mastic la zone coupée pour obtenir la cicatrisation.

Ce qu'elle apporte dans EMOI nouvelle génération.

En plus des 6 mécanismes d'action de la crème originelle, la crème EMOI nouvelle génération révèle un nouveau pouvoir de longévité pour la peau, celui de remonter le temps cellulaire. Et d'accroître ainsi la longévité des cellules de la peau.

Pourquoi un tel succès ? Des résultats encore plus performants.

Résultats prouvés par un nouvel outil de mesure : le score global anti-âge :

- 54 % d'efficacité sur les 7 signes principaux de l'âge, soit 2 fois plus que la crème originelle ;
- une action plus rapide que la crème originelle ;
- une efficacité qui s'intensifie dans le temps.

Évolution de la ligne Orchidée Impériale, la 3^{ème} Génération :

2013 : découverte de la gold orchid.

La recherche Guerlain explore de manière plus fondamentale le monde fabuleux des orchidées pour percer les mystères de leur longévité et améliorer sans cesse l'efficacité de ses crèmes « L'esprit Orchidée Impériale réside dans la découverte permanente de nouvelles générations d'actifs qui viennent enrichir les précédentes ». Une nouvelle orchidée, la gold orchid vient enrichir l'EMOI existant dans les tissus actifs des 3 orchidées de la 2^{ème} Génération.



*Photos de la gold orchid - Documents Guerlain.
Extraits de presse : la gold orchid dans la réserve naturelle du Yunnan.*

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 7/17

L'Orchidée d'or (en latin *Dendrobium chrysotoxum*, qui veut dire « graine d'or de l'arbre de Vie), épiphyte, originaire de Birmanie, elle se développe le long des frontières de la Chine, de la Thaïlande, du Myanmar, du nord de l'Inde et du Népal. Sa résilience vient d'avoir des feuilles dures et cireuses, des racines délicates qui s'ancrent dans les cimes des arbres.

375 €, le pot de 50 ml : une crème précieuse et raffinée, des actifs rares et nobles.

- **Des conditions de croissance et de récolte aussi minutieuses que pour Vanda :** la gold orchid ne peut être récoltée que tous les 4 ans après la première floraison qui demande 7 années. 100 fleurs donnent 10 g de matière sèche dont on extrait les molécules actives.

Les raisons de son succès.

- **Des propriétés reconnues depuis 1500 ans :** reconnue pour ses propriétés médicinales depuis 1 500 ans, elle incarne l'équilibre et l'amour. Selon la médecine traditionnelle chinoise, elle est source d'énergie positive pour notre corps. Composée de flavonoïdes bien spécifiques, elle cible la fertilité cellulaire.
- **Ce qu'elle apporte au nouvel EMOI :** en plus des propriétés originelles, elle apporte la bioénergie cellulaire indispensable aux cellules mères de la peau (progénitrices). Cela permet de renforcer leur multiplication et d'optimiser le renouvellement cellulaire de la peau (fertilité).
- **Résultats : 1 femme** sur 2 a été complimentée par son entourage sur la beauté de sa peau. Après 8 semaines d'application, les femmes ont jugé leur peau plus belle, plus jeune et plus éclatante.
Vitalité + 42 %, éclat + 43 %, beauté + 42 %, peau lisse + 41 %, peau gainée + 39 %.
- **Le cercle impérial pour fidéliser les clientes.**
- **Le plus du produit : éco-responsabilité du packaging.** La ligne du packaging s'épure, Guerlain mise sur le luxe durable en proposant une recharge. Elle n'est pas vendue en l'état, les clientes doivent rapporter leurs pots vides. Pendant qu'elles se voient proposer un rituel exclusif, le pot est nettoyé puis rechargé.

ANNEXE 3 - Évolution de la ligne : l'orchidée noire ou la Black Orchid

Extraits Swiss Luxury magazine

En 2016

Après plus de quinze années de recherches l'Orchidarium et la recherche Guerlain dévoilent la technologie Blackimmune. Grâce à la puissance de longévité de l'orchidée noire des Andes Péruviennes qui entre dans la composition des actifs de cette crème 5^{ème} génération.



