

RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

COMPÉTENCES ET SAVOIR-FAIRE

MISE EN RELATION DU RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES ET DU RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES	RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION	
	<p align="center">COMPÉTENCE GLOBALE</p> <p>Le (la) titulaire du baccalauréat professionnel Esthétique / cosmétique - parfumerie est un(e) professionnel (le) hautement qualifié(e). Il (elle) est compétent(e) en soins esthétiques du visage et du corps et en maquillage. Il (elle) conseille, vend des prestations de service, des produits cosmétiques et des produits de parfumerie. Il (elle) assure l'animation de pôles de vente et gère des unités de prestations de services ou de vente de produits cosmétiques et de parfumerie (institut, centre de beauté, parfumerie ...). Il (elle) participe à la formation des personnels et peut assurer la gestion administrative et financière de l'entreprise.</p>	
FONCTIONS	CAPACITÉS ET COMPÉTENCES TERMINALES	
<p align="center">ACCUEIL ET SUIVI DE LA CLIENTÈLE</p>	<p align="center">C1 S'INFORMER COMMUNIQUER</p>	<p>C 11 - Rechercher, sélectionner et traiter les informations</p> <p>C 12 - Transmettre des informations</p> <p>C 13 - Accueillir le (la) client(e) et assurer son suivi au cours de la prestation</p> <p>C 14 - Identifier les besoins du (de la) client(e)</p>
<p align="center">RÉALISATION DE TECHNIQUES ESTHÉTIQUES, DE MAQUILLAGES</p>	<p align="center">C2 ORGANISER GÉRER</p>	<p>C 21 - Gérer les produits et les équipements</p> <p>C 22 - Planifier les activités</p> <p>C 23 - Animer et encadrer le personnel</p> <p>C24 - Assurer le suivi de la clientèle</p> <p>C25 - Participer à la gestion de l'entreprise</p>
<p align="center">CONSEIL, VENTE, PROMOTION DE SOINS ESTHÉTIQUES, DE PRODUITS COSMÉTIQUES</p>	<p align="center">C3 CONCEVOIR METTRE EN ŒUVRE</p>	<p>C31 - Conseiller et vendre les services et les produits</p> <p>C32 - Concevoir et mettre en œuvre des protocoles de soins esthétiques</p> <p>C33 - Concevoir et réaliser des maquillages</p>
<p align="center">ANIMATION ET GESTION DE PERSONNEL</p>		<p>C34 - Mettre en place et animer des actions de promotions de produits cosmétiques et de soins esthétiques</p>
<p align="center">GESTION TECHNIQUE, ADMINISTRATIVE, FINANCIÈRE</p>	<p align="center">C4 CONTRÔLER ÉVALUER</p>	<p>C41 - Apprécier le résultat d'un protocole, d'une technique de soins esthétiques</p> <p>C42 - Évaluer la satisfaction de la clientèle</p> <p>C43 - Évaluer le travail du personnel</p> <p>C44 - Mesurer l'impact d'une action de promotion, de formation</p>

C1 - S'INFORMER COMMUNIQUER

C11 –Rechercher, sélectionner et traiter les informations

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none"> - un sujet d'études appartenant au champ professionnel du diplôme - des ressources documentaires (documentation scientifique, professionnelle, base de données....) - des sources d'informations : listes de fournisseurs, d'experts ... - des outils d'information et de communication (téléphone, minitel, internet ...) 	<ul style="list-style-type: none"> - de recenser les données existantes : <ul style="list-style-type: none"> • rechercher la documentation scientifique, professionnelle (technique, commerciale..), réglementaire • interroger les fabricants, les fournisseurs, les professionnels... • utiliser les outils d'information et de communication - de sélectionner, de classer les informations -de résumer les informations sous forme de fiches, de tableaux, de compte-rendu - de réaliser un dossier documentaire 	<ul style="list-style-type: none"> - un recensement judicieux des ressources documentaires, des informations, des experts à consulter - une sélection adaptée et un classement cohérent - une syntaxe exacte, une rédaction correcte, une présentation claire - un dossier pertinent et structuré

C12 - Transmettre des informations

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none"> - une situation de communication professionnelle : <ul style="list-style-type: none"> • interlocuteurs (personnel, clientèle, fournisseur) • objet de la communication : information technique, publicitaire, consignes... - outils de communication et de transmission : internet, téléphone, télécopieur, magnétoscope ... - supports : transparents, cassettes, papier... - coût des modes de communication et de transmission 	<ul style="list-style-type: none"> - de produire des messages pour différentes situations professionnelles : <ul style="list-style-type: none"> • écrits (fiche technique, fiche conseil, croquis d'auto maquillage, compte-rendu, lettre, note d'information, annonce publicitaire, prospectus...) • oraux (message et annonce sur répondeur téléphonique, prise de parole en public...) • visuels (plannings, affiches, graphiques...) - de choisir le mode de communication et de transmission adapté à l'interlocuteur ou à la situation 	<ul style="list-style-type: none"> - des messages adaptés et pertinents - une expression précise, structurée, correcte (syntaxe, orthographe...) - une présentation correcte (lisibilité, audibilité, ton, rythme...) - un choix judicieux et argumenté

C13 – Accueillir le (la) client(e) et assurer son suivi au cours de la prestation

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none"> - une situation professionnelle définie par : <ul style="list-style-type: none"> • le contexte humain (professionnel/client(e)) • le contexte matériel 	<ul style="list-style-type: none"> - d'adopter une attitude professionnelle - de créer les conditions d'accueil (hygiène, ambiances...) - de conduire un dialogue en situation de face à face ou par moyens de communication interposés - de présenter et commenter la prestation au cours des différentes phases - de s'assurer du confort du (de la) client(e) tout au long de la prestation 	<ul style="list-style-type: none"> - une tenue professionnelle adaptée - une attitude avenante - des conditions matérielles d'accueil convenant à la situation - des questions pertinentes et des réponses argumentées - une présentation aux moments opportuns de commentaires adaptés - l'identification correcte des éléments de confort du (de la) client(e)

C14 - Identifier les besoins du (de la) client(e)

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none">- une situation professionnelle :• client(e) ou modèle• matériels d'observation de la peau• fichier-clients• objet de la demande	<ul style="list-style-type: none">- de repérer les attentes, les besoins et les motivations du (de la) client(e)- d'identifier les caractéristiques du (de la) client(e) : style, maquillage, morphologie du visage, du corps, types de peau,- d'établir un bilan des attentes, des besoins et des motivations du (de la) client(e) en vue de vente ou de conseils d'utilisation de produits cosmétiques, de produits de parfumerie et/ou de soins esthétiques	<ul style="list-style-type: none">- une méthode d'identification adaptée (observation, questionnement...)- le repérage des éléments significatifs- une observation méthodique, un diagnostic exact- un report conforme des caractéristiques sur la fiche-client- une présentation argumentée du bilan

C2 – ORGANISER GÉRER

C21 – Gérer les produits et les équipements (consommables, outillages, linge, matériels)

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<p>Une situation professionnelle présentant tout ou partie des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les bons de commande, les bons de livraison, les factures • les produits (produits cosmétiques, produits de parfumerie..., produits d'entretien), les consommables, l'outillage, le linge, les matériels... • le matériel pour l'étiquetage • les coefficients multiplicateurs • les espaces, les éléments de rangement • la réglementation relative au stockage et à l'étiquetage des produits dangereux (produits d'entretien, produits volatils..) <ul style="list-style-type: none"> • l'état des entrées, des stocks, des sorties des produits, des consommables • les activités de l'entreprise, une estimation des ventes et les objectifs à atteindre • un fichier de stock (informatisé ou non) • les contraintes (budget, délais d'approvisionnement...) • les documents fournisseurs : fichiers et catalogues de produits et d'équipements, prix, conditions de vente • les documents administratifs : bons de commande, bons de livraison, factures.... <ul style="list-style-type: none"> • les matériels (ou liste) • les fiches techniques • les contrats de maintenance • les documents de suivi de la maintenance 	<ul style="list-style-type: none"> - d'organiser la réception, l'étiquetage, le rangement des produits, des consommables, de l'outillage, du linge et des matériels <ul style="list-style-type: none"> - d'assurer la gestion des stocks : <ul style="list-style-type: none"> • constituer le stock • assurer le suivi des stocks • exploiter les informations de l'inventaire • déterminer les seuils de commande pour le réapprovisionnement - évaluer les besoins (qualitatifs et quantitatifs) pour une activité ou pour une période déterminée en tenant compte de l'état des stocks - établir et transmettre un bon de commande <ul style="list-style-type: none"> - d'optimiser la gestion des matériels à des fins d'hygiène, de sécurité, de fiabilité et de rentabilité : <ul style="list-style-type: none"> • rédiger des protocoles d'emploi, des protocoles d'entretien • planifier les opérations de contrôle et de maintenance 	<ul style="list-style-type: none"> - une organisation logique dans l'espace et dans le temps - la formulation de consignes précises au personnel chargé des activités de réception, d'étiquetage, de rangement - le respect de la réglementation de l'étiquetage et du stockage des produits dangereux (produits d'entretien, produits volatils) <ul style="list-style-type: none"> - une estimation réaliste du volume, de la valeur et de la rotation des stocks - le calcul exact et la justification des seuils de commande - un inventaire juste des produits et des équipements - un réassortiment adapté - une commande pertinente dans le respect des contraintes données <ul style="list-style-type: none"> - des protocoles explicites et conformes aux objectifs (hygiène, sécurité, fiabilité, rentabilité) - des documents de suivi des matériels correctement établis (carnet d'entretien, historique des pannes et des travaux effectués..)

