

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE - PARFUMERIE

Option A – MANAGEMENT

CONSEIL ET EXPERTISE SCIENTIFIQUES ET TECHNOLOGIQUES – U5

SESSION 2024

**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 est complet.
Le sujet comporte 15 pages, numérotées de 1/15 à 15/15.**

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2024
U5 A – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 24ME5AEXP	Page : 1/15

Le spa des Thermes marins

Le spa des Thermes marins se situe en bord de mer, dans le centre de thalassothérapie de Saint-Malo. Le spa propose une large gamme de soins du visage et de soins du corps avec des protocoles exclusifs réalisés avec des produits de leur propre marque : Les Thermes Marins de Saint-Malo.

Depuis plusieurs années, le centre de thalassothérapie a développé une offre à destination des familles en proposant des cures qui incluent des soins pour les enfants et/ou leur prise en charge durant les soins. Le spa ne propose pas encore ce type de prestations.



Madame Chloé Le Tallec, manageuse du spa, souhaite avancer sur le sujet.

Le spa est en accès direct à partir du Grand Hôtel des Thermes *****. En mars dernier, M^{me} Chloé Le Tallec a rencontré le directeur de cet hôtel. En effet, ce dernier a récemment obtenu le label Little Guest qui atteste de l'attention particulière portée par cet établissement de luxe à l'accueil des familles. Le directeur de l'hôtel souhaite créer un partenariat avec le spa et proposer, pour les 3 mois d'été, une offre de soins enfants et parent(s)/enfant(s) exclusivement dédiée à ces clients.

M^{me} Le Tallec trouve qu'il s'agit là d'une réelle opportunité et pense qu'elle pourra ensuite intégrer ces soins à sa carte.

Vous êtes titulaire du BTS Métiers de l'esthétique-cosmétique-parfumerie et vous avez été recruté(e) dernièrement par M^{me} Le Tallec pour être son assistant(e).

Avant de répondre favorablement au directeur de l'hôtel des Thermes, M^{me} Le Tallec décide de solliciter votre expertise.

Dans un premier temps, elle souhaite avoir des informations sur les attentes des enfants, de leurs parents et sur ce marché. Elle a également besoin d'être conseillée sur la pertinence du partenariat envisagé entre le spa et l'hôtel et de l'intégration à plus long terme de soins enfant et parent/enfant au sein de votre spa. Elle vous missionne donc pour réaliser une note de synthèse sur ces éléments.

1. Rédiger cette note de synthèse.

M^{me} Le Tallec décide de se lancer dans le partenariat envisagé avec l'hôtel et d'intégrer des soins enfant et parent/enfant. Pour être prête pour l'été, elle souhaite identifier rapidement quelle marque retenir pour les soins enfants. Elle recherche une marque proposant des produits adaptés aux enfants. La région profitant d'un fort ensoleillement, elle souhaite proposer une gamme adaptée et très complète. Elle hésite entre deux marques : Nougatine et Toofruit. Elle souhaite être conseillée sur le choix à réaliser.

2.1 Comparer ces deux marques.

2.2 Argumenter le choix que vous préconisez pour le spa.

Convaincue par votre proposition, M^{me} Le Tallec souhaite créer, dans un premier temps, deux soins exclusifs à proposer à la clientèle de l'hôtel des Thermes : un soin enfant qui utilisera la marque que vous aurez choisie et un soin duo parent/enfant.

3. Présenter les caractéristiques des soins enfant et duo parent/enfant.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2024
U5 A – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 24ME5AEXP	Page : 3/15

Pour que l'hôtel puisse mettre en avant ces soins exclusifs, votre manageuse souhaite créer une carte de soins qui sera remise par l'hôtel à ses clients « famille ». Elle envisage de solliciter l'agence de communication qui travaille habituellement avec le spa et vous demande de produire le cahier des charges décrivant vos attentes argumentées en termes de support, de visuels et de gamme de couleurs à utiliser.