LA BLACK ORCHID

Une orchidée rare, caractérisée par son remarquable instinct de survie et sa capacité à adapter son métabolisme pour assurer sa longévité.

La 1^{ère} technologie qui agit sur 95 % des cellules impliquées dans les mécanismes d'immunité de la peau



Un produit cher et unique : 930 € le pot de 50 ml.

- **Une orchidée unique : des conditions de croissance et de récolte spécifiques.**

Endémique des Andes péruviennes, cette orchidée sauvage de couleur ébène a la particularité de ne fleurir que 3 semaines dans l'année. Plus remarquable encore, elle porte sur le même pied des fleurs mâles et femelles. Par une compréhension fine de son environnement extrême, elle adapte ainsi son métabolisme. Face aux dangers, un excès de soleil, un manque de luminosité par exemple, elle répond par une production plus abondante de fleurs mâles favorisant ainsi la fécondation des fleurs femelles et par la suite le nombre de fruits.

- **Ce qu'elle apporte au nouvel EMOI.**

Elle renforce et complète l'action de l'EMOI de la génération précédente et l'enrichit avec la technologie Blackimmune. Cette dernière optimise les capacités d'auto défense de la peau, en agissant sur les cellules de Langerhans et les kératinocytes.

De plus, la cire de jojoba et le beurre de cupuaça contenus dans la crème lui donne une texture incomparable.

- **Le cupuaça**



Petit arbre de 5 à 15 m originaire du sud-est de l'Amazonie brésilienne, son fruit est une cabosse oblongue qui peut peser 1 à 2 kg. Il renferme une cinquantaine de fèves utilisées en cosmétique.

Principaux composés :

Acides gras : Acide oléique (oméga 9) - Acide stéarique - Acide arachidique.

Autres principes actifs :

- Phytostérols : freinent le vieillissement cutané, protègent contre l'action des UV.
- Polyphénols (flavonols) : puissants antioxydants.

Origine : originaire du sud-est de l'Amazonie brésilienne.

- **Un applicateur qui booste l'efficacité de la crème en permettant un palper-rouler doux.**
- **Une texture sublime, des actions renforcées par la cosmétique instrumentale**

Chef-d'œuvre de sensorialité, l'onctuosité fine et généreuse de la crème semble envelopper chaque cellule dans un cocon luxueux de protection. Riche en beurre de cupuaçu, de cire de jojoba, et des ingrédients de différents points de fusion, elle offre un toucher baume moelleux qui déclenche à l'application une cascade de sensations fondantes sans effet gras. Au fil des applications, la peau retrouve sa résilience, sa barrière défensive devient plus forte.



Préserver au plus profond d'elle-même, la peau est immunisée contre les agressions extérieures, elle peut alors pleinement se concentrer sur sa régénération. Un cercle vertueux, le secret de la préservation infinie de la jeunesse de la peau qui est prolongée et régénérée.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 9/17

ANNEXE 4 - Orchidarium ® : Guerlain / François Gérard

la structure de l'ORCHIDARIUM

3 pôles de recherche **complémentaires et interconnectés.**



Dirigés par la RECHERCHE GUERLAIN



Le pôle Biodiversité
RÉSERVE
EXPLORATOIRE



Le pôle
Agrobiologique
JARDIN
EXPÉRIMENTAL



Le pôle phyto-chimie
LABORATOIRE
FONDAMENTAL

Les orchidées jouant un rôle majeur dans le travail de Guerlain, il est essentiel pour la maison de protéger leur habitat endémique et d'assurer la production régulière de matières premières nobles. Avec plus de 30 000 espèces, l'orchidée possède un capital biologique inestimable. Fleur reine du règne végétal, elle est capable de vivre 100 ans et plus, dans les lieux les plus hostiles. Pour comprendre les secrets de sa longévité et les offrir aux femmes, en 2000 Guerlain a créé une plate-forme de recherche unique au monde, l'Orchidarium : trois pôles complémentaires dédiés à la préservation des orchidées et à la mise en valeur de leurs propriétés anti-âge exceptionnelles.