C22 – Planifier les activités

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<p>Une situation professionnelle donnant tout ou partie des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un plan de l'institut, de la parfumerie, de l'espace professionnel • le projet d'aménagement, de rénovation, d'extension • des ressources documentaires • les réglementations en vigueur • des données relatives à l'entreprise (activités...) des contraintes (budget...) • • les conditions de fonctionnement de la structure professionnelle (espaces de travail, jours et heures, carnet de rendez-vous...) • l'effectif et la qualification du personnel • des éléments de droit du travail et de la convention collective 	<p style="text-align: center;">Dans l'espace</p> <ul style="list-style-type: none"> - de proposer ou de choisir des aménagements : <ul style="list-style-type: none"> • pour les postes de travail • pour les espaces techniques, les espaces de soins, de vente, d'accueil... pour les locaux du personnel (vestiaire...) • de sélectionner des revêtements, l'éclairage, des couleurs,...en fonction des activités, de l'image de marque, de l'ambiance souhaitées <p style="text-align: center;">Dans le temps</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'élaborer un planning de travail du personnel : <ul style="list-style-type: none"> • journalier • hebdomadaire • trimestriel • annuel 	<ul style="list-style-type: none"> - une proposition judicieuse (fonctionnelle, ergonomique, esthétique intégrant les conditions d'hygiène et de sécurité) et argumentée - une justification du choix de projet retenu - des choix adaptés (budget, activités, esthétique ...) - la planification des activités en adéquation avec les contraintes et les souhaits de la clientèle, de l'entreprise, du personnel - le respect du code du travail et de la convention collective

C23 – Animer et encadrer le personnel

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<p>Une situation professionnelle présentant tout ou partie des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • le public concerné • des produits, des matériels, des prestations • une documentation technique et/ou commerciale • des protocoles de prestations • la description des postes, les profils du personnel (qualification, expérience professionnelle....) • les projets d'évolution de l'entreprise (informatisation, nouvelles prestations...) • le référentiel des diplômes • le projet pédagogique de l'organisme de formation • la description des postes (niveau de qualification, expérience souhaitée, compétences attendues) • les CV de candidats aux postes offerts 	<ul style="list-style-type: none"> - d'informer ou de former à la vente de produits, de prestations - d'informer ou de former à la mise en œuvre de produits, de prestations - de recenser les besoins de formation - de proposer une formation continue pour le personnel - de participer à la formation des personnels dans l'entreprise (stagiaires, apprenti(e)s) - de participer au recrutement du personnel <ul style="list-style-type: none"> • rédiger une offre d'emploi • sélectionner des candidats potentiels 	<ul style="list-style-type: none"> - l'identification pertinente des éléments sur lesquels la formation ou l'information doit porter (argumentation de vente, argumentation technique...) - une analyse argumentée des besoins de formation - une proposition de formation adaptée aux besoins des personnels et aux objectifs de l'entreprise - un contenu de formation en cohérence avec les objectifs du diplôme et avec le projet pédagogique de l'organisme de formation - une présentation concise et une rédaction claire et pertinente de l'offre d'emploi - une sélection argumentée des candidats en adéquation avec le poste à pourvoir

C24 – Assurer le suivi de la clientèle

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<p>Une situation professionnelle présentant tout ou partie des moyens de gestion de la clientèle (logiciel, fichier manuel liste de client(e)s ...)</p> <p>Une situation professionnelle assortie de données commerciales ...et un fichier -clients informatisé ou non</p>	<ul style="list-style-type: none"> - de concevoir, de renseigner, de mettre à jour un fichier-clients informatisé ou non - d'exploiter un fichier-clients à des fins commerciales (actions de fidélisation, actions promotionnelles ...) 	<ul style="list-style-type: none"> - l'élaboration correcte d'une fiche-client et un enregistrement précis d'informations - la présentation de la finalité commerciale ou de l'objectif visé - un choix pertinent des critères de sélection de la clientèle cible - une analyse des potentialités de la clientèle sélectionnée

C25 – Participer à la gestion de l'entreprise

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<p>Une situation professionnelle présentant tout ou partie des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un relevé des ventes de produits et de services • les données économiques (chiffre d'affaire..) • une situation conjoncturelle, des événements ou des évolutions • l'état des stocks • les prix coûtants • le coût horaire moyen • les charges : eau, électricité, impôts... • le taux de TVA • des documents administratifs, des documents bancaires (formulaires...) • des moyens de communication : téléphone, micro-ordinateur... • le fichier-clients • le tableau de bord de l'entreprise • des éléments comptables, des éléments de l'activité de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> - de prévoir l'évolution de l'activité de l'entreprise (nombre de prestations, chiffre d'affaire....) - de déterminer des actions promotionnelles et d'évaluer leurs effets - de déterminer les coûts de revient et le prix de vente des produits cosmétiques, produits de parfumerie et des services de soins esthétiques - d'effectuer le suivi des opérations bancaires : <ul style="list-style-type: none"> • préparer les versements à la banque • suivre les échéances financières • suivre les relevés bancaires - d'exécuter les travaux administratifs consécutifs à l'activité de l'institut, de la parfumerie ou du point de vente - d'organiser la relance des clients débiteurs - d'enregistrer les éléments du tableau de bord 	<ul style="list-style-type: none"> - une analyse exacte de l'activité - des propositions argumentées précisant les effets attendus et les indicateurs retenus pour apprécier les résultats - un calcul juste d'un prix de vente d'un produit, d'une prestation - un report correct d'informations sur les documents - une vérification juste des relevés et une indication de la conduite à tenir - un renseignement correct des documents - une présentation correcte et pertinente de formules ou des démarches de relance - un enregistrement correct des éléments du tableau de bord et une analyse comparative

C3 – CONCEVOIR METTRE EN OEUVRE

C31 – Conseiller et vendre les services et les produits

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<p>Une situation professionnelle présentant tout ou partie des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les produits, les matériels et les appareils, leur documentation technique, leur support publicitaire, • la liste des services • les tarifs habituels, promotionnels 	<ul style="list-style-type: none"> - de sélectionner les produits et les services en réponse à une demande ou à un besoin d'un(e) client(e) - d'argumenter la sélection effectuée - d'établir un devis, pour un service donné, et sa justification - de proposer une vente additionnelle de produits, de services - de conclure la vente 	<ul style="list-style-type: none"> - une présentation et une argumentation du choix des produits et des prestations proposées (propriétés, effets, avantages, contrainte, prix...) - une formulation appropriée de conseils donnés par rapport aux attentes, aux besoins, aux objections du (de la) client(e) - une présentation détaillée, précise et une justification de son contenu - des propositions pertinentes - une vente adaptée à la situation

C32 – Concevoir et mettre en œuvre des protocoles de soins esthétiques

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<p>Une situation professionnelle présentant tout ou partie des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des postes de travail équipés • un modèle (un(e) client(e)) • des produits, des appareils, leur documentation, leur support publicitaire • des matériels (onglerie...) • la liste des services et des soins esthétiques proposés • les tarifs habituels et promotionnels • un fichier-clients 	<ul style="list-style-type: none"> - d'établir un programme de soins esthétiques du visage, du corps, des mains, des pieds - de réaliser des soins esthétiques (visage, corps, mains, pieds) en utilisant des techniques manuelles, des produits cosmétiques, des appareils - de réaliser des épilations (visage, corps) - de réaliser la teinture, la décoloration de poils - de réaliser la permanente des cils - de réaliser la réparation d'ongles ou la pose de prothèses ongulaires - de réaliser des démonstrations de techniques de soins esthétiques (techniques manuelles, mise en œuvre de produits, utilisation d'appareils) 	<ul style="list-style-type: none"> - une programmation de soins en institut complétés éventuellement par le(a) client(e) à son domicile - un choix pertinent de soins esthétiques tenant compte du diagnostic, des attentes du (de la) client(e) et du contexte professionnel - la justification des produits et des techniques au regard du diagnostic établi - une organisation , une installation rationnelles et complètes du poste de travail - l'élaboration d'un protocole de soins esthétiques et sa justification - la maîtrise des techniques (gestuelle, utilisation d'appareils, de produits, de matériels) - le respect des conditions d'hygiène, de sécurité et d'ergonomie - le respect des règles d'économie - la gestion optimale du temps - l'enchaînement logique des différentes phases - respect de la réglementation en vigueur - une présentation séquencée des techniques de soins esthétiques et des explications pertinentes

**C34 – Mettre en place et animer des actions de promotion de produits cosmétiques,
de produits de parfumerie, de soins esthétiques**

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none"> - une documentation sur les produits, sur les services - un support publicitaire : <ul style="list-style-type: none"> • prospectus, affiche, annonce publicitaire • vidéo... - un descriptif de l'environnement des produits <ul style="list-style-type: none"> • un thème, une marque • un espace de vente - un fichier - clients informatisé ou non 	<ul style="list-style-type: none"> - d'analyser un support publicitaire - d'exploiter les éléments de valorisation d'un support publicitaire pour promouvoir un produit, un service - de mettre en valeur un support publicitaire - de présenter des produits sur un stand, dans une vitrine, sur un linéaire - de programmer, de concevoir, de préparer, d'animer une action de promotion d'un produit, d'un service dans un institut, une parfumerie - d'exploiter un fichier - clients à des fins de relance commerciale, de publipostage, de manifestations commerciales... 	<ul style="list-style-type: none"> - une critique pertinente sur le fond et la forme et éventuellement des suggestions - une présentation argumentée des éléments fondamentaux et de leurs règles d'utilisation - des choix justifiés et adaptés à l'optimisation de la publicité - une présentation harmonieuse, attractive, conforme à l'image de la marque, au thème... - une organisation argumentée de l'animation (espace, moment, durée, moyens...) - une maîtrise de la démarche d'animation, des méthodes et des moyens de communication - des propositions d'exploitation argumentées et conformes à la réglementation

C4 – CONTRÔLER ÉVALUER

C41 – Apprécier le résultat d'un protocole, d'une technique de soins esthétiques

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none"> - une situation professionnelle - des protocoles de techniques - des fiches techniques 	<ul style="list-style-type: none"> - de repérer des indicateurs d'efficacité - d'apprécier et d'analyser les écarts entre le résultat obtenu et le résultat attendu - de proposer des solutions 	<ul style="list-style-type: none"> - une présentation argumentée - une identification précise des écarts et une indication de leurs causes possibles - des solutions adaptées et réalistes

C42 – Évaluer la satisfaction de la clientèle

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none"> - une situation professionnelle • de vente – conseils • de soins esthétiques • de maquillage • un questionnaire d'enquête de satisfaction 	<ul style="list-style-type: none"> - d'identifier des indicateurs de satisfaction et de non satisfaction - de formuler un questionnaire pour recueillir la satisfaction du client - d'analyser les réponses en identifiant les causes de satisfaction et de non satisfaction - de proposer des solutions 	<ul style="list-style-type: none"> - la formulation d'indicateurs pertinents et de questions ciblées - un repérage des causes de satisfaction et de non satisfaction - des solutions argumentées et adaptées

C43 – Évaluer le travail du personnel

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none"> - une situation professionnelle d'encadrement - le statut des membres de l'équipe - la définition des postes de travail - les obligations fixées par l'entreprise (C.A, durée des prestations ...) - l'organisation du travail 	<ul style="list-style-type: none"> - de repérer les critères d'efficacité du travail dans l'entreprise - d'analyser les résultats du travail - de proposer des solutions 	<ul style="list-style-type: none"> - des indicateurs pertinents et adaptés à la situation - un repérage des causes des écarts observés entre le travail prescrit et le travail réalisé - des solutions argumentées et adaptées

C44 – Mesurer l'impact d'une action de promotion, de formation

On donne	On demande	On exige (indicateurs d'évaluation)
<ul style="list-style-type: none"> - une situation de promotion, de formation (objectifs, publics, contenus) - les indicateurs d'impact : <ul style="list-style-type: none"> • données commerciales (C.A, nouveaux marchés...) • données techniques (nouveaux produits, nouveaux services) et leurs évolutions - des analyses d'enquête de satisfaction 	<ul style="list-style-type: none"> - d'identifier les indicateurs d'impact - d'analyser les données - d'apprécier l'écart entre les résultats attendus et les résultats obtenus - de proposer des solutions 	<ul style="list-style-type: none"> - une présentation argumentée - une analyse objective et rigoureuse des données fournies - une comparaison méthodique des résultats - des propositions argumentées et réalistes