4. Rédiger le cahier des charges pour la réalisation de la carte de soins.

Le label Little Guest accorde une attention particulière à la mise en place de partenariats permettant d'apporter une valeur ajoutée à la prestation globale proposée. Il a d'ailleurs récemment développé un partenariat avec la marque haut de gamme de prêt à porter enfants Bonpoint. Pour les soins exclusifs qu'elle va proposer aux clients de l'hôtel, M^{me} Le Tallec souhaite aller dans ce sens. Elle vous a adressé un courriel détaillant ses réflexions et vous demande de l'aider à finaliser ses démarches.

5. Réaliser les calculs de prévision de marge pour cet été

Votre manageuse a l'habitude de générer plus de marge sur ce type d'opérations et vous demande d'identifier les leviers qui lui permettraient de l'augmenter.

6. Proposer à M^{me} Le Tallec deux leviers à activer pour augmenter la marge sans modifier le prix de vente prévu.

BARÈME / 20 POINTS

Question 1.....	4 points
Question 2	4 points
Question 3	3 points
Question 4	5 points
Question 5	3 points
Question 6	1 point

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE 1 : L'Hôtel des Thermes à Saint Malo

Disponible sur : www.le-grand-hotel-des-thermes.fr (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 2 : Le label Little Guest

Disponible sur : lefigaro.fr par P. Viguié-Desplaces (Mars 2019), (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 3 : Le marché du bien-être des enfants

Disponible : Conférence au sein du 50^{ème} Congrès International Esthétique & Spa (Paris, octobre 2021), (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 4 : Exemple de soins pour enfants en institut

Disponible sur : www.terredorbis/destination-enfants.com (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 5 : Quels soins pour les enfants ?

Disponible sur : www.magicmaman.com par A-C Rateau le 02/06/2022 (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 6 : Présentation de la marque Nougatine

Disponible sur : www.nougatineparis.com (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 7 : Présentation de la marque Toofruit

Disponible sur : www.toofruit.com (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 8 : Visuels (consultés le 28/09/2023)

Visuel 1 : disponible sur : <https://www.jolite-beaute.com>

Visuel 2 : disponible sur : <http://www.magicmaman.com>

Visuel 3 : disponible sur : <http://www.escalebordeaux.fr>

Visuel 4 : disponible sur : <https://www.bon-cadeau-wellness.xyz>

Visuel 5 : disponible sur : <https://spa-lenido.fr>

Visuel 6 : disponible sur : <https://mon-petit-institut-bio.fr>

Visuels 7/10/12 : disponibles sur : <https://in.pinterest.com>

Visuel 8 : disponible sur : <https://www.petitbateau.fr>

Visuel 9 : disponible sur : <https://www.toofruit.fr>

Visuel 11 : disponible sur : <https://www.thalasso-saintmalo.com>

ANNEXE 9A : Supports pour la carte de soins

Disponible sur : <https://www.pinterest.fr> (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 9B : Gammes de couleurs pour la carte de soins

Disponible sur : <https://www.pinterest.fr> (consulté le 28/09/2023)

ANNEXE 10 : Courriel de Mme Le Tallec

Source : concepteurs du sujet

ANNEXE 1 : L'hôtel des Thermes à Saint-Malo

Grand Hôtel des Thermes *****

Cap sur la côte bretonne. Saint-Malo, ses forteresses, ses corsaires, et sa famille Raulic. Serge l'aïeul, 71 ans, est le créateur des Thermes marins de Saint-Malo. Cet homme malgré sa modestie légendaire détient sans aucun doute le secret qui a permis à Saint-Malo de devenir l'une des destinations thalasso les plus appréciées en France. Face à la baie s'élève majestueusement une bâtisse historique d'une architecture Belle Epoque qui n'échappe à aucun regard : le Grand Hôtel des Thermes.



Le trésor n'est pas que façade, derrière les murs anciens se cache un hôtel sans nul autre pareil. La longue bâtisse rachetée en 1981 par Serge Raulic abrite le plus grand



centre thalasso de France. Dans un cadre majestueux, les familles profitent d'une escapade de luxe unique. Les chambres de l'hôtel sont aménagées avec le plus grand soin et répondent incontestablement aux critères de qualité Little Guest. L'essence des lieux et son art de vivre s'inscrivent toutes entières dans la philosophie du Wellness.[...]