La réserve exploratoire en Chine.

Cette réserve naturelle de 600 hectares, située dans le Yunnan, permet à Guerlain de cultiver, protéger, et réintroduire l'orchidée dans son milieu naturel. Le professeur Margraf responsable a mis en place un ambitieux programme de sauvegarde des orchidées, mêlant reforestation, conservation des espèces menacées (notamment *Vanda coerulea*). Chaque année, 900 arbres sont replantés, 3 000 jeunes plants de 19 espèces d'orchidées sont réintroduits au sommet des arbres, et 1 200 arrivent à l'âge adulte. Quand beauté et biodiversité ne font plus qu'un...

Le jardin expérimental en Suisse.

Dirigé par l'un des plus grands ethnobotaniste (François Gérard) cette serre de 500 m² accueille environ 50 variétés d'orchidées. On les étudie, les hybride, les teste, et on sélectionne les plus performantes afin de les réimplanter dans leur milieu naturel en Chine.

Le laboratoire fondamental à Strasbourg.

Il recueille la partie active de l'orchidée. Les chercheurs vont l'analyser, identifier les différents composants, définir leurs caractéristiques et leurs propriétés. On procède à l'extraction des molécules actives (EMOI).

Les 3 pôles travaillent en interactivité permanente.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 10/17

ANNEXE 5 - Le Soin Beauty Lift Orchidée Impériale

L'accueil

Dès votre arrivée on vous propose d'échanger vos chaussures contre des chaussons blancs doux et moelleux. Elles sont déposées dans un ravissant sac en cuir beige.

Puis vous dégustez un thé noir de Chine aux arômes d'orchidées, et on vous apporte un oshibori parfumé Guerlain.

La cabine

Une merveille et un hommage à l'orchidée jusque dans le décor du mur en marbre. Très spacieux, doux et accueillant, cet endroit vous plonge dans un univers empli de sérénité et vous invite à la détente. Enfin blottie sur le grand lit de soin vous partez pour une heure trente de bonheur.

Le soin

- Un démaquillage tendresse à l'aide de la **MOUSSE NETTOYANTE**.
- Une exfoliation avec le **LAIT DE GOMMAGE PEAU VELOURS EXFOLIANT** travaillé sous vapeur.
- Puis une extraction des comédons suivie d'une application locale de la **CREME AU CAMPHREA** termine la phase de nettoyage.
- La phase traitante commence par le lifting manuel du visage : 20 minutes de gymnastique intensive des muscles peauciers du visage. La praticienne réalise des étirements, des pincements, des pressions, des battages doux, des pianotements, des éventails, des vibrations et des lissages sur les muscles les plus sollicités de votre visage. Elle effectue ce travail en associant le **SÉRUM DE LONGEVITÉ** et la **CRÈME BLACK ORCHIDÉE**.
- La phase de relaxation vous permet de récupérer après cette gymnastique. La praticienne applique le **MASQUE ORCHIDÉE IMPÉRIALE**, bain d'énergie ultime pour la peau. Elle le masse puis promène des billes en métal réfrigérées pendant 10 minutes pour un effet tonique.
- Enfin l'application de la crème **Black Orchid** suivie de 10 minutes de palper rouler doux effectué avec son applicateur spécifique.

La remise en beauté flash.

La fin de soin avec une boisson au choix et fidélisation (parfumage, doses d'essai, cercle Orchidée impériale).

