ministère
Éducation
nationale

EFE EST 2
Repère à reporter sur la copie

SESSION 2009

CONCOURS EXTERNE DE RECRUTEMENT DE PROFESSEURS DE L'ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL ET CONCOURS D'ACCÈS À LA LISTE D'APTITUDE

Section : ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE

PROJET D'ORGANISATION OU ÉTUDE DE CAS

Durée : 5 heures

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout matériel électronique est rigoureusement interdit.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

NB : ***Hormis l'en-tête détachable, la copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.***

Tournez la page S.V.P.

Vous êtes nommé(e) responsable du secteur esthétique au sein du centre coiffure, barbier et esthétique pour hommes : ***Bliss for Men,*** qui a ouvert ses portes depuis peu à Lille.

Le centre a un positionnement plutôt haut de gamme ; il se situe dans un quartier aisé et historique du centre ville.

Vous devez gérer 4 cabines esthétiques : une pour les soins visage et corps, une pour les épilations, une cabine U.V. et une dernière cabine, inexploitée pour le moment. L'institut possède une douche dans la salle d'eau attenante à la cabine soin et à la cabine inexploitée.

L'activité coiffure a déjà débuté depuis quelques semaines, le centre esthétique est, quant à lui, en cours de finalisation.

1. La cabine soins visage et corps est totalement aménagée sauf au niveau appareillage. Pour limiter dans un premier temps les investissements trop importants, vous avez sélectionné, avec le créateur du centre, deux appareils pour la réalisation des prestations : l'appareil à vaporisation avec adduction ou non d'ozone et l'appareil haute fréquence.
   Justifiez leurs intérêts pour la clientèle visée.

2. Il vous est demandé de participer au choix et à la tarification des prestations du secteur esthétique.
   - 2.1 Listez les prestations (hors forfaits) que vous souhaitez proposer à vos futurs clients. Déterminez les prix en accord avec le positionnement du centre.
   - 2.2 Proposez trois forfaits qui mêlent les deux univers du centre beauté pour hommes et qui vous semblent correspondre à la clientèle.
   - 2.3 Afin de permettre aux coiffeurs du centre ***Bliss for Men*** de communiquer sur les soins esthétiques proposés, vous leur présentez le déroulement d'un soin corps. Pour un modèle dont vous donnerez les caractéristiques, proposez un protocole et les commentaires que vous jugez indispensables pour favoriser la vente de ce soin.

3. Après plusieurs mois d'ouverture, l'activité du centre, que ce soit en coiffure ou en esthétique, s'est beaucoup développée ; une esthéticienne a été recrutée pour vous aider. L'institut doit recevoir prochainement une commande importante de matériel pour les cabines (consommables et ustensiles) et de produits destinés à la vente. Vous chargez l'esthéticienne de prendre en charge et de vérifier la livraison.
   - 3.1 Elaborez la fiche « procédure de réassort » que vous mettrez à sa disposition.
   - 3.2 Complétez cette fiche par une feuille de commentaires qui permettra de détecter toute anomalie dans la livraison par rapport à la commande.

4. La cabine inexploitée de l'institut va être aménagée pour proposer aux clients des séances de Power Plate (plaque vibrante).
   - 4.1 Rédigez une note courte (une page maximum) indiquant les principaux éléments à prendre en compte pour l'aménagement de cette cabine.
   - 4.2 Sensibilisé(e) aux questions relatives à la réglementation professionnelle quant aux pratiques visant bien être et confort, vous concevez un support de communication pour promouvoir la Power Plate auprès des clients du salon de coiffure.