Le parcours Aquatonic développé par l'établissement invite à la découverte des sens, au ressourcement et à la revigoration grâce à 14 ateliers de thalassothérapie : couloir de marche à contre-courant, douches dynamiques, cols de cygne, sauna, hammam, fontaine à glace, cours aquatiques et bien d'autres installations et activités aussi surprenantes que relaxantes. Dans le luxueux décor du spa, mer et chaleur ont la part belle avec des bains bouillonnants [...].

Source : www.le-grand-hotel-des-thermes.fr

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2024
U5 A – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 24ME5AEXP	Page : 6/15

ANNEXE 2 : Le label Little Guest

[...] Un nouveau label, The Little Guest Hôtels Collection mise sur l'accueil des jeunes enfants dans l'hôtellerie de luxe. [...]



LITTLE GUEST

Pour la première fois, un label et un site internet référencent l'accueil famille dans les palaces. Ce que des géants de l'hébergement de vacances, comme le Club Med, ont compris depuis des années, l'hôtellerie de luxe a semble-t-il mis beaucoup de temps à l'intégrer. L'accueil famille autour des enfants dans les établissements quatre, cinq étoiles et palaces demeure souvent une exception. Par choix aussi car l'hôtellerie de luxe n'aime pas trop exposer sa clientèle à la turbulence des têtes blondes, allant même parfois jusqu'à interdire l'entrée d'une piscine aux plus petits.

[...] D'autant que la clientèle famille évolue. « On crée une famille plus tard, privilégiant d'abord une réussite professionnelle, ce qui donne plus de moyens financiers aux jeunes parents », remarque Jérôme Stéfanski, un trentenaire belge entreprenant et aussi jeune papa, qui a lancé le nouveau label The Little Guest Hotel Collection, autrement appelé Little Guest.

Un accueil dédié aux moins de 12 ans

L'objectif est double, côté client, regrouper toute l'offre famille dans l'hôtellerie de luxe et côté hôtels, aider à la mise en place d'un accueil dédié aux enfants jusqu'à 12 ans. [...]

« Nous n'imposons pas un scénario mais on le recommande vivement, toutes les adresses labellisées sont visitées par nos équipes qui connaissent chaque lieu et peuvent donc apporter des réponses très personnalisées ». Car outre le site internet qui référence les lieux, une équipe de huit concierges personnalisent chaque demande, soit par courriel, soit par téléphone.

Preuve du manque et du besoin créés, le label, pourtant en phase de lancement, sur une vingtaine de destinations, traite d'ores et déjà 1.000 réservations par mois.

Il ne suffit pas de faire acte de candidature pour rejoindre le label, mais surtout d'avoir une offre enfant sérieuse. [...] 120 hôtels sont à ce jour labellisés et pas des moindres, comme le Sacher à Vienne, le Selman à Marrakech, l'Ikos à Corfou ou le Shangri-La à Paris dont nous avons testé l'accueil « famille ».

La veille de notre arrivée Little Guest nous fait parvenir à notre domicile une valise d'enfant Samsonite, la célèbre marque l'a créée spécialement. Customisé, l'objet rappelle un petit zèbre et contient à l'intérieur des attentions à destination de l'enfant : brumisateur de voyage, « power bank » pour recharger son smartphone, gel de bain moussant, carte postale à colorier pour envoyer aux amis...

Arrivé dans le somptueux lobby de ce qui est un des onze palaces de la capitale, l'enfant est accueilli personnellement par son prénom. S'ensuit une succession de surprises, comme un tipi dans la chambre, des petits chaussons à sa pointure, un polo Shangri-La brodé à son prénom, des produits d'accueil spécifique et des ballons gonflés d'oxygène. [...] Au spa, un soin spécial enfant ajoute à la panoplie d'offres. Un passeport dit Bamboo, que l'enfant fait valider d'un coup de tampon, à chaque étape de son séjour dans l'hôtel, lui permet de rythmer son voyage dans ce monde du luxe. [...]