SAVOIRS ASSOCIÉS

S1 - Biologie humaine appliquée

S2 - Méthodes et technologies

- S2.1 Conseil en esthétique / cosmétique-parfumerie
- S2.2 Soins esthétiques pour le visage et le corps
- S2.3 Maquillage
- S2.4 Manucurie et beauté des pieds
- S2.5 Epilation
- S2.6 Parfums et produits parfumants
- S2.7 Bronzage
- S2.8 Coloration, décoloration

S3 - Cadre organisationnel

- S3.1 Ergonomie – hygiène - sécurité
- S3.2 Installation et aménagement des locaux
- S3.3 Réglementation professionnelle
- S3.4 Qualité de service

S4 - Gestion de l'entreprise

- S4.1 Le cadre de la création d'un institut, d'une parfumerie, du rachat et de l'exploitation d'un institut, d'une parfumerie existants
- S4.2 Le pilotage de l'entreprise
- S4.3 Les opérations comptables et administratives courantes
- S4.4 La gestion et le management du personnel
- S4.5 La vente-conseil

S1 - BIOLOGIE HUMAINE APPLIQUÉE

Connaissances

Limites de connaissances

1 - ORGANISATION GÉNÉRALE DU CORPS HUMAIN

1-1 LES DIFFÉRENTS SYSTEMES FONCTIONNELS ET LEUR SYNERGIE

systèmes tégumentaire, osseux, musculaire, nerveux, endocrinien, cardio-vasculaire, lymphatique, respiratoire, immunitaire, digestif, urinaire, génital

- présenter :
 - les organes constituant chaque système
 - la (les) fonction(s) de chaque système
 - les synergies entre les systèmes

1-2 ANATOMIE ET PHYSIOLOGIE DE L'APPAREIL LOCOMOTEUR

1-2-1 Organisation anatomique

- principaux os et muscles :
 - tête et cou
 - tronc
 - membres et ceintures (scapulaire, pelvienne)
- principales régions anatomiques
- l'oeil

- situer les principaux éléments anatomiques
- situer les régions du corps sur lesquelles intervient le professionnel de l'esthétique-cosmétique
- légèrer une coupe simplifiée des structures de l'œil (cornée, iris, cristallin, rétine)
- identifier les éléments anatomiques d'une articulation mobile
- définir, à partir d'exemples à caractère professionnel, les divers mouvements autorisés par une articulation mobile
- indiquer les différentes courbures de la colonne vertébrale, sa mobilité et les mettre en relation avec les positions ergonomiques
- analyser les gestes et postures de situations professionnelles et apprécier les risques à court et long terme

1-2-2 Articulations et mobilité du squelette :

- articulations mobiles et mouvements (flexion, extension, abduction, adduction, circumduction, rotation)
- colonne vertébrale et postures du dos

- indiquer les effets des différents stimuli sur les muscles (contraction, tétanisation) et leurs incidences physiologiques (production de chaleur, tonicité, fatigue...)
- expliquer les effets sur les muscles, des courants électriques utilisés en esthétique-cosmétique

1-2-3 Physiologie du muscle strié et applications en techniques esthétiques :

- excitabilité, contractilité (contraction isométrique et tonus musculaire, contraction isotonique)
- effets de l'exercice physique (actif et passif) sur les muscles et limites (fatigue musculaire...)
- effets des courants électriques sur les muscles striés

- mettre en relation l'activité réflexe et les techniques esthétiques de digito-pression
- indiquer les voies anatomiques de la conduction des messages olfactifs et des messages sensitifs tactiles et les mettre en relation avec les applications professionnelles

1-3 ANATOMIE ET PHYSIOLOGIE DU SYSTÈME NERVEUX

1-3-1 Activité réflexe

1-3-2 Intégration sensorielle et applications en esthétique-cosmétique / parfumerie :

- perception olfactive et arômes
- perception tactile et techniques esthétiques

- présenter les interdépendances anatomiques entre les systèmes cardio-vasculaire et lymphatique
- préciser les relations entre lymphé interstitielle, lymphé canalisée
- indiquer les territoires de l'organisme drainés par le canal thoracique et le canal lymphatique droit
- expliquer la formation de la lymphé, ses rôles
- présenter les effets éventuels des techniques manuelles de bien-être et de confort, sur la circulation sanguine et lymphatique (modelage, digitopression, pressoesthétique...)

1-4 ANATOMIE ET PHYSIOLOGIE DES SYSTEMES CARDIO-VASCULAIRE ET LYMPHATIQUE

1-4-1 Organisation générale et relations fonctionnelles entre les deux systèmes

1-4-2 Physiologie des systèmes circulatoires et applications en techniques esthétiques

1-5 ÉTUDE D'UNE GLANDE EXOCRINE : LA GLANDE MAMMAIRE

1-5-1 Structure de la glande et évolution aux principales étapes de la vie : puberté, grossesse, allaitement, ménopause

1-5-2 Dysharmonies anatomiques du sein (ptose, hypertrophie, hypotrophie)

- principes de réparations
- conduite à tenir par l'esthéticien(ne) face à ces chirurgies

1-6 PHYSIOLOGIE DU SYSTÈME ENDOCRINIEN

1-6-1 Glandes endocrines et sécrétions hormonales

1-6-2 Hormones sexuelles et effets physiologiques au cours de la vie

- présenter les caractéristiques de la glande et ses modifications aux principales étapes de la vie
- préciser les effets des techniques esthétiques appliquées aux soins esthétiques du buste
- justifier la conduite professionnelle à tenir

- identifier les principales glandes endocrines et leurs principaux rôles
- présenter les modifications morphologiques et physiologiques qui interviennent au cours de la vie sous l'action des hormones sexuelles

2- MATIÈRE VIVANTE : COMPOSITION ET ÉQUILIBRES PHYSIOLOGIQUES

2-1 Étude des biomolécules :

- eau
- éléments minéraux, vitamines
- substances azotées :
 - acides aminés essentiels
 - protéines : mélanines, kératines, élastines, collagènes
 - acides nucléiques (ADN, ARN)
- lipides :
 - acides gras essentiels, triglycérides, céramides
- glucides :
 - glucides simples, complexes, glycoprotéines

2-2 Notions de métabolisme

- anabolisme
- catabolisme

2-3 Équilibres physiologiques :

- équilibre énergétique : dépenses et apports énergétiques ; régulation et faim
- équilibre thermique et température corporelle
- équilibres hydrique, électrolytique : pertes et apports ; régulation et soif
- incidences de certaines techniques professionnelles sur ces équilibres

- indiquer les rôles de l'eau, des éléments minéraux, des vitamines dans l'organisme humain
- donner la localisation et le rôle des acides nucléiques
- définir un acide aminé essentiel, un acide gras essentiel et donner des exemples
- préciser la structure d'une protéine (structure primaire, secondaire), indiquer les conséquences sur la taille des molécules et dans les échanges entre le milieu intracellulaire et le milieu extracellulaire
- localiser les biomolécules au niveau de la peau et de ses annexes
- définir l'anabolisme et donner des exemples de synthèse dans l'organisme (protéines, réserves lipidiques)
- définir le catabolisme et donner des exemples de dégradations métaboliques (glucides ou lipides -> production d'énergie)
- indiquer pour la peau, les effets des radicaux libres et les facteurs favorisant leur formation
- énoncer les principales dépenses énergétiques de l'organisme humain et indiquer les conditions de l'équilibre énergétique
- indiquer la température corporelle humaine et préciser les conditions de son équilibre
- énumérer les principales pertes hydriques et électrolytiques de l'organisme humain et indiquer les conditions de l'équilibre
- donner le principe de la régulation de la faim et de la soif

3- LE SYSTÈME TEGUMENTAIRE

3-1 Caractéristiques de la peau et facteurs de variation (ethnie, sexe, âge, régions du corps, facteurs environnementaux...) :

- épaisseur
- couleur de la peau et pigments ; phototypes
- aspect de la surface cutanée
 - relief cutané : RmD, dermatoglyphes, rides...
 - caractéristiques physico-chimiques : film hydrolipidique, pH, tension superficielle
- flore résidente, flore transitoire
- variabilité selon la région du corps

3-2 Types de peaux ; états de la peau ; finalités des soins esthétiques :

- peau « normale », peaux grasses, peaux sèches
- peau sensible

3-3 Vieillesse cutané

- incidence des facteurs physiologiques (hormones) et des facteurs liés au mode de vie (alimentation, tabac, soleil ...)
- caractéristiques de la peau sénescence : caractéristiques visibles

3-4 L'épiderme et ses annexes ; propriétés physiologiques et applications en esthétique :

3-4-1 Caractéristiques de l'épiderme et de ses annexes

- renouvellement de l'épiderme et formation de la couche cornée
- système pileux : distribution sur le corps
- appareil pilo-sébacé :
 - cycle pileux
 - glande sébacée et sébum
 - glande sudoripare apocrine
- appareil sudoripare eccrine
- appareil unguéal

3-4-2 L'épiderme comme interface entre l'organisme et l'environnement :

- protection vis à vis du milieu environnant :
 - rayonnements et photoprotection naturelle ; incidences des UV sur la peau
 - barrière aux molécules étrangères (d'origine chimique)
 - barrière aux microorganismes
- contribution au maintien de l'équilibre de l'organisme
 - adaptation des déperditions (eau, éléments minéraux, énergie thermique)
 - synthèses (vitamine D)
- échanges

3-5 Le derme et l'hypoderme ; propriétés du tissu conjonctif

- structures et fonctions du derme et de l'hypoderme
- la cellulite : localisation, signes visuels et tactiles, facteurs favorisants, évolution.