ANNEXES

Annexe 1 : Tarif des prestations coiffure / barbier de Bliss for Men

Annexe 2 : Plan partiel du centre Bliss for Men

Annexe 3 : « une nouvelle technologie au service du bien être et de la beauté », interview de Stéphane Vandenhouck, PDG de Life Sport International et Matthias Vivier Merle, Formateur Power Plate par Anne-Sophie Gamelin du magazine Cabines Spa (n°180 / novembre 2005)

ANNEXE 1 : Tarif des prestations coiffure / barbier de Bliss for Men

Forfaits conseils, shampooing, coupe, soins et coiffage (hors travaux techniques)

Forfait Coupe visagée + Coiffage	36€
Forfait Coupe visagée + Coiffage : XL (cheveux longs)	46€
Forfait Coiffage visagé	16€
Soin cheveux et cuir chevelu (1 heure)	41€

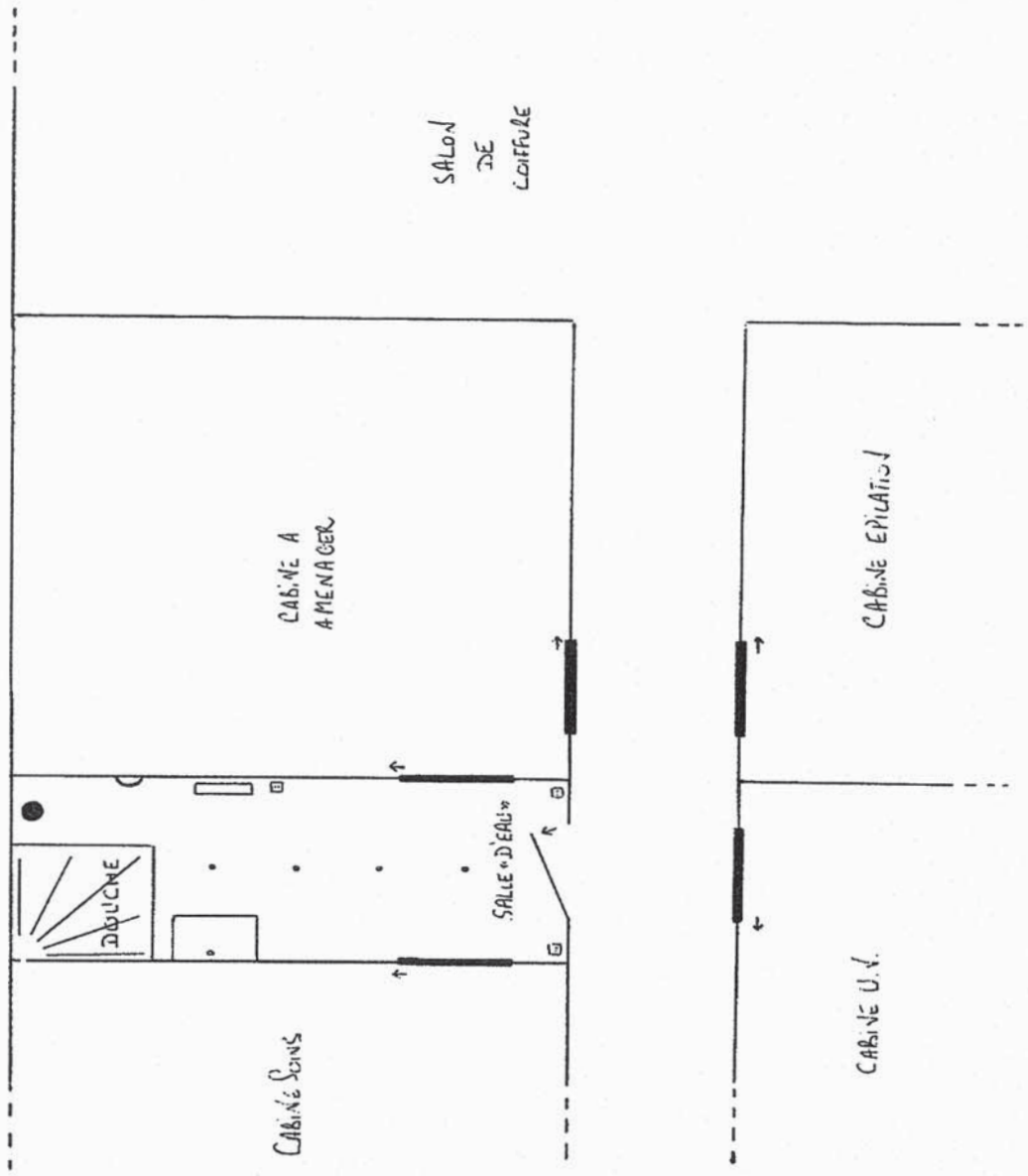
Travaux techniques : couleurs, mèches et texture (hors shampooing, soins, coupe et coiffage)