Source : lefigaro.fr

ANNEXE 3 : Le marché du bien-être des enfants

Nous avons présenté la marque Toofruit, il y a 8 ans, au Congrès International Esthétique & Spa. Depuis, nous sommes là tous les ans et nous ne cessons de progresser. La tendance des soins pour enfants a commencé au Canada et aux USA, il y a une dizaine d'années. Aujourd'hui, il y a plusieurs marques sur le marché, ce qui prouve que le marché est en plein développement. Donc, nous sommes à la fois sur le marché du bien-être en croissance, sur le marché de la cosmétique bio, et aussi sur le marché de tout ce qui est dédié à l'enfant. Il y a eu une accélération depuis le Covid, mais il existe une tendance de fond depuis 4 – 5 ans : il y a de plus en plus de parents qui veulent aller dans des spas avec leurs enfants, pour leur proposer tout un univers de bien-être, et surtout un moment de complicité parents-enfants.

La proposition qui remporte tous les suffrages, c'est la complicité parent/enfant, c'est-à-dire que nous faisons venir au même moment dans une bulle de bien-être un parent et un enfant (ça peut-être un frère et une sœur). Ils vont vivre au même moment un soin ensemble. La facturation reste finalement assez libre, dans la mesure où elle est déconnectée des offres existantes : c'est juste une proposition très différente.

Source : Conférence au sein du 50^{ème} Congrès International Esthétique & Spa

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2024
U5 A – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 24ME5AEXP	Page : 8/15

ANNEXE 4 – Exemple de soins pour enfants en institut

Les soins et l'approche des soins ont été élaborés avec l'aide et les conseils éclairés de M. A. DRIAI, psychologue, diplômé de Paris V-Sorbonne.

Ce sont des protocoles évocateurs de rêves et d'émotions, aux notes gourmandes de l'enfance, un univers de bien-être où l'enfant découvrira des soins si fantastiques qu'ils en deviennent presque magiques...

Les soins sont adaptés aux spécificités de l'enfant avec un respect particulier de son intimité et d'une durée limitée permettant une relaxation complète sans solliciter trop longtemps son attention.

Ainsi, nos protocoles intègrent préalablement au soin un petit jeu permettant à l'enfant, à l'aide d'une carte, d'identifier son émotion du moment, grâce à la météo des émotions.

Les mains de la praticienne adapteront ainsi leurs manœuvres de manière à accompagner l'enfant dans le lâcher-prise et l'apaisement.

Mon Premier SPA, c'est aussi leur permettre d'identifier leurs émotions et mieux les gérer pour une sensation de liberté et de sérénité profonde.

Source : www.terredorbis/destination-enfants.com

ANNEXE 5 : Quels soins pour les enfants ?

Soin, massage, hammam... Qu'est-il possible de faire dans un spa enfant ?

Sur le papier, on s'interroge : que fait-on dans un spa pour enfant [...] ? Apprécie-t-on autant que les grands les soins, massages et autres joyeusetés de ces instituts ? Voyons un peu...

Massage, manucure, soin du visage... Il y a des premières fois qu'on n'oublie pas ! Surtout quand on est petit(e), et que nos parents nous emmènent dans un temple qui nous paraît bien mystérieux : un spa pour enfant. En tête de liste des kifs de grandes personnes, le spa est le lieu du lâcher-prise et du cocooning par excellence. Si cet apprentissage passe par de multiples biais, pourquoi un spa pour enfant ne pourrait-il pas en faire partie ? A voir le **nombre croissant d'ouvertures de spas présentant une carte de soins pour enfant** ces dernières années, la tendance semble belle et bien présente.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2024
U5 A – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 24ME5AEXP	Page : 9/15