- définir les différentes caractéristiques d'une peau
- caractériser une peau caucasienne, asiatique, négroïde

- indiquer les caractéristiques des différents types de peau
- justifier l'intérêt des techniques manuelles esthétiques, des techniques utilisant les appareils et de l'utilisation des produits cosmétiques sur la peau

- décrire l'évolution de la peau au cours de la vie et l'incidence des divers facteurs sur le vieillissement cutané
- identifier les signes de vieillissement cutané
- expliquer la formation des rides

- décrire le renouvellement de l'épiderme en précisant les conséquences sur les caractéristiques externes de la peau et le mettre en relation avec les techniques esthétiques
- préciser les rôles du système pileux
- décrire le cycle pileux et le mettre en relation avec les différentes techniques d'épilation
- mettre en relation les sécrétions des glandes cutanées et les caractéristiques de la peau
- décrire l'appareil unguéal et mettre en relation sa structure avec les techniques de manucurie
- justifier l'intérêt de techniques esthétiques adaptées

- présenter la diversité des fonctions de l'épiderme en tant qu'élément :
 - de protection
 - de maintien de l'équilibre de l'organisme
 - d'échanges

- présenter les modifications de structure du derme et de l'hypoderme au cours de la vie et leurs incidences sur les qualités de la peau (aspect, tonicité...)
- préciser les effets des techniques esthétiques

3-6 Microcirculation cutanée

- flux sanguin et lymphatique cutané
- variations du flux : vasodilatation et vasoconstriction

3-7 Traumatismes

- Hématomes, oedèmes, cicatrices

- indiquer les rôles de la circulation cutanée
- définir la vasoconstriction et la vasodilatation et préciser leurs incidences sur la circulation cutanée et sur la physiologie de la peau
- justifier l'effet des techniques manuelles, des techniques utilisant des appareils et des produits cosmétiques
- définir les différents traumatismes apparents au niveau de la peau
- indiquer les limites de compétences de l'esthéticien(ne) et la conduite à tenir

4- DERMATOLOGIE

4-1 Reconnaissance des principales maladies de la peau à partir des lésions élémentaires les plus couramment observées :

- Macules
- Papules
- Vésicules
- Pustules
- Squames
- Atrophies cutanées
- Tumeurs cutanées

4-1-1 Les macules

- Les macules rouges

- Erythèmes
 - Intertrigos
 - Anomalies vasculaires de la peau :
 - + érythrose
 - + couperose
 - + rosacée

- Les dyschromies

- Hypopigmentations :
 - vitiligo
 - albinisme
- Hyperpigmentations :
 - éphélides
 - lentigos
 - mélasma

4-1-2 Les papules

- Verrues planes
- Urticaires
- Xanthomes

4-1-3 Les vésicules

- Herpès, zona
- Herpès circiné
- Eczéma

4-1-4 Les pustules

- Folliculites
- Impétigo

4-1-5 Les squames

- Psoriasis
- Dermatite séborrhéique
- Pityriasis rosé de Gibert
- Pityriasis versicolor

4-1-6 Les atrophies cutanées

- Vergetures

- définir une lésion élémentaire en dermatologie indiquer et définir les lésions élémentaires les plus couramment observées.

- indiquer pour chaque dermatose :
 - + les manifestations et les localisations habituelles
 - + le mécanisme et/ou l'agent causal
 - + les facteurs favorisants et/ou aggravants
- présenter les limites d'intervention de l'esthéticien(ne) ou les précautions à prendre lors des soins esthétiques

4-1-7 Les tumeurs cutanées

- Tumeurs cutanées bénignes
 - verrues
 - grains de beauté
 - chéloïdes
 - angiomes cutanés
- Cancers cutanés
 - épithéliomas
 - mélanomes

4-2 Affections des annexes cutanées

4-2-1 L'acné

4-2-2 Les affections des phanères

- Affections des cheveux
 - + calvitie
 - + pelade
- Affection des ongles
 - + modification de la forme des ongles
 - + onychogryphose
 - + modification de la surface des ongles
 - + modification de la couleur des ongles

4-2-3 Les hyperhidroses

4-2-4 Affections spécifiques du cuir chevelu

- Etats pelliculaires
- Teignes

5- HYGIÈNE DE VIE ET SANTÉ

5-1 Équilibre staturo-pondéral ; morphologie corporelle

- indiquer et/ou appliquer des modes de calcul du poids en fonction de la taille pour les adultes
- définir les termes "masse maigre" et de "masse grasse" et indiquer les facteurs de variation et les facteurs d'évolution de ces deux éléments corporels
- caractériser les types morphologiques corporels

5-2 Hygiène alimentaire

- équilibre alimentaire

- indiquer les caractéristiques nutritionnelles essentielles des groupes d'aliments
- énoncer les règles de base de l'équilibre alimentaire qualitatif
- justifier l'apport quotidien en eau
- indiquer les avantages et les limites des compléments nutritionnels
- indiquer les conditions optimales de la prise alimentaire (rythme des repas, ambiance, durée...)

- rythmes alimentaires

5-3 Activités physiques

- préciser les effets de l'activité physique sur l'organisme et indiquer les précautions à prendre avant, pendant et après toute activité physique

5-4 Biorythmes : sommeil, activités, repos, stress

- définir le rythme biologique et préciser les facteurs de variation
- décrire le cycle du sommeil, préciser les conditions optimales pour un bon sommeil et les effets attendus
- définir le stress et indiquer ses effets sur l'organisme

5-5 Substances toxiques

- indiquer les effets des substances toxiques (tabac, alcool ...) sur les différentes fonctions de l'organisme

6- BIOCONTAMINATIONS ET PRÉVENTION

6-1 Biocontaminations en milieu professionnel

- diversité des flores et caractéristiques (flores commensales, pathogènes, opportunistes...)
- voies de contaminations

6-2 Étude de quelques micro-organismes pouvant présenter un risque infectieux en esthétique-cosmétique

- Bactéries (staphylocoques, streptocoques), virus (VIH, herpès, hépatites, papillomavirus), champignons (candida, dermatophytes)

6-3 Étude de quelques parasites

- Pediculus capitis, sarcopte de la gale, phthirus pubis

6-4 Moyens de défense de l'organisme

- immunité non spécifique et rôle particulier de la peau
- immunité spécifique

6-5 Lutte antimicrobienne en milieu professionnel

- hygiène corporelle
- hygiène des matériels et des locaux
- hygiène du linge

- préciser les différentes flores et indiquer leurs caractéristiques
- analyser les différents risques de contamination en milieu professionnel et les mettre en relation avec les diverses flores susceptibles d'être rencontrées
- identifier dans le milieu professionnel les facteurs favorables au développement microbien

- présenter le caractère pathogène des micro-organismes étudiés, les conséquences pour la santé des personnes et les situations professionnelles dans lesquelles ils peuvent être transmis

- présenter le caractère pathogène des parasites, les conséquences pour la santé des personnes et les situations professionnelles dans lesquelles ils peuvent être transmis

- indiquer les différents moyens mis en jeu par l'organisme pour s'opposer aux agressions microbiennes

- identifier pour des situations professionnelles, les risques de contaminations potentiels et indiquer les moyens à mettre en œuvre par le professionnel pour éviter ou réduire les contaminations
- justifier l'emploi d'agents physiques, d'agents chimiques pour lutter contre les biocontaminations
- justifier les mesures d'hygiène appliquées au milieu professionnel

S2 - MÉTHODES ET TECHNOLOGIES

Connaissances	Limites de connaissances
S2.1 CONSEIL EN ESTHÉTIQUE/COSMÉTIQUE - PARFUMERIE	
<p>1- ÉTUDE DE LA CLIENTÈLE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Typologies de clients : <ul style="list-style-type: none"> ◦ influence de l'âge, du sexe, de l'ethnie, du statut social, des groupes d'appartenance, de l'évolution des mentalités sur la demande et les attentes de la clientèle ◦ les sociostyles • Image de soi <ul style="list-style-type: none"> ◦ importance dans la vie sociale, dans la vie professionnelle ... ◦ valorisation de l'image ◦ analyse de situations particulières : maladies et traitements associés, insertion ou réinsertion ... • Méthodes d'observation du (de la) client(e) et critères d'identification : <ul style="list-style-type: none"> ◦ du style, ◦ de la morphologie (silhouette, visage) ◦ du type de peau prenant en compte les éventuelles allergies exprimées par le (la) client(e) ◦ des imperfections et anomalies ◦ d'éventuelles allergies <p>2- BILAN ET DIAGNOSTIC ; CONSEILS AU (A LA) CLIENT(E)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiches techniques : <ul style="list-style-type: none"> ◦ fiches d'observation ◦ fiches conseils (soins esthétiques, maquillage) ◦ fiches de suivi de clientèle • Élaboration d'un soin ou d'un programme de soins esthétiques pour le visage, le corps, les mains, les pieds <p><i>Personnalisation des conseils en esthétique/cosmétique et parfumerie</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - caractériser à partir d'enquêtes, d'études ... les différents types de client et qualifier leurs besoins, leurs attentes, leurs désirs : <ul style="list-style-type: none"> ◦ en fonction du lieu d'achat (distribution sélective, distribution non sélective ...) ◦ en fonction des produits et services demandés par le client(e) - identifier les apports de l'esthétique/cosmétique et de la parfumerie dans la valorisation de l'image de soi - analyser les résultats d'enquête de fréquentation, de consommation, de comportement pour identifier les stratégies de conseil personnalisé à mettre en place - présenter les étapes de l'observation du client(e) en précisant les moyens visuels, tactiles, instrumentaux...utilisés - identifier les critères qui permettent de porter un diagnostic esthétique personnalisé - indiquer les objectifs et justifier les caractéristiques des différents types de fiches utilisées par les professionnels - définir les caractéristiques d'un programme de soins (complémentarité des produits, enchaînement des soins, fréquence ...) - concevoir et justifier un ou des programme(s) de soins adapté(s) à l'observation, tenant compte de la complémentarité des produits et des contraintes liées au client(e) ou à l'entreprise - indiquer les modes de personnalisation des conseils donnés (adéquation du conseil aux attentes du (de la) client(e), choix des arguments, suivi de la clientèle) en fonction du lieu d'exercice professionnel
S2.2 SOINS ESTHÉTIQUES POUR LE VISAGE ET LE CORPS	
<p>1- COMPOSANTES DES SOINS ESTHETIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produits cosmétiques <ul style="list-style-type: none"> ◦ composition générale d'un produit cosmétique ◦ classification des produits cosmétiques ◦ réglementation <ul style="list-style-type: none"> - fabrication, contrôle des produits - mise sur le marché ; étiquetage ◦ gammes de produits cosmétiques et formes commerciales (contenus et contenants) 	<ul style="list-style-type: none"> - différencier dans les produits cosmétiques, l'excipient, les principes actifs, les adjuvants, les additifs - caractériser les produits cosmétiques (réglementation, conditions de mise sur le marché ...) - analyser une gamme de produits en vue de concevoir un programme de soins esthétiques ou de donner des conseils - indiquer les caractéristiques des tests d'innocuité ou d'efficacité dont les produits cosmétiques font l'objet - identifier le (les) principe(s) actif(s) dans un produit considéré - préciser les propriétés, les effets des principes actifs contenus dans le produit - déterminer les caractéristiques organoleptiques d'un produit - établir une étude comparative entre des produits ayant la même action

- **Matériels et appareils utilisés en esthétique**

- modes d'action
- finalité en esthétique

- **Techniques manuelles**

- principes généraux des techniques manuelles (geste, rythme, pression, durée, sens du mouvement, surface concernée, utilisation ou non de produits...)
- classification des techniques et buts recherchés

2- TECHNIQUES DE DÉMAQUILLAGE ET DE NETTOYAGE DE LA PEAU

- **Objectifs des techniques**
- **Produits nettoyants et produits d'hygiène cutanée**
- **Matériels**
- **Méthodes : étapes, évaluation du résultat**

3- TECHNIQUES DE SOINS ESTHÉTIQUES DU VISAGE, DU CORPS

- **Objectifs des soins esthétiques sur les différentes régions anatomiques**

- **Soins esthétiques du visage :**

- techniques manuelles
- produits de soins cutanés : produits de gommage, produits de soins esthétiques (protection, hydratation, tenseurs, anti-âge, anti-rides...), masques
- matériels électriques pour une action mécanique, thermique, physico-chimique, électro-stimulante
- matériels émetteurs d'ondes acoustiques