Flash partiel	16€
Flash	26€
Mèches, Balayage	41€
Défrisage total	51€
Défrisage partiel	21€
Coloration permanente	26€
Coloration Soin sans ammoniaque	21€
Camouflage express des cheveux blancs (coloration fugace)	16€
Décoloration	26€
Extensions de cheveux traditionnelles / Transferts (consultation visuelle)	uniquement sur devis
Rasage	26€
Taille de barbe	11€

Moins de 26 ans = moins 20% sauf extensions de cheveux

Tournez la page S.V.P.

Annexe 2 : Plan partiel du centre Bliss for Men



Echelle : 2cm pour 1m

Annexe 3 : « une nouvelle technologie au service du bien être et de la beauté », interview de Stéphane Vandenhouck, PDG de Life Sport International et Matthias Vivier Merle, Formateur Power Plate par Anne-Sophie Gamelin du magazine Cabines Spa (n°180 / novembre 2005)

interview

PAR ANNE-SOPHIE GAMELIN

La Power Plate est une nouvelle machine qui permet, sans effort, de rester jeune et beau plus longtemps. Plébiscitée par un certain nombre de VIP et par le grand public dans le monde entier, elle prépare aujourd'hui son entrée dans le monde de l'institut de beauté.

Une nouvelle technologie

au service du bien-être et de la beauté

Entretien avec Stéphane Vandenhouck, PDG de Life Sport International et Matthias Vivier Merle, Formateur Power Plate.

C. : Vous développez la Power-Plate en France depuis quelques années, qu'est-ce qui vous a conduit à importer cette nouvelle machine ?

Stéphane Vandenhouck : Life Sport International distribue la Power Plate en France, dans les Dom-Tom et en Afrique du Nord depuis maintenant 3 ans. C'est au cours d'un voyage aux États-Unis que j'ai été séduit par l'efficacité et les différents champs d'application de cette machine. Je suis alors entré en contact avec son créateur hollandais, Guus Van der Meer, qui s'était inspiré de la technologie des vibrations, approfondie par les chercheurs russes dans les années 70 pour améliorer la récupération physique des cosmonautes après une mission dans l'espace.

En tant que coach de sportifs de haut niveau, Monsieur Van der Meer reprit ce concept et conçut la Power-Plate pour l'introduire dans le programme d'entraînement des athlètes. Considéré comme le roi de la forme en Hollande, il fit découvrir sa machine à de nombreuses personnes, notamment des VIP, et dès la 1re année, il rencontra un énorme succès auprès des particuliers, des centres de remise en forme ou encore des kinésithérapeutes. Suite au développement de la Power Plate en Hollande et en Belgique, j'ai souhaité l'importer sur le marché français.

Cabines : Quel est le principe de fonctionnement de la Power Plate ?

Matthias Vivier Merle : La Power Plate est une plate-forme qui vibre sur quelques millimètres, ce qui va entraîner un très léger déséquilibre inconscient du corps, générant un réflexe naturel de contraction des muscles pour maintenir la position. L'appareil, qui produit entre 30 et 50 vibrations par secondes, entraîne donc autant de contractions des muscles sollicités.
L'un des premiers effets de la Power Plate est l'activation de la circulation sanguine,

Tournez la page S.V.P.