Les bienfaits du massage enfant dans un spa

[...] Le toucher est un sens " fondamental et indissociable du développement physiologique et émotionnel " rappellent les spas Deep Nature qui proposent une carte de soins pour les enfants dès 6 ans. Calme, concentration ou encore qualité du sommeil, sont autant de points que peuvent améliorer un massage bien réalisé. « Les bienfaits du massage sont réels, sous réserve qu'ils soient faits par un professionnel habitué aux plus jeunes car les pressions appliquées ne doivent pas être trop importantes. **Chez les enfants, les massages sont aussi appréciés et sources de détente** et de bien-être que pour les adultes » confirme notre spécialiste. En outre, les spas pour enfant contribuent à l'éducation en matière d'hygiène et de soin. Réceptifs, les enfants apprécient, apprennent et retiennent les bienfaits d'un temps pour soi et des produits cosmétiques et/ou hygiéniques. [...] Toutefois, ne forcez pas votre enfant à demeurer calme et "en place" s'il s'agite. Peut-être n'est-il pas prêt à prendre ce temps de repos, et cela ne doit pas constituer une contrainte, ni pour lui, ni pour vous.

À quel âge aller dans un spa, enfant ?

[...] En fonction des établissements, les conditions d'accès au spa diffèrent. Ceux qui proposent des soins pour les kids ne sont pas tous alignés en matière d'âge. Tout dépend des équipements, mais aussi de la politique intérieure. [...]

Les bains du Marais, adresse parisienne qui vient de rouvrir ses portes après s'être refait une beauté, propose des prestations pour les kids, en parallèle de celles dédiées aux adultes. Pour Soledad Franco, la fondatrice, inclure les plus petits était indispensable. " J'ai découvert le massage Shantala (l'art traditionnel de masser un bébé en Inde) à la naissance de mon premier enfant. Puis, je me suis formée à la pratique. C'est comme ça que j'ai imaginé une carte de soins dès 3 ans : les jeunes enfants sont réceptifs au bien-être. Les initier à partager un moment de détente et de lâcher-prise avec leurs parents est précieux. Ils découvrent les bienfaits d'une atmosphère calme et apaisée. Je vous garantis qu'ils sont plus que réceptifs ! À la carte de son établissement : manucure (en solo ou conjointement avec le parent), massage (idem), soin visage, massage en famille ou encore, espace hammam et sauna, sous condition toutefois.

[...] Aux *Bains du marais*, pas question pour les enfants d'avoir accès au sauna. En revanche, feu vert leur est donné au **hammam, dès 6 ans**, en présence d'un parent. L'idée avancée par l'établissement ? Leur faire profiter des bienfaits des vapeurs chaudes tout en leur expliquant l'intérêt du soin de la peau et du corps. [...]

Source : www.magicmaman.com

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2024
U5 A – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 24ME5AEXP	Page : 10/15

ANNEXE 6 : Présentation de la marque Nougatine

Un univers 100 % enfant 100 % gourmand 100 % français. C'est une gamme de 22 produits d'origine naturelle de très grande qualité [...], formulés avec des ingrédients et des parfums gourmands issus de la fête foraine comme les parfums des glaces.

Nous sommes la seule marque de cosmétiques naturelles enfants à avoir développé une crème de soin visage hydratante dédiée aux peaux sensibles.

Nous savons bien qu'il est inutile de forcer nos enfants à prendre soin d'eux : ils doivent le faire par plaisir et avec enthousiasme.

Caroline est la créatrice de la marque NOUGATINE.

Ingénieur Chimiste, elle dispose d'une expérience de 25 ans dans le secteur de la cosmétique.

C'est une professionnelle, passionnée en cosmétique mais également une maman. Elle a identifié que le marché des soins pour enfants, spécialement dans la tranche des 3-12 ans, est un marché énorme, mais peu ou pas exploité.

Un fait étonnant puisqu'en tant que parents, nous prenons soin de la peau des nourrissons et nous encourageons nos ados à adopter une hygiène rigoureuse alors que nous ne nous occupons pas du tout de la peau des enfants entre 3 et 12 ans.

C'est pour cette raison qu'elle a décidé de créer : NOUGATINE : des soins naturels pour enfants aux parfums gourmands en 2014.

C'est une gamme d'hygiène et de soins d'origine naturelle pour le visage et le corps [...].