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 11/17

ANNEXE 6 - Le cahier des charges du service formation

- Ne pas mélanger les deux univers (presse et Web).
- Prévoir des demi-journées de quatre heures.
- Le repas du midi ne pourra durer qu'une heure.
- La liste des journalistes et bloggeuses invité(e)s sera directement transmise par notre service.
- L'envoi des cartons d'invitation sera réalisé par notre service au coût de 2,50 € par envoi.
- Les invité(e)s seront pris(es) en charge en taxi ou service voiturier depuis leur bureau parisien jusqu'à l'hôtel, prévoir l'aller et le retour.
- Les cadeaux invités : une pochette GUERLAIN contenant des produits de la gamme Orchidée Impériale en format découverte. 50 € la pochette.
- La direction du marketing vous impose de réduire le budget initialement fixé 10 600 € de 15 %.
- Vous devez optimiser le budget et choisir les services pertinents pour la journée Relations Publiques (RP).
- La démonstration sera réalisée par l'assistante de la directrice de la formation.
- Les sept esthéticiennes Guerlain détachées pour la journée feront découvrir durant 1h30 le soin à chaque invité(e)s.
- Le directeur du marketing, monsieur Paul MARCHET, se rendra disponible pour cette journée Relations Publiques (RP). Il accueille les invité(e)s, présente le positionnement des produits, le spot publicitaire, l'égérie.

ANNEXE 7 - Devis PALACE HÔTEL DE PARIS



PALACE HÔTEL DE PARIS

17. Boulevard Luxe
Paris 75022
tel: 0145361200
www.palacehoteldeparis.com

Établissement fondé en 1805

Devis

Numéro de devis	17062950rf	Client	LVMH
Date du devis	20/06/2018	Nom du dossier	Presse/Bloggeuses
Votre contact	Adeline Delavente	Date de la réservation	25/07/2018

Tarif 2017/2018 pour votre évènement.

Options proposées	PU journée
Salle Louis XIV : capacité : 50 personnes	1 100,00 €
Location de la salle Stark* : capacité : 25 personnes	1 500,00 €
Forfait Média retro projecteur - écran - informatique	500,00 €
Accueil / pause-café et pause goûter + service 20€ par personne	
Location du spa 7 cabines	2 500,00 €
Journée spa supplémentaire pour montage/ démontage	1 000,00 €
Repas midi ou soir : menu GUERLAIN proposé par l'hôtel 60 € par personne	
Composition florale « Orchidée » 75 € par bouquet	
Composition florale « Rose » 50 € par bouquet	
Service voiturier Paris intramuros ⇒ Paris intramuros 25 € l'aller	
Service voiturier Banlieue ⇒ Paris intramuros 35 € l'aller	
Service voiturier aéroport Orly ou Charles de Gaulle ⇒ Paris intramuros 45 € l'aller	

Observations

*La salle Starck est insonorisée décorée par le designer en 2001, équipée d'origine du matériel média (retro projecteur - écran - informatique).

Devis préparé par : _____

Ceci est un devis des biens nommés, soumis aux conditions indiquées ci-dessous : (décrivez toutes les conditions liées à ces prix et toutes les conditions supplémentaires de l'accord. Il est conseillé d'inclure les dépenses imprévues qui affecteront le devis.)

Pour accepter ce devis, signez ici et renvoyez-le : _____

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 13/17

ANNEXE 8 - L'engagement durable de la maison Guerlain

(Rapport Développement Durable Guerlain 2015_extraits)

.../...

Sandrine SOMMER,
Directrice du développement durable de Guerlain

En tant que maison de Beauté, Guerlain se doit de contribuer à protéger la beauté du monde. C'est cette conviction qui nous a motivés à construire un engagement global depuis octobre 2007. Quel chemin parcouru depuis la prise de mes fonctions et quelle fierté de mesurer combien ce projet a été diffusé dans l'ensemble de l'entreprise !

Portée par un Président engagé, déployée par un comité Développement Durable soudé et motivé, notre stratégie porte ses fruits ; nous sommes par exemple la première Maison de Parfums et Cosmétiques à avoir reçu la distinction « Engagement Biodiversité et Climat » par l'organisme Ecocert.

Si nous ne recherchons pas les louanges, c'est un bon moyen de réaliser néanmoins que nos défis sont traités et mesurés avec sérieux.

Nous avons aussi beaucoup travaillé cette année avec l'ensemble des équipes pour nous mettre en ordre de marche pour, d'ici 2020, parvenir au taux de 100 % de nos produits éco-conçus et réduire de 50 % nos émissions de CO₂. Je n'ai aucun doute sur le fait que nous saurons faire preuve de créativité et d'innovation pour toujours proposer des solutions plus ambitieuses afin de réduire notre impact.