- **Soins esthétiques spécifiques pour le corps**

- techniques spécifiques pour le corps : techniques manuelles (modelage, digitopression, pressoesthétique techniques californiennes ...) et effets recherchés :
 - relaxant, raffermissant, tonifiant
 - bien-être, confort ...
- produits spécifiques pour le corps : produits de gommage, produits d'enveloppement, produits amincissants, produits raffermissants, produits relaxants, produits solaires ...
- matériels spécifiques pour soins esthétiques du corps :
 - matériels électriques pour une action mécanique, thermique, physico-chimique (électropénétration), électrostimulation ...
 - matériels émetteurs d'ondes acoustiques
 - équipements spécifiques : hammam, sauna, balnéo-esthétique, appareils à émission d'ultra-violets

- différencier les matériels selon le mode d'action (mécanique, thermique, physico-chimique, par électrostimulation, par rayonnement, par ondes acoustiques...) et/ou le but recherché (nettoyant, aseptisant, hydratant, tonifiant, apaisant, stimulant)
- identifier le ou les paramètres à contrôler pour une utilisation sécurisée (pression, température, intensité, fréquence d'utilisation ...)
- établir la relation entre le mode d'action et le but recherché
- différencier les techniques manuelles en fonction du but recherché (effet apaisant et relaxant, tonifiant, drainant, assouplissant...)
- établir la relation entre la ou les techniques manuelles et le but recherché
- préciser les conditions d'un démaquillage ou d'un nettoyage de peau efficace, les moyens de contrôle par le professionnel et les critères d'efficacité
- présenter l'action conjointe des différents types de produits choisis (caractéristiques de composition et modes d'action), des matériels utilisés (principe d'action et effets attendus) et des étapes mises en oeuvre
- justifier les étapes d'un soin esthétique ou d'un programme de soins esthétiques en fonction d'une observation/demande et en fonction du but recherché
- présenter l'action conjointe des différents types de produits choisis (caractéristiques de composition et modes d'action), des matériels utilisés (principe d'action et effets attendus) et des techniques mises en oeuvre dans le cadre d'un diagnostic esthétique personnalisé
- caractériser les techniques spécifiques pour les soins esthétiques du corps

S2.3 MAQUILLAGE

1 - OBJECTIFS DU MAQUILLAGE ET ASPECTS HISTORIQUES

2 - PRINCIPES GENERAUX DU MAQUILLAGE ET PARAMETRES DU CHOIX :

- **Personnalité et demande exprimée**
- **Morphologie, atouts et imperfections**
- **Mode...**

3- DIFFERENTS MAQUILLAGES :

- **Mise en beauté**
- **Maquillages personnalisés en fonction des circonstances, des évènements, de l'âge (mariage, soirée, dîner, fêtes ...)**

4 - TECHNIQUES DE MAQUILLAGE

- **Produits de maquillage :**
 - classifications
 - textures, harmonies
- **Artifices de maquillage** (permanente des cils, accessoires divers...)
- **Protocole d'application des produits de maquillage**
- **Mise en valeur et correction de la morphologie du visage, de la couleur et de l'aspect de la peau**

5- TECHNIQUES D'AUTOMAQUILLAGE

- analyser les caractéristiques d'une cliente, à prendre en compte pour un maquillage proposé ou demandé
- caractériser chaque maquillage en précisant pour chacun les éléments de différenciation, les produits utilisés, les harmonies à respecter
- proposer un projet de maquillage adapté à la demande
- justifier l'ordre d'application des produits, le choix des harmonies colorées et les corrections ou les accentuations portées
- justifier les étapes d'une technique d'automaquillage et les recommandations données à la cliente

S2.4 MANUCURIE ET BEAUTÉDES PIEDS

1 - OBJECTIFS DE LA MANUCURIE ET DE LA BEAUTÉ DES PIEDS

2- TECHNIQUES

- **Matériels et produits**
- **Techniques de soins esthétiques des ongles**
- **Techniques de soins esthétiques spécifiques des mains et des pieds :** gommage, modelage, enveloppement...
- **Techniques de réparation des ongles :** pansements esthétiques, prothèses ongulaires, résines...
- **Techniques d'embellissement, de maquillage des ongles**

- présenter l'action conjointe des différents types de produits choisis (caractéristiques de composition et modes d'action), des matériels utilisés (principe d'action et effets attendus) et des techniques mises en œuvre dans le cadre d'un diagnostic esthétique personnalisé

S2.5 ÉPILATION

Seules seront mises en œuvre les techniques d'épilation que peuvent pratiquer les esthéticiennes. Cependant la formation permettra une approche des techniques autorisées aux autres professionnels (étude théorique et démonstration).

1- PRINCIPES DE L'ÉPILATION

Différents types d'épilation ; actions sur le poil, durabilité de l'effet, limites des pratiques en France et en Europe

2 - ÉPILATION TEMPORAIRE

- **Techniques**
- **Produits spécifiques :** pré-épilatoires, post-épilatoires...

3- ÉPILATION DURABLE

- indiquer les compétences de l'esthéticienne dans les pays de la communauté européenne en matière d'épilation
- comparer les diverses techniques d'épilation en vue de choisir la technique la mieux adaptée
- préciser les effets des produits spécifiques
- présenter le principe de techniques d'épilation durable (moyens utilisés, efficacité...)

S2.6 PARFUMS ET PRODUITS PARFUMANTS

Cette partie est étudiée en relation avec le cours de biologie appliquée (intégration sensorielle).

1- HISTOIRE DU PARFUM	- présenter l'histoire du parfum
3- RÔLE DES MARQUES sur l'image, l'évolution, l'impulsion dans la création des parfums	- présenter le rôle créatif des fabricants de parfum et l'importance de leur communication publicitaire pour la promotion de concepts innovants
4- ÉVOLUTION DE LA DISTRIBUTION DES PARFUMS ET DES PRODUITS PARFUMANTS	- commenter l'évolution de la distribution des produits de parfumerie (parfumerie sélective et autres circuits)
5- PERCEPTION OLFACTIVE D'UN PARFUM	- définir les divers temps qui caractérisent la perception olfactive d'un parfum (note de tête, note de cœur ou note moyenne, note de fond ou note de base) - préciser les conditions optimales de perception olfactive d'un parfum (liées au parfum lui-même, liées à la personne, liées au contexte ...)
6- FAMILLES ET SOUS FAMILLES OLFACTIVES DES PARFUMS <ul style="list-style-type: none">• familles : hespéridée, florale, fougère, chypre, boisée, ambrée, cuir• sous-familles : hespéridé aromatique, boisé	- identifier et présenter les caractéristiques de chaque famille olfactive - repérer une famille ou une sous famille dans la classification des parfums
7- COMPOSANTS DES PARFUMS ET FONCTIONS RESPECTIVES DANS LA PERCEPTION OLFACTIVE	- indiquer la fonction et l'origine des divers composants (origine naturelle, de synthèse...) - mettre en relation ces composants et la perception olfactive
8- CREATION, FABRICATION ET LANCEMENT D'UN PARFUM	- préciser les différentes étapes de la création, de la fabrication d'un parfum et de la démarche de lancement - indiquer les notes dominantes d'un parfum masculin, d'un parfum féminin, d'un parfum pour enfant... - présenter les conditions optimales de mise en valeur des parfums (flaconnage, emballage, marque, merchandisage)
9- PRODUITS PARFUMANTS ET LIGNES DE PRODUITS : <ul style="list-style-type: none">° extraits° eaux de parfum° eaux de toilette° eaux de Cologne° produits parfumants dérivés (produits d'hygiène et de soins corporels)	- comparer les caractéristiques des différents parfums, des produits parfumants et des produits cosmétiques parfumés - identifier dans une ligne, les différents produits (produits parfumants, produits cosmétiques...)

S2.7 LES RAYONNEMENTS ULTRAVIOLETS

Cette partie s'appuie sur le contenu du décret 2013-1261 du 27 décembre 2013, actuellement en vigueur, relatif à la vente et à la mise à disposition du public de certains appareils utilisant des rayonnements ultraviolets et sur les arrêtés en vigueur. Cette partie est traitée en relation étroite avec les savoirs de biologie humaine appliquée et de sciences physiques et chimiques.

1- LA NATURE PHYSIQUE DES RAYONNEMENTS ULTRAVIOLETS

- UVA, UVB, UVC

2- LES ULTRAVIOLETS NATURELS ET LES ULTRAVIOLETS ARTIFICIELS

- Le rayonnement solaire et le contexte géographique
- Les sources artificielles et leurs différentes caractéristiques

3- LES RÉACTIONS DE LA PEAU ET DE L'ŒIL AUX RAYONNEMENTS ULTRAVIOLETS

- L'érythème solaire ou coup de soleil
- Le bronzage

4- LES RISQUES LIÉS À L'EXPOSITION AUX ULTRAVIOLETS, COMPRENANT NOTAMMENT :

- Les photodermatoses
- Les réactions phototoxiques et photo-allergiques
- Le vieillissement photo-induit
- Les cancers cutanés et photo-induits
- Les risques pour l'œil

5- LES RÈGLES GÉNÉRALES EN MATIÈRE DE PHOTOPROTECTION

6- LES RECOMMANDATIONS ET NORMES EN VIGUEUR EN MATIÈRE D'EXPOSITION AUX ULTRAVIOLETS

7- LA RÉGLEMENTATION FRANÇAISE RELATIVE AUX APPAREILS UTILISANT DES RAYONNEMENTS ULTRAVIOLETS

- Les catégories d'appareils émetteurs de rayonnements ultraviolets
- Les obligations relatives à la réglementation actuellement en vigueur

8- LES RISQUES PROFESSIONNELS, ET LA PREVENTION DE CEUX-CI, LIÉS À L'UTILISATION DES APPAREILS UTILISANT DES RAYONNEMENTS ULTRAVIOLETS

- Définir les rayons ultraviolets
- Identifier les ultraviolets selon leur plage de longueur d'onde
- Citer la limite entre UVA et UVB.
- Établir la relation entre la longueur d'onde et l'énergie émise
- Décrire la transmission du rayonnement dans le tégument
- Indiquer les matériaux utilisés comme filtres aux différents rayonnements

- Distinguer les deux sources d'émission de rayonnements ultraviolets
- Indiquer leurs différentes caractéristiques

- Définir l'érythème solaire
- Définir les réactions : immédiate et retardée

- Énumérer les différents risques pour la peau et l'œil
- Décrire chaque risque

- Définir la dose minimale érythémateuse(DME)
- Énumérer les phototypes
- Présenter les caractéristiques de chaque phototype
- Formuler les conseils à la clientèle en fonction de son phototype
- Définir l'index UV
- Conseiller la clientèle à partir de la grille des valeurs de l'Index UV

- Énumérer les recommandations en matière d'exposition aux ultraviolets naturels
- Indiquer à partir des normes en vigueur, **pour la clientèle et les professionnels**, les recommandations en matière d'exposition aux ultraviolets artificiels

- Citer les quatre catégories d'appareils émetteurs de rayonnements ultraviolets artificiels
- Nommer les catégories d'appareils de bronzage pouvant être mis à disposition du public
- Citer les obligations administratives
- Énumérer les conditions d'utilisation et de commercialisation des appareils de bronzage
- Énoncer les avertissements, en particulier sanitaires, à destination de la clientèle

- Énoncer les règles d'hygiène des appareils de bronzage et des locaux recevant ces appareils
- Énumérer les recommandations en matière d'exposition à proximité de ces appareils de bronzage (utilisation, mise à disposition, entretien).