Pour Caroline, les 3 valeurs clés de NOUGATINE sont : la Sécurité, la Performance et le Savoir-Faire.

Des produits de grande qualité, efficaces et permettant de prendre soin de la peau en douceur, avec des textures ludiques, des parfums gourmands et des packagings adaptés aux petites mains des enfants.

Soins enfants : 1 eau micellaire, 2 shampoings, 4 laits de douche, 1 baume de massage, 1 gommage, 1 masque, 1 crème visage hydratante, 1 crème visage nourrissante, 2 soins des lèvres, 1 mousse nettoyante visage, 2 laits corps, 4 packs de produits de 19.8 à 45 euros.

Soins pré-ados (prix de l'innovation 2022 : pureté gommage, masque et fluide matifiant).



Lait de douche
14,5 €

Source : www.nougatineparis.com

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2024
U5 A – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 24ME5AEXP	Page : 11/15

ANNEXE 7 : Présentation de la marque Toofruit

Toofruit est la 1ère marque dermatologique certifiée bio d'hygiène et de soin pour les enfants de 3 à 12 ans, fabriqués en France.

Constatant un manque de produits d'hygiène et de soin sur le marché consacré uniquement aux enfants, Katell Perrot et Stéphane Lafond, deux collègues de chez L'Oréal, s'associent en 2010 pour créer Toofruit. L'expérience d'une maman et l'expertise d'un scientifique permettent alors de créer des produits bio, fruités et colorés adaptés à la peau sensible des enfants.

À l'âge où l'enfant est encore réceptif, il est important de lui apprendre les bons réflexes d'hygiène et de soin qu'il gardera ensuite toute sa vie.

Mais l'enfant n'a pas les mêmes envies qu'un adulte.

Nous avons donc décidé d'apporter à nos produits des formules gourmandes développées avec des eaux et des parfums naturels de fruits (car les fruits c'est la santé !). Avec des textures et des odeurs ludiques et agréables pour l'aider à acquérir les bons gestes.

Avec Toofruit, le passage dans la salle de bain n'est plus une corvée ! Les enfants ont donc plaisir à utiliser nos produits au quotidien.

La gamme est composée de soins du visage (2 nettoyants visage, 4 crèmes de jour, 2 baumes lèvres à 8 euros), de produits d'hygiène (1 dentifrice, 4 déodorants, 2 gel douche, 2 pains dermatologiques...), de produits soins corps (2 crèmes corps, 1 baume de massage, 2 protection solaire...), de 3 produits pour les cheveux, 3 parfums et de coffrets.

Un cosmétique certifié bio se base sur 3 valeurs clés :

- Une grande quantité d'ingrédients d'origine naturelle (plus de 99% d'ingrédients d'origine naturelle chez Toofruit contre 95% requis par les labels bio),
- Le respect de l'environnement,
- Des valeurs éthiques et sociales fortes.

Ainsi, la certification bio ne s'arrête pas à la qualité des formules cosmétiques, mais elle prend en compte tout le cycle de vie du produit :

- Origine des matières premières, pour encourager un approvisionnement éthique et durable,
- Procédé de fabrication doux et non polluant,
- Choix d'emballages recyclables ou écoresponsables,
- Etiquetage transparent et communication responsable ...



Source : www.toofruit.com

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2024
U5 A – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : 24ME5AEXP	Page : 12/15