Et je n'ai aucun doute non plus sur le fait que nos collaborateurs, ainsi que ceux qui vont nous rejoindre, soient de plus en plus motivés et trouvent du sens à travailler pour une Maison engagée. Avec l'aide et la bienveillance des Directions Environnement et RSE du Groupe LVMH, et Au Nom de la Beauté nous poursuivons notre engagement global pour un monde plus durable.

LES 6 ENJEUX-CLÉS

BIODIVERSITÉ

pour contribuer à préserver les matières premières et ses écosystèmes sur les sites, une source d'inspiration et d'innovation essentielle à la Beauté du Monde et vitale pour Guerlain.

ÉCO-CONCEPTION

pour perfectionner notre manière d'innover et de produire tout en limitant l'impact environnemental de nos produits et de nos activités.

RESPONSABILITÉ SOCIALE

pour promouvoir la diversité, pour améliorer les conditions de travail et de vie de nos collaborateurs et des communautés locales et pour soutenir des associations qui nous sont chères.

TRANSPORT

pour maîtriser les émissions de CO₂ dues à nos expéditions et déplacements.

ACHATS RESPONSABLES

pour embarquer à nos côtés partenaires, fournisseurs et prestataires sur la voie du développement durable.

ÉCO-RESPONSABILITÉ

pour systématiser les éco-gestes au quotidien et acquérir les meilleures pratiques citoyennes au sein de nos différents sites.

.../...

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 14/17

ÉCO-CONCEPTION

Source d'innovation, de créativité et d'engagement pour nos équipes, l'éco-conception nous permet chaque jour de réinventer le luxe de manière plus responsable et durable.

Nous développons depuis plusieurs années nos produits en limitant leur impact sur l'environnement à chaque étape de leur existence, de la conception à leur fin de vie. Dans une optique d'amélioration continue, ces progrès doivent être quantifiés, et c'est pourquoi chaque nouveau développement est noté par un indice IPE (Indice de Performance Environnementale).

.../...

Outre nos recherches sur la préservation de l'orchidée, nous proposons à nos clientes de rapporter leurs pots vides et pendant que dans les coulisses, nous plaçons la recharge et nettoisons le pot, nous leur offrons un rituel privilégié en leur offrant un service de maquillage ainsi qu'un thé ...

Par ailleurs, nous continuons d'offrir une seconde vie à nos supports publicitaires en transformant des affiches publicitaires en petits carnets et des bâches en sacs, avec un triple impact : écologique, car cela permet d'assurer une seconde vie à des supports éphémères, social avec les carnets réalisés par des personnes en situation de handicap, et sociétal puisque les bénéfices de la vente de ces carnets sont placés sur un Fonds de Soutien Guerlain qui permet de défendre les causes qui nous sont chères.

.../

ANNEXE 9 - L'éco-conception du packaging orchidée impériale black

(Agence CHIC designers, visuels extraits de la vidéo de présentation du produit)



(empreinte carbone : 58 %, volume de la boîte : 40 %, boîte recyclable, quantité de papier : 37 %, poids du pot : 60 %)

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 15/17

ANNEXE 10 - Le marché nordique de la cosmétique naturelle

Les marques importées capitalisent sur la forte croissance du marché nordique des cosmétiques naturels et biologiques, indique Organic Monitor.

Selon une nouvelle étude conduite par Organic Monitor, peu de sociétés nordiques seraient intéressées par les produits cosmétiques naturels et biologiques, en dépit d'un marché en pleine expansion dans la région avec une croissance de 15 % par an environ.

Les cosmétiques naturels bénéficient de la demande éthique dans les pays nordiques.

Le marché nordique des cosmétiques naturels et biologiques connaît une forte croissance, avec des ventes multipliées par deux entre 2008 et 2014. Selon une récente étude d'Organic Monitor, elles devraient atteindre environ 200 millions d'euros dans les années à venir.