Annexe 3 (suite) : « une nouvelle technologie au service du bien être et de la beauté », interview de Stéphane Vandenhouck, PDG de Life Sport International et Matthias Vivier Merle, Formateur Power Plate par Anne-Sophie Gamelin du magazine Cabines Spa (n°180 / novembre 2005)

L'un des premiers effets de la Power Plate est l'activation de la circulation sanguine.

puisqu'en se contractant, les muscles vont propulser jusqu'à 50 fois par seconde le sang dans les vaisseaux sanguins. Cette action aura également une incidence sur le système lymphatique, directement lié à la circulation sanguine. Or, qui dit amélioration de la circulation sanguine et lymphatique dit amélioration de la qualité de peau, c'est le 1er résultat visible au bout de 5 séances. Le client constate que sa peau est plus lisse, plus tendue, moins sujette à l'effet peau d'orange.

À moyen terme, la Power Plate va agir sur le raffermissement en favorisant la perte de masse grasse au profit de la masse musculaire. Il ne s'agit pas de développer le volume des muscles, comme on peut le faire en salle de remise en forme, mais de les tonifier afin de redessiner et affiner la silhouette. Cette diminution du tissu adipeux aux endroits les plus problématiques est rendue possible grâce à l'augmentation du métabolisme. En effet, chaque jour le corps brûle un certain nombre de calories pour se maintenir en vie et l'on sait que plus on sollicite nos muscles, plus ils vont consommer de calories. En stimulant la masse musculaire, on augmente donc le nombre de calories naturellement brûlées par l'organisme pour fonctionner, et ceci, sans rien faire. En conséquence, au fil de l'entraînement, une personne qui ne change rien à son alimentation habituelle va mincir ou pourra s'autoriser quelques écarts sans prendre de poids.

À moyen terme, la Power Plate va agir sur le raffermissement en favorisant la perte de masse grasse au profit de la masse musculaire.

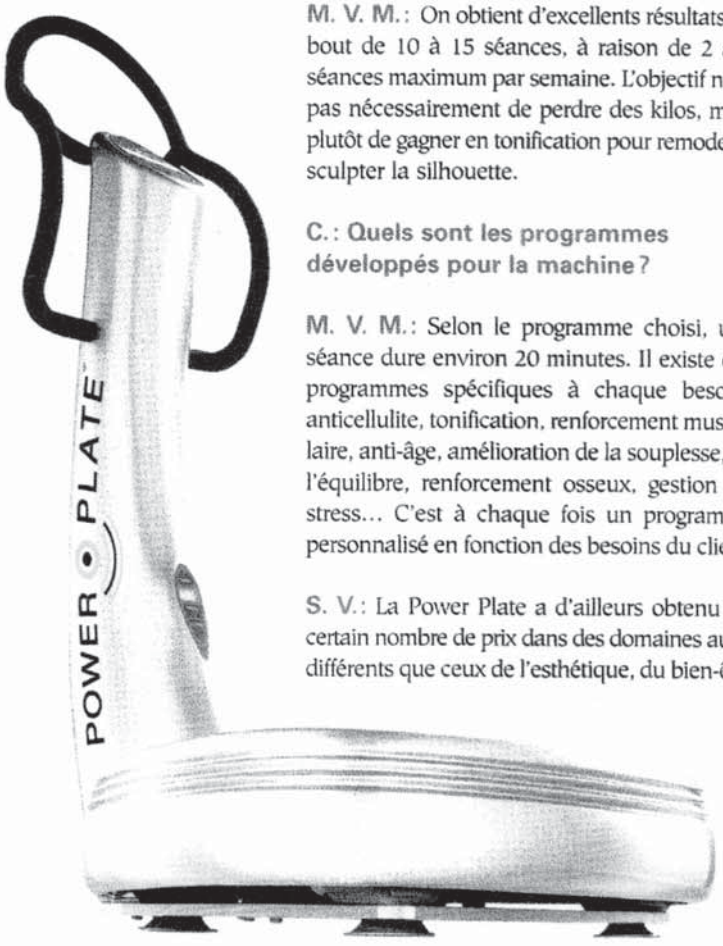
C. : Quand vous parlez de résultats à moyen terme, c'est-à-dire combien de temps ?