S2.8 COLORATION, DÉCOLORATION

1 - OBJECTIFS ET PRINCIPES DE LA COLORATION, DE LA DECOLORATION

- indiquer le principe de la coloration des poils, de la coloration de la peau (maquillage de longue durée) et le but esthétique recherché
- indiquer le principe de la décoloration des poils et le but esthétique recherché
- justifier les mesures réglementaires relatives à la coloration des poils et de la peau et à la décoloration des poils

2- COLORATION / DECOLORATION DES POILS

- Produits de coloration et de décoloration : caractéristiques, principes d'utilisation et contrôles à effectuer
- Méthodes : étapes, précautions et contre-indications

- justifier les étapes d'un protocole de coloration ou de décoloration des poils
- présenter les mesures de sécurité à prendre dans la mise en œuvre d'une technique de décoloration, de coloration

3- MAQUILLAGE/PIGMENTATION DE LA PEAU

- Principe, techniques, précautions

- indiquer le principe du maquillage/pigmentation de la peau, son intérêt esthétique, les risques, la durée du maquillage obtenu
- justifier les mesures d'hygiène et les précautions à prendre

S 3 - CADRE ORGANISATIONNEL ET RÉGLEMENTAIRE

Connaissances

Limites de connaissances

S3-1 ERGONOMIE - HYGIÈNE – SÉCURITÉ

Cet enseignement est utilement complété par l'enseignement facultatif d'Hygiène – prévention - secourisme.

1- L'ACTIVITÉ DE TRAVAIL

1-1 Composantes de l'activité de travail

- charge physique : travail debout, piétinement, travail en continu
- postures
- charge mentale : diagnostic, écoute, conseil, responsabilité ...

1-2 Facteurs influençant l'activité de travail et les facteurs de risques (accidents du travail et maladies professionnelles)

2 – AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL, PRÉVENTION DES RISQUES PROFESSIONNELS

Principes relatifs :

- à l'implantation et à l'aménagement des espaces de travail : postes, circulation
- aux gestes et aux postures adaptés à l'activité
- à l'organisation du travail (travail en équipe, organisation temporelle...)
- aux ambiances physiques du travail
- à l'hygiène générale des locaux
- à la prévention des risques spécifiques : risque électrique, risque microbiologique, risque chimique

3- SANTÉ – SÉCURITÉ AU TRAVAIL

3-1 Aptitude physique à l'exercice du métier

3-2 Surveillance médicale : embauche et suivi au cours de l'activité professionnelle

3-3 Acteurs de la santé au travail :

- Inspection du travail
- Service de santé au travail

4- SECOURISME

- Identifier et analyser, à partir de situations de travail :
 - les différentes composantes de l'activité,
 - les facteurs interférant sur l'activité : facteurs liés à l'opérateur, à la production de service, aux ambiances physiques
 - les risques spécifiques : chimiques, microbiologiques, électriques
 - les effets de l'activité de travail (positifs et négatifs)
- identifier, à partir de données statistiques, les principales causes d'arrêts de travail dans le secteur professionnel, les principales pathologies (troubles musculo-squelettiques, troubles circulatoires, troubles respiratoires, allergies de contact...)
- présenter et justifier les principes d'amélioration des conditions de travail
- choisir des solutions qui améliorent les conditions de travail
- préciser en les justifiant, pour des postes de travail donnés, les conditions optimales de réalisation technique respectant les objectifs de santé, de sécurité et d'efficacité du travail
- justifier le contrôle médical préalable à l'exercice du métier ou à l'entrée en formation
- justifier la surveillance médicale au cours de l'activité professionnelle
- indiquer les missions de l'inspection du travail et du service de santé au travail
- cf : attestation de formation aux premiers secours ou certificat de sauveteur-secouriste du travail

S3-2 INSTALLATION ET AMENAGEMENT DES LOCAUX

1 – CARACTÉRISTIQUES DES LIEUX DE TRAVAIL DU PROFESSIONNEL

- diversité des lieux : local permanent, espace professionnel temporaire
- diversité des activités : locaux pour activités polyvalentes, pour activités spécialisées, espaces de vente

2- AGENCEMENT DES ESPACES ET DES POSTES DE TRAVAIL

2-1 Les divers espaces et postes de travail

- fonction
- caractéristiques : surfaces nécessaires, matériaux, couleurs
- étude de plans

2-2 Équipements spécifiques et mobiliers

- liés aux divers espaces
- liés aux diverses activités

3- AMBIANCES DES LIEUX DE TRAVAIL

- ambiance thermique
- ambiance sonore
- ambiance lumineuse
- qualité de l'air

4 - ÉQUIPEMENT GENERAL DES LIEUX D'ACTIVITÉS

- approvisionnement en eau potable ; qualité de l'eau
- évacuation des déchets
- électricité
- éclairage
- aération, ventilation
- chauffage, climatisation
- sonorisation, insonorisation
- revêtements des surfaces (murs et sols)

5- SÉCURITÉ ET MAINTENANCE

5-1 Conformité des locaux et informations des personnes tenant compte :

- *des activités conduites*
- *de l'accueil d'une clientèle*
- *des exigences d'hygiène*
- *de la sécurité électrique*
- *du risque d'incendie*

5-2 Maintenance des locaux, des équipements généraux, des équipements spécifiques

- Entretien courant des équipements : nettoyage, surveillance de leur dégradation
- Plan de maintenance des équipements ; contrats de maintenance ;
- Organismes de contrôle de la sécurité des locaux et des équipements

- optimiser l'organisation des lieux de travail en fonction de l'étude du marché, du cahier des charges, du type d'activité prévu

- conduire une étude fonctionnelle d'un local professionnel à partir d'un plan et d'éléments relatifs à une ou des activités réalisée(s)

- présenter une étude comparative des mobiliers, des matériaux, des éléments de décoration

- définir les conditions optimales de confort et d'efficacité pour diverses activités et proposer les solutions adaptées
- analyser l'impact de l'activité professionnelle sur les ambiances thermique, sonore, lumineuse prenant en compte les notions de confort pour la clientèle, pour le professionnel ainsi que l'efficacité dans le travail

- justifier un projet d'aménagement et de fonctionnement d'un local professionnel pour des activités professionnelles données :

- calcul des consommations de fluides, d'énergie et coûts
- solutions techniques en réponse aux besoins
- implantations de l'équipement général et des équipements spécifiques

- mettre en relation les exigences réglementaires en matière de sécurité, d'hygiène des locaux professionnels et les conséquences sur la signalisation, les équipements de prévention et d'hygiène, la conformité de l'installation aux objectifs des activités professionnelles.

- proposer et justifier les protocoles de nettoyage et leur fréquence d'application
- identifier les points de dégradation à surveiller
- organiser la maintenance
- analyser les clauses d'un contrat de maintenance
- présenter les organismes et leurs missions

S3-3 RÉGLEMENTATION PROFESSIONNELLE

(selon la réglementation en vigueur)

<p>1- EXERCICE DE LA PROFESSION</p> <p>1-1 Domaines d'activités de l'esthéticien(ne) ; obligation de qualification professionnelle ; limites de compétences</p> <p>1-2 Image du professionnel de l'esthétique-cosmétique et de la parfumerie</p> <p>1-3 Métiers et emplois ; conventions collectives des divers secteurs d'activité de l'esthéticien(ne)</p> <p>1-4 Conditions d'exercice :</p> <ul style="list-style-type: none">- Artisanat (fixe, itinérant)<ul style="list-style-type: none">• nomenclature des métiers : métiers de service• titres d'artisan, de maître-artisan- Entreprises de distribution sélective- Autres entreprises (production, distribution, services)- Travailleur indépendant	<ul style="list-style-type: none">- préciser les conditions requises pour exercer l'activité d'esthéticien(ne)- préciser les champs d'intervention professionnelle des esthéticiens (nes) en les différenciant de ceux des professions médicales ou paramédicales- présenter les caractéristiques de l'image du professionnel selon les secteurs d'activités et selon l'entreprise- présenter la diversité des métiers et des emplois selon les secteurs d'activité- analyser les droits et obligations relatifs aux conventions collectives- définir les services fournis à la clientèle dans l'exercice professionnel et préciser les incidences (qualité de service, information, protection et sécurité du consommateur)- indiquer les conditions d'accès au titre d'artisan, de maître-artisan, de travailleur indépendant
<p>2- OBLIGATIONS RELATIVES A LA MISE A DISPOSITION DES APPAREILS EMETTEURS DE RAYONNEMENTS ULTRA VIOLETS</p>	<ul style="list-style-type: none">- mettre en relation les aspects réglementaires et les incidences sur le choix des appareils à usage professionnel, leur mise en œuvre, le contrôle technique, la formation des professionnels et l'information du public
<p>3- PUBLICITÉ DES PRIX ET DES SERVICES</p> <p>3-1 Affichage des prestations</p> <p>3-2 Affichage des prix, des tarifs des prestations</p> <p>3-3 Notes et factures</p> <p>3-4 Organismes de contrôle : DGCCRF, administration fiscale</p>	<ul style="list-style-type: none">- analyser ou proposer des affichages de prestations en conformité avec les compétences de l'esthéticien(ne)- présenter les règles de l'affichage obligatoire des prix et des tarifs- préciser les conditions de délivrance d'une note et d'une facture et les éléments portés sur ces documents- indiquer les missions des organismes de contrôle
<p>4- RÉGLEMENTATION DES PRODUITS COSMETIQUES</p> <p>4-1 Bases juridiques de la réglementation et organisme de contrôle :</p> <ul style="list-style-type: none">- Code de la santé publique et décrets d'application ;- Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS) <p>4-2 Définition du produit cosmétique, du médicament</p> <p>4-3 Composition des produits cosmétiques</p> <ul style="list-style-type: none">- Substances autorisées- Substances interdites- Substances soumises à restriction ou à condition <p>4-5 Conditions de fabrication des produits cosmétiques</p> <p>4-6 Essais préalables à la mise sur le marché</p> <ul style="list-style-type: none">- Contrôles d'innocuité<ul style="list-style-type: none">• essais de toxicité transcutanée	<ul style="list-style-type: none">- mettre en relation l'objectif de santé publique et l'existence d'une réglementation sur les produits cosmétiques- indiquer les missions de l'AFSSAPS et préciser son rôle pour les produits cosmétiques- comparer la définition du produit cosmétique et celle du médicament- justifier l'interdiction ou la restriction d'utilisation de certaines substances (quantitative ou qualitative)- mettre en relation les conditions d'emploi et les avertissements réglementaires et les utilisations professionnelles (produits concernés et précautions d'emploi)- indiquer les garanties prises lors de la mise au point et de la fabrication d'un produit cosmétique- indiquer les objectifs des différents contrôles d'innocuité