Le poids du Danemark

Le Danemark est le principal marché pour les cosmétiques naturels dans les pays nordiques. Selon une récente étude publiée par Organic Monitor, les produits naturels et biologiques représentent 4 % du total des ventes de produits cosmétiques au Danemark. Le pays est d'ailleurs également connu pour sa forte consommation d'aliments biologiques, 7 % du marché, la proportion la plus élevée au monde. « *Les consommateurs danois achètent beaucoup de produits naturels et biologiques en raison de préoccupations éthiques et environnementales* » explique le cabinet de conseil et de formation.

.../...

Consommateurs militants

Selon Organic Monitor, les labels écologiques jouent un rôle de plus en plus important dans les pays nordiques. Les consommateurs veulent la preuve des qualités éthiques et/ou environnementales qu'ils attendent des produits. Le Nordic Swan est le label le plus reconnu pour les produits cosmétiques, 90 % des consommateurs le connaissent.

Le Danemark, pionnier du développement durable

Dans sa dernière livraison, la Revue Global Chance présente le Danemark comme le pays le plus avancé en Europe et au monde sur la voie de la transition énergétique.

En 2014, le petit royaume nordique a produit près de 55 % de son électricité à partir d'énergies renouvelables. Ses objectifs officiels visent à atteindre 50 % d'électricité éolienne, 40 % de réduction des émissions de CO₂ en 2020, et d'éliminer totalement les énergies fossiles de la production de chaleur et d'électricité en 2035.

Si le Danemark est aux avant-postes de la transition énergétique et fait toujours le pari que l'éolien est une énergie d'avenir, le site *Actu-environnement.com* montre que le vecteur de la montée en puissance des énergies renouvelables danoises repose sur « *l'appropriation démocratique de la production électrique des éoliennes par les citoyens eux-mêmes à travers les coopératives et les municipalités...* »

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 16/17

ANNEXE 11 - Le mode de vie au Danemark

Fortement attaché à la question de l'écologie, le Danemark affiche un mode de vie serein, dans le respect de la nature, des lois et d'autrui. Expat.com vous amène à la découverte de la culture et des traditions du pays.

Le savoir-vivre, grand pilier de la sérénité danoise

Le Danemark est le pays d'Europe qui possède les lois sociales les plus protectrices. De leur côté, les Danois sont très respectueux des règles et des lois, et ce, même dans les situations les plus banales. Aussi, malgré la grande richesse et le niveau de vie élevé dont bénéficient les habitants du Royaume de Danemark, la population fait montre d'une modestie sans égal en refusant de vanter tout signe extérieur de richesse.

L'écologie

De plus en plus d'habitants se concentrent sur l'adoption d'un mode de vie compatible avec les principes du développement durable. Transports, consommation, hygiène de vie : rien n'est laissé au hasard pour un environnement sain et une qualité de vie plus élevée.

La culture du hygge

Qu'est-ce que la culture du hygge ? L'art du cocooning occupe une place prédominante dans la vie de la population danoise. Pour pallier aux températures fraîches et au manque de lumière en hiver, les habitants ont en effet tendance à miser sur l'art de vivre à l'intérieur pour rechercher le confort de l'habitat. Ils créent alors du mobilier chaleureux, agencent leurs espaces de manière à faire pénétrer le plus de lumière et d'ondes positives possibles. Véritable obsession dans les pays scandinaves, c'est tout naturellement que l'on se tourne vers le bois pour créer un intérieur design et sympathique.

Source : www.expat.com/fr/guide/europe/danemark

ANNEXE 12 - Danish Beauty Brands to Know

Le marché danois de la beauté a depuis longtemps souligné l'importance d'une esthétique minimaliste ("less-is-more aesthetic"), englobant des ingrédients naturels et un emballage élégant et efficace. (Pas de surprise, car c'est le pays de l'architecte et designer Arne Jacobsen, promoteur du design moderne) ...

*Source : RUFFNER Zoé, www.vogue.com, 9 Aout 2017, extraits
(traduits pour les besoins du sujet)*

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE – PARFUMERIE		Session 2018
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 17/17