M. V. M. : On obtient d'excellents résultats au bout de 10 à 15 séances, à raison de 2 à 3 séances maximum par semaine. L'objectif n'est pas nécessairement de perdre des kilos, mais plutôt de gagner en tonification pour remodeler, sculpter la silhouette.

C. : Quels sont les programmes développés pour la machine ?

M. V. M. : Selon le programme choisi, une séance dure environ 20 minutes. Il existe des programmes spécifiques à chaque besoin : anticellulite, tonification, renforcement musculaire, anti-âge, amélioration de la souplesse, de l'équilibre, renforcement osseux, gestion du stress... C'est à chaque fois un programme personnalisé en fonction des besoins du client.

S. V. : La Power Plate a d'ailleurs obtenu un certain nombre de prix dans des domaines aussi différents que ceux de l'esthétique, du bien-être



Annexe 3 (suite) : « une nouvelle technologie au service du bien être et de la beauté », interview de Stéphane Vandenhouck, PDG de Life Sport International et Matthias Vivier Merle, Formateur Power Plate par Anne-Sophie Gamelin du magazine Cabines Spa (n°180 / novembre 2005)

et de l'anti-âge: prix de l'innovation au Salon du bien-être FIBO en Allemagne en 2002, prix de l'innovation au Congrès d'Esthétique en 2003, prix de l'innovation au Congrès anti-âge de Suisse en 2005… Je crois qu'en termes de polyvalence, il n'existe pas aujourd'hui d'équivalent sur le marché.

C. : À qui s'adresse la Power Plate ?

S. V. : Tout le monde peut utiliser la Power Plate, dont bien sûr les non-sportifs. Des groupes-cibles ont cependant été définis : toutes les personnes souhaitant se tonifier, les femmes recherchant un résultat sur leur silhouette et enfin, les hommes et femmes de plus de 50 ans en quête de bien-être.

C. : Existe-t-il des contre-indications à l'utilisation de la Power Plate ?

M. V. M. : Comme pour tout appareil, certaines contre-indications sont listées, mais elles sont minimes puisqu'elles ne concernent qu'1 % de la population. Si l'on compare à une activité classique d'entretien corporel, la Power Plate implique beaucoup moins de contre-indications, car la vibration est douce et n'engendre aucun impact, ni de charge sur les articulations. D'ailleurs, on retrouve régulièrement des personnes de 70 ans ou plus qui pratiquent au quotidien et voient ainsi leur condition physique améliorée.

C. : Quel type de clientèle ciblez-vous ?

S. V. : Lorsque j'ai débuté l'importation de la Power Plate, je me suis aperçu qu'en France, contrairement à la Hollande et à la Belgique, ce type de machine ne correspondait pas au secteur des clubs de remise en forme. J'ai alors développé le produit auprès des kinésithérapeutes. Puis après étude du marché, j'ai constaté qu'il existait un certain nombre de centres esthétiques, ce qui impliquait qu'il existait une clientèle prête à débourser 50 € chaque semaine pour une séance de palper-rouler, soit le prix d'une inscription à un club de remise en forme pour un mois. Ceci signifiait que ces personnes étaient prêtes à investir si elles obtenaient un résultat à la clé. Or dans un club, il faut pratiquer pendant au minimum 3 mois pour obtenir des résultats et les gens se découragent. Quant aux fabricants d'appareils de palper-rouler, ils recommandent de coupler l'utilisation avec la pratique d'un sport pour obtenir les meilleurs résultats. Avec la Power Plate, une séance de 10 minutes équivaut à une heure de sport en termes de bien-être. Les résultats sont obtenus sans effort, ils sont rapides et immédiatement tangibles. Notre stratégie est donc aujourd'hui clairement axée sur la clientèle des plus de 40 ans, sur les domaines de l'amincissement et de l'anti-âge.

Tout le monde peut utiliser la Power Plate, dont bien sûr les non-sportifs.