<ul style="list-style-type: none"> • essais de tolérance cutanée ou muqueuse • essais de l'irritation oculaire • contrôles physico-chimiques • contrôles microbiologiques <p>- Tests d'effets et tests de satisfaction</p> <ul style="list-style-type: none"> • absorption cutanée • actions spécifiques • propriétés sensorielles <p>4-7 Etiquetage des produits cosmétiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mentions obligatoires - Cas des produits non emballés 	<ul style="list-style-type: none"> - différencier les tests (objectifs, conditions de réalisation, intérêts) - identifier, à partir d'emballages les mentions obligatoires, les mentions facultatives - justifier l'ordre de présentation des ingrédients - indiquer les règles de l'étiquetage des produits cosmétiques non emballés
---	---

S3-4 QUALITÉ DES SERVICES

(selon la réglementation en vigueur)

1- CERTIFICATION RELATIVE A LA QUALITÉ (normes ISO 9000-2000, certificat de qualité, label)

- appliquer au contexte professionnel, les définitions normalisées :
 - de la qualité
 - du service
 - de la prestation de service
 - du fournisseur de service
 - du client

2- PARAMÈTRES DE LA QUALITÉ DES SERVICES

- énumérer les paramètres qui participent à la qualité des services
- présenter, en la justifiant, une démarche qualité de service dans les secteurs professionnels

3- ÉVALUATION DE LA QUALITÉ :

- par le client
- par le fournisseur de service

- exploiter des outils, des méthodes d'évaluation de la qualité d'un service dans le contexte professionnel sous l'angle du client et sous l'angle du fournisseur de service

4- AMÉLIORATION DE LA QUALITE DES SERVICES

- proposer des solutions de remédiation ou d'amélioration de la qualité applicables aux secteurs professionnels

S 4 – GESTION DE L'ENTREPRISE

Connaissances

Limites de connaissances

S4-1 LE CADRE DE LA CRÉATION D'UN INSTITUT, D'UNE PARFUMERIE, DU RACHAT ET DE L'EXPLOITATION D'UN INSTITUT, D'UNE PARFUMERIE EXISTANTS

I - ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET DU MARCHÉ DE L'ESTHÉTIQUE/COSMÉTIQUE – PARFUMERIE

1- L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE GÉNÉRAL

- ✓ La place de l'activité esthétique - cosmétique et de la parfumerie dans l'économie
- ✓ Les intervenants sur le marché, la structuration de l'offre
- ✓ L'évolution de la demande de la clientèle
- ✓ L'organisation professionnelle

2- L'ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE LOCAL D'UN INSTITUT D'ESTHETIQUE/COSMETIQUE ET D'UNE PARFUMERIE

- ✓ L'implantation d'un institut/d'une parfumerie et la délimitation de la zone de chalandise.
- ✓ La demande potentielle : approche quantitative et qualitative.
- ✓ La concurrence : approche qualitative et quantitative.

3- LES SOURCES D'INFORMATION

- ✓ Les sources documentaires officielles : INSEE, organisations professionnelles, chambres de commerce, chambres de métiers, ...
- ✓ La presse professionnelle
- ✓ L'enquête locale par questionnaires

4- L'OFFRE D'UN INSTITUT D'ESTHÉTIQUE – COSMÉTIQUE, D'UNE PARFUMERIE

- ✓ Notion de gamme de produits et de services
- ✓ Notion de segment de clientèle : approche socio-économique et comportementale.
- ✓ Le positionnement mercatique d'un institut d'esthétique – cosmétique, d'une parfumerie
- ✓ L'élaboration d'une promesse-client

- Situer, à partir d'indicateurs simples, la place de l'activité esthétique - cosmétique et de la parfumerie dans l'activité nationale et la comparer à d'autres secteurs.
- Caractériser son évolution et les facteurs déterminants de cette évolution, en particulier les principales conséquences de l'intégration européenne sur le secteur.
- Décrire les différents intervenants sur ce marché en termes de parts de marché, fonctions,... :
 - en amont : industrie du cosmétique et du parfum, fournisseurs d'équipements matériels ;
 - formes de l'offre : institut et parfumerie uniques, instituts et parfumeries à sites multiples, distribution sélective, franchises.
- Repérer les grandes évolutions dans les comportements de consommation ainsi que leurs conséquences sur le secteur d'activité.
- Décrire le rôle des fédérations, confédérations, des syndicats professionnels, des organisations syndicales de salariés, des chambres de commerce et d'industrie, des chambres de métiers, de l'organisation européenne de l'artisanat.

À partir de situations concrètes données ou observées en réalité :

- Repérer des lieux d'implantation possibles ;
- Comparer différentes implantations en terme d'avantages et inconvénients ;
- Évaluer qualitativement et quantitativement le marché potentiel d'un point de vente ;
- Repérer et qualifier la concurrence.
- Identifier les principales sources documentaires d'information utilisables par un professionnel de l'esthétique/cosmétique - parfumerie et les consulter sur différents supports (magazines, banques de données, cédérom, ...)
- Mener une enquête par questionnaires dans le cadre d'une approche qualité (s'informer sur le degré satisfaction, les besoins et les attentes de la clientèle).
- Analyser un questionnaire donné ou concevoir un questionnaire et le dépouiller
- Situer le positionnement d'un institut, d'une parfumerie donné(e) en analysant la gamme des produits et services offerts par rapport aux différents segments de clientèle classiquement identifiés dans la profession ou inversement composer une gamme pour un segment donné.

II - LE CHOIX D'UNE FORME DE COMMERCE ET D'UNE FORME JURIDIQUE

1 - LE CHOIX D'UNE FORME DE COMMERCE

- ✓ L'institut, la parfumerie unique
- ✓ Les instituts, les parfumeries à sites multiples
- ✓ La franchise.

2 - LE CHOIX D'UNE FORME JURIDIQUE

- ✓ Les différents régimes fiscaux d'imposition des bénéficiaires : impôt sur les sociétés, impôt sur le revenu des personnes physiques.
- ✓ La couverture sociale du chef d'entreprise.
- ✓ Les différentes formes juridiques d'entreprise : entreprise individuelle, SARL, EURL.
- ✓ L'immatriculation au registre du commerce et/ou au répertoire des métiers

- Comparer les solutions commerciales en terme d'avantages et inconvénients dans des situations données.
- Comparer les formes juridiques dans des situations concrètes en terme de :
 - engagements de responsabilité personnelle du commerçant ;
 - obligations comptables ;
 - régimes fiscaux de l'entreprise et de son dirigeant
 - protection sociale et régimes sociaux du dirigeant
- Présenter les documents, procédures nécessaires à la création ainsi que le rôle du centre de formalité des entreprises (C.F.E.)

III - L'ACQUISITION DE L'ENTREPRISE ET SON FINANCEMENT

1 - LES ÉLÉMENTS CONSTITUANT LE FONDS DE COMMERCE

- ✓ La clientèle
- ✓ Les produits et les marques
- ✓ Le local professionnel (emplacement...) ; le cas du local d'habitation
- ✓ Le matériel, les équipements

2 - LES DIFFÉRENTES MODALITÉS D'ACQUISITION DU FONDS DE COMMERCE

- ✓ La location-gérance
- ✓ L'achat

3 - LES MODALITÉS ET LES SOURCES DE FINANCEMENT

- ✓ Les sources de financement possibles : apport personnel, emprunt bancaire, crédit artisanal, cautionnement mutuel, le nantissement.
- ✓ Le montage financier
- ✓ Le plan de financement

4 - LES ASSURANCES NÉCESSAIRES

- Analyser les éléments en vue de l'acquisition et du financement d'une entreprise
- Analyser les différents éléments sur lesquels portent un contrat de vente et de location-gérance d'un institut, de la parfumerie à partir de cas concrets.
- Proposer un montage financier accompagné de son plan de financement à partir de données sur :
 - la situation financière de l'acquéreur ;
 - le montant et la nature de l'acquisition ;
 - la rentabilité financière prévisionnelle ;
 - les différentes solutions de crédit.
- Identifier les grandes catégories de risques: incendie, dégâts des eaux, responsabilité civile, valeur vénale, perte d'exploitation.

S4-2 LE PILOTAGE DE L'ENTREPRISE

I - LA MISE EN PLACE D'UN TABLEAU DE BORD

1 - LES INDICATEURS QUANTITATIFS

(sous forme de données chiffrées, tableaux ou graphiques)

- ✓ Les indicateurs issus des données comptables : évolution du chiffre d'affaires, du résultat, du bilan....
- ✓ Le budget de trésorerie
- ✓ Les ratios essentiels fournis par les centres de gestion agréés.
- ✓ Autres indicateurs quantitatifs : nombre de clients, suivi par prestations, par catégories de produits vendus, ...

2 – LES INDICATEURS QUALITATIFS

- ✓ Les contrats de distribution
- ✓ Les contrats de qualification professionnelle du chef d'entreprise, de formation du personnel...

3 - LE SUIVI DE L'ACTION DE LA CONCURRENCE

- ✓ Le suivi de la communication de la concurrence
- ✓ L'observation sur place et l'écoute de la clientèle.

4 - LA VEILLE TECHNOLOGIQUE ET COMMERCIALE

- ✓ La mise en place d'une base documentaire ressource
- ✓ Le suivi de la qualité

- Identifier les services de gestion rendus par un expert comptable et/ou par un centre de gestion agréé.
- Analyser la situation technique, économique et financière d'un institut, d'une parfumerie et la comparer à des données types (indicateurs quantitatifs et qualitatifs).
- Établir un budget de trésorerie simple.

- Analyser la stratégie commerciale des concurrents à partir de leur communication, des remarques de la clientèle, ...

- Analyser des documents pertinents (articles de la presse professionnelle, résultats d'enquêtes, ...) sur les évolutions professionnelles.
- Analyser des systèmes de classements de documents (index, mots clés, ...)
- Identifier les méthodes et les outils de suivi de la qualité.

II - LA POLITIQUE D'INVESTISSEMENT

1 – LE RENOUVELLEMENT DES MATERIELS ET DES AMENAGEMENTS

- ✓ L'analyse des besoins
- ✓ Le critère du délai de récupération des capitaux investis

2 - L'INFORMATISATION DE L'ENTREPRISE

- ✓ Les matériels informatiques composant la configuration de base d'un institut d'esthétique – cosmétique, d'une parfumerie.
- ✓ Les principales applications logicielles professionnelles utilisées.
- ✓ Les principaux intervenants dans le conseil et la vente de solutions informatiques.

- Évaluer l'opportunité d'un investissement à partir de données commerciales et financières.

- Dégager, à partir de configurations matérielles et logicielles données, les principales fonctionnalités d'un système informatique nécessaires à un institut, à une parfumerie.

III - LA SELECTION DES FOURNISSEURS

1 - LES PROCÉDURES DE CHOIX DES FOURNISSEURS

- ✓ Les différents fournisseurs en fonction des besoins à couvrir.
- ✓ Les critères de sélection des fournisseurs.