ANNEXE 8 : Visuels



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



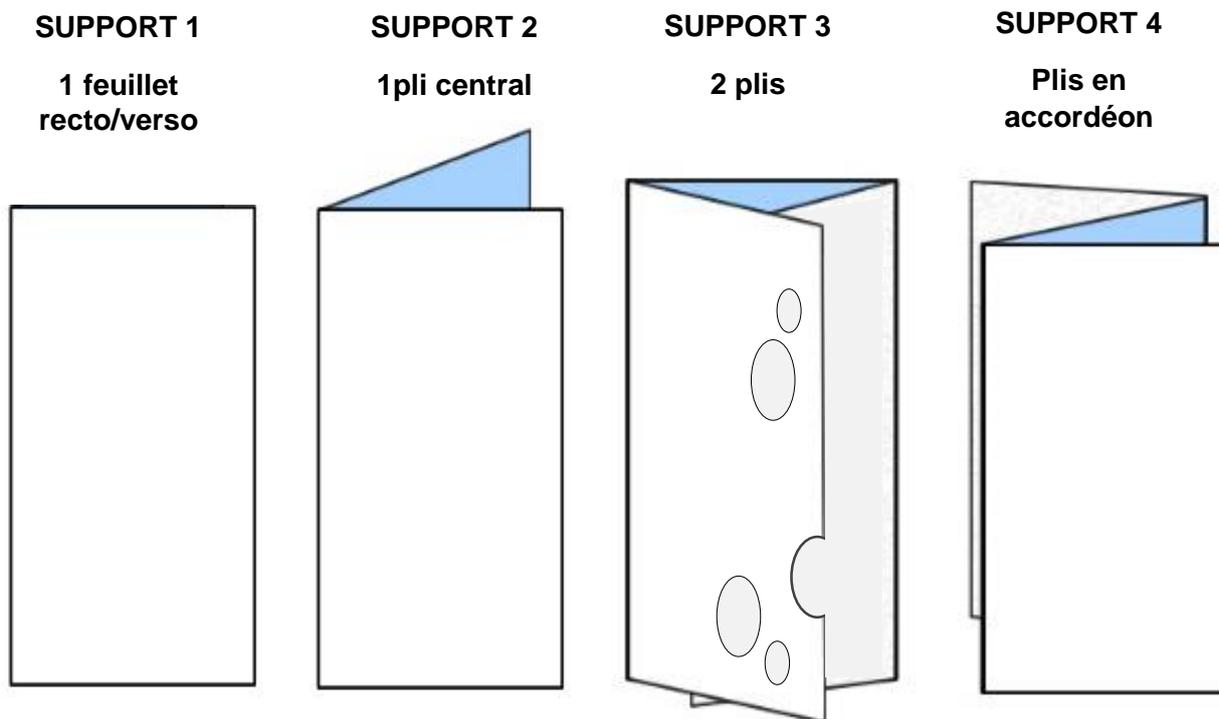
11



12

Sources : diverses, voir liste page 5

ANNEXE 9A : Supports pour la carte de soins



Source : <https://www.pinterest.fr>

ANNEXE 9B : Gammes de couleurs pour la carte de soins



Source : <https://www.pinterest.fr>

ANNEXE 10 : Courriel de M^{me} Le Tallec

De : Chloé.letallec@gmail.com
A : Vous
Objet : calculs de marge
<p>Bonjour,</p> <p>Afin de compléter notre offre de soins exclusifs, je souhaite associer un cadeau à chaque offre.</p> <p>Pour le soin enfant, je souhaite offrir une casquette à l'enfant. Le partenaire de Little Guest, la marque Bonpoint, nous propose une casquette garçon ou fille à un prix préférentiel de 14 € HT.</p> <p>Pour le soin duo, je souhaite offrir 2 produits de la marque que vous avez retenue. Je pense pouvoir négocier 20 € HT de produits cosmétiques.</p> <p>Pour rappel, les prix de vente et coûts de revient sont les suivants :</p> <p>Soin enfant :</p> <ul style="list-style-type: none">- Durée du soin : 25 mn- Prix de vente : 90 € TTC avec casquette offerte- Coût du soin : 18 € HT <p>Soin Duo :</p> <ul style="list-style-type: none">- Durée du soin : 40 mn- Prix de vente : 135 € TTC avec produits offerts- Coût du soin : 40 € HT <p>D'après les éléments de fréquentation de l'hôtel, je pense que sur juin, juillet et août, nous pourrions vendre 40 soins enfants par mois et 60 soins duo par mois.</p> <p>Je souhaite que tu finalises ma démarche en calculant la marge que pourraient générer ces soins cet été.</p> <p>Cordialement,</p> <p>Chloé Le Tallec</p> <p><i>NB : Le taux de TVA est de 20%.</i></p>

Source : concepteurs du sujet