C. : Quels sont les avantages pour l'institut qui choisit de s'équiper d'une Power Plate ?

S. V. : Pour l'institut qui délivre des cures de palper-rouler, la Power Plate représente le complément idéal pour optimiser les perspectives de résultats, et fidéliser la clientèle à l'issue de sa cure. L'idéal étant d'alterner 1/4 d'heure de palper-rouler et 1/4 d'heure de Power Plate, cette dernière œuvrant comme un amplificateur qui va booster les résultats de soin.
Le deuxième avantage est de permettre à l'esthéticienne de s'occuper de deux personnes par heure, au lieu d'une tous les 3/4 d'heure environ pour un soin classique. Sachant que la séance est facturée entre 25 et 35 €, et qu'en termes de financement pour l'institut, la Power Plate coûte 10 € par jour, c'est un investissement rentable.
Un autre de ses avantages tient au fait qu'il n'est pas nécessaire de se déshabiller pour la séance, et comme il s'agit d'un entraînement passif, la personne ne transpire pas. C'est un point intéressant pour les instituts ne disposant pas de douche.
De par sa technologie, la machine va également drainer une nouvelle clientèle qui va se sentir bien dans sa peau, qui sera donc plus réceptive, et qui achètera plus facilement ce que l'esthéticienne souhaite lui vendre, par exemple d'autres prestations telles que les ongles, le solarium etc.

Tournez la page S.V.P.

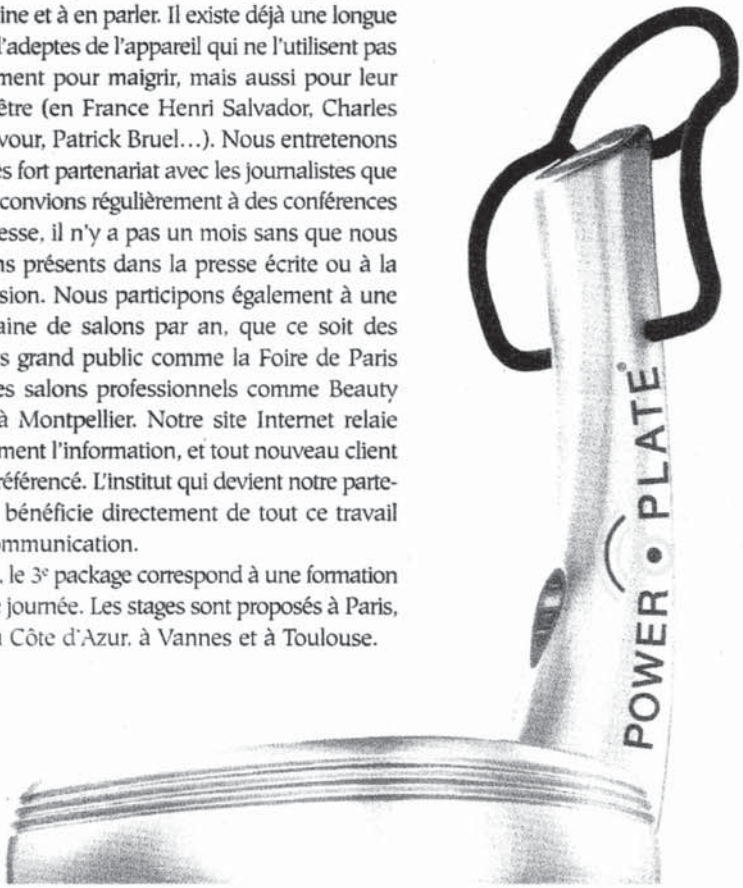
Annexe 3 (suite) : « une nouvelle technologie au service du bien être et de la beauté », interview de Stéphane Vandenhouck, PDG de Life Sport International et Matthias Vivier Merle, Formateur Power Plate par Anne-Sophie Gamelin du magazine Cabines Spa (n°180 / novembre 2005)

Enfin, pour le personnel de l'institut, c'est un appareil génial qui permet à toute l'équipe de se sentir mieux. Si l'on est soi-même convaincu, on convainc encore mieux ses clients.