2 - LA NÉGOCIATION A L'ACHAT

- ✓ Les relations avec les représentants
- ✓ L'analyse de l'offre de produits ou de services.
- ✓ Les conditions commerciales

- Sélectionner des fournisseurs, à partir d'une documentation sur les produits, les matériels et de données commerciales, en utilisant des outils comme :
 - le tableau de dépouillement d'offres ;
 - la matrice de sélection des fournisseurs à partir d'un système de notation donné.

- Organiser la réception des fournisseurs et négocier les conditions commerciales

IV - LA COMMUNICATION COMMERCIALE

1 - LA COMMUNICATION MÉDIAS

Les radios locales, la presse quotidienne régionale (PQR), la presse gratuite, l'affichage.

2 - LA COMMUNICATION HORS MÉDIAS

Le prospectus, l'imprimé sans adresse (ISA), le publipostage.

Le rôle du fichier-clients

3 - LA MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN DE COMMUNICATION

- ✓ La création de supports de communication de base à l'aide de l'outil informatique,
- ✓ l'agence de communication et les autres professionnels partenaires

4 - LA PROMOTION DES VENTES

- ✓ Les techniques destinées à attirer une clientèle nouvelle.
- ✓ Les techniques destinées à fidéliser la clientèle.

5 - L'ANIMATION DU POINT DE VENTE

- Repérer les caractéristiques de diffusion des différents médias et leur intérêt pour un institut, de la parfumerie.

- Identifier les particularités et l'impact du message de mercatique directe par rapport au message publicitaire classique.

- Analyser une campagne publicitaire impliquant différents échelons (franchiseur national et/ou fabricant de cosmétique et échelon local).

- Créer des supports simples (publipostage, tracts, ...) de mercatique directe à l'aide de l'outil informatique.

- Identifier les techniques promotionnelles les plus courantes dans la profession et les objectifs d'une action promotionnelle donnée.

- Analyser les différentes composantes concourant à l'animation d'un institut, d'une parfumerie.

S4-3 LES OPÉRATIONS COMPTABLES ET ADMINISTRATIVES COURANTES

I - LA TENUE DE COMPTABILITÉ

1 - LES PRINCIPES DE LA COMPTABILITÉ GÉNÉRALE

- ✓ Le modèle comptable
- ✓ Le plan comptable général
- ✓ Les journaux obligatoires

2 - LES ENREGISTREMENTS COMPTABLES COURANTS

3 - LA TENUE DE LA CAISSE

- ✓ Les moyens de paiement courants : chèques, cartes bancaires, espèces.
- ✓ Les matériels d'encaissement et de contrôle

4 - L'ÉTAT DE RAPPROCHEMENT BANCAIRE

5 - LA TVA

- ✓ Les régimes de T.V.A.
- ✓ Les déclarations de T.V.A.

- Utiliser un logiciel spécialisé en usage dans la profession pour enregistrer, dans les journaux comptables appropriés, les opérations usuelles : achats courants, recettes courantes, banque, caisse.
- Analyser et commenter un bilan et un compte de résultat donnés.
- Tenir une caisse
- Établir un état de rapprochement bancaire.
- Repérer les principales caractéristiques du régime de T.V.A réel et forfaitaire.
- Renseigner les imprimés de déclaration de T.V.A. à partir de données fournies.

II - LE SUIVI DES COÛTS ET DES PRIX

1 - LE COUT DE REVIENT COMPLET

- ✓ Le calcul du coût de revient complet
- ✓ La marge commerciale et la notion de coefficient multiplicateur

2 - LE SEUIL DE RENTABILITÉ

- ✓ Notion de charge fixe et de charge variable
- ✓ Notion de seuil de rentabilité

2 - LE CHOIX D'UNE POLITIQUE DE PRIX

- ✓ Les pratiques de la concurrence
- ✓ Le prix psychologique
- ✓ La cohérence de la politique de prix

- Calculer le coût de revient complet par produit, par type de prestation...
- Calculer un prix de vente par l'application d'un coefficient multiplicateur.
- Différencier marge brute et marge nette
- Calculer un seuil de rentabilité.
- Proposer une politique de prix adaptée à partir de données sur les coûts, la concurrence et le positionnement du point de vente.

III - L'ORGANISATION DU TRAVAIL

1 - LA GESTION DU TEMPS ET LA PLANIFICATION DES ACTIVITÉS

- ✓ Les principes de gestion du temps
- ✓ Les outils et matériels : agendas, plannings, ...

2 - LES OUTILS D'ORGANISATION DU TRAVAIL ET LEUR UTILISATION

- ✓ L'organisation des dossiers administratifs de l'institut, de la parfumerie.
- ✓ Les délais légaux en matière de conservation de documents relatifs au personnel, à la comptabilité et aux impôts.
- ✓ Les outils et matériels disponibles : classeurs, meubles, ...

- À partir d'une situation concrète de répartition du travail, identifier et comparer les différents outils utilisables et mettre en œuvre la solution sélectionnée.
- Proposer des solutions matérielles de gestion administrative dans des cas simples.

IV – LES TRAVAUX DE SECRETARIAT COURANTS

1 – LES SOLUTIONS INFORMATIQUES : matériels et logiciels

2 – LES LETTRES COURANTES en direction des fournisseurs, des clients et de l'administration

- Exploiter un logiciel courant de traitement de texte sans mise en page élaborée.
- Exploiter la messagerie électronique.
- Traiter des courriers courants comme des demandes de renseignements, des lettres d'accompagnement de documents, des réponses à des demandes simples...

V - LA TENUE DES STOCKS

1 – LE SUIVI DES COMMANDES

- ✓ La réception des marchandises
- ✓ La mise à jour de l'état des stocks
- ✓ Le suivi informatisé des stocks

2 – LES SORTIES DU STOCK DE PRODUITS

- Analyser les différentes rubriques d'un bon de commande.
- Gérer les stocks de façon courante (stock minimum, stock maximum, stock d'alerte) selon les méthodes adoptées par la profession :
 - tenue manuelle des stocks
 - suivi informatisé à l'aide d'un logiciel spécifique à la profession.
- Adapter les approvisionnements en fonction de la saison, d'un événement ...
- Distinguer la gestion des stocks des produits pour la vente de celle des stocks des produits destinés aux prestations (charges)

S4-4 LA GESTION ET LE MANAGEMENT DU PERSONNEL

I - LE RECRUTEMENT DU PERSONNEL D'UN INSTITUT, D'UNE PARFUMERIE

1 – LES PRÉALABLES AU RECRUTEMENT

- ✓ Les qualifications et profils de poste
- ✓ L'annonce de recrutement
- ✓ Le curriculum vitae

2 – L'ENTRETIEN D'EMBAUCHE

3 - LES OBLIGATIONS DE DECLARATION À L'EMBAUCHE

- Identifier la qualification nécessaire à la tenue d'un poste en institut, en parfumerie.
- Rédiger une annonce de recrutement.
- Rédiger, analyser, un curriculum vitae.
- Se préparer à un entretien d'embauche
- Préparer un entretien d'embauche en vue d'un recrutement.
- Identifier et compléter les imprimés de déclaration d'embauche.

II - ÉLÉMENTS DE DROIT DU TRAVAIL

1 – LES CONTRATS

1-1 Les contrats de travail

- ✓ Les contrats à durée déterminée et indéterminée
- ✓ Le contrat d'intérim
- ✓ Le contrat d'apprentissage et le contrat de qualification

1-2 Les conventions de stage

2 – LES ÉVOLUTIONS DE LA RÉGLEMENTATION DE LA DURÉE DU TRAVAIL

3 – LA CONVENTION COLLECTIVE DU SECTEUR DE L'ESTHÉTIQUE/COSMÉTIQUE – PARFUMERIE

4 – LE RÈGLEMENT INTÉRIEUR

5 - LE LICENCIEMENT

6 – LE CONSEIL DES PRUD'HOMMES

- Caractériser en termes de droits et d'obligations de l'employeur, du salarié, du stagiaire, chaque type de contrat de travail et convention de stage.
- Analyser les évolutions dans une perspective historique mais aussi dans leurs modalités actuelles d'application.
- Mettre en évidence les éléments caractéristiques du secteur.
- Définir les mentions obligatoires et facultatives d'un règlement intérieur.
- Décrire les causes possibles d'un licenciement ainsi que les étapes obligatoires de la procédure.
- Définir son rôle et sa composition.

III - LA PAIE

1 - ÉLÉMENTS DE DROIT SOCIAL

- ✓ Les congés payés
- ✓ L'assurance maladie,
- ✓ Les accidents du travail

2 - DÉCLARATIONS SOCIALES

- ✓ les cotisations
- ✓ les déclarations de charges sociales

3 – LA PAIE

- ✓ Le bulletin de paie
- ✓ La tenue informatisée de la paie

- Analyser le régime des congés payés, de l'assurance maladie et des accidents du travail tant du point de vue des droits que des obligations.
- Repérer les imprimés aux cotisations de base.
- Lire un bulletin de paie
- Établir un bulletin de paie manuellement ou à l'aide d'un logiciel spécialisé.

IV - ANIMATION ET MOTIVATION DU PERSONNEL

1 – L'INFORMATION ET LA FORMATION DU PERSONNEL

- ✓ L'animation de réunion
- ✓ Les besoins en formation

2 – LA MOTIVATION DU PERSONNEL

- ✓ L'évaluation du personnel
- ✓ La fixation d'objectifs
- ✓ Les incitations financières et non financières

- Préparer et animer une réunion de travail restreinte.
- Identifier les domaines de formation ainsi que les principales méthodes de détection des besoins.
- Déterminer des critères objectifs et apprécier l'efficacité de l'activité
- Déterminer des objectifs d'activité ou de vente.
- Comparer les différentes mesures d'incitation : leur efficacité pour l'entreprise et leur intérêt pour le salarié.

S4-5 LA VENTE-CONSEIL

1 – LES PRINCIPES DE BASE DE LA COMMUNICATION VENTE EN ESTHÉTIQUE /COSMÉTIQUE - PARFUMERIE

2 – LES TYPOLOGIES COMPORTEMENTALES DES CLIENTS

3 – LES ÉTAPES DE LA VENTE

- ✓ L'accueil téléphonique ou au magasin
- ✓ L'écoute active et le questionnement
- ✓ Le diagnostic des besoins
- ✓ Les techniques d'argumentation et de traitement des objections
- ✓ La démonstration
- ✓ La prise de congé

4 – LES OUTILS D'AIDE A LA VENTE

- Identifier les principes spécifiques de la communication en vente :
 - de produits cosmétiques, de produits de parfumerie
 - de prestations de services (visage, corps)
- Identifier les caractéristiques de comportements types et les motivations chez un client et adapter son attitude, sa stratégie.
- Analyser une situation de vente.
- Construire une démarche adaptée aux caractéristiques de la situation (prestation de soins esthétiques et vente de produits cosmétiques et de produits de parfumerie).
- Développer une attitude permanente de service
- Créer et utiliser les principaux outils d'aide à la vente tels que les fiches client, les fiches techniques de produit, la documentation promotionnelle, les notices d'utilisation, les modes d'emploi,...