C. : Quelle sorte d'accompagnement offrez-vous à l'institut qui se porte acquéreur d'une Power Plate ?

S. V. : Nous avons mis en place toute une politique d'accompagnement pour permettre à l'institut d'atteindre ses objectifs commerciaux. Pour l'achat d'une Power Plate, le centre bénéficie d'une aide marketing complète, composée de 3 packages. Le premier est un package technique comprenant les différents accessoires (tatami, support de dos, etc.). Le second est un package marketing très complet, qui inclut du matériel publicitaire tel que DVD en boucle pour la vitrine, présentoir en métal, posters, dépliants, bons d'essai, cartes de séances numérotées, press-book présentant les différentes études, les références, les articles de presse… Ce dernier point est important, car nous avons toujours mis l'accent sur les VIP, qui sont les premières à essayer ce genre de machine et à en parler. Il existe déjà une longue liste d'adeptes de l'appareil qui ne l'utilisent pas forcément pour maigrir, mais aussi pour leur bien-être (en France Henri Salvador, Charles Aznavour, Patrick Bruel…). Nous entretenons un très fort partenariat avec les journalistes que nous convions régulièrement à des conférences de presse, il n'y a pas un mois sans que nous soyons présents dans la presse écrite ou à la télévision. Nous participons également à une vingtaine de salons par an, que ce soit des salons grand public comme la Foire de Paris ou des salons professionnels comme Beauty Prof à Montpellier. Notre site Internet relaie également l'information, et tout nouveau client y est référencé. L'institut qui devient notre partenaire bénéficie directement de tout ce travail de communication.
Enfin, le 3e package correspond à une formation d'une journée. Les stages sont proposés à Paris, sur la Côte d'Azur, à Vannes et à Toulouse.

L'objectif n'est pas nécessairement de perdre des kilos, mais plutôt de gagner en tonification pour remodeler, sculpter la silhouette.



M. V. M. : La formation est un élément incontournable. Elle porte à la fois sur la théorie c'est-à-dire le principe de fonctionnement de l'appareil, les résultats escomptés et la manière de procéder, et sur la pratique, à laquelle de nombreuses heures sont consacrées.

C. : Pour conclure cet entretien, quels sont vos objectifs sur la France ?

S. V. : Nous référençons aujourd'hui en France une cinquantaine de centres, exclusivement Power Plate ou combinés avec un centre esthétique. Ils sont le plus souvent équipés d'un minimum de 4 machines, et une personne est spécialement dédiée à l'encadrement des séances afin de délivrer des conseils et apporter un peu de convivialité.
En termes de distribution sur le marché français, nous sommes distributeur exclusif, mais nous déléguons pour certaines régions : nous travaillons avec la société Doucire Diffusion pour le nord-ouest, et avec la société ADL Diffusion pour le sud-ouest. Elles ont été sélectionnées pour leur sérieux et leur professionnalisme.
Notre objectif est d'équiper environ 500 centres de 4 Power Plate ou plus. Nous avons également la volonté de développer la machine auprès des instituts de beauté. Enfin, nous nous intéressons également au domaine du spa, car la Power Plate est le produit idéal pour ces centres que les gens fréquentent pour leur bien-être, pour se sentir mieux dans leur peau…
Aujourd'hui, le grand public commence à s'intéresser à la Power Plate. De plus en plus de gens l'utilisent, et sont extrêmement satisfaits des résultats, car en un mot, elle donne la pêche ! Ils en parlent autour d'eux : la Power Plate marche par le bouche à oreille. Sachant qu'en 2010, plus de 40 % de la population aura plus de 40 ans, c'est un marché au potentiel énorme qui s'ouvre à nous.
Pour les esthéticiennes, c'est aussi le moyen de se différencier de la concurrence en proposant un concept novateur, efficace, très rentable, aux multiples champs d'applications esthétiques. ●

IMPRIMERIE NATIONALE – 9 412 – D'après documents